BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Komunikasi begitu sangat penting dalam kehidupan manusia, karena harus diakui bahwa manusia tidak bisa hidup tanpa komunikasi karena manusia adalah makhluk sosial yang saling membutuhkan satu sama lain, dengan berkomunikasi secara efektif maka, kegitan-kegitan yang sering dilakukan manusia bisa berjalan dengan baik. Tanpa adanya komunikasi dengan baik mengakibatkan ketidak teraturan dalam melakukan kegiatan sehari-hari baik itu di rumah maupun dalam suatu organisasi, perusahaan dan dimanapun manusia itu berada.

Seiring berkembangnya zaman komunikasi pada era saat ini menjadi lebih mudah. Komunikasi dapat dilakukan dimana saja, kapan saja, dan terjangkau dalam segi geografis. Kemunculan komunikasi era ini memudahkan penyampaian pesan lebih cepat dan dapat tersebar luas dengan mudah.

Media komunikasi menjadi alat bantu atau seperangkat sarana yang digunakan untuk kelancaran proses komunikasi. Dengan adanya media komunikasi memudahkan sumber menyampaikan pesan kepada khalayak dengan cepat. Adapun media komunikasi yang berkembang sangat pesat dan digemari oleh khalayak Indonesia yaitu media televisi.

Hampir di seluruh rumah tangga khususnya di Indonesia memiliki televisi. Maka tidaklah heran apabila pertelevisian di Indonesia menjadi salah satu hal yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat. Masyarakat yang menikmati televisi semakin bertambah dan akan semakin berkembang. Fungsi televisi adalah

mendidik, menghibur, dan kontrol sosial.

Maraknya industri televisi di Indonesia mendorong terjadinya kompetensi antar stasiun televisi dengan berbagai cara. Salah satunya dengan menayangkan program unik dan menarik. Dengan begtu bagi media penyiaran harus terus menerus meningkatkan program tayangannya agar tetap diminati oleh masyarakat.

Tayangan – tayangan yang disiarkan oleh media penyiaran supaya tetap eksis harus mempunyai rating yang tinggi, dimana dapat menguntungkan bagi pihak produsen televisi itu sendiri. Namun, ketatnya persaingan justru menghilangkan persepi dari pihak pengelola stasiun untuk menyajikan program acara yang sehat. Kesimpulannya tayangan yang mempunyai rating tinggi diminati masyarakat, tidak peduli apakah tayangan itu mempunyai unsur pendidikan, informasi, sosial budaya bahkan etika dan norma masyarakat. Yang terpenting adalah digemari khalayak.

Padahal televisi juga berpengaruh pada perkembangan masyarakat yang menontonnya, dimana isi konten yang terdapat di dalamnya disebarluaskan. Maka akan berpengaruh berbahaya proses pembentukan pikiran setiap masyarakat yang menyaksikan hal – hal negatif yang terdapat di tayangan televisi.

Dalam buku teori komunikasi yang ditulis oleh Littlejohn dijelaskan bahwa teori media yaitu televisi mempengaruhi bagaimana kita berfikir dan merespon pada dunia luar. Ia menambakan bahwa televisi mempengaruhi kita terlepas dari apa yang kita tonton. Salah satu tayangan yang marak dan diminati khalayak pada saat ini yaitu tayangan *reality show*.

Kualitas pada tayangan *reality show* yang pada dasarnya menampilkan

gambaran kehidupan seseorang secara nyata ataupun tanpa adanya rekayasa. Namun, kenyataannya terjadi penyimpangan mengenai pengertian tersebut. Banyak tayangan berlabel *reality show* membuat cerita seakan dibuat-buat, penuh rekayasa dan hanya mengejar *rating* semata, tanpa mengutamakan pesan yang akan diterima masyarakat dari tayangan tersebut. Ini menjadi fenomena yang menarik, beberapa tayangan bergenre *reality show* di Indonesia saling berlomba mengambil hati atau simpati masyarakat demi keuntungan semata tanpa memikirkan dampak dari tayangan tersebut.

Sebagian dari acara *reality show* menampilkan adegan yang keluar dari tata nilai sebenernya kearah negatif seperti tindakan di luar norma masyarakat dan sebagainya. Apabila tayangan seperti ini terus menerus dikonsumsi masyarakat, maka akan berdampak buruk pada sikap yang diperoleh masyarakat. Sehingga akan berpengaruh pada aspek pengetahuan tayangan, perasaan, emosi akan tayangan yang ditonton bahkan tindakan untuk meniru. Karena intensitas tayangan *reality show* yang tingi dapat menimbulkan ke khawatiran akan terbentukan penerimaan tayangan *reality show* terhadap sikap atau karakter negatif yang kuat.

Salah satu saluran televisi yang menghadirkan tayangan *reality show* yaitu ANTV. ANTV baru saja menayangkan program – program *reality show* terbaru di penghujung 2017. Dimulai dari program Taubat, *Playboy* Jaman *Now*, Bolly Musik Desa, dan Karma yang memberikan tayangan lebih bewarna dan menghibur bagi pemirsa ANTV. Namun dari beberapa program baru yang menyita perhatian dan menarik minat dengan konsep yang unik yaitu “Karma”.

“Karma” merupakan program *reality show* mistik yang mengangkat kisah

nyata bintang tamunya sesuai tanggal lahir. Dimana bintang tamunya atau yang disebut partisipan memiliki latar belakang kisah kehidupan yang berbeda atau lebih menjurus ke aib. Acara ini dipandu oleh Robby Purba dan seorang anak indigo yang dapat membaca kehidupan seseorang hingga masa lalunya yaitu Roy Kiyoshi. Dimana ia akan memberikan konsultasi spiritual saran untuk kehidupan yang lebih positif bagi partisipan.

Selain mengenai problema kehidupan, "Karma" juga lebih sering menampilkan kisah yang berbau mistik seperti : guna – guna, berpacaran hingga menikah dengan roh halus, menyembah setan untuk mencari kekayaan dan banyak lagi kisah yang diluar akal manusia.

Seperti tayangan "Karma" episode 108 mengenai seorang partisipan yang mengkonsumsi Bunga Kantil tiap harinya. Bunga Kantil disebut juga sebagai bunga cempaka putih. Konon, bunga ini dipercaya memiliki unsur magis. Mitos yang berkembang di masyarakat, aroma bunga kantil yang khas sangat disukai oleh kuntilanak, sejenis makhlus halus berjenis kelamin perempuan. Kuntilanak, menurut mitos sering menjadikan pohon kantil sebagai rumah tempat tinggalnya.

Selanjutnya episode 48 yang mengangkat tema pemujaan Dajjal yang dilaukan salah satu partisipan. Dajjal adalalah seorang tokoh dalam eskatologi Islam yang akan muncul menjelang kiamat. Dajal dikatakan kafir dan jahat, pembawa fitnah (ujian) terbesar dan tidak ada ujian yang terbesar selain itu.

Tujuan dari *reality show* untuk menghibur, namun menurut penulis tayangan *reality show* memberikan dampak negatif dan positif. Dampak positif dapat menimbulkan rasa empati dan sosial terhadap orang lain. Selanjutnya,

dampak negatif yaitu penerimaan pandangan masyarakat mengenai konten yang di luar dari norma dan etika. Contohnya mengenai percintaan yang kurang mendidik, terutama di tayangan "Karma" mengenai hal - hal berbau gaib yang tidak bisa dijelaskan dan dibuktikan oleh akal sehat.

Seiringnya era modernisasi di kehidupan berkembang juga pola pikir masyarakat bukan semakin membelakangi zaman yang ada dengan menyaksikan tayangan mistis dan berdampak mempercayainya.

Hal ini harus mendapatkan sorotan karena sudah memasuki abad 20 dimana peranan teknologi dan rasionalitas menjadi ujung tombak perubahan sosial, namun kepercayaan pada hal mistik masih menjadi bagian yang membentuk kepribadian dan kepercayaan masyarakat. Sekalipun berbagai bentuk kepercayaan mistik serta fenomenanya namun bagi masyarakat di negara maju bukan lagi menjadi sebuah kultur yang mendominasi pola pikir dan perilaku masyarakatnya.

Reality show msitik merupakan program yang terkait dengan hal - hal supernatural menyajikan terkait dengan dunia gaib, paranormal, klenik, praktik spiritual magis, mistik dan kontak roh dan lain – lain. Program mistik merupakan program yang paling di ragukan realitasnya. (Morissan, 2008:218).

Disamping itu, tayangan *reality show* mistik khususnya "Karma" cenderung menekankan tayangan yang kurang etis dan mendidik. Yang dimaksud dengan tidak etisnya dalam penelitian yaitu tayangan yang berbau msitik dimana tayangan ini tidak bisa dijelaskan kebenerannya dan sulit diterima oleh akal sehat. Seolah dapat berinteraksi dengan makhluk astral, masyarakat seharusnya memperoleh pendidikan. Tetapi masyarakat dibuat takut dan mempercayai hal berbau mistik

sehingga menimbulkan kesyirikan.

Padahal sudah dijelaskan dalam UU No. 32 Tahun 2002 pasal 36 ayat 1 tentang penyiaran disebutkan dalam setiap isi siaran di media massa wajib mengandung informasi, pendidikan, dan hiburan. Selain itu disebutkan juga isi siaran harus bermanfaat untuk pembentukan intelektualitas, serta mengamalkan nilai agama dan budaya Indonesia.

Bahkan banyak masyrakat pun berpendapat bahwa kurang mendidiknya tayangan KARMA. Berbagai macam aduan sampai aspirasi disampaikan masyarakat melalui website KPI (Komisi Penyiaran Indonesia) di segmen pojok aduan, demi tujuan meningkatkan tayangan yang lebih baik. Berikut penulis memberikan contoh aduan masyarakat di kpi.go. id :

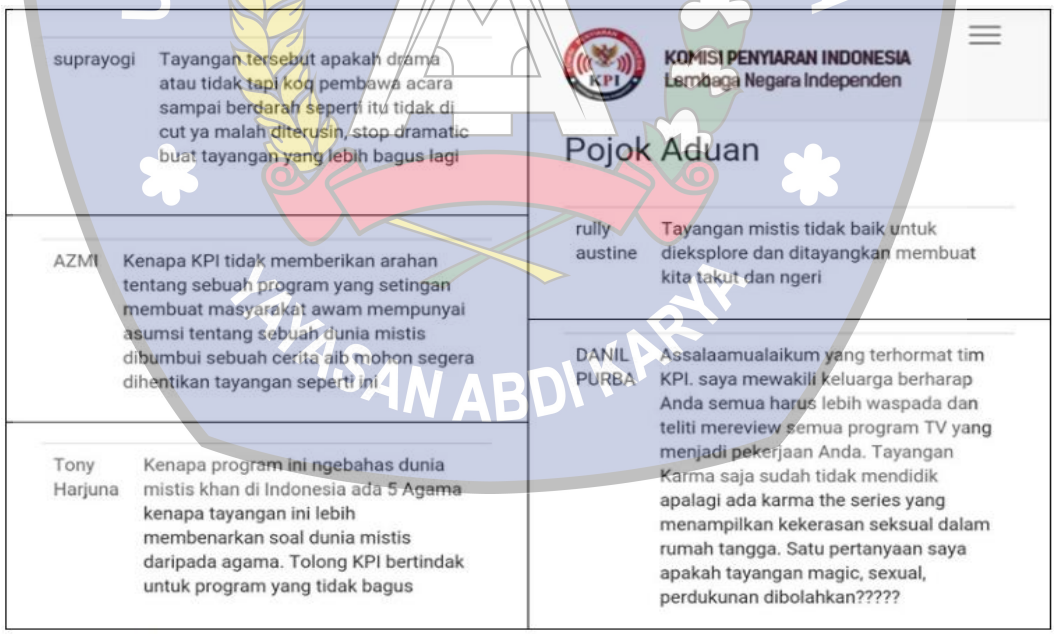

Foto: kpi.go.id

Gambar 1.1 kumpulan aduan tayangan Karma di kpi.go.id (sumber media.iyaa.com)

Berbagai aduan yang terdapat di kpi.go.id mengenai “Karma”, bahwa program ini banyak mengandung unsur negatif yang tidak layak dikonsumsi oleh

masyararakat. Tetapi meskipun banyak aduan yang mengarah kepada program ini tidak menghentikan peminat masyarakat untuk menyaksikan acara ini.

Rating merupakan ujung tombak audiens yang dijadikan nilai ukur suatu program. Televisi cenderung berkiblat pada *rating* yang menentukan layak atau tidaknya suatu program. Dan *rating* menentukan nilai jual kepada para pengiklan. Semakin tinggi *rating*, semakin besar pula minat para pengiklan untuk mensponsori sebuah acara meskipun dengan harga tinggi.

Faktanya program "Karma" dapat diterima masyarakat, walaupun banyak aduan yang ditujukan. *Rating* "Karma" menjadi nomor satu dibandingkan dengan *reality show* lainnya. Terlebih "Karma" mengungguli sinetron yang sedang hangat pada saat ini yaitu Anak Langit di SCTV, hasil ini diambiln dari penghitungan rating harian akun Instagram @rating_tv,

Gambar 1.2 *rating reality show* 27 Maret 2018 (sumber @rating_tv)

Penulis tertarik untuk meneliti salah satu program acara televisi diatas yaitu tayangan “Karma”. Dimana tayangan *reality show* “Karma” yang mengandung konsep hal mistik mendapat *rating* yang tinggi menjadikan poin tersendiri untuk dapat mengetahui perasaan khalayaknya hingga menarik untuk diteliti.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang mendasari penelitian ini, maka timbul pertanyaan yang dianggap penting oleh penulis guna untuk mendapatkan informasi penting dalam menyelesaikan penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana pandangan khalayak mengenai tayangan *reality show* “Karma” ?
2. Bagaimana khalayak mendeskripsikan pendapatnya mengenai tayangan tersebut ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian sesuai dengan pertanyaan dalam penelitian ini, yaitu

1. Untuk mengetahui pandangan khalayak mengenai tayangan *reality show* “Karma”
2. Untuk mengetahui khalayak mendeskripsikan pendapatnya mengenai tayangan tersebut.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan nantinya berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan ilmiah di bidang jurnalistik dan komunikasi serta dan berkaitan dengan masalah - masalah resepsi terhadap program tayangan “Karma” di ANTV.

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
YAYASAN ABDI KARYA

Serta berkenan dengan penelitian ini, diharapkan juga menjadi bahan refrensi tambahan bagi para peneliti selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini dapat memberikan wawasan kepada penulis dan diharapkan dapat memberikan masukan kepada semua media khususnya media televisi tentang fungsi sebenarnya.

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
YAYASAN ABDI KARYA