

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di zaman yang modern ini sebagian manusia selalu melakukan komunikasi secara baik dengan manusia yang lainnya. Komunikasi di zaman modern ini pun sangat banyak dikembangkan dengan adanya sarana dan prasarana yang canggih sehingga dapat menunjang cara berkomunikasi dengan sangat baik. Sarana yang dimaksud atau media untuk berkomunikasi tersebut, adalah media massa pers, televisi, radio, dan lain sebagainya.¹ Dalam hal ini proses media massa ini pun semakin banyak dijadikan objek studi. Adapun gejala ini seiring dikaitkan dengan meningkatnya peran media massa itu sendiri, dimana sebagai suatu institusi sangat penting di dalam masyarakat. Hal ini pun sangat bertitik tolak dari asumsi yang pada dasar adalah media memiliki fungsi penting didalamnya. Misalnya saja media televisi yang pada umumnya dipandang sebagai barang mainan saja atau dipandang sebagai sesuatu hal yang baru, dari pada sebagai penemuan yang serius atau suatu yang memberikan sumbangan terhadap kehidupan sosial. Keduanya pun lahir dengan memanfaatkan semua media yang sudah ada sebelumnya.

Seperti yang dijelaskan di atas bahwa media memiliki fungsi utama yang harus mereka sampaikan kepada khalayak, terlebih lagi pada media televisi, di mana media televisi ini mempunyai daya tarik yang lebih tinggi sebagai media elektronik, dibandingkan dengan radio yang sifatnya auditif (hanya dapat didengarkan) sedangkan televisi memiliki unsur visual atau gambar yang memang bergerak, sehingga segalanya seolah-olah terlihat “hidup” dan *audiens* merasa seperti ikut di

¹ Indah Suryawati, *Jurnalistik Suatu Pengantar : Teori dan Praktek* (Bogor, Ghalia Indah Indonesia: 2011), hal 37.

dalamnya. Pada perkembangannya televisi selain memberikan informasi juga menayangkan acara-acara hiburan yang pada umumnya dapat mempengaruhi sikap, pandangan, persepsi dan perasaan bagi yang menontonnya.

Di Indonesia, dunia pertelevisian semakin lama semakin berkembang pesat, hal ini terbukti dari bermunculan pertelevisian swasta di Indonesia. Dan di Indonesia pertelevisian pertama kali ditandai dengan lahirnya televisi milik pemerintah yakni TVRI, pada akhir tahun 1962, dilanjutkan tahun 1989 yang mengacu pada SK Menteri Penerangan No. 190/Kep/1987 Oktober 1987 tentang izin pembukaan saluran televisi swasta, maka munculah RCTI (1989), SCTV (1990), TPI (1991) kini sudah berubah menjadi MNC, ANTV (1993), Indosiar (1995), Metro TV (2000), TV 7 (2001), Trans Tv (2002), Global Tv (2002), Tv One (2008). Lahirnya televisi swasta ini disambut oleh Pers Indonesia sebagai alternatif yang akan memperbaiki kualitas dan tayangan TVRI.²

Pada dasarnya, siaran bukanlah sekedar tontonan, tetapi juga suatu kenyataan yang sering di uji secara biologis dan normatif. Oleh karenanya pengelola televisi tidak hanya melayani motif-motif psikologis yang lazim bagi dunia tontonan, tetapi juga harus memperhitungkan idealog dan norma yang dianut sebagian besar dalam masyarakat, walaupun persaingan di dunia pertelevisian semakin ketat. Semakin banyaknya stasiun televisi baru menambah ketatnya persaingan terutama di segmen hiburan, dari situlah banyak televisi swasta nasional kita yang melakukan terobosan baru agar dapat tetap eksis di dunia pertelevisian dan meraih *rating* yang tinggi.

Dalam kaitannya ada salah satu program siaran televisi di segmen hiburan yang sangat menarik untuk dicermati secara seksama acara tersebut adalah *reality*

² P. Kitley, *Kontruksi budaya bangsa di layar kaca*. (Jakarta, Institut Studi Arus Informasi: 2001) hal 268

show. Dimana *reality show* disini adalah program acara yang dibintangi oleh beberapa orang-orang yang bukan aktor dan bahkan aktris, tetapi dalam program acara tersebut masih diatur oleh skenario yang di tulis oleh seorang produser. *Reality show* ini pun secara istilah berarti sebuah pertunjukan yang asli (*real*), tidak rekayasa, dan tidak berbuar apa adanya dapat dikatakan bahwa acara ini benar adanya, yaitu realitas dari masyarakat itu sendiri. Namun pada kenyataannya *reality show* ini mengalami perubahan dari konsep aslinya, dan hampir saja menjadi simpang siur atas kebutuhan pemirsa yang mungkin menginginkan suatu program *reality show* dengan konsep apa adanya tanpa adanya rekayasa, sehingga mereka akan lebih nyaman menyaksikan tayangan tersebut. Dalih sebuah tayangan *reality show*, akan tetapi pada dasarnya semua hal tersebut supaya dapat membuat penonton terharu dengan dilakukannya penambahan (rekayasa) agar alur ceritanya menjadi sendu dan menarik untuk disaksikan.³

Reality show genre ini adalah acara televisi yang menggambarkan sebuah adegan yang seakan-akan benar-benar berlangsung tanpa adanya skenario, dengan menggunakan pemain yang pada umumnya khalayak biasa saja, namun acara realitas pada umumnya menampilkan kenyataan yang dimodifikasi atau dirubah sedemikian rupa, seperti menaruh partisipan di lokasi-lokasi eksotis atau situasi-situasi yang tidak lazim, memancing reaksi tertentu dari pemirsanya dan melalui penyuntingan dan teknik-teknik pasca produksi sehingga mampu membuat para penonto bertanya-tanya.

Reality show adalah sebuah pertunjukkan yang asli (*real*), dan tidak di rekayasa bahkan tidak dibuat-buat, kejadian diambil dari kehidupan keseharian masyarakat yang apa adanya menjadikan acara ini menjadi acara nampak real atau nyata. *Reality show* sendiri merupakan salah satu gaya atau aturan di dalam

³ <https://www.scribd.com/doc/24395387/Marketing-Ethics-Paper-reality-Show>

pertelevisian yang menampilkan “*real life*” seseorang, *reality show* ini juga tidak mengekspos kehidupan orang lain, tetapi juga menjadi sebuah ajang kompetisi atau bukan program yang menjahili seseorang.

Program *reality* sebagai perekaman dari kegiatan-kegiatan kehidupan seseorang atau sebuah group, yang memiliki usaha untuk menstimulasi kegiatan kehidupan yang nyata melalui berbagai bentuk rekonstruksi dramatis dalam penggabungan kesemuanya ke dalam suatu program televisi yang dikemas secara menarik sehingga dapat menarik perhatian penonton.

Banyaknya tampilan-tampilan hiburan dan *infotainment* mengakibatkan keberadaan *reality show* yang kerap menampilkan tayangan-tayangan kehidupan seseorang secara vulgar menjadi tontonan yang berbeda. Ada beberapa program-program *reality show* yang tayangannya seperti komedi bakat, yang berbau mistis, ajang mencari jodoh/cinta, bahkan melakukan *bullying* kepada seseorang. Dari sini dapat disimpulkan bahwa sebuah tayangan *reality show* memiliki beberapa cara penyajian, tidak hanya menyajikan dalam kisah kehidupan seseorang, tetapi juga sering digunakan sebagai sebuah ajang kompetisi, dan bahkan digunakan untuk menjahili seseorang, sehingga dapat menarik perhatian para penonton. Ada juga sebuah tayangan yang selalu digabungkan dengan hal *mistisme*, atau dapat juga disebut sebagai *reality show* seperti dalam acara “Menembus Mata Batin” yang ditayangkan oleh sebuah stasiun televisi yakni ANTV.

Adapun tayangan *Menembus Mata Batin* ini dipandu oleh Bayu Oktara sebagai acara dan Roy Kiyoshi sebagai cenayang (Penerawang). Dapat dijelaskan bahwa acara ini adalah kelanjutan dari acara *reality show* “KARMA” yang juga ditayangkan di ANTV. Dalam acara Menembus Mata Batin ini terlihat bahwa seorang Bayu Oktara akan memperkenalkan pasiennya kepada *audiens*. Pasien di sini



memiliki beragam masalah yang berbeda-beda, dari hal yang berbau mistis hingga suatu ajaran yang sesat.

Setelah pemaparan tersebut terkadang adegan yang menampilkan suatu yang mistis, sesuatu yang menunjukkan bahwa seseorang yang dibaca kehidupannya tersebut tidak jauh dari hal mistis, misalnya mendapat kiriman jin atau santet dari orang yang tidak suka terhadap orang tersebut. Dalam *reality show* ini pun Roy Kiyoshi terkadang mengalami hal-hal yang di luar nalar manusia, mulai dari muntah darah karena tidak kuat menahan aura panas dari makhluk halus yang ada disekitarnya atau bahkan orang yang sedang dibaca kehidupannya tersebut. Hal mistis semakin diperkuat dengan desain audio studio yang dibuat serba gelap, musik yang mencekang atau musik yang terdengar mistis pun menambah ketegangan para *audiensnya*.

Di sisi lain, *acara* ini mengandung banyak pertentangan ditengah-tengah para audiensnya, ada yang berada pada posisi kontra maupun pro terhadap tayangan tersebut, mereka beranggapan bahwa *acara* tersebut melanggar norma agama dan norma dalam kepribadian seseorang. Dari hal inilah maka akan menimbulkan suatu persepsi dari dari setiap audiens tersebut. Persepsi tersebut pun dianggap bersifat kontroversial sebab setiap individu mempunyai pandangan yang berbeda antara satu dengan yang lain.

Adapun pengertian persepsi itu sendiri adalah sebuah inti dari komunikasi atau bisa diartikan bahwa persepsi merupakan inti yang tertuju pada penyediaan bolak-balik (*decoding*) dalam proses berkomunikasi, hal ini dapat dikatakan juga jika persepsi itu adalah suatu pernyataan atau sikap terhadap rangsangan (stimulus) yang diberikan, kemudian timbul respon dari komunikan dan setelah itu akan mengalami proses yang dinamakan Persepsi.⁴

⁴ Mulyana, *Metode Penelitian Komunikasi*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008) hal 108

Fenomena yang terjadi diatas disebabkan karena pemirsa atau audiens adalah sasaran komunikasi melalui television siaran yang heterogen dan masing-masing televisi mempunyai mereka yang berbeda satu sama lain. Mereka berbeda dalam latar belakang pada sosial dan kebudayaan, sehingga pada gilirannya berbeda pula dalam pekerjaan, pandangan hidup, agama, kepercayaan, pendidikan, cita-cita, keinginan, kesenangan, dan lain sebagainya.

Tayangan ini pun sebenarnya sudah mendapatkan teguran oleh Komisi Penyiaran Indonesia. Di mana teguran tertulis dengan nomer surat 520/K/KPI/31.2/10/2018 ini berisikan teguran bahwa tayangan tersebut terlalu vulgar dalam menampilkan sesuatu yang berbau mistis, sehingga bisa saja menimbulkan kerugian bagi penontonnya.

Tidak hanya sekali pada tanggal 31 Desember 2018 KPI kembali memberikan teguran yang kedua di media sosial IG, pada teguran kali ini lebih memusatkan tentang perlakuan yang tidak ada sensor sama sekali, di mana tayangannya menunjukkan bahwa seorang tamu atau pasien dari Roy Kiyoshi memakan anak tikus secara hidup-hidup. Dan hal ini saat tidak layak untuk dipertontonkan.

Oleh karena itu banyak pendapat atau opini-opini yang timbul dari para penontonnya. Dalam hal ini, mahasiswa juga dipandang sebagai pemirsa atau penonton tayangan tersebut. Mahasiswa Institut Pesantren KH. Abdul Chalim (IKHAC) adalah salah satu dari sekian penonton yang juga ikut andil menyaksikan program acara Menembus Mata Batin di ANTV tersebut. Hal inilah yang menggugah peneliti untuk meneti bagaimana persepsi mahasiswa IKHAC terhadap tayangan *reality show* Menembus Mata Batin tersebut.



1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah bagaimana persepsi mahasiswa Institut Pesantren KH. Abdul Chalim (IKHAC) Pacet, Mojokerto tentang program acara *reality show* Menembus Mata Batin di ANTV?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa Institut Pesantren KH. Abdul Chalim (IKHAC) Pacet, Mojokerto tentang program acara *reality show* Menembus Mata Batin di ANTV.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun penelitian ini juga memiliki manfaat tersendiri, di mana manfaat tersebut terbagi menjadi dua yakni, manfaat akademis dan manfaat praktis.

1.1.1 Manfaat Akademis

Menurut peneliti, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadikan wawasan pengetahuan ilmiah sekaligus menambah wawasan pengetahuan di bidang komunikasi dan media massa.

1.1.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan atau referensi, sekaligus menjadi pembanding untuk penelitian selanjutnya yang memiliki objek atau permasalahan yang sama, yaitu seputar persepsi mahasiswa terhadap tayangan *reality show* di sebuah stasiun televisi.

