BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media televisi memberikan begitu banyak acara *reality show* yang menawarkan berbagai macam kemungkinan untuk menjadi terkenal secara instan. Seperti halnya pada stasiun TRANS TV yang sering kali menayangkan program-program *reality show* salah satunya yaitu "Katakan Putus".

"Katakan Putus" ditayangkan sejak 04 Mei 2015 hingga sekarang. Pada 19 Mei 2017 ini *reality show* "Katakan Putus" sudah mencapai 488 episode. Yang di mana dalam setiap bulannya dilakukan *shooting* striping untuk membuat 5 episode di setiap minggunya. Target *audience* utama dari "Katakan Putus" adalah wanita, usia 10-19 tahun yang berasal dari kelas ekonomi menengah dan menengah kebawah.

Adapun penyebab awal mula munculnya program *reality show* "Katakan Putus" yaitu dari banyaknya anak muda yang sering kali menggunakan atau mengucapkan kata baper (bawa perasaan). Kata baper (bawa perasaan) sering kali digunakan atau diucapkan sebagai kata yang mewakili perasaan anak muda zaman sekarang. "Katakan Putus" tersebut ditayangkan setiap Senin-Jumat mulai pukul 15.00 hingga pukul 16.00 WIB. Fakta ini disampaikan oleh Ricardo Andreas, selaku produser "Katakan Putus".

"Katakan Putus" adalah sebuah program yang ber*genre reality show* yang mempunyai tujuan untuk membantu para klien yang ingin memutuskan hubungan dengan pasangannya. Di dalam program Katakan Putus ini dapat membantu anda memutuskan pasangan anda dengan cara yang berbeda. Program "Katakan Putus" ini dipandu oleh Komo Ricky, Karina Nadila, Brigitta Cyhthia, Susan Sameeh.

Gambar 1.1

***Entag* program "Katakan Putus"**

Sumber: (http://www.transtv.co.id/index.php/programs/view/14/653)

Penayangan *reality show* "Katakan Putus" ini menuai sukses yang sangat besar dengan memecahkan rekor dalam peringkat pemirsa selama (periode Januari-Agustus 2016), mereka meraih *rating* pemirsa tertinggi, berada di posisi teratas untuk acara *reality show* yang tayang dalam waktu yang sama, yaitu 860,645 *(average number of audience)*, 1.6 untuk *rating* (%), dan 12 untuk *share* (%). Angka ini memecahkan rekor penonton tertinggi program *reality show* (menurut Nielsen *Company* Indonesia). Dari penjelasan di atas, berikut ditampilkan tabel mengenai program *rating* (periode Januari-Agustus 2016):

Tabel 1.1

Program *Rating Reality Show* "Katakan Putus" (periode Januari-Agustus 2016)

PROGRAM PROFILE: KATAKAN PUTUS, JANJI SUCI RAFFI & GIGI, DIARY LAUDYA CYNTHIA BELLA BOCAH PEJUANG, INCREDIBLE STORIES (TRANS), people5+, 11 cities JANUARI - AGUSTUS 2016

nielsen

Analysis	: Programmes
Selected date(s)	: 01/01/2016 - 31/08/2016
Selected channel(s)	: TV One
Selected day part(s)	: 02.00.00 - 25.59.59 (All Days);
Selected market(s)	: Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, Medan, Makassar,Yogyakarta, Palembang, Denpasar, Banjarmasin, Surakarta.
Selected target(s)	: people above 5 years old
Total Individuals (5+, 11 Cities)	: 53,336,699 individuals

Program Rating - people above 5 years old

Program	Program Type	Channel	Average number of audience	Rating (%)*	Share (%)**
Katakan Putus	Entertainment Reality Show	Trans	860,645	1.6	12
Janji Suci Raffi & Gigi	Entertainment Reality Show	Trans	565,067	1.1	7
Diary Laudya Cynthia Bella	Information: Travel/Lifestyle/Leisure	Trans	491,256	0.9	5.5
Bocah Pejuang	Entertainment Reality Show	Trans	311,500	0.6	6.7
Incredible Stories	Information: Documentary	Trans	287,313	0.5	6.1

Source : Nielsen
*** Percentage of average number of audience towards TV population**
****Percentage of average number of audience towards total TV viewers**

Sumber: (Nielsen *Company* Indonesia)

Berdasarkan frekuensi tayangan "Katakan Putus" selama (Periode Juli-September 2016) tema yang sering dijadikan jalan cerita yaitu Perubahan Sikap pada Pasangan. Berikut ini adalah tabel mengenai tema *reality show* "Katakan Putus" (Periode Juli - September 2016)

Tabel 1.2

Tema *Reality Show* "Katakan Putus" (Periode Juli - September 2016)

NO	Tema	Jumlah Episode
1	Games	1
2	Aplikasi atau Media Sosial (Vlog, Blog)	3
3	LDR (*Long Distance Relationship*)	4
4	Perubahan Sikap pada Pasangan	40
5	Sahabat	8
6	*Bully*	2
7	Cinta Pertama	2
8	HTS (Hubungan Tanpa Status)	1
9	*Backstreet*	1
10	Gagal *MoveOn*	2
11	Keraguan	1
12	Komunikasi	1

Sumber: (Olahan Penulis)

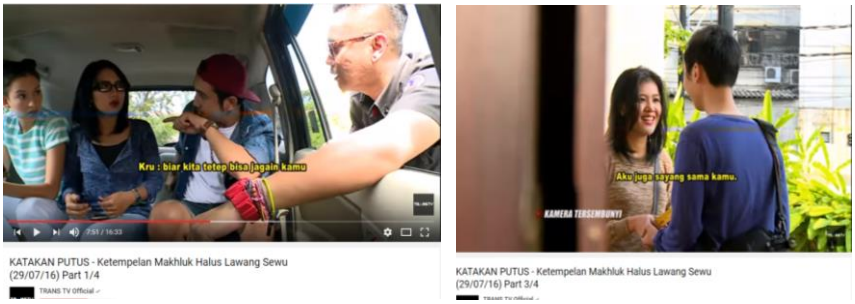
Berdasarkan tabel di atas dapat dikatakan bahwa tema yang sering dijadikan jalan cerita selama (Periode Juli - September 2016) yaitu Perubahan Sikap pada Pasangan. Ada banyak faktor yang menyebabkan terjadinya perubahan sikap di dalam menjalankan sebuah hubungan diantaranya faktor dari lingkungan baru. Faktor dari lingkungan baru tersebut secara tidak langsung akan menemukan hal-hal baru yang pada suatu saat nanti akan menimbulkan rasa kenyamanan yang berbeda dari sebelumnya sehingga akan terjadi perubahan sikap pada pasangan di dalam sebuah hubungan yang sedang mereka jalankan. Yang di mana selama (Periode Juli - September 2016) tema Perubahan Sikap pada Pasangan itu sudah mencapai 40 episode yang ditayangkan di TRANS TV dengan judul beragam diantaranya *Pacar Berubah Semenjak Pindah Sekolah, Kisah Cinta Cowok Pesolek, Di Putusin Pacar karena Hal Konyol, Ketempelan Makhluk Halus Lawang Sewu, Rebutan Cewek Tajir*, dan lain-lain.

Setiap episode yang ditayangkan oleh *reality show* Katakan Putus akan di*upload* ke dalam akun youtube *official* TRANS TV termasuk di dalamnya salah satu judul yaitu "Ketempelan Makhluk Halus Lawang Sewu." Alasan penulis

memilih judul ini sebagai aspek untuk mendapatkan makna romantisme dalam *reality show* Katakan Putus dikarenakan jumlah *viewers* untuk "Ketempelan Makhluk Halus Lawang Sewu" sudah mencapai 843.141x tayang.

Gambar 1.2

Cuplikan Adegan Katakan Putus versi " Ketempelan Makhluk Halus Lawang Sewu"



Sumber: (TRANS TV *Official* Youtube. Diakses pada 13 Oktober 2016 pukul 16.00 WIB)

"Ketempelan Makhluk Halus Lawang Sewu" ditayangkan pada 29 Juli 2016 di youtube *official* TRANS TV. Dalam judul tersebut terdapat seorang wanita bernama Winda sebagai klien yang melaporkan dan menceritakan mengenai masalah yang sedang terjadi di dalam hubungannya. Masalah yang terjadi di dalam hubungan Winda yaitu kekasihnya bernama Aryo tiba-tiba menghilang selama 3 minggu dan tidak ada kabar sama sekali.

Awal mula penyebab menghilangnya Aryo selama 3 minggu ini adalah setelah pulang liburan dari Lawang Sewu. Aryo menjadi berubah karena Winda diduga ketempelan dengan makhluk halus yang berasal dari Lawang Sewu. Tidak hanya itu Winda juga mengatakan bahwa Aryo pernah bermimpi kalau Winda masih mendekati Aryo, Aryo akan mendapatkan musibah dan celaka. Tetapi, di balik semua itu ternyata ada pihak ketiga di dalam hubungan mereka.

Di dalam salah satu penelitian terdahulu yang penulis temukan disebutkan bahwa terdapat berbagai program acara televisi dari waktu ke waktu terus mengalami perkembangan baik dari segi bentuk, isi, format, kualitas, dan intensitas siaran. Pada awal kemunculannya, program televisi tidak berkembang seperti saat ini. Isi dan format siaran masih ditentukan oleh pemerintah dan aparatnya. Sedangkan, saat ini kemunculan berbagai stasiun televisi swasta telah

melahirkan program-program acara yang lebih variatif dan kreatif. Dalam hal ini jam tayang, program televisi awalnya masih dibatasi, tidak seperti sekarang yang mampu tayang hingga 24 jam setiap harinya. Hal tersebut mendorong munculnya berbagai jenis program acara seperti program berita, *talkshow*, sinetron, musik, *reality show*. Salah satu dari program acara tersebut yaitu *reality show*. Di mana menurut artikel dari liputan6.com *reality show* merupakan sebuah program acara yang menjadi tayangan *favorite* bagi penonton dikarenakan *reality show* mempunyai sebuah konsep cerita yang tidak jauh berbeda dengan kehidupan sehari-hari para penonton, fakta ini disampaikan oleh Deddy Faizal selaku produser dari salah satu program *reality show* di TRANS TV.

Sesuai dengan penjelasan di atas mengenai banyaknya stasiun televisi swasta yang telah melahirkan program-program acara yang lebih variatif dan kreatif secara tidak langsung akan mendorong berbagai jenis program acara seperti program berita, *talkshow*, sinetron, musik, *reality show*. Menurut *survey* yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) yang disampaikan oleh anggota komisi X Dadang Rusdiana didapatkan informasi bahwa masyarakat Indonesia lebih gemar menonton televisi sebesar 90,27 % sedangkan, 18,94 % yang gemar membaca. Melalui hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa dengan banyaknya program acara yang bermunculan tersebut dapat meningkatkan kegemaran masyarakat Indonesia dalam menonton televisi dibandingkan dengan membaca.

Menurut penelitian terdahulu yang penulis temukan didapatkan televisi juga memiliki peranan yang cukup penting dalam mensosialisasikan nilai-nilai tertentu, termasuk di dalamnya hubungan romantis antara pria dan wanita. Televisi dengan segala kelengkapan teknologinya memiliki kemampuan untuk menciptakan realitas tangan kedua (*second hand reality)*, khususnya realitas mengenai hubungan romantis. Realitas mengenai hubungan romantis dapat digambarkan melalui tayangan *reality show*.

Berdasarkan salah satu jurnal yang penulis temukan disebutkan bahwa tayangan *reality show* pertama kali diproduksi oleh stasiun televisi Amerika Serikat yang kemudian diadaptasi dalam berbagai tema oleh berbagai stasiun-stasiun televisi dari berbagai Negara, termasuk Indonesia. Tayangan *reality show* memiliki ciri khas yang berbeda dari jenis tayangan-tayangan lain yaitu dibintangi

oleh orang-orang yang bukan aktor atau aktris, tetapi walaupun demikian program acara tersebut masih diatur oleh skenario yang ditulis oleh produser. Tayangan *reality show* dengan cepat menyebar hampir pada semua stasiun televisi. Berbagai tema pun diambil untuk dijadikan tayangan *reality show*. Mulai dari tema kehidupan asmara anak muda, kehidupan selebriti, sulap, kemiskinan, sampai pada tema humor.

Penulis menemukan bahwa dalam salah satu penelitian terdahulu yang menyebutkan bahwa di dalam tayangan *reality show* pasti tidak akan pernah lepas dari persoalan mengenai adegan seorang wanita dan pria yang hadir dalam suasana bersifat romantis, seperti halnya pada tayangan dari *reality show The Bachelore*, *The Bachelorette*, *Joe Millioner*, bahkan *Joe Millioner* juga pernah dibuat versi Indonesianya, yaitu *Joe Millioner* Indonesia yang ditayangkan di RCTI pada tahun 2005. *Reality show* tersebut menceritakan bagaimana seorang wanita atau pria mencari pasangan mereka, berdasarkan pilihan atas kontestan yang mengikuti *reality show* tersebut. Dalam acara ini, ditayangkan proses pemilihan pasangan melalui kegiatan-kegiatan yang umumnya bersifat romantis. Adegan seorang wanita dan pria hadir dalam suasana romantis tersebut akan mempunyai makna yang berbeda-beda bagi setiap *audience* yang menontonnya. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) kata cinta didefinisikan sebagai hubungan antara pria dan wanita berdasarkan kemesraan, tanpa ikatan berdasarkan adat dan hukum yang berlaku. Sedangkan, romantis didefinisikan bersifat seperti dalam cerita *roman* (percintaan), bersifat mesra, dan mengasyikkan. Berdasarkan definisi kata cinta dan romantis maka dapat dikatakan bahwa cinta dan romantis memang terkait satu sama lain.

Masih banyak orang yang belum menyadari bahwa ide tentang romantisme dalam kaitannya dengan hubungan antara pria dengan wanita kebanyakan dikonstruksi oleh media. Misalnya gagasan mengenai cinta dan romantisme dapat ditemukan pada produk-produk budaya populer media massa seperti lagu, buku-buku psikologi, iklan, novel, dan sebagainya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa media massa dalam hal ini berperan besar dalam memperkuat sekaligus melanggengkan gagasan mengenai romantisme.

Media massa adalah alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada *audience* yang luas dan heterogen. Kelebihan media massa dibanding dengan jenis komunikasi lain adalah ia bisa mengatasi hambatan ruang dan waktu. Bahkan media massa mampu menyebarkan pesan hampir seketika pada waktu yang tak terbatas (Nurudin, 2014: 9).

Komunikasi massa adalah studi ilmiah tentang media massa beserta pesan yang dihasilkan, pembaca/pendengar/penonton yang akan coba diraihnya, dan efeknya terhadap mereka. Komunikasi massa merupakan disiplin kajian ilmu sosial yang relatif muda jika dibandingkan dengan ilmu psikologi, sosiologi, ilmu politik, dan ekonomi (Nurudin, 2014: 2).

Penelitian ini menggunakan metode analisis resepsi. Analisis resepsi khalayak atau *audience* memahami proses pembuatan makna (*making meaning process*) yang dilakukan oleh *audience* ketika mengkonsumsi tayangan sinema atau program film seri di televisi, misalnya. Analisis resepsi digunakan untuk melihat dan memahami respon, penerimaan, sikap, dan makna yang diproduksi atau dibentuk oleh penonton atau pembaca majalah atau novel-novel romantis misalnya terhadap konten dari karya *literature* dan tulisan dalam majalah. Asumsi dasar dari analisis resepsi adalah konsep khalayaknya aktif. Khalayak aktif adalah khalayak yang mempunyai otonomi untuk memproduksi dan mereproduksi makna yang ada di dalam tayangan sebuah film atau drama-drama seri yang ditontonya, dan juga cerita dalam novel yang dibacanya. Hall (dalam Ida, 2014: 161-162) berpendapat tentang teori *encoding* dan *decoding* sebagai proses khalayak mengkonsumsi dan memproduksi makna dalam proses penerimaan atas konten media massa yang dikonsumsinya

Dari pemaparan diatas dapat dikatakan bahwa sebuah program yang ditayangkan di televisi dapat memberikan atau menghadirkan suatu makna bagi penikmatnya. Dan makna tersebut akan dicerna serta diinterprestasi sedemikian rupa berdasarkan kemampuan maupun latar belakang pengalaman serta pengetahuan dari penontonnya. Seperti halnya pada tayangan *reality show* "Katakan Putus" yang dimana tayangan *reality show* "Katakan Putus" tersebut sengaja dikemas dengan ringan dan menarik dan bercerita tentang kehidupan asmara anak muda khususnya dikalangan remaja. Dengan jalan cerita yang

sengaja dikemas dengan ringan dan menarik maka penonton dengan mudah dapat memahami dan menyerap nilai-nilai positif dari tayangan *reality show* Katakan Putus tersebut. Maka dari itu penulis ingin melakukan penelitian mengenai "Makna Romantisme dalam *Reality Show* TRANS TV (Analisis Resepsi Penonton pada Tayangan *Reality Show* "Katakan Putus")".

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka permasalahan yang akan dikaji lebih dalam pada penelitian ini adalah: Bagaimana penonton meresepsi makna romantisme yang terdapat pada tayangan *reality show* "Katakan Putus"?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu: untuk mendeskripsikan resepsi penonton mengenai makna romantisme yang terdapat pada tayangan *reality show* "Katakan Putus".

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh penulis diharapkan dapat memberikan manfaat terhadap beberapa aspek terkait, diantaranya:

1. **Aspek Teoritis**

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu yang terkait dengan Ilmu Komunikasi khususnya teori yang berkaitan dengan mengkaji khalayak media dengan metode penelitian resepsi.

2. **Aspek Praktis**

   - Penulis berharap hasil penelitian ini dapat memberikan saran bagi produksi program acara di TRANS TV agar sesuai dengan prinsip Lembaga Penyiaran Publik.
   - Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi para peneliti selanjutnya yang mengambil tema sama agar dapat melengkapi hal-hal yang menjadi kekurangan dalam penelitian ini.

1.5 Tahapan Penelitian

Ada beberapa tahapan yang dilakukan dalam penelitian ini yang digambarkan pada tabel berikut:

Tabel 1.3

Tahapan Penelitian

No	Tahapan Bab 1-Bab 3	Tahun 2016					Tahun 2017					
		Agu	Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun
1.	Mencari topik dan menentukan tema penelitian, melakukan pengamatan terhadap objek penelitian, mencari referensi.											
2.	Pencarian data awal penelitian, observasi awal, wawancara awal dengan subjek penelitian.											
3.	Penyusunan proposal skripsi Bab 1-3											
4	*Desk Evaluation*											
Tahapan Bab 4 dan Bab 5												
5.	Pengumpulan data melalui wawancara dengan informan.											
6.	Proses analisis dan pengolahan data.											
7	Penyusunan hasil penelitian.											

Sumber: (Olahan Penulis)

1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan melalui studi *literature* dari berbagai sumber, baik buku, maupun penelitian terdahulu yang dilakukan di perpustakaan FKB (Fakultas Komunikasi dan Bisnis) di Universitas Telkom yang dimulai dari observasi hingga pencarian objek dan penyusunan BAB satu hingga BAB lima.

Penulis membutuhkan waktu untuk melaksanakan penelitian ini mulai dari persiapan penyusunan proposal skripsi hingga akhir penyelesaian selama 10 bulan (Agustus 2016 s.d Juni 2017).