

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Media massa dapat memberikan informasi kepada khalayak, lewat media massa khalayak bisa mengkonsumsi informasi yang dibutuhkan. seperti halnya televisi, media elektronik atau media penyiaran ini informasinya dapat dilihat maupun didengar secara langsung oleh khalayak. Televisi mempunyai daya tarik khalayak lewat gambar bergerak dan kekuatan suara, informasi yang disampaikan lebih jelas sehingga khalayak dapat cepat menerima informasi tersebut.

Menurut Adi Badjuri (2010:39) Televisi adalah media pandang sekaligus media pendengar (audio-visual), yang dimana orang tidak hanya memandangi gambar yang ditayangkan televisi, tetapi sekaligus mendengar atau mencerna narasi dari gambar tersebut.

Sedangkan menurut Baksin Askurifai (2009:16) Televisi merupakan hasil produksi teknologi tinggi (*hi-tech*) yang menyampaikan isi pesan dalam bentuk audiovisual gerak. Isi pesan audiovisual gerak memiliki kekuatan sangat tinggi untuk memengaruhi mental, pola pikir, dan tindak individu. Jumlah individu ini menjadi relatif besar bila isi pesan audiovisual gerak ini disajikan melalui media televisi. Saat ini, berkat dukungan teknologi satelit komunikasi dan serat optic, siaran televisi yang dibawa dalam gelombang elektromagnetik, tidak mungkin lagi dihambat oleh ruang dan waktu. Bahkan khalayak sarannya, tidak bersifat lokal, nasional, dan regional, tetapi sudah bersifat internasional atau global.

Dengan hadirnya 12 stasiun televisi saat ini yaitu RCTI, SCTV, INDOSIAR, ANTV, TV ONE, METRO TV, TRANS TV, GLOBAL TV, NET TV, TVRI, TRANS 7, MNC TV, membuktikan bahwa dunia pertelevisian Indonesia berkembang dengan pesat. Dengan berkembangnya dunia pertelevisian saat ini tak luput dari kreatifitas program televisi yang berhasil menarik masyarakat untuk menonton program tersebut, Menurut Naratama dalam buku “Sutradara Televisi: Dengan Angle Dan Multi Camera” (2004:63), mengatakan bahwa program televisi adalah sebuah perencanaan dasar dari suatu konsep acara televisi yang akan menjadi landasan kreatifitas dan desain produksi yang akan terbagi dalam berbagai kriteria utama yang disesuaikan dengan tujuan dan target pemirsa acara tersebut.

Setiap hari stasiun televisi menyajikan berbagai macam jenis program yang berunsur bebas dan diminati oleh khalayak, yang terpenting program tersebut tidak bertentangan dengan kesusilaan, hukum dan mentaati peraturan yang berlaku. Program televisi seperti halnya hiburan berupa acara komedi, acara musik, film asing maupun local, *talk show*, kuis, maupun *reality show*.

Reality show merupakan program acara hiburan yang menunjukkan realita kehidupan dengan berbagai tema yang bisa jadi sesuai kenyataan tanpa ada unsur rekayasa, kejadian diambil dari keseharian kehidupan masyarakat apa adanya. Program Reality show sebagai gambaran kegiatan kehidupan seseorang maupun kelompok untuk menstimulasi kegiatan di kehidupan nyata melalui berbagai kontruksi dan penggabungan ke dalam suatu program televisi yang dikemas secara menarik, yang dimaksud masyarakat disini adalah orang biasa atau orang awam bukan artis.

Seperti halnya menurut (Widyaningrum dan Christiastuti, Agustus,2004) Reality show adalah suatu acara yang menampilkan realties kehidupan seseorang yang bukan selebriti (orang awam), lalu disiarkan melalui jaringan TV, sehingga bisa dilihat masyarakat. Reality show tak sekedar mengekspose kehidupan orang, tetapi juga ajang kompetisi, bahkan menjahili orang. Program ini mampu menaikkan rating stasiun televisi apabila kreatif pada program membuat acara yang menimbulkan pro dan kontra. Masyarakat saat ini lebih tertarik dengan program reality show yang berunsur mistik, dikarenakan budaya masyarakat Indonesia masih percaya akan hal-hal mistik.

Perkembangan masyarakat indonesia sejak zaman dahulu, ketika dinasti-dinasti kerajaan masih berkuasa, sampai sekarang, selalu diwarnai dengan nuansa-nuansa mistik, kepercayaan pada hal-hal irasional. Hal ini merupakan bentuk kebudayaan turun temurun dari nenek moyang (Garna,2000,p.22). Muchtar Lubis mengatakan bahwa, Mempercayai hal-hal gaib, bahkan cenderung “menuhankannya” merupakan ciri khas masyarakat indonesia. Mereka masih percaya pada benda-benda keramat, seperti kekuatan keris pusaka, sumur keramat para Wali Songo. Bahkan masyarakat sampai sekarang masih mempercayai keramat pada tongkat Soekarno, mantan Presiden RI, kepercayaan pada Nyi Roro Kidul di Pantai Selatan Jawa, dan banyak lagi contoh lainnya. (Heldi & Alfitri, 2006,p.192).

Mistik Menurut (Bungin, 2005,p. 158), hubungan realitas “kebatinan” dan kesadaran manusia yang lebih mengutamakan kekuatan pengindraan manusia dalam menafsirkan realitas.

Mistik didalam buku Antropologi Budaya karya Koentjaningrat dijelaskan sebagai aspek ruhaniah dalam diri individu yang meyakini, mempelajari, menghayati, sebuah ajaran agama beserta prakteknya. Namun di Indonesia, khususnya di Pulau Jawa, telah terjadi pergeseran pemahaman makna kata mistik, didalam budaya Jawa sejak lama mistik dikaitkan dengan segala bentuk kepercayaan atas kekuatan diluar manusia namun lebih kepada diluar Tuhan, dengan kata lain individu-individu yang tidak mendapatkan kepuasan atas kehausan spiritual mereka terhadap sebuah ajaran agama maka mereka berpaling kepada hal-hal lain. Disini sayangnya kecenderungan perilaku tersebut mengarah kepada perilaku negatif, dimana pada akhirnya ajaran yang mereka pelajari dan praktekkan semata karena menguntungkan dan memuaskan nafsu individu tersebut secara duniawi.

Sedangkan mistik didalam buku Rahasia Simulasi Mistik Televisi karya Iswandi Syahputra dijelaskan mistik juga mengambil peran dan relasi yang cukup kuat. Artinya, mistik ada dalam sistem budaya, terutama sistem budaya yang berkembang dari sistem kepercayaan tertentu seperti animisme.

Di era teknologi yang maju saat ini, masih ada masyarakat yang menganut budaya animisme. Budaya animisme adalah kepercayaan kepada makhluk halus dan roh merupakan asas kepercayaan agama yang mula-mula muncul di kalangan manusia primitif. Kepercayaan animisme mempercayai bahwa setiap benda di Bumi (seperti pohon besar, batu besar), mempunyai jiwa yang mesti dihormati agar roh tersebut tidak mengganggu manusia, malah membantu mereka dari roh jahat dalam kehidupan seharian mereka. Kepercayaan animisme juga mempercayai

bahwa roh orang yang telah mati bisa masuk ke dalam tubuh hewan. Roh-roh orang yang telah mati juga bisa memasuki tubuh.

Menurut E. B. Tylor, animisme secara umumnya merujuk kepada suatu doktrin tentang roh dan semangat (*Philosophy of Souls and Spirits*). Animisme juga adalah kepercayaan tentang makhluk-makhluk berjiwa yang meliputi dua bentuk, kepercayaan bahwa manusia mempunyai jiwa yang kekal walaupun setelah kematiannya dan kepercayaan bahwa jiwa juga ada.

Dalam konteks masyarakat modern dewasa ini, gejala tersebut menjadi menarik untuk diperbincangkan karena masyarakat Indonesia masih terikat dengan budaya mistiknya. Apalagi ritual mistik dan tempat-tempat yang dianggap keramat kemudian ditayangkan di media massa. Baik berupa film, sinetron, atau bahkan *reality show*. Tayangan sejenis *reality show* dengan menonjolkan reaksi spontan si pelaku, saat ini sedang marak di televisi. Penayangan kisah-kisah makhluk gaib di televisi menimbulkan sejumlah persoalan dan ancaman dalam kehidupan masyarakat, seperti munculnya rasa ketakutan berlebihan, kepercayaan kesaktian benda-benda tertentu, air yang mujarab, orang sakit, dan sebagainya.

Salah satunya adalah tayangan Reality Show “Karma” yang tayang di ANTV yang tayang setiap hari jam 22.30 WIB secara langsung. Jadi dalam tayangan tersebut menceritakan bahwa ada seorang paranormal Roy Kiyoshi yang mengundang beberapa partisipan atau narasumber dari angka 1 sampai 31 menurut dari tanggal lahir mereka masing-masing, untuk menceritakan atau mereka ulang pengalaman pribadi yang sesuai fakta mereka untuk nantinya diberikan solusi dari sang paranormal tersebut.

Tayangan ini menjadi tayangan yang memiliki banyak peminat, rating program berada di posisi puncak. Program yang dipandu Roy Kiyoshi dan Robby Purba ini memperoleh TVR 4,2 dan share 25,8 persen. Selain itu, Karma The series juga mengalami peningkatan dibanding episode perdananya. Program ini berada di peringkat 10 dengan TVR 2,6 dan share 18,6 persen. Sementara itu peringkat kedua diduduki serial India di ANTV Chandra Nandini dengan TVR 4,2 dan share 19,0 persen. Dunia Terbalik (RCTI) naik ke peringkat 3 dengan TVR 4,2 dan share 17,1 persen. Sinetron unggulan SCTV Orang Ketiga di urutan ke-4 dengan TVR 4,0 dan share 19,8 persen. Disusul Anak Langit dengan TVR 4 dan share 15,8 persen. Sedangkan Siapa Takut Jatuh Cinta di peringkat 7 dengan TVR 3,3 dan share 15,8 persen. Sumber : <https://media.iyaa.com//post/2018/03/2144/antv-ultah-karma-sukses-jadi-rating-nomer-1/> diunduh tanggal : 2 Maret 2018

Alasan pemilihan acara Karma sebagai subjek penelitian karena tayangan Karma memiliki keunikan dibandingkan dengan tayangan mistik lainnya. Karma memiliki konsep yang berbeda yaitu mengungkap kesalahan masa lalu seseorang dengan bantuan sang paranormal. Karma merupakan program reality show bertema mistik yang ditayangkan oleh ANTV sejak 24 Desember 2017, acara ini ditayangkan berdasarkan acara televisi Thailand berjudul *Secret of Number* yang diproduksi oleh *Workpoint Entertainment*. Karma tayang setiap hari pukul 22.30 WIB dengan durasi 120 menit. Program ini menunjukkan kekuatan paranormal yang mampu membaca kehidupan masa lalu seseorang melalui data tanggal lahir, gambar, tulisan, dan pengakuan dari orang tersebut. Nantinya, mereka akan

mengungkap kisah dari orang yang memiliki permasalahan tersebut serta memberi sejumlah saran untuk kehidupan yang lebih baik.

Peneliti mengambil tayangan Karma pada tanggal 25 Maret 2018 bertepatan dengan hari ulang tahun ANTV ke-25 yang tayang pada pukul 18.05 WIB secara langsung atau live, ditayangkan tersebut ada banyak partisipan dengan tanggal lahir yang berbeda dimulai dari angka 1 sampai 31 yang akan ditelusuri satu persatu oleh sang peramal, Roy Kiyoshi terlahir sebagai seorang indigo, yakni seseorang dengan kemampuan khusus diatas rata-rata manusia pada umumnya. Banyak yang langsung menganggap anak indigo memiliki kemampuan indera keenam atau dapat melihat sesuatu yang tidak semua orang bisa, seperti makhluk astral dan masa depan. Nama Roy Kiyoshi tak asing lagi ditelinga para pecinta dunia spiritual seperti halnya indigo, ia merupakan seorang paranormal yang mampu menerawang atau meramal apa yang akan terjadi dan membahasnya secara tuntas diacara yang memang kental akan unsur supernatural, bertajuk karma. Sang peramal yang lahir pada tanggal 24 February 1987, didampingi oleh Roby Purba selaku host diacara tersebut. Pada acara Karma HUT ANTV ke-25 Dewi Persik dan suaminya menjadi bintang tamu, Roy Kiyoshi meramal hubungan pernikahan Dewi Persik, ada unsur mistik pada tayangan tersebut, boneka Roy Kiyoshi mengeluarkan air mata darah, boneka ditusuk dengan paku(Boneka Santet), Roby Purba membelah buah persik didalam buah tersebut ada seekor kelabang besar, dan ada salah satu partisipan yang dipilih oleh Roy Kiyoshi untuk dibongkar masalahnya, partisipan tersebut bernama Bebi Ayu yang lahir pada tanggal 30 Oktober 1993, Roy Kiyoshi melihat ada 4

susuk yang terpasang di wajah Beby, Beby membenarkan perkataan Roy Kiyoshi bahwa memakai susuk untuk menarik pelanggan dikerjakan prostitusi online.

Menurut H. Ustadz Abdul Somad dan Ustadz Khalid Basalamah tentang indigo atau indera keenam, Indigo adalah penyakit bukan kelebihan melainkan gangguan atau bisikan dari jin, coba dirukyah pasti orang tersebut akan kesurupan atau merinding. Diunduh tanggal : 25 April 2018

Inilah yang membuat peneliti tertarik untuk mengambil objek penelitian, karena pada tayangan ini banyak mengandung hal-hal mistik yang kental dengan budaya Indonesia, terutama Jawa. Kepercayaan masyarakat itu tersimbolkan dalam adegan kepercayaan atas hal-hal gaib untuk mendapatkan keuntungan diluar jalur yang semestinya, dan tayangan ini sudah melanggar Undang-Undang Penyiaran yang biasanya tayangan berunsur mistik harus tayang pada pukul 22.00 WIB ke atas sedangkan tayangan Karma pada HUT ANTV tayang pada pukul 18.05 WIB.

Berdasarkan pertimbangan diatas maka pendekatan semiotik dengan metode milik John Fiske diharapkan mampu untuk menjawab makna kebudayaan mistik magis yang terdapat dalam tayangan *reality show* Karma HUT ANTV ke-25.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka dapat diambil perumusan masalah sebagai berikut : Bagaimana representasi budaya mistik magis dalam *reality show* “Karma” di ANTV.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui representasi budaya mistik magis dalam *reality show* “Karma” di ANTV.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat Akademis

1. Dari hasil penelitian diharapkan dapat memberi pengetahuan ilmu komunikasi dan memperkaya kajian teori-teori komunikasi yang berkaitan dengan semiotika, khususnya di program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
2. Agar para peneliti lain mau, berani dan tertarik untuk mengangkat hal-hal menarik lain sebagai bahan penelitian mereka dan tidak hanya sekedar terpaku pada tema-tema yang sudah ada sebelumnya.

Manfaat Praktis

1. Memberikan gambaran tentang representasi budaya mistik dalam *reality show* “Karma” di ANTV kepada masyarakat umum yang ingin mengetahui dalam acara ini. dan juga penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi para peneliti yang ingin melanjutkan penelitian dengan kajian lainnya.