

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Televisi merupakan salah satu media elektronik yang juga merupakan sebuah media dalam komunikasi massa. Pesan yang disebarkan melalui media massa bersifat umum (*public*) karena ditujukan kepada umum dan mengenai kepentingan umum. Jadi tidak ditujukan kepada perseorangan atau kepada sekelompok orang tertentu (Effendy, 2009: 23). Pesan yang disampaikan kepada khalayak tersebut salah satunya melalui program-program acara yang dibuat oleh para stasiun televisi yang kemudian disajikan kepada penonton.

Dunia pertelevisian Indonesia pada saat ini penuh dengan persaingan, oleh sebab itu masing-masing stasiun televisi bersaing dalam membuat dan mengemas program acaranya dengan kreatif dan semenarik mungkin agar dapat menarik minat lebih banyak penonton. Salah satu bentuk kreatifitas stasiun televisi dalam menyajikan program acara bagi para penontonnnya adalah dengan menyajikan tayangan yang berisi tentang aktivitas sebuah realitas yang menghibur dari suatu “kejadian nyata” atau yang lebih dikenal dengan *reality show*.

Program *reality show* sudah sangat digemari sejak awal kemunculannya di tahun 2000-an. Awalnya *reality show* benar-benar menayangkan suatu realitas kehidupan sosial berdasarkan kehidupan nyata dan tanpa rekayasa. Akan tetapi, seiring perkembangan zaman *reality show* tidak lagi menayangkan adegan yang *real* yang ada di masyarakat, namun banyak dramatisasi dalam tayangannya. Salah satu contohnya adalah pengemasan konflik di tiap tayangan. Adegan konflik tersebut digambarkan nyata terjadi dan seolah-olah diberi ruang istimewa di layar kaca atau bahkan boleh jadi sengaja dimunculkan untuk menarik minat penonton televisi. Tujuannya tidak lain tidak bukan untuk mendapatkan rating yang tinggi dari penonton televisi.

Rating yang tinggi artinya ketertarikan yang tinggi pula dari para calon pemasang iklan yang akan mengalirkan pundi-pundi rupiah ke kantong rumah produksi dan juga televisi. Hal ini jelas mengindikasikan bahwa media televisi telah melakukan praktik komodifikasi. Pada akhirnya, parameter pengelola media dalam memproduksi sebuah program baru bukan berdasarkan pada pertimbangan kepentingan atau kebutuhan publik, melainkan berdasarkan pada pertimbangan keuntungan.

Salah satu acara yang mengemas konflik sebagai daya tarik utama adalah program *reality show* “Katakan Putus” yang disiarkan di stasiun televisi Trans TV setiap hari Senin hingga Jum’at pada pukul 15.00 Wib. Tayangan “Katakan Putus” menceritakan kisah percintaan remaja yang tiap harinya berganti judul namun dengan tema dan konsep yang hampir sama di setiap episode-episodenya. Pemerannya pun untuk host juga kadang diganti-ganti serta pihak klien yang diambil dari remaja yang juga diganti di tiap episode nya. *Reality show* “Katakan Putus” adalah program yang mengangkat cerita kisah nyata seseorang yang ingin mengakhiri hubungan pacaran dengan pasangannya dimana orang tersebut meminta bantuan kepada tim “Katakan Putus” untuk membantu mengakhiri hubungan tersebut. Tayangan “Katakan Putus” menyajikan informasi mengenai bagaimana tim “Katakan Putus” membantu para klien yang ingin memutuskan hubungan mereka dengan pasangannya dengan acara yang dikemas dengan apik oleh Trans TV dan menggambarkan adegan yang terasa nyata dengan dibumbui konflik-konflik seru yang membuat penonton merasa terbawa suasana emosional dalam acara tersebut.

Sejak pertama kali ditayangkan, program *reality show* “Katakan Putus” ini sangat diminati khalayak, hal ini terbukti dari *rating* yang didapat program tersebut. *Reality show* “Katakan Putus” berhasil mendapatkan TVR sebanyak 2,4 poin dengan *share* 17,4 persen. Dengan *rating* yang telah dicapai tersebut mengantarkan *reality show* tersebut masuk ke posisi 10 besar *rating* acara televisi. Namun, banyak pihak yang mengatakan bahwa *reality show* “Katakan Putus” Trans TV banyak adegan konflik pribadi yang tidak layak untuk

ditayangkan karena nantinya akan berdampak bagi perkembangan psikologis pada anak-anak. Oleh sebab itu, Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) memberikan teguran kepada *reality show* Katakan Putus. KPI memasukkan kategori pelanggaran yang dibuat oleh *reality show* “Katakan Putus” sebagai pelanggaran atas norma kesopanan, penghormatan terhadap hak privasi. (<https://m.kaskus.co.id/thread/56c584a198e31b51518b456a/inilah-rahasia-katakan-putus-transtv-puncaki-rating-meski-pernah-kena-teguran-kpi/>).

Kesuksesan acara “Katakan Putus” di masyarakat tidak lepas dari konsep tayangan itu sendiri yaitu membantu klien untuk mengatakan putus dengan alasan yang tepat. Kebanyakan alasan putus adalah karena pacar klien yang disebut target diam-diam selingkuh. Untuk itulah, tim “Katakan Putus” dan klien akan menyelidiki sang kekasih terlebih dahulu sebelum eksekusi putus dikatakan. Dalam setiap episodenya, acara “Katakan Putus” yang mengusung format *reality show* ini hampir selalu mempertontonkan adegan konflik yang biasanya selalu dimunculkan. Konflik justru dikemas sedemikian rupa oleh para pelaku industri televisi Indonesia, agar bisa menarik saat ditonton oleh para pemirsa televisi. Hal ini tentu sangat amat disayangkan mengingat televisi telah memenuhi hampir seluruh ruang privat di setiap keluarga Indonesia.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, peneliti tertarik untuk membahas tentang bagaimana Komodifikasi Konflik Domestik dalam tayangan *reality show* Katakan Putus di Trans Tv.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka permasalahan yang diteliti dapat dirumuskan sebagai berikut:

Bagaimana komodifikasi konflik pada tayangan program *reality show* Katakan Putus?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian mengacu pada rumusan masalah yang ada pada latar belakang yang telah disampaikan peneliti di atas adalah:

Untuk mengungkap dan menjelaskan komodifikasi konflik pada tayangan program reality show Katakan Putus.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis:

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi dalam bidang Ilmu Komunikasi terutama dalam memperluas kajian analisis isi terhadap program acara media.

2. Manfaat Praktis:

Secara praktis penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan pemahaman atau literasi publik mengenai karakteristik program tayangan televisi dan bagaimana cara kerja media untuk menarik minat banyak penonton.