

PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP TAYANGAN REALITY SHOW

MISTIK

(Studi Deskriptif Kualitatif pada Tayangan “Dua Dunia” di Trans7 pada

Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga)



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh

Gelar Sarjana Strata satu Ilmu Komunikasi

Disusun oleh:

Saiful Arif

NIM: 09730087

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA

YOGYAKARTA

2015

SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Saiful Arif
NIM : 09730087
Prodi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan Skripsi ini adalah hasil karya atau penelitian sendiri, bukan plagiasi atau penelitian orang lain.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh Dewan Penguji.

Yogyakarta, 13 Januari 2015

Yang membuat pernyataan,



Saiful Arif
NIM. 09730087



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281



NOTA DINAS PEMBIMBING
UIN.02/KP 073/ PP. 09/21/2014

Hal : Skripsi

Kepada :
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta .

Assalamualaikum, Wr. Wb

Setelah memeriksa, mengarahkan, dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : SAIFUL ARIF
NIM : 09730087
Prodi : ILMU KOMUNIKASI
Judul :

PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP TAYANGAN REALITY SHOW
(Studi Deskriptif Kualitatif pada Tayangan “Dua Dunia” di Trans7 pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga)

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 14 Januari 2015
Pembimbing

Drs. Siantari Rihartono, M.si
NIP. 19600323 199103 1 002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. 519571 Yogyakarta 55281



PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : UIN.02/DSH/PP.00.9/ /2015

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul : PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP TAYANGAN REALITY SHOW MISTIK (Studi Deskriptif Kualitatif pada Tayangan "Dua Dunia" di Trans7 pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Saiful Arif
NIM : 09730087

Telah dimunaqosyahkan pada : Jum'at, tanggal: 30 Januari 2015
dengan nilai : 82 (B+)

Dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga

PANITIA UJIAN MUNAQOSYAH :

Ketua Sidang

Drs. Siantari Rihartono, M.Si
NIP. 19600323 199103 1 002

Penguji I

Drs. H. Bono Setyo, M.Si
NIP. 19690317 200801 1 013

Penguji II

Diah Ajeng Purwani, S.Sos., M.Si
NIP. 19790720 200912 2 001

Yogyakarta,
UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora



Ramsi, MA
NIP. 19700720 2007 198703 1 003

MOTTO

Ojo mandek olehmu usaha, olehmu ngimpi, olehmu ndongo...

“JANGAN BERHENTI BERUSAHA, BERMIMPI, BERDOA ”



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT. Atas rahmat, hidayah, dan cinta-Nya yang tak pernah berhenti mengalir kepada kita. Solawat dan salam semoga selalu terutus tiada akhir kepada junjungan kita Nabi Agung Muhammad SAW. beserta keluarga-Nya, para sahabat-Nya, para tabiin-tabi'at-Nya dan semoga sampai kepada kita semua selaku umat-Nya mendapatkan syafaat darinya, amin.

Penyusunan skripsi ini merupakan kajian singkat tentang persepsi mahasiswa terhadap tayangan reality show mistik. Penyusun menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penyusun mengucapkan terima kasih kepada :

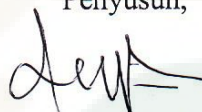
1. Bapak Prof. Dr. Dudung Abdurrahman, M.Hum, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Drs.H. Bono Setyo, M.Si, selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Drs.Siantari Rihartono, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Akademik sekaligus pembimbing skripsi yang tidak pernah merasa jenuh untuk selalu memberikan motivasi kepada mahasiswa supaya bisa menyelesaikan studi dengan baik, serta sabar membimbing penulis. Kritik, saran, pesan dan motivasinya yang selalu membangkitkan penulis.
4. Semua Dosen pengajar di Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
5. Staf dan karyawan TU Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran administrasi dalam penyelesaian skripsi.
6. Kedua orang tua (bapak Ali Muhtar dan ibu saya Suwarmi), adiknya Ahmad Jamaluddin, Mustiatul Hasanah, serta adik saya yang paling kecil, Anik Marfuah. Kalian adalah harta yang paling berharga yang saya punya.

7. Sahabat-sahabat kontrakan, Siro (nasruddin), Gentong (Lany Mujib), Ceper (faiz), Paenah (Zain) wagiman (Anas), wak mbat (Asip), Angry (Anggri) , pengek (falih), Munyok (ayik), Gopnar, Cimeng(fatkhurrohman) mudopar, Jeki, Afif afandi, Kimin (lekman) godo (Haris) dkk Semoga persahabatan kita akan abadi, tak lekang oleh waktu.
8. D begoendals (Caki Mahmud Dihan). Dewi Renita, Trimakasih semangatnya.
9. Sahabat-sahabat Ikom angkatan 2009,“Colorfull” (Dosi, Ocha, Erlin, Rena, Wahyu,Chaca, Drara, Reni, Amah, Rendra, Aul, Fahrul, Chaqi, Dihan, Yogi, Alip, Arif, Amin, Sahid, Mufid, Ipin, Adit, Andra, bram, Jundan. Kalian akan selalu terkenang.
10. Sahabat-sahabat Ikamaru, sahabat KKN, sahabat KMPP semua, Zaenal, dewinta, dkk. Terimakasih atas supportnya.

Kepada semua pihak tersebut semoga amal baik yang telah diberikan dapat diterima disisi Allah SWT dan mendapatkan limpahan rahmatnya.

Yogyakarta, 15 Januari 2015

Penyusun,



Saiful Arif

NIM. 09730087

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	i.
NOTA DINAS PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
MOTTO	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
ABSTRACT	xi
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	7
D. Tinjauan Pustaka	8
E. Unit Analisis.....	11
F. Landasan Teori.....	12
G. Metode Penelitian.....	30
BAB II. GAMBARAN UMUM	
A. Profil UIN Sunan Kalijaga	35
B. Profil fakultas Ilmu sosial dan Humaniora.....	39
C. Profil Prodi Ilmu komunikasi UIN Sunan Kalijaga	41
D. Profil trans7	44
E. Gambaran singkat tayangan reality Show mistik Dua Dunia	50
BAB III. PEMBAHASAN	
A. Identitas Individu Informan	55
B. Persepsi mahasiswa terhadap tayangan reality show mistik	57
1. Atensi mahasiswa Ilmu komunikasi terhadap tayangan	58
2. Persepsi berdasarkan nilai.....	64
3. Persepsi berdasarkan pengalaman	74

4. Persepsi berdasarkan kebudayaan.....	85
5. Persepsi berdasarkan harapan	91
BAB IV. PENUTUP	
A. KESIMPULAN	95
B. SARAN.....	99
DAFTAR PUSTAKA	100



DAFTAR TABEL

1. Unit Analisis.....	11
2. Nama Dosen Prodi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga.....	42
3. Data Mahasiswa Aktif.....	43
4. Identitas Individu Informan.....	56



DAFTAR GAMBAR

1. Logo Trans7.....	45
2. Struktur organisasi manajemen Trans7.....	49
3. Logo program tayangan Dua Dunia.....	50
4. Gambar segmen Dua Dunia	
A. lokasi pemaparan mitos.....	51
B. Kesaksian mitos.....	52
C. Mediumisasi.....	52
D. Tanya jawab dengan mediator.....	53
E. Pemaparan Kesimpulan.....	53

ABSTRACT

Television is part of a growing mass communication. In accordance with the increasing competition in the television industry to attract the attention of viewers and advertisers, so the television station should attempt to present an attractive show. One of these serves mystical show, and modified by various television stations. In response of Indonesian television that had many mystical spectacles, the researcher is interested to know how public perceptions against one of the mystical show in Trans7 television station that is Dua Dunia, especially toward communication science students of UIN Sunan Kalijaga.

The purpose of this study is to determine how perceptions of communication science students of UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta toward mystical reality show of Dua Dunia. This study used a qualitative descriptive method, and analyzed based on the theory of perception, and assessed using the factors that affect perception.

The results of this study indicate that students' perceptions of communication science of UIN Sunan Kalijaga against mystical reality show of Dua Dunia related to spectacle usability, spectacle impact, satisfaction, spectacle message, spectacle concept (plot, the presenter's selection) tend to be positive, relation with culture is positive but not in the spectacle authenticity.

Keywords: Dua dunia, Perception, Student

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Salah satu media massa yang saat ini paling populer ditengah masyarakat dan memiliki pengaruh besar dibandingkan media massa lain adalah televisi. Televisi telah lama menjadi bagian hidup yang menyatu dengan kehidupan sehari-hari individu, keluarga maupun masyarakat.

Di Indonesia terdapat banyak sekali stasiun televisi, baik yang berskala nasional maupun hanya berskala lokal. Pada awal kemunculannya ditandai dengan berdirinya TVRI pada tahun 1962, dan hingga kini Indonesia sudah memiliki banyak stasiun televisi skala nasional antara lain, RCTI (Rajawali Citra Televisi), SCTV (Surya Citra Televisi), ANTV (Andalas Televisi), IVM (Indosiar Visual Mandiri), TPI (Televisi Pendidikan Indonesia) kini berubah menjadi MNC TV (Media Nusantara Citra Televisi), Metro TV, Global TV, Trans TV, Trans 7, TVOne.

Sejalan dengan ketatnya persaingan dunia televisi swasta Indonesia untuk memperebutkan penonton, maka pengelola stasiun televisi berusaha sehebat mungkin untuk menyajikan tontonan yang sekiranya dapat menarik perhatian pemirsa. Persaingan di kalangan industri televisi mulai terlihat dalam perang program untuk menarik pemirsa dan pengiklan. Setiap stasiun televisi berusaha

memberikan program-program terbaru sesuai dengan tren program yang berlangsung, salah satunya adalah program tayangan mistik.

Dalam perjalanannya, stasiun televisi kerap menayangkan tayangan mistik yang melanggar undang-undang penyiaran. Bentuk pelanggarannya diantaranya adalah penayangan yang tidak sesuai dengan jam tayangan (data terakhir yang penulis dapatkan di website KPI adalah teguran tertulis tayangan *Angker Banget* ANTV tanggal 5 juni 2014, ditayangkan pada pukul 19.30). Selain itu di dalam tayangan mistik sering menampilkan sosok hantu mengerikan, menggunakan efek audiovisual yang didramatisir seakan ada makhluk halus yang tertangkap oleh kamera. Hal ini tentu melanggar peraturan Komisi Penyiaran Indonesia No.02/P/KPI/03/2012 Tentang Standar Program Siaran yaitu :

1. Pasal 2, Program siaran yang bermuatan mistik, horor, dan/atau supranatural hanya dapat disiarkan pada klasifikasi D, pukul 22.00-03.00 waktu setempat.
2. Pasal 3, Program siaran yang menampilkan muatan mistik, horor, dan/atau supranatural dilarang melakukan rekayasa seolah-olah sebagai peristiwa sebenarnya kecuali dinyatakan secara tegas sebagai reka adegan atau fiksi.

Namun meskipun banyak pelanggaran, tayangan mistik masih bisa bertahan sampai sekarang. Tercatat masih ada beberapa stasiun televisi yang menayangkan program *reality show* seperti acara *Angker Banget* di ANTV. *Ghosh Hunter*, *Mister Tukul Jalan-jalan*, *Jurit Malam*, *Masih Dunia Lain* dan *Dua Dunia* di

Trans7. Dalam hal ini yang ingin penulis soroti adalah dalam tayangan *reality show* mistik “Dua Dunia”.

Adapun isi tayangan “Dua Dunia” adalah berusaha berkomunikasi dengan makhluk astral untuk mengetahui misteri apa yang ada di suatu daerah tertentu. Acara dimulai dengan pemaparan presenter atas lokasi yang dianggap angker dan mistik oleh masyarakat, kemudian dilanjutkan pemaparan pendapat tokoh lokal tentang sejarah obyek, pendapat saksi yang pernah berinteraksi secara mistik dengan lokasi/obyek, serta rumor yang berkembang dalam masyarakat sekitar tentang obyek.

Setelah pemaparan tersebut, disusul pendeteksian kekuatan alam gaib pada objek oleh paranormal. Masyarakat yang sedang di lokasi *shooting* dipilih sebagai mediator (makhluk gaib yang akan masuk ke dalam tubuh si mediator). Dari sinilah percakapan antara presenter dan paranormal dengan makhluk astral bisa dilakukan dengan tujuan menguak mitos yang tersembunyi di balik wilayah yang dianggap mistik oleh masyarakat. Setelah itu di tutup oleh kesimpulan yang dpaparkan oleh sang paranormal.

Tayangan mistik seperti “Dua Dunia” menjadi fenomena yang menarik bagi penulis. Di era tahun 2005, kemunculan tayangan mistik mulai berkembang dalam bentuk sinetron religi, seperti *Rahasia ilahi*, *Misteri Ilahi* dan sebagainya yang awalnya mendapat respon cukup positif namun seiring berjalannya waktu tayangan tersebut mendapatkan respon negatif karena dalam setiap tayangan tersebut justru mengaburkan atau menutupi realitas sebenarnya. Orang yang gemar berjudi dalam tayangan *Rahasia Ilahi* misalnya, digambarkan dalam

tayangan tersebut ketika meninggal digerogeti oleh belatung, kalajengking dengan tubuh terbakar. padahal realitasnya tidak seperti itu.

Berbeda dengan hal tersebut, kehadiran tayangan reality show Dua Dunia justru berusaha membongkar realitas yang ada dalam masyarakat tertentu, tentang tempat bersejarah, tentang mistik dalam suatu masyarakat tertentu dengan cara yang berbeda yaitu dengan mediumisasi (memasukan roh halus kedalam tubuh mediator), yang kemudian dikomodifikasi oleh tayangan reality show mistik lain. Perbedaan itulah yang menjadi pertimbangan peneliti untuk menjadikan tayangan Dua dunia sebagai obyek penelitian. Selain itu, tayangan ini tidak mengedepankan sisi penangkapan fenomena hantu atau makhluk halus seperti yang digambarkan tayangan reality show mistik lain tetapi lebih fokus kepada penguatan mitos, yang diambil dari kepercayaan masyarakat. Alur dalam tayangan ini juga dikemas dengan cara yang lebih menarik yaitu dengan alur dan narasi-narasi yang lengkap untuk menggiring perhatian pemirsa, juga memasukkan audio dan *backsound* mendebarkan.

Pertimbangan lainnya adalah tayangan reality show tersebut merupakan salah satu tayangan reality show mistik yang masih bertahan sampai sekarang yang mengindikasikan bahwa tayangan tersebut masih diminati oleh sebagian khalayak. Selama tayangan tersebut masih diminati oleh khalayak dan pengiklan, maka sebuah tayangan akan terus disajikan oleh televisi. Hal itu karena televisi tidak hanya sebagai lembaga penyiaran tapi juga lembaga yang mengejar profit. Masih bertahannya tayangan “Dua Dunia” sampai sekarang di jam tayang *prime time* mengindikasikan bahwa tayangan tersebut masih diminati. Hal ini juga bisa

dilihat dengan data halaman *fanspage* Facebook “Dua Dunia” yang mencapai 1.199.340 like. Selain itu munculnya tayangan “Dua Dunia” dalam bentuk Youtube juga menjamur di internet dan rata-rata telah ditonton lebih dari 250.000 *viewers* tiap episode.

Dalam penelitian ini peneliti memilih mahasiswa komunikasi UIN Sunan Kalijaga sebagai subyek penelitian karena berdasarkan pra survey peneliti bahwa sebagian mahasiswa ilmu komunikasi UIN Sunan Kalijaga masih menonton tayangan tersebut. Selain itu, isi tayangan tersebut bersinggungan dengan unsur-unsur agama Islam, seperti pemilihan kiai sebagai pemandu acara, istilah Jin, syaithan, penetralisir-an makhluk halus dengan bacaan ayat-ayat al-quran dan sebagainya sehingga pemilihan mahasiswa komunikasi UIN Sunan Kalijaga lebih berhubungan dan tepat karena merupakan Universitas Islam yang mayoritas beragama Islam. Hal tersebut juga untuk mengetahui bagaimana penilaian mereka terhadap salah satu tayangan televisi yang merupakan bagian dari komunikasi massa.

Dalam Islam, kebenaran akan hal gaib dan perintah untuk mengimaninya banyak dijelaskan dalam Al-qur’an, salah satunya dalam surat Al baqarah ayat 3 :

الَّذِينَ يُؤْمِنُونَ بِالْغَيْبِ وَيُقِيمُونَ الصَّلَاةَ وَمِمَّا رَزَقْنَاهُمْ يُنْفِقُونَ {

“(yaitu) mereka yang beriman kepada yang gaib, yang mendirikan shalat dan menafkahkan sebahagian rezki yang Kami anugerahkan kepada mereka,” (Q.S. Al-Baqarah: 3)

Ayat tersebut menjelaskan adanya perintah untuk mengimani yang ghaib, /sesuatu yang gaib, yaitu yang sejatinya tak dijangkau oleh panca indera. termaksudkan di antaranya adalah Rabb secara Dzat-Nya, sifat-sifat-Nya, para malaikat, jin, syaithan dan sebagainya. Perintah untuk mempercayai hal ghaib tentunya membuat rasa kengintahuan lebih lanjut oleh orang Islam, karena hal ghaib sendiri tidak dapat dilihat dengan panca indra namun diperintahkan untuk mempercayainya.

Dalam setiap penayangan “Dua Dunia” selalu menampilkan atau mengekspose obyek yang oleh banyak kalangan masyarakat sekitar dikenal sangat keramat. Isu lokal tentang tempat yang dianggap angker dan penuh daya tarik mistik oleh masyarakat setempat diangkat menjadi isu sentral, dilegitimasi dengan pengakuan para saksi, penjelasan paranormal melalui rubrik deteksi alam gaib, dan diperkuat dengan kesaksian mediator menjadikan tayangan tersebut mengundang rasa penasaran penonton. Dalam tayangan tersebut seolah-olah dicitrakan keberadaan makhluk halus ada dimana-mana dan dekat dengan manusia dan sering mengganggu manusia. Sosok paranormal yang dicitrakan dalam tayangan tersebut adalah seorang kyai yang berbalut kain surban sebagai orang yang pandai mengusir roh makhluk halus, bukan kyai dalam arti yang sebenarnya sebagai orang yang pintar mengajar agama Islam.

Tayangan mistik “Dunia Dunia” sudah sering ditayangkan dalam berbagai episode, dimana setiap khalayak yang melihat tayangan tersebut memunculkan komentar dan pendapat yang berbeda-beda. Dalam hal ini mahasiswa adalah sebagian pemirsa yang diterpa oleh tayangan tersebut.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti merasa tertarik untuk mengetahui mahasiswa prodi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga dalam mempersepsikan tayangan mistik yang masih marak ditayangkan, khususnya pada tayangan “Dua Dunia” di Trans7 sebagai salah satu tayangan mistik yang masih bisa bertahan ditengah persaingan ketat antar program televisi.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah tersebut maka peneliti mengidentifikasi rumusan masalah sebagai berikut : Bagaimana persepsi mahasiswa prodi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga terhadap tayangan *reality show* mistik “Dua Dunia” di televisi?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga terhadap tayangan *reality show* mistik “Dua Dunia” di televisi.

2. Manfaat Penelitian

Menjadi harapan peneliti bahwa penulisan skripsi ini kiranya dapat berguna untuk :

- a. Kegunaan akademis

Menurut peneliti, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi dan dokumentasi ilmiah untuk perkembangan penelitian ilmu pengetahuan terutama di bidang komunikasi.

b. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat membawa wawasan baru khususnya bagi peneliti maupun mahasiswa juga masyarakat tentang bagaimana persepsi mahasiswa terhadap tayangan mistik.

Sebagai masukan dan evaluasi terhadap pihak stasiun televisi untuk menghasilkan program yang lebih bermanfaat, variatif dan bermutu tinggi.

D. Telaah Pustaka

Telaah pustaka berisi hasil-hasil penelitian yang terdahulu dan relevan dengan penelitian yang dilakukan agar tidak terjadi kesamaan topik yang akan diteliti. Dalam penelitian ilmu komunikasi yang berhubungan dengan persepsi, penulis mengambil beberapa referensi atau rujukan sebagai telaah pustaka sebagai berikut.

Skripsi Eko Taufikur Rahman mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan judul “Persepsi Terhadap Iklan Kondom (Study

Deskriptif Kualitatif pada Pengunjung Lokalisasi Pasar Kembang Yogyakarta Terhadap Iklan Animasi Fiesta Dotted).

Penelitian Eko Taufikur Rahman membahas persepsi terhadap tayangan iklan produk kondom yang ada di televisi terhadap pengunjung lokalisasi. Persamaan yang dimiliki peneliti dengan yang dilakukan oleh Eko Taufikurrahman adalah sama-sama mengangkat persepsi sebagai gagasan intinya. Dalam penelitian tersebut juga menggunakan metode studi deskriptif kualitatif. Jika dalam penelitian Eko Taufikur Rahman berfokus pada persepsi terhadap iklan suatu produk sedangkan pada penelitian ini meneliti tentang persepsi terhadap suatu tayangan acara televisi, tentunya dengan subyek penelitian yang berbeda pula.

Hasil penelitian Eko taufikurahman dapat diketahui bahwa iklan animasi kondom fiesta telah mampu membentuk *awareness*, perhatian, ketertarikan, dan menanamkan dengan baik daya ingat pada pikiran khalayak pada pesan-pesan yang disampaikan.

Skripsi yang kedua yaitu skripsi Tugiono Syahputra (2005) mahasiswa fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang berjudul “Dampak tayangan Dunia Lain di TransTV bagi Keimanan Masyarakat Gedongan Kota Gede Yogyakarta.(Analisis Dampak Tayangan Terhadap Keimanan). Dalam penelitian menjelaskan dampak tayangan mistik terhadap keimanan masyarakat Gedongan Kotagede, baik dampak negatif maupun positif yang terjadi setelah melihat tayangan tersebut.

Dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas tayangan mistik yang ditayangkan oleh stasiun televisi sebagai objek penelitian. sedangkan perbedaan antara skripsi Tugiono Syahputra dengan penelitian ini adalah penggunaan metodenya. Dalam skripsinya Tugiono menggunakan pendekatan metode deskriptif kuantitatif. Perbedaan juga jelas terlihat pada lingkup subjek penelitian, skripsi Tugiono Syaputra menysasar khalayak masyarakat pada umumnya sedangkan skripsi ini fokus pada lingkup yang lebih kecil yaitu mahasiswa komunikasi. Fokus penelitian juga berbeda, skripsi Tugiono Syahputra lebih menekankan segi dampak setelah melihat tayangan sedangkan skripsi yang penulis tulis berhubungan dengan persepsi terhadap tayangan.

Hasil penelitian Tugiono menunjukkan bahwa tayangan Dunia Lain memberikan dampak negatif maupun dampak positif terhadap keimanan masyarakat dengan rincian sebanyak 86% tayangan Dunia Lain berdampak negatif terhadap keimanan masyarakat kotagede Yogyakarta, dan hanya 14% berdampak positif terhadap keimanan masyarakat Gedongan, Kotagede Yogyakarta. Dampak negatif tayangan Dunia Lain lebih menonjol disebabkan kualitas agama yang rendah, sebaliknya dampak positif lebih menonjol disebabkan kualitas agama yang baik.

E. Unit Analisis

Tabel 1
Unit Analisis

No.	Tahapan	Faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang	Indikator
1.	Atensi	<ul style="list-style-type: none"> - Faktor eksternal penarik perhatian - Motif 	<ul style="list-style-type: none"> - Adanya komponen/faktor dalam tayangan Dua Dunia yang menarik perhatian seperti : Alur,talent, audio,backsound dsb. - Kebutuhan individu saat itu terhadap tayangan, yaitu : <ul style="list-style-type: none"> • Faktor biologis • Faktor sosiopsikologis (Rahmat, 2009 : 54)
2.	Interpretasi(persepsi)	Nilai-nilai yang dianut	Nilai-yang dianut individu meliputi : <ul style="list-style-type: none"> • Kegunaan • Kebaikan • Kepuasan (Mulyana,2009 : 198)
		Pengalaman	Pengalaman dan pembelajaran kejadian yang serupa masa lalu individu (Mulyana,2009 : 176)
		Kebudayaan yang dianut	Latar belakang kebudayaan individu <ul style="list-style-type: none"> • Kepercayaan • Pemahaman (Liliweri,2011 : 155)
		<i>Ekspektation/</i> Pengharapan	Harapan individu terhadap tayangan, dibentuk dari informasi yang didapat sebelumnya (Prasetidjo, 2005:79)

Sumber : Olahan Peneliti berdasarkan Prasetidjo (2005:79)

F. Landasan Teori

1. Persepsi

Persepsi adalah proses internal yang memungkinkan kita memilih, mengorganisasikan dan menafsirkan rangsangan dari lingkungan kita, dan proses tersebut mempengaruhi perilaku kita (Mulyana, 2007:179). Persepsi menurut Joseph devito dalam bukunya *Komunikasi Antar Manusia* (1997, 75) adalah proses dengan mana kita menjadi sadar akan banyaknya stimulus yang mempegnaruhi indera kita. Persepsi mempengaruhi rangsangan (stimulus) atau pesan apa yang kita serap dan apa makna yang kita berikan kepada mereka ketika mereka mencapai kesadaran.

Persepsi merupakan proses dimana sensasi yang diterima oeh seseorang dipilih dan dipilih, kemudian diatur dan kemudian di interpretasikan (Prasetijo, 2005:67). Menurut Brian Fellow, persepsi merupakan proses yang memungkinkan suatu organisme menerima dan menganalisi informasi. Sedangkan menurut Jenifer Foller persepsi merupakan proses mental yang digunakan untuk mengenali rangsangan (Mulyana, 2007 :180)

Alex Sobur membagi proses persepsi menjadi 3 tahap, yaitu: seleksi, interpretasi dan reaksi: (Sobur, 2003:446)

- a. Seleksi, adalah proses penyaringan oleh indra terhadap rangsangan dari luar, intensitas dan jenisnya dapat banyak atau sedikit.
- b. Interpretasi, yaitu proses mengorganisasikan informasi sehingga mempunyai arti bagi seseorang.

Dalam fase ini rangsangan yang diterima selanjutnya diorganisasikan dalam suatu bentuk. Interpretasi dipengaruhi oleh beberapa faktor, yakni pengalaman masa lalu, system nilai yang dianut, motivasi, kepribadian dan kecerdasan. Namun, persepsi juga bergantung pada kemampuan seseorang untuk mengadakan pengkategorian informasi yang diterimanya, yaitu proses mereduksi informasi yang kompleks menjadi sederhana.

- c. Reaksi, yaitu tingkah laku setelah berlangsung proses seleksi dan interpretasi.

Jadi, persepsi adalah melakukan seleksi, interpretasi dan pembulatan terhadap informasi yang sampai serta melakukan reaksi atas informasi tersebut.

Berdasarkan pengertian yang diuraikan oleh para pakar, dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah sesuatu proses pengorganisasian dan penafsiran rangsangan yang menyangkut hubungan manusia dengan lingkungannya yang diperoleh dengan penginderaan, sehingga memunculkan intepretasi dari stimulus yang mengenainya, sehingga memunculkan makna tentang objek tersebut. Pada intinya persepsi dimulai dari stimuli dan kemudian di intepretasikan. Input sensorik yang diterima oleh manusia merupakan data awal (mentah) yang kemudian diprose dan diolah kemudian di interpretasikan menjadi persepsi. Sebuah tayangan ditelevisi mengandung stimulus yang beragam. Keseluruhan penampakan seperti Pemilihan tokoh presenter, pengambilan gambar, efek

suara, diterima oleh masing masing indera sehingga sebuah tayangan memunculkan makna di hati pemirsanya.

a. Faktor yang mempengaruhi persepsi

Dalam proses persepsi individu tidak hanya menerima satu stimulus saja, tetapi individu menerima bermacam-macam stimulus yang datang dari lingkungan. Tetapi tidak semua stimulus akan diperhatikan atau akan diberi respon. Individu mengadakan seleksi terhadap stimulus yang mengenainya, dan disini berperannya perhatian. Sebagai akibat dari stimulus yang dipilihnya dan diterima oleh individu, individu menyadari dan memberikan respon sebagai reaksi terhadap stimulus tersebut.(Walgito,1981 : 90).

Dalam Rahmat, (2009 :52) ada 4 faktor yang mempengaruhi persepsi yaitu :

1) Perhatian

Perhatian yaitu proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran disaat stimuli lainnya melemah. Perhatian terjadi jika kita mengkontrasikan pada salah satu alat indera kita dan mengesampingkan masuka-masukan melalui alat indera lain. Perhatian dibentuk oleh faktor internal dan eksternal

Adapun faktor eksternal terdiri dari :

a) Intensitas stimuli

Kita akan memperhatikan stimuli yang lebih menonjol dari yang lain.

b) Gerakan.

Seperti organisme yang lain manusia secara visual tertarik pada objek-objek yang bergerak. intensitas stimuli. kita akan memperhatikan stimuli yang lebih menonjol dari stimuli yang lain.

c) Kebaruan (novelty) adalah hal-hal yang baru, yang luar biasa, yang berbeda, akan menarik perhatian.

d) perulangan adalah hal-hal yang disajikan berkali-kali, bila disertai dengan sedikit variasi akan menarik perhatian. disini unsur familiarity (yang sudah kita kenal) berpadu dengan unsur novelty (yang baru kita kenal). perulangan juga mengandung unsur sugesti yang mempengaruhi bawah sadar kita.

Sedangkan faktor internal terdiri dari :

a) Faktor biologis (kebutuhan dasar manusia),

b) Faktor sosiopsikologis (sikap, kebiasaan dan kemauan).

2) Faktor fungsional

Menurut Rahmat (1999:55) faktor fungsional berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu dan hal-hal lain yang termasuk apa yang kita sebut sebagai faktor-faktor personal.

3) Faktor struktural

Faktor struktural menurut Rakhmat (1999:58) semata-mata dari sifat stimuli fisik dan efek-efek saraf yang ditimbulkannya pada system saraf individu.

4) Memori

Memori menurut Schlessinger dan Groves (dalam Rahmat, 1999:62) adalah sistem yang berstruktur, yang menyebabkan organisme sanggup merekam fakta-fakta tentang dunia dan menggunakan pengetahuannya untuk membimbing perilakunya. Mussen dan Roxenzweig (dalam Rakhmat, 1999:63) mengemukakan bahwa secara singkat memori melewati tiga proses yakni perekaman, penyimpanan, pemanggilan sebagai berikut :

- a) perekaman (disebut *encoding*) adalah pencatatan informasi melalui reseptor indera dan sirkuit saraf internal
- b) penyimpanan (*storage*), proses yang kedua adalah menentukan berapa lama informasi itu berada beserta kita, dalam bentuk apa dan dimana. penyimpanan bias aktif atau pasif. kita

menyimpan secara aktif, bila kita menambahkan informasi tambahan kita mengisi informasi tidak lengkap dengan kesimpulan kita sendiri.

- c) pemanggilan (*retrieval*) dalam bahasa sehari-hari, mengingat lagi adalah menggunakan informasi yang disimpan.

Hampir sama seperti yang dikemukakan Rahmat, faktor yang mempengaruhi pembentukan persepsi seseorang (Prasetijo, 2005 : 69) namun Prasetidjo membaginya dalam sub yang lebih ringkas yaitu :

- 1) Faktor internal meliputi :
 - a) Pengalaman
 - b) Kebutuhan saat itu
 - c) Nilai-nilai yang dianut
 - d) Ekpektasi/pengharapan
- 2) Faktor eksternal meliputi :
 - a) Tampilan produk
 - b) Sifat sifat stimulus

Hal itu juga diperkuat dengan pendapat Walgito (2002: 70-71) menyatakan faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi, antara lain :

- 1) Objek yang dipersepsi

Objek menimbulkan stimulus yang mengenai alat indera atau reseptor. Stimulus dapat datang dari luar individu yang mempersepsi, tetapi juga dapat datang dari dalam individu yang

bersangkutan yang langsung mengenai syaraf penerima yang bekerja sebagai reseptor.

2) Alat indera, syaraf, dan pusat susunan syaraf

Alat indera atau reseptor merupakan alat untuk menerima stimulus. Disamping itu juga harus ada syaraf sensoris sebagai alat untuk meneruskan stimulus yang diterima reseptor ke pusat susunan syaraf, yaitu otak sebagai pusat kesadaran.

3) Perhatian

Untuk menyadari atau untuk mengadakan persepsi diperlukan adanya perhatian yaitu merupakan langkah pertama sebagai suatu persiapan dalam rangka mengadakan persepsi. Perhatian merupakan pemusatan atau konsentrasi dari seluruh aktivitas individu yang diajukan kepada sesuatu atau sekumpulan objek.

b. Jenis-jenis Persepsi

Menurut Mulyana (2000 : 171) persepsi terbagi menjadi dua jenis yaitu persepsi terhadap obyek (lingkungan fisik dan persepsi terhadap manusia). Persepsi terhadap manusia lebih sulit dan kompleks karena manusia bersifat dinamis.

Perbedaannya adalah :

- 1) persepsi terhadap obyek melalui lambang-lambang fisik sedangkan persepsi manusia melalui lambang-lambang verbal dan non verbal.

- 2) Persepsi terhadap obyek menanggapi sifat-sifat luar sedangkan persepsi terhadap orang menanggapi sifat-sifat luar dan dalam (perasaan, motif, harapan dan sebagainya)

c. Sifat Persepsi

Beberapa hal yang patut kita pelajari menyangkut persoalan dalam persepsi ini, Mulyana (2000: 176-196) mengungkapkan hal-hal berikut :

- 1) Persepsi berdasarkan pengalaman

Pola-pola perilaku manusia berdasarkan persepsi mereka mengenai realitas (sosial) yang telah dipelajari (pengalaman). Ketiadaan pengalaman terdahulu dalam menghadapi suatu obyek jelas akan membuat seseorang menafsirkan obyek tersebut berdasarkan dugaan semata, atau pengalaman yang mirip.

- 2) Persepsi bersifat selektif

Alat indera kita bersifat lemah dan selektif (*selective attention*). Apa yang menjadi perhatian kita lolos dari perhatian orang lain, atau sebaliknya. Atensi kita pada suatu rangsangan merupakan faktor utama yang menentukan selektivitas kita atas rangsangan tersebut.

- 3) Persepsi bersifat dugaan

Oleh karena data yang kita peroleh mengenai objek lewat penginderaan tidak pernah lengkap, persepsi merupakan loncatan langsung pada kesimpulan. Seperti proses seleksi, langkah ini

dianggap perlu karena kita tidak mungkin memperoleh seperangkat rincian yang lengkap kelima indera kita.

4) Persepsi bersifat evaluatif

Tidak ada persepsi yang bersifat obyektif, karena masing-masing melakukan interpretasi berdasarkan pengalaman masa lalu dan kepentingannya. Persepsi adalah suatu proses kognitif psikologis yang mencerminkan sikap, kepercayaan, nilai dan pengharapan persepsi bersifat pribadi dan subjektif yang digunakan untuk memaknai persepsi.

5) Persepsi bersifat kontekstual

Konteks merupakan salah satu pengaruh paling kuat. Konteks yang melingkungi kita ketika kita melihat seseorang, suatu objek atau suatu kejadian sangat mempengaruhi struktur kognitif, pengharapan dan oleh karenanya juga persepsi kita.

d. Persepsi Mahasiswa Terhadap Tayangan Reality Show Mistik

Persepsi seseorang dipengaruhi oleh banyak faktor. Para pakar ahli menyebutkan ada banyak faktor yang mempengaruhi persepsi manusia.

Menurut Mulyana (2009 :184) persepsi manusia terbagi menjadi 2 yaitu persepsi terhadap obyek (lingkungan fisik) dan persepsi terhadap manusia. Dalam penelitian ini tentunya yang dibahas adalah persepsi terhadap seseorang. Dikutip dalam Mulyana (2009 :184) "*Persepsi*

terhadap manusia menanggapi sifat-sifat luar, sedangkan persepsi terhadap manusia menanggapi sifat-sifat luar dan dalam (perasaan, motif, harapan dan sebagainya)” dalam Mulyana (2009 :180) dijelaskan juga bahwa persepsi terbagi atas dua tahapan yaitu atensi/perhatian dan interpretasi. Persepsi merupakan inti komunikasi sedangkan inti dari persepsi adalah interpretasi.

Sejalan dengan pemikiran Mulyana, Prasetidjo (2005 : 69) menyebutkan bahwa persepsi manusia dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti :

- 1) Kebutuhan saat itu (motif)
- 2) pengalaman
- 3) Nilai-nilai yang dianut.
- 4) Ekspektasi/pengharapan.

Dikuatkan lagi oleh Rahmat (2009 : 52) yang menjelaskan bahwa motif sebagai faktor internal yang ada di dalam tahapan atensi, dan menambahkan bahwa pada tahapan atensi tidak hanya dipengaruhi faktor internal tapi juga adanya faktor eksternal penarik perhatian (seperti kebaruan, perulangan, dan sebagainya)

Melengkapi dari apa yang di katakan oleh Mulyana dan Prasetijo, Alo Liliweri (2011: 155) mengemukakan bahwa persepsi manusia juga dipengaruhi oleh kebudayaan yang dianut yang meliputi kepercayaan dan pemahaman individu.

Dari pendapat beberapa pakar, peneliti meringkas beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang tersebut yaitu :

1) Atensi

a) Motif

Dalam Prasetijo (2005 : 79), "*Motif adalah dorongan untuk memenuhi kebutuhan. Motif memengaruhi apa yang kita perhatikan*". Sementara itu, Rahmat (2009:52) , membagi motif menjadi dua yaitu motif biologis yaitu kebutuhan yang saat itu harus dipenuhi saat itu. dan faktor sosiopsikologis yang meliputi sikap, kebiasaan dan kemauan seseorang mempengaruhi apa yang diperhatikan.

b) Faktor eksternal penarik perhatian

Adanya faktor seperti intensitas stimuli, kebaruan, perulangan (Rahmat (2009 :53)

2) Interpretasi

a) Pengalaman

Dalam Mulyana (2001:198), persepsi berdasarkan pengalaman yaitu persepsi manusia terhadap seseorang, objek atau kejadian dan reaksi mereka terhadap hal-hal itu berdasarkan pengalaman dan pembelajaran masa lalu mereka berkaitan dengan orang, objek atau kejadian serupa.

b) Nilai nilai yang dianut

Nilai adalah komponen evaluator dari kepercayaan yang dianut meliputi kegunaan, kebaikan, estetika, dan kepuasan. Nilai bersifat normatif, memberitahu suatu anggota budaya mengenai apa yang baik dan buruk, benar dan salah, apa yang harus diperjuangkan dan sebagainya (Mulyana, 2001:198)

c) *Expectation* (pengharapan)

Orang biasanya mempunyai harapan tentang apapun yang dihadapi baik obyek maupun orang. harapan ini dibentuk oleh pengalaman sebelumnya, dari informasi yang dia peroleh dari media massa dan dari kenalannya atau dari apa yang dilihat, didengar dan diraba saat itu.(Prasetijo, 2005 :79)

d) Kebudayaan

Persepsi juga didasarkan pada kebudayaan, yaitu didasarkan pada kepercayaan dan pemahaman individu berdasarkan kebudayaan mereka (Liliweri, 2011 :155)

2. Tayangan Reality Show Mistik

a. Tayangan reality show

Tayangan adalah pesan atau rangkaian pesan dalam bentuk suara, gambar, atau suara dan gambar atau yang berbentuk grafis atau karakter baik yang bersifat interaktif atau tidak, yang disiarkan oleh lembaga penyiaran.

Reality show adalah suatu acara yang menampilkan realitas kehidupan seseorang yang bukan selebriti (orang awam), lalu disiarkan melalui jaringan TV sehingga bisa dilihat masyarakat. Reality show tidak sekedar mengekspose kehidupan orang, tetapi juga jarang kompetisi bahkan menjahili orang. Acara realitas (bahasa Inggris : *Reality show*) adalah jenis acara televisi yang menggambarkan adegan yang seakan-akan benar-benar berlangsung tanpa scenario dengan pemain yang umumnya khalayak umum biasa, bukan pemeran. Acara dokumenter dan acara seperti berita dan olahraga tidak termasuk acara realitas. (Kuswadi,2002: 202)

Reality show secara istilah berarti pertunjukan yang asli (real), tidak direkayasa, dan tidak dibuat buat. Kejadiannya diambil dari keseharian, kehidupan masyarakat apa adanya, yaitu realita dari masyarakat. Acara realitas umumnya menampilkan kenyataan yang dimodifikasi, seperti menaruh partisipan di lokasi-lokasi eksotis atau situasi yang tidak lazim, memancing reaksi tertentu dari partisipan dan melalui penyuntingan dan teknik-teknik pasca produksi lainnya.

Dalam penyajiannya *reality show* dibagi menjadi 3 jenis, yaitu :

1) Docusoap (*documenter dan soap opera*) yaitu gambaran dari rekaman asli dan plot. Disini penonton dan camera menjadi pengamat pasif dalam mengikuti orang-orang yang sedang menjalani kegiatan sehari-hari mereka, baik yang profesional maupun pribadi. Dalam hal ini produser menyapkan plot sehingga enak ditonton oleh pemirsa.

2) *Reality game show*

Yaitu sejumlah kontestan yang direkam secara intensif dalam suatu tempat yang khusus untuk bersaing memperebutkan hadiah. Fokus utamanya adalah para kontestan menjalani kontes sampai ada yang menang dan kalah. Contoh : Indonesian Idol, X faktor dsb

3) *Hidden camera*

Yaitu sebuah camera yang tersembunyi merekam orang-orang dalam situasi yang sudah di set. Contoh : Spontan, ops salah dsb.(kuswadi, 2002:34)

b. Reality show Mistik

Mistik dalam kamus besar bahasa Indonesia adalah :

1) Subsistem yang ada di hampir semua agama dan sistem religi untuk memenuhi hasrat manusia mengalami dan merangsang emosi bersatu dengan Tuhan;tasawuf;suluk.

2) Hal gaib yang tidak terjangkau dengan akal manusia biasa.

Dalam P3SPS Komisi penyiaran Indonesia 2012, tayangan mistik adalah gambar atau rangkaian gambar dan/suara yang menampilkan dunia gaib, paranormal, klenik, praktek spiritual magis , mistik atau kontak dengan makhluk halus secara verbal dan /atau non verbal. Jadi *reality show* mistik adalah *reality show* yang menceritakan hal gaib yang tidak terjangkau akal manusia, paranormal, klenik, praktek spiritual magis, kontak dengan makhluk halus secara verbal maupun non verbal.

3. Komunikasi Massa

Pengertian komunikasi massa merujuk pada pendapat Tan dan Wright dalam Liliweri 1991, merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan saluran (media) dalam menghubungkan komunikator dan komunikan secara massal, berjumlah banyak, bertempat tinggal yang jauh (terpencar), sangat heterogen dan menimbulkan dampak tertentu.

Definisi yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner, komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*). Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa harus menggunakan media massa. Jadi sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak yang banyak seperti rapat akbar dilapangan yang luas yang dihadiri oleh ribuan bahkan

puluhan ribu orang jika tidak menggunakan media massa maka itu bukan komunikasi massa.

Ahli komunikasi lainnya, Joseph. A. Devito merumuskan definisi komunikasi massa dalam dua item. Pertama, komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa atau khalayak yang luar biasa banyaknya dan sukar didefinisikan. Kedua, komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar-pemancar yang audio dan/atau visual.

Jadi yang dimaksud komunikasi massa adalah penyebaran pesan dengan menggunakan media yang ditujukan kepada massa yang abstrak, yakni sejumlah orang yang tidak tampak oleh si penyampai pesan. Pembaca surat kabar, pendengar radio, penonton televisi dan film tidak tampak oleh komunikator. Jelas bahwa komunikasi massa bersifat satu arah (*one way traffic*). Begitu pesan disebarkan oleh komunikator, tidak diketahui apakah pesan itu diterima, dimengerti atau dilakukan oleh komunikan (Uchajana, 2002 : hal 50)

a. Televisi Sebagai Media Massa

Pengertian televisi (Uchajana,2003 : 274) adalah paduan radio (broadcast) dan film (moving picture). Televisi terdiri dari kata “*tele*” yang berarti jauh dan “*vision*”. Dengan demikian *television* diartikan dengan melihat jauh. Melihat jauh disini diartikan dengan gambar dan suara yang diproduksi disuatu tempat (di studio televisi) dapat dilihat dari

tempat lain melalui sebuah perangkat penerima (televisi set). Segi positif televisi yakni langsung, tidak mengenal jarak, memiliki daya tarik yang kuat terdapat pula pada siaran televisi.

Televisi mengalami perkembangan secara dramatis terutama melalui pertumbuhan televisi kabel. Transmisi program televisi kabel diterima langsung menjangkau seluruh pelosok negeri dengan bantuan satelit dan diterima langsung pada layar televisi di rumah rumah dengan menggunakan *ware* atau *microwafe (wireless cables)* yang membuka tambahan siaran televisi. Lalu bertambah marak setelah dikembangkannya (Uchajana, 2002 : 125)

Dengan kehadiran media televisi tidak berarti kehadiran media massa lain seperti media cetak dan radio terdesak. Justru kehadiran media massa televisi akan menjadi “tri tunggal” media massa yang akan saling mengisi kekurangan masing masing sehingga khalayak akan semakin lengkap informasi yang diterima (Darwanto, 2007 : 26)

Fungsi televisi sama dengan fungsi media massa lainnya (surat kabar dan radio siaran) yaitu : memberi informasi, mendidik, menghibur dan membujuk. Tetapi fungsi menghibur lebih dominan pada media televisi.

Efektifitas tayangan televisi tidak lepas dari adanya elemen-elemen yang mengemasnya. Elemen yang mengemasnya yaitu elemen

video dan audio, serta pesan tayangan yang diperoleh dari komunikasi verbal. Belch (2001 : 293) menjelaskan kedua elemen tersebut yaitu :

1) Elemen video

Elemen video adalah apa yang dilihat di layar televisi. Unsur visual harus dibuat semenarik mungkin untuk menghasilkan tayangan yang sukses dan menarik.

Adapun unsur visual yang mendukung sebuah tayangan televisi yaitu :

a) *Talent/characters*

Yaitu penggunaan tokoh dalam sebuah tayangan. Pemilihan ini tentu saja disesuaikan dengan karakter tayangan dan penyampaian pesan.

b) *Setting*

Lokasi yang menjadi latar belakang sebuah tampilan visual dalam tayangan. Latar belakang yang sesuai dengan alur cerita akan menghasilkan isi yang menarik dan masuk akal.

c) *Action/sequences*

Urutan adegan atau alur cerita dalam tayangan agar cerita mengalir lebih mudah diikuti. Alur cerita erat kaitannya dengan penyampaian pesan dalam tayangan.

2) Elemen audio

Unsur audio yang mendukung dalam sebuah tayangan terdiri dari beberapa elemen yaitu :

a) Suara (*voice*)

Penggunaan suara manusia atau biasa disebut juga *voice over* biasanya disesuaikan dengan penyampaian pesan yang diinginkan.

b) Efek suara (*sound effect*)

unsur audio yang turut membantu membangun suasana dalam tayangan.

G. Metode penelitian

1. Jenis Penelitian

Metode penelitian adalah suatu cara atau prosedur yang digunakan untuk memecahkan masalah penelitian. Pendekatan penelitian yang dipilih dalam penelitian ini adalah menggunakan paradigma kualitatif. Yaitu suatu penelitian yang menghasilkan data deskriptif yang berupa kata-kata lisan ataupun tertulis dari orang-orang dan pelaku yang diamati serta tidak menggunakan angka-angka kuantitatif (Moleong, 2001:3). Metode penelitian deskriptif kualitatif hanya memaparkan situasi atau peristiwa, tidak mencari dan menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi (Rahmat, 2009: 24)

Menurut Jalaludin Rahmat (2009:25) penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk :

- a. Mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada.
- b. Mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku.
- c. Membuat perbandingan atau evaluasi
- d. Menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang.

Riset kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sejelas-jelasnya melalui pengumpulan data sedalam dalamnya. Riset tidak mengutamakan besarnya populasi atau samplangnya sangat terbatas. Jika data yang terkumpul sudah mendalam dan sudah bisa menjelaskan fenomena yang diteliti maka tidak perlu mencari sampling lainnya. Disini yang lebih ditekankan adalah persoalan kedalaman (kualitas data) bukan kuantitas data. (Krisyantono, 2006: 56)

Dalam penelitian ini difokuskan pada persepsi mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora terhadap tayangan *reality show* mistik “Dua Dunia”. Penulis akan memaparkan dan mendeskripsikan masalah-masalah tersebut, mengumpulkan data, kemudian mengolah dan menganalisanya.

2. Subjek dan Obyek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora semester 4 keatas. Objek dari penelitian ini adalah tayangan *reality show* mistik “Dua Dunia” di televisi. Subjek dari penelitian ini ditentukan berdasarkan *purposive sampling* yaitu pengambilan informan dengan pertimbangan tertentu.

Untuk lebih mudah dalam menentukan subjek penelitian maka penulis merumuskan indikatornya, yaitu :

- a. Merupakan mahasiswa Komunikasi Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga semester 4 keatas. Alasan memilih informan tersebut karena mahasiswa komunikasi semester 4 keatas telah merampungkan mata kuliah komunikasi massa sehingga diharapkan dapat menjawab pertanyaan yang diajukan oleh peneliti.
- b. Pernah menonton tayangan mistik “Dua Dunia” lebih dari 5 kali.

3. Jenis Data

- a. Data primer

Data primer diperoleh dari wawancara yang mendalam dengan responden yang dijadikan subjek penelitian, dalam hal ini menggunakan pedoman wawancara dan observasi.

- b. Data sekunder

Data sekunder adalah data tambahan sebagai penunjang data primer yaitu menggunakan studi pustaka dan dokumentasi.

4. Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode :

a. Wawancara mendalam.

Wawancara adalah cara mengumpulkan data dengan cara bertatap muka langsung pada informan, atau pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan bertanya jawab dalam topik tertentu sehingga dapat memunculkan makna.

b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data dengan menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek atau orang lain sebagai subjek. Dokumentasi biasanya berupa data langsung yang diperoleh dari tempat penelitian, seperti foto-foto, laporan kegiatan, maupun data yang relevan dengan penelitian yang dilakukan.

c. Studi pustaka

Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data dengan cara mengambil dari pustaka sebagai penunjang, biasanya berupa teori-teori yang dikemukakan oleh para ahli sebagai konsep dasar dan alat untuk menganalisis penelitian.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data kualitatif, dilakukan secara terus-menerus dari awal sampai akhir penelitian dengan induktif, dan mencari pola, model, tema, serta teori kemudian dilanjutkan dengan kegiatan pengukuran dengan proses pengumpulan data, lalu dianalisis dan disimpulkan hasilnya (Prastowo, 2012 : 45). Proses analisis data dilakukan dengan mengumpulkan dan memadukan berbagai sumber atau metode, yaitu dari wawancara, stdi pustaka dan dokumentasi yagn diperoleh dari penelitian. setelah itu ditarik kesimpulan dengan memberikan gambaran berupa penjabaran dalam bentuk uraian kalimat sehingga mengantarkan pada sebuah kesimpulan.

6. Teknik Keabsahan Data

Keabsahan data adalah pengujian kebenaran data. Dalam penelitian ini teknik keabsahan datanya menggunakan triangulasi sumber. Menurut Herdiansyah (2010, 201), triangulasi merupakan penggunaan dua atau lebih sumber untuk mendapatkan gambaran yang menyeluruh tentang fenomena yang akan diteliti. metode pengumpulan data yang pada umumnya dilakukan dalam penelitian kualitatif yaitu wawancara, observasi, dokumentasi dan lain sebagainya.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Era informasi dan komunikasi yang terus berkembang membuat persaingan antar stasiun televisi semakin ketat. Tayangan mistik Dua Dunia sebagaimana tayangan-tayangan lain tentunya menimbulkan pemaknaan yang berbeda-beda, salah satunya mahasiswa Ilmu komunikasi UIN Sunan Kalijaga yang merupakan bagian dari khalayak tersebut. Pemaknaan menjadi penting dalam rangka menilai bagaimana tayangan tersebut diterima oleh khalayak sehingga dari situ bisa dikembangkan lebih baik lagi.

Adapun dalam penelitian ini, tayangan Dua Dunia berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan berdasarkan dua tahapan penting persepsi yaitu atensi dan interpretasi. Adapun uraian kesimpulannya adalah sebagai berikut :

1. Pada tahapan atensi atau perhatian, pada tayangan tersebut sudah bisa menarik perhatian untuk menonton tayangan tersebut, hal itu dapat dilihat dari adanya unsur yang menarik perhatian di dalam tayangan tersebut yang menurut informan ada kekhasan seperti istilah

“mediumisasi” yang cukup familiar serta alur tayangan tersebut yang mengundang rasa penasaran. Mahasiswa juga menaruh perhatian pada tayangan tersebut dikarenakan memang ada motif tersendiri baik untuk memuaskan rasa penasaran dan karena ada kemauan untuk mendapatkan pengetahuan lain.

2. Pada tahapan interpretasi/persepsi, jika didasarkan pada nilai yang dianut meliputi faktor kegunaan, kebaikan, serta kepuasan terhadap tayangan, mahasiswa mengatakan cukup positif. Berdasarkan pesan tayangan juga dikatakan cukup positif oleh mahasiswa. Jika didasarkan pengalaman mereka selama menonton tayangan tersebut, seperti penggunaan kiai sebagai pemandu acara sudah tepat namun dalam hal keaslian tayangan apakah ada unsur manipulasinya atau tidak masih mereka pertanyakan mengingat rekayasa tayangan sangat mungkin terjadi dalam tayangan ini sehingga berujung pada menurunnya tingkat kepuasan mereka terhadap tayangan tersebut.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa persepsi mahasiswa ilmu komunikasi UIN Sunan Kalijaga terhadap tayangan reality show mistik Dua Dunia menyangkut kegunaan tayangan cukup positif karena isi tayangan tersebut dapat mempertebal rasa keimanan terhadap Allah SWT serta terhindar dari kemusrikan. Mahasiswa ilmu komunikasi UIN Sunan Kalijaga juga tidak merasakan dampak buruk dari tayangan tersebut, hal ini dikarenakan tingkat kedewasaan mereka dalam menyikapi tayangan mistik dan hanya mengambil

intisari dari tayangan tersebut sehingga tidak ada pengaruh yang buruk terhadap diri mereka. Berdasarkan tingkat kepuasan, persepsi mahasiswa ilmu komunikasi UIN Sunan Kalijaga menyatakan cukup puas terhadap tayangan tersebut, hal tersebut dikarenakan rasa penasarannya akan misteri yang digambarkan dalam tayangan tersebut yang terjawab.

Berdasarkan pengalaman, persepsi mahasiswa ilmu komunikasi UIN Sunan Kalijaga terhadap keaslian Isi tayangan cukup beragam, beberapa menganggap tayangan tersebut asli tidak ada rekayasa, namun beberapa menganggap tayangan tersebut ada rekayasa yang bersifat visual seperti efek hitam putih, backsound dan sebagainya sehingga pengaplikasian konsep reality show pada tayangan Dua Dunia sebagai sebuah acara yang benar-benar real terjadi, masih mereka ragukan.

Terhadap penggunaan presenter dan penggunaan tokoh kiai sebagai pemandu acara, interpretasi mahasiswa ilmu komunikasi UIN Sunan Kalijaga menyatakan cukup sesuai, anggapan bahwa peran kiai sebagai pemandu acara yang mereduksi citra kiai tidak sepenuhnya benar, justru kehadiran kiai dalam tayangan tersebut sesuai dan mempunyai arti yang penting sebagai komunikator untuk menetralsir supaya tidak terjadi kesalahpahaman dalam menyikapi mistik, karena kiai dalam kebudayaan islam dan masyarakat pada umumnya dianggap punya kredibilitas dan mempunyai pengetahuan keagamaan

yan lebih tinggi. Berdasarkan pesan, persepsi mahasiswa ilmu komunikasi UIN Sunan Kalijaga juga menyatakan positif. Dengan menonton tayangan tersebut dapat mengetahui bagaimana cara menyikapi sebuah mistik, memohon pertolongan hanya pada Allah SWT, cara-cara seperti menyembah benda gaib, pesugihan dan sebagainya adalah perbuatan yang salah.

Persepsi mahasiswa Ilmu komunikasi UIN Sunan Kalijaga jika didasarkan pada tingkat kepercayaan mereka terhadap tayangan tersebut, beberapa menganggap bahwa mereka percaya yang ditampilkan oleh tayangan tersebut karena sesuai dengan latar belakang kebudayaan keislaman dan Jawa. Terkait hubungannya dengan pemahaman mereka terhadap tayangan tersebut, secara rata-rata mengatakan bahwa tayangan tersebut tidak bertentangan dengan kebudayaan mereka. Kedekatan masyarakat terhadap Mistik yang digambarkan dalam tayangan tersebut adalah fakta dan benar adanya.

Tata cara seperti penggunaan mediumisasi adalah nyata adanya, karena hampir sama dengan pengobatan metode rukyah. Penjelasan mengenai adanya penampakan gaib, itu bukan merupakan arwah gentayangan tapi itu adalah Jin. Dalam kitab suci al-quran juga dijelaskan kebenaran adanya gangguan yang dilakukan oleh bangsa Jin untuk menggoda manusia. tetapi beberapa ada yang tidak sepenuhnya percaya apa yang ditampilkan oleh tayangan tersebut

dikarenakan era Jawa zaman sekarang sudah tidak relevan lagi untuk membahas mistisme.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian diatas, maka penulis mencatat beberapa saran yang mungkin dapat menjadi bahan pertimbangan :

1. Bagi stasiun televisi khususnya TransTV sebagai stasiun televisi yang menayangkan acara tersebut hendaknya menuliskan penjelasan secara rinci mengenai keaslian tayangan tersebut sehingga tidak menimbulkan pemahaman yang salah pada khalayak yang menonton, jia tayangan tersebut rekayasa, harus dituliskan secara gamblang di dalam tayangan tersebut bahwa adegan tayangan tersebut rekayasa dan kalau tayangan tersebut nyata, mungkin bisa ditayangkan secara live untuk menjawab keraguan khalayak.
2. Bagi khalayak yang menonton, tayangan reality show mistik hendaknya dipahami sebagai hiburan belaka, hendaknya khalayak juga bisa memilah intisari dari tayangan tersebut, adapun pesan tayangan yang bisa menambah pengetahuan keislaman, menguatkan keyakinan pada sang pencipta, mendapatkan pengetahuan tentang sejarah, itu merupakan bonusnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiyanto, Erdinaya.2004. *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*.Bandung : Simbiosis Rekatama.
- Belch. 2001. *Advertising and Promotion*. Jakarta : Salemba Empat
- Darwanto.2007.*Televisi Sebagai Media pendidikan*. Yogyakarta : Pustaka pelajar
- Herdiyansyah, Haris. 2010.*Metode Penelitian Kualitatif:Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta : Salemba Humanika
- Kuswandi.2002.*Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media televisi*. Jakarta: Rineka Cipta
- Krisyantono, Rahmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*.Jakarta.PT. Kencana Prenada Media Group
- Liliweri, Alo.2011. *KOMUNIKASI : Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana
- Moleong, Lexy J.2001.*Metode Penelitian Kualitatif*.Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Dedy.2009.*Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Prasetijo, Ristiyanti.2005.*Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset
- Prastowo, Andi.2012.*Metode Penelitian Kualitatif Dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media
- Rahmat, Jalaludin.2009.*Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : PT.Remaja Rosdakarya.
- Rahmat, Jalaludin.2003.*Psikologi Komunikasi*. Bandung : PT.Remaja Rosdakarya
- Sobur, Alex.2003.*Psikologi Umum*. Bandung : Pustaka Setia
- Syahputra, Iswandi. 2011. *Rahasia simulasi mistik Televisi*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Uchajana, Onong. 1984. *Televisi Siaran Teori dan Praktek*. Bandung : Alumni
- Walgito, Bimo.2002.*Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta : Andi Offset

Skripsi

Eko Taufikur Rohman.2012. Persepsi Terhadap Iklan Kondom (Study Deskriptif Kualitatif pada Pengunjung Lokalisasi Pasar Kembang Yogyakarta Terhadap Iklan Animasi Fiesta Dotted). Skripsi : Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga.

Tugiono Syahputra.2005. Dampak tayangan Dunia Lain di TransTV bagi Keimanan Masyarakat Gedongan Kota Gede Yogyakarta.(Analisis Dampak Tayangan Terhadap Keimanan). Skripsi : Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Internet

<http://www.kpi.go.id>. *Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS)*. Akses tanggal 10 November 2014,pukul 12.00 WIB)

<http://uin-suka.ic.id> (akses tanggal 15 Desember 2014 pukul 23.00 WIB)

<http://www.trans7.co.id> (akses tanggal 14 Desember 2014 pukul 20.00 WIB)

<http://duadunia.trans7.com> (akses tanggal 14 Desember 2014 pukul 23.00 WIB)