

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Bagi masyarakat Indonesia, media televisi saat ini bukan saja sebagai media pendidikan, hiburan, dan informasi, melainkan juga menjadi suatu wahana pengikat antara masyarakat pemirsa dan penyelenggara siaran dalam suatu lingkaran industri. Dalam kehidupan sehari-hari setiap orang memerlukan hiburan agar tidak jenuh setelah seharian lelah beraktifitas, salah satunya dengan menonton televisi.

Televisi termasuk dalam media yang sangat menarik dan banyak diminati serta mempunyai nilai khusus. Khususnya televisi saat ini memiliki persaingan yang sangat ketat, bahkan sudah sangat berperan penting dalam kehidupan masyarakat terutama dalam menyampaikan informasi. Sehingga meningkatkan daya rangsang dan pemahaman terhadap informasi yang disajikan.

Posisi sebuah program tayangan dalam *rating*, ditentukan oleh sejauh mana pemirsa menganggap tayangan tersebut menarik untuk ditonton. Kreativitas tidak sekedar tampil beda, tidak pula sekedar tampil unik, melainkan bagaimana tampil dengan memberi penyajian yang menarik pada penikmatnya.

Dalam menghadapi kompetitor, setiap stasiun televisi saling bersaing memproduksi program kreatif agar masyarakat tertarik dengan tontonan yang disajikan. Tayangan program seperti *talk show*, *infotainment*, *news*, *feature*, *variety show*, dokumenter dan masih banyak lagi jenis format program televisi lainnya. Pada dasarnya media televisi mempunyai manfaat dalam segi positif seperti hiburan, publikasi, serta edukasi. Tetapi juga disisi lain membawa pengaruh negatif, namun demikian penonton harus tetap selektif dalam memilih acara.

Akhir-akhir ini tayangan-tayangan mistik di media massa, khususnya televisi menjadi salah satu *mindstream* di antara berbagai *mindstream* lain yang ada di media massa. Pada mulanya tayangan mistisme dan tahayul lebih banyak berupa pemberitaan, kemudian menjadi tayangan sinetron yang berbasis tradisi masyarakat, namun saat ini tayangan-tayangan mistisme dikemas dengan menarik.

Bila mendengar kata “mistis” pasti erat kaitannya dengan makhluk gaib, misteri, mitos, dan sesuatu yang menakutkan. Itulah buah hasil konstruksi media pada masyarakat Indonesia. Padahal, mistis tidak selalu menghubungkan manusia menuju alam gaib. Ada beberapa macam tayangan mistisme yang tidak diketahui oleh masyarakat.

Tayangan mistis mulai marak sekitar tahun 2000an. Beberapa stasiun televisi mengangkat fenomena gaib yang dianggap perlu untuk diperbincangkan. Program mistis yang sempat naik daun saat itu adalah *Kismis (Kisah-Kisah Misteri)*, *Gentayangan*, *Pemburu Hantu di Lativi*, dan *Silet* yang sekarang sudah beralih ke acara *infotainment*. Stasiun televisi seakan ikut berlomba mencari jejak makhluk gaib untuk merebut perhatian masyarakat. Saat itu, masyarakat semakin kental akan budaya mistis yang begitu dasyat. Sampai di tahun 2013, tayangan mistis masih menjaga eksistensinya. Hanya saja, tayangan mistis lebih dibuat variatif agar membuat penonton tidak jenuh. Seperti masih *Dunia Lain di Trans 7* yang merancang sebuah uji nyali. Peserta dibekali makanan ringan, minuman, dan sebuah lilin untuk 2 malam. Telah disediakan pula beberapa kamera yang akan merekam semua kejadian di tempat uji nyali. Siapa saja bisa mendaftarkan diri untuk menjadikan peserta. Bentuk partisipasi masyarakat dalam mengikuti uji nyali ini sebagai bukti bahwa program ini diminati masyarakat.

Terlepas dari kontroversi di masyarakat mengenai hal tayangan mistik, namun tayangan mistisme dan tahayul itu menyita banyak perhatian para penonton. Hal yang di pahami oleh masyarakat tentang mistik dan tahayul yang disajikan di media massa yaitu syarat dengan suasana misteri, mencekam, horror, dan sebagainya, hal ini semakin menarik apabila menjadi tayangan dalam konteks hiburan masyarakat di media massa khususnya televisi.

Berdasarkan hasil studi remotivi dalam video *Karma di Balik Karma ANTV*, kondisi tersebut bermula pada era Orde Baru. Genre horor berkembang pesat di Indonesia setelah meledaknya film *Ratu Ular* pada 1972.

Menjamurnya film horor kala itu dikatakan turut memicu Kode Etik Badan Sensor Film pada 1980 yang mewajibkan tokoh protagonis religius sebagai sosok penyelamat dalam tayangan horor. Hingga pada akhir era Orde Baru, paham mistis muncul di televisi seiring tumbuhnya stasiun TV swasta lewat tayangan seperti *Si Manis Jembatan Ancol* dan *Tuyul* dan *Mbak Yul*.

Tayangan-tayangan itu sempat menimbulkan kontroversi karena dianggap menjauhkan masyarakat dari agama ataupun realitas. Meski demikian, unsur mistis di layar kaca tak sepenuhnya hilang. Yang kini muncul program *Menembus Mata Bathin* setelah usainya program bergenre mistis yaitu “*Karma*” di ANTV.

Hadirnya Menembus Mata Bathin juga menyita perhatian masyarakat Indonesia akan program mistis, yang berbeda dengan program mistis sebelumnya. Menembus Mata Bathin merupakan sebuah *talk show* yang bernuansa mistis di dalam pembahasannya, dan juga dipandu langsung oleh seorang anak indigo serta *co-host* yang menyita perhatian masyarakat serta menerapkan konsep baru yang belum pernah ditayangkan oleh program mistis sebelum-sebelumnya.

Secara pengemasan, format, dan penyajian program acara Menembus Mata Bathin ini berbeda dengan program acara lainnya, jenis sajian yang diterapkan ini mempengaruhi kualitas dan nilai program acara televisi, karena menarik bahkan menyita perhatian pemirsa sehingga dapat **menduduki rating yang baik** diantara program ANTV lainnya. Rating Menembus Mata Bathin berbeda-beda di setiap daerah. Berikut hasil rating secara keseluruhan program drama *reality show* bernuansa mistik ini; *ALL-Markets* = 1.1, Jakarta = 0.9, Non-Jakarta = 1.5 Hal ini disampaikan berdasarkan hasil data *Rating by cities* Menembus Mata Bathin (Sumber: Produser Menembus Mata Bathin).

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian mengenai bagaimana Strategi Penyajian Program *Reality Show* Menembus Mata Bathin di ANTV Untuk Mendapatkan Perhatian Dari Pemirsa. Program ini perdana ditayangkan di ANTV pada tanggal 27 Agustus 2018. Jam tayang mulai Senin- Jumat pukul 22.00 WIB sedangkan pada hari Sabtu-Minggu mulai pukul 23.30 WIB.

Dalam proses produksi program acara hiburan tentu membutuhkan Broadcaster hebat yang berperan dibelakang layar dikarenakan semakin pesatnya persaingan industri pada media Televisi saat ini. Mereka di antara lain Produser, Assisten Producer, Program Director, Technical Director, Stage Manage, Floor Director, Kameramen, Audio Mixer, Switcher, Tim Kreatif dan Kru Lainnya. Mereka lah yang menentukan bagus tidaknya dan lancar tidaknya sebuah program acara.

Acuan yang digunakan untuk melihat bagaimana terapan strategi penyajian menarik dalam proses produksi program Menembus Mata Bathin, yaitu dengan menggunakan dengan menggunakan teori komodifikasi, merupakan teori yang dipengaruhi oleh perspektif Marxisme. Dalam prespektif tersebut komodifikasi dipandang sebagai alat dari kapitalis untuk meraih keuntungan sebesarnya dengan menghisap nilai surplus menghasilkan materi atau sesuatu yang mengandung nilai guna dan nilai tukar yang disebut “komoditas”.

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk meneliti “ Strategi Produser Dalam Menyajikan Program Menembus Mata Bathin di ANTV (Pendekatan Teori Komodifikasi) ”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis membuat permasalahan tentang : *Bagaimana Strategi Produser Dalam Menyajikan Program Menembus Mata Bathin di ANTV (Pendekatan Teori Komodifikasi) ?*

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian yang dilakukan untuk Mengetahui Strategi Produser Dalam Menyajikan Program Menembus Mata Bathin di ANTV (Pendekatan Teori Komodifikasi)

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini menjadi pembelajaran khusus untuk studi ilmu komunikasi khususnya ilmu kepenyiaran. Dan juga menjadi bahan pengalaman untuk dapat mengetahui tahapan-tahapan tim Menembus Mata Batin dalam menyajikan program acara *reality show* secara menarik. Selain itu manfaat yang didapat dari penelitian yang bersifat kualitatif deskriptif ini adalah penulis bisa merasakan langsung aura kerja produksi dari semua tim yang terlibat di dunia kerja yang sesungguhnya.