

RESEPSI KHALAYAK TERHADAP PROGRAM “KATAKAN PUTUS” TRANS TV

AUDIENCE RECEPTION OF “KATAKAN PUTUS” PROGRAM TRANS TV

Oleh: Adam Surya Dewangga, 14419144006, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial,
Universitas Negeri Yogyakarta

adamsuryadewangga@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah: (1) mengetahui perilaku khalayak pada saat menonton program “Katakan Putus”, (2) mengetahui resepsi khalayak pada program “Katakan Putus” TRANS TV, (3) mengetahui alasan khalayak untuk menonton program “Katakan Putus” TRANS TV. Penelitian ini merupakan penelitian analisis resepsi khalayak dengan pendekatan kualitatif. Objek dalam penelitian ini adalah program “Katakan Putus” TRANS TV. Sedangkan subjek atau informan penelitian ini adalah penonton program “Katakan Putus” yang ditentukan dengan teknik *purposive sampling*. Analisis data dilakukan dengan analisis resepsi dengan teori *encoding-decoding* Stuart Hall. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) khalayak program “Katakan Putus” biasa mengganti *channel* untuk menghindari iklan dan menonton program serupa (*reality show*) di stasiun televisi lain serta melakukan aktivitas lain ketika menonton program “Katakan Putus”, (2) khalayak berada pada posisi pembacaan negosiasi dan menganggap bahwa program “Katakan Putus” tidak sepenuhnya menggambarkan realitas, (3) alasan khalayak menonton program “Katakan Putus” yakni sebagai sarana hiburan, sebagai penghilang rasa penat. Pengawasan sosial, sebagai bahan pelajaran bagi diri sendiri dan anaknya. Serta bahan pembicaraan, misalnya ketika berbincang dengan teman-teman di sekolah, kampus, atau di pasar. **Kata kunci:** analisis resepsi, katakan putus, dan khalayak televisi

Abstract

The purpose of this research are: (1) to understand the behavior of the audience when watching the "Katakan Putus" program, (2) to understand the audience reception on the "Katakan Putus" program of TRANS TV, (3) to understand the audience reasons to watch "Katakan Putus" program of TRANS TV. This research used audience reception analysis with qualitative approach. The object of this research is the "Katakan Putus" program of TRANS TV. While the subject / informant of this research is the audience "Katakan Putus" program which is determined by purposive sampling technique. Data analysis analyzed reception analysis with Stuart Hall's encoding-decoding theory. The results of the research showed that: (1) the audience of "Katakan Putus" program change the channel to avoid commercial break and watch similar program (reality show) on other television station and doing other activities when watching "Katakan Putus" program, (2) the audience is on negotiated position and assuming that the "Katakan Putus" program does not fully describe the reality, (3) the reasons of the audience for watching the "Katakan Putus" program are as entertainment, as a tired busting. Social supervision, as a learning for themselves and their children. And talks, for example when talking with friends at school, college, or in the market.

Keywords: *reception analysis, katakan putus, and television audience*

PENDAHULUAN

Televisi masih menjadi media yang sering dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia di tengah perkembangan teknologi digital. Berdasarkan survei *Nielsen Consumer Media View* yang dilakukan di 11 kota di Indonesia, penetrasi televisi masih memimpin dengan 96% disusul dengan media luar ruang 53%, internet 44%, radio 37%, koran 7%, tabloid dan majalah 3% (mediaindonesia.com, 2017).

Fungsi televisi sama dengan fungsi media massa lainnya, yakni memberi informasi, mendidik, menghibur, dan membujuk. Menurut Harold D. Laswell, media massa mempunyai tiga fungsi, antara lain: 1) Media massa sebagai pengamat lingkungan dan memberikan informasi atas hal-hal yang tidak terjangkau khalayak; 2) Media massa sebagai *gate keeper*, artinya lebih menekankan kepada pemilihan, penilaian, penafsiran tentang apa yang patut disampaikan kepada khalayak; 3) Media massa berfungsi sebagai jembatan tata nilai dan budaya dari generasi satu ke generasi berikutnya, atau dapat dikatakan sebagai media pendidikan (Mursito, 2006). Hanya saja karena sifatnya yang audio-visual, membuat televisi menjadi primadona di tengah masyarakat. Pesan yang disampaikan pun lebih mudah diterima dan dipahami oleh masyarakat. Pesan yang disampaikan bersifat umum dan serentak. Sebagaimana sifat komunikasi massa yang pesannya ditujukan kepada sejumlah orang besar yang tersebar di banyak tempat, anonim dan heterogen.

Minat masyarakat Indonesia untuk menonton televisi yang tinggi menjadi keuntungan tersendiri bagi industri pertelevisian. Setiap harinya masyarakat Indonesia disuguhkan berbagai macam acara atau program televisi dari banyak stasiun televisi. Adapun jenis program televisi bisa berupa news (berita), *travelling*, drama, *talkshow*, *infotainment*, *game show*, *reality show*, dan sebagainya.

Reality show merupakan salah satu genre program di media televisi. *Reality show* secara istilah berarti pertunjukan yang asli atau riil, tidak direkayasa, dan tidak dibuat-buat. Kejadiannya diambil dari keseharian, kehidupan masyarakat apa adanya, yaitu realita dari masyarakat (Motulz Media Center, 2005). Widyaningrum dan Christiastuti (2004) mengatakan bahwa *reality*

show adalah suatu acara yang menampilkan realitas kehidupan seseorang yang bukan selebriti (orang awam), lalu disiarkan melalui jaringan TV, sehingga bisa dilihat masyarakat.

Program *reality show* yang kian menjamur di Indonesia memberikan kontribusi tersendiri bagi industri pertelevisian di Indonesia. Berawal pada tahun 2010 hingga 2018, *reality show* bisa dikatakan sebagai *genre* program yang paling populer di Indonesia. Hal tersebut ditunjukkan dengan banyaknya varian program *reality show* yang muncul. Berbagai stasiun televisi swasta nasional saling berlomba-lomba memunculkan program *reality show*. Misalnya seperti GTV memiliki program “Uang Kaget”, ANTV memiliki “Bikin Mewek”, SCTV dengan program “Cinta Jaman Now”, TRANS 7 dengan “Rumah Uya”, dan TRANS TV yang memiliki program “Katakan Putus”. Dari kelima contoh program di atas, program “Katakan Putus” TRANS TV merupakan program *reality show* yang lebih awal muncul, yakni pada tahun 2015, dibandingkan GTV, ANTV, dan SCTV yang baru merilis program serupa pada akhir tahun 2017.

Salah satu program populer yang ada di Indonesia yakni program “Katakan Putus”. “Katakan Putus” merupakan program *reality show* TRANS TV yang mengangkat kisah seseorang yang sedang memiliki permasalahan dengan pacarnya.

Program “Katakan Putus” dipilih berdasarkan hasil observasi selama periode 18 September – 15 Desember 2017 menunjukkan bahwa program “Katakan Putus” merupakan salah satu program unggulan milik TRANS TV. Hal itu ditunjukkan dengan eksistensi program yang bertahan dari pertengahan tahun 2015 hingga tahun 2018. Ditambah selama periode September – Desember 2017, program ini memiliki rata-rata TVR (*rating*) dan TVS (*share*) masing-masing sebesar 1.0 dan 9.1. Bahkan, *share* program “Katakan Putus” pada bulan Desember 2017 pernah mencapai angka 14.1.

Rating satu program adalah satu angka yang merupakan rasio antara jumlah audiens yang menonton program tersebut dengan jumlah audiens yang menonton siaran televisi dari stasiun penyiaran manapun dalam wilayah populasi (*universe*) (Djamil, 2017: 160). Populasi yang dimaksud adalah seluruh audiens baik yang

sedang menonton televisi maupun tidak menonton televisi. *Rating* sebesar 1.0 pada program “Katakan Putus” berarti rata-rata program tersebut ditonton sebanyak 1% dari seluruh sampel penonton yang diambil oleh lembaga riset TRANS TV. TRANS TV menggunakan jasa *Nielsen Audience Measurement Indonesia* sebagai sumber data survei penonton.

Share satu program adalah satu nilai yang merupakan rasio antara jumlah audiens satu program tertentu satu stasiun tertentu dengan jumlah audiens total beberapa stasiun pada saat bersamaan dengan program tertentu itu (Djamil, 2017: 160-161). *Share* sebesar 9.1 pada program “Katakan Putus” berarti ada 9,1% penonton pada jam tertentu (pada jam tayang program “Katakan Putus”) yang menonton program tersebut. Dengan demikian, bisa dikatakan bahwa program “Katakan Putus” telah memiliki penonton setia atau penonton tetap sehingga *rating* dan *share* program ini tinggi dan relatif stabil.

Hasil pra survei dilakukan pada 8 (delapan) penonton program “Katakan Putus” menunjukkan 5 (lima) diantaranya menyatakan ragu-ragu ketika menjawab pertanyaan yang menyoalkan apakah adegan yang ada di program “Katakan Putus” itu nyata atau tidak. Sedangkan 3 (tiga) dari 8 (delapan) responden dengan ‘gambang’ menyebut program tersebut merupakan program ‘setting-an’ semata. Maksudnya, khalayak beranggapan bahwa cerita atau kisah yang diangkat dalam program “Katakan Putus” hanya rekayasa tim belaka. Dengan kata lain, tidak ada penonton yang sepenuhnya meyakini bahwa program “Katakan Putus” adalah murni *reality show*.

Penelitian mengenai resepsi khalayak atau *audience reception* menjadi penting untuk dilakukan. *Reception* berkaitan dengan proses penerimaan dan pembacaan isi teks media. Penelitian ini menggunakan metode *reception analysis* (analisis resepsi) Stuart Hall. Teori ini menekankan pada interaksi antara khalayak atau penonton dengan teks media.

Berdasarkan beberapa hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengungkap perilaku dan alasan khalayak menonton program “Katakan Putus”, serta resepsi khalayak terhadap program “Katakan Putus” TRANS TV.

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor (1975), pendekatan kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan data deskriptif: ucapan atau tulisan yang dapat diamati dari orang-orang (subjek) itu sendiri. Pendekatan ini menunjukkan latar dan individu-individu dalam latar itu secara keseluruhan. Artinya, subjek penelitian, baik individu maupun kelompok, tidak dipandang sebagai suatu variabel yang terpisah, tetapi dipandang sebagai bagian dari suatu keseluruhan (Ahmadi, 2014: 15).

Metode dalam penelitian ini menggunakan metode analisis resepsi, karena pendekatan ini mendasarkan pada kesadaran atau cara subjek dalam memahami objek dan peristiwa dengan pengalaman individu. *Reception analysis* merujuk pada sebuah komparasi antara analisis tekstual wacana media dan wacana khalayak, yang hasil interpretasinya merujuk pada konteks, seperti *cultural setting* dan *context* atas isi media (Jensen, 1999: 139).

Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini yaitu Program *reality show* “Katakan Putus” TRANS TV. Program “Katakan Putus” menarik untuk dijadikan objek dalam penelitian ini karena program tersebut merupakan salah satu program unggulan milik TRANS TV. Hal tersebut ditunjukkan dengan eksistensinya selama tahun 2015 hingga tahun 2018. Selain itu, berdasarkan hasil pra-observasi pada bulan September hingga Desember 2017, Program “Katakan Putus” memiliki rata-rata *rating* dan *share* yang cukup tinggi selama periode tersebut yakni TVR sebesar 1.0 dan TVS sebesar 9.1.

Sumber Data Penelitian

Adapun sumber data dalam penelitian ini yaitu berupa data primer. Data primer atau data tangan pertama adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan mengenakan alat pengukuran atau pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari (Azwar, 2016: 91). Data primer diperoleh dari sumber informan individu atau perseorangan yang berupa hasil wawancara

dan observasi partisipatif yang dilakukan selama penelitian.

Data primer penelitian diperoleh langsung dari wawancara dengan informan utama yakni penonton Program “Katakan Putus” TRANS TV. Pengumpulan data primer juga dilakukan dengan cara melihat, mengamati dan mencatat perilaku informan saat menonton Program “Katakan Putus” TRANS TV.

Selain itu, data primer dalam penelitian ini juga berupa rekaman tayangan program “Katakan Putus” yang diperoleh dari *channel youtube* TRANS TV. Rekaman tayangan kemudian diolah menggunakan pendekatan analisis konten dengan metode deskriptif analitik.

Subjek Penelitian

Subjek penelitian dalam penelitian kualitatif tidak harus banyak sebagaimana penelitian kuantitatif. Penelitian kualitatif bisa dilakukan hanya dengan satu subjek penelitian. Akan tetapi, subjek penelitian tersebut tentu tidak sembarangan dipilih. Latar atau individu yang hendak diteliti harus memiliki nilai keunikan. Keunikan tersebut menentukan tingkat bobot ilmiah (Ahmadi, 2014: 15). Menurut Burhan Bungin (2001: 173) informan merupakan orang yang menguasai dan memahami data, informasi ataupun fakta dari suatu objek penelitian.

Dalam penelitian ini, subjek penelitian atau informan yang diambil menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan jenis sampling yang digunakan untuk situasi-situasi khusus. Sampling ini biasa digunakan dalam penelitian eksploratori atau dalam penelitian lapangan (Ahmadi, 2014: 85).

Subjek penelitian atau informan merupakan penonton program “Katakan Putus” TRANS TV. Penonton yang dimaksud di sini adalah mereka yang sering atau beberapa kali telah menonton program tersebut. Selain itu, informan merupakan penonton yang paham terhadap konten dan bersedia dimintai keterangan mengenai objek penelitian.

Informan diklasifikasikan berdasarkan unsur demografi. Klasifikasi tersebut dimaksudkan supaya terlihat nilai keunikan (*uniqueness value*) dari masing-masing informan yakni berupa perbedaan usia dan jenis kelamin. Pada *weekly report* bagian *market profile*

Program “Katakan Putus” TRANS TV, selama periode 18 September – 15 Desember 2017, data demografi (jenis kelamin dan usia) penonton Program “Katakan Putus” TRANS TV sebagai berikut.

Tabel 1 Indeks Penonton “Katakan Putus” berdasarkan Jenis Kelamin

Usia	Orang	Persentase
18	100	100%
19	100	100%
20	100	100%
21	100	100%
22	100	100%
23	100	100%
24	100	100%
25	100	100%
26	100	100%
27	100	100%

Sumber: *Weekly report – market profile* program “Katakan Putus” periode 18 September – 15 Desember 2017.

Tabel 1 di atas menunjukkan penonton Program “Katakan Putus” selama kurun waktu 18 September – 15 Desember 2017 berdasarkan jenis kelaminnya. Rata-rata penonton Program “Katakan Putus” merupakan penonton berjenis kelamin perempuan (*female*). Adapun penonton berjenis kelamin laki-laki (*male*) memiliki perbandingan rata-rata yang lebih kecil dengan penonton berjenis kelamin perempuan. Sehingga penelitian ini mengambil penonton perempuan sebagai sampel penonton Program “Katakan Putus”.

Tabel 2 Indeks Penonton *Female* “Katakan Putus” berdasarkan Usia

Usia	Indeks						
	1990	2000	2010	2015	2016	2017	2018
5-14	100	100	100	100	100	100	100
15-19	100	100	100	100	100	100	100
20-24	100	100	100	100	100	100	100
25-34	100	100	100	100	100	100	100
35-44	100	100	100	100	100	100	100
45-54	100	100	100	100	100	100	100
55-64	100	100	100	100	100	100	100
65-74	100	100	100	100	100	100	100
75-84	100	100	100	100	100	100	100
85-94	100	100	100	100	100	100	100
95-100	100	100	100	100	100	100	100

Ket: Kids (5-14); Teen (15-19); Youth (20-24); Adult (25-34); Mature (35-44); Oldies: (45-54) - dalam satuan tahun.

Sumber: *Weekly report – market profile* program “Katakan Putus” periode 18 September – 15 Desember 2017.

Kemudian, berdasarkan tabel 2 di atas, posisi 4 (empat) teratas kategori penonton perempuan berdasarkan usia pada program tersebut yakni penonton pada kategori usia 15-19 tahun (*teen*), 20-24 tahun (*youth*), 35-44 tahun (*mature*), dan 55 tahun ke atas.

Dengan demikian, penelitian ini menggunakan 4 (empat) informan yang merepresentasikan 4 (empat) segmen usia penonton terbesar program “Katakan Putus” sebagai subjek dalam penelitian yang berjudul “Resepsi Khalayak terhadap Program “Katakan Putus” TRANS TV”.

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan tiga teknik pengumpulan data yaitu sebagai berikut.

1. Wawancara Mendalam

Wawancara yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah jenis wawancara mendalam (*in-depht interview*). Wawancara mendalam dilakukan secara informal. Sifat wawancara tersebut memberi kesan santai layaknya ‘teman ngobrol’. Peneliti cenderung mempertahankan fleksibilitas dalam mencari informasi. Pertanyaan yang diajukan muncul seiring arus pembicaraan dengan informan. Dengan demikian, diharapkan informan akan lebih terbuka dalam memberikan jawaban secara lengkap

atau menyeluruh, mendalam, dan tidak ada yang disembunyikan (Ahmadi, 2014: 122-123).

Pertanyaan dalam wawancara melingkupi pertanyaan mengenai opini dan pengalaman informan selama menonton Program “Katakan Putus” TRANS TV, riwayat menonton program, latar belakang informan yang dapat memengaruhi proses resepsi informan terhadap program, serta pengaruh menonton *reality show* “Katakan Putus” dalam kehidupan informan. Wawancara dilakukan beberapa kali sesuai dengan kebutuhan data untuk penelitian.

2. Observasi Partisipasi

Observasi partisipasi merupakan observasi dimana peneliti terlibat langsung dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian. Sambil melakukan pengamatan peneliti ikut melakukan apa yang dikerjakan oleh subjek penelitian, dan ikut merasakan suka dukanya. Dengan observasi partisipasi ini, maka data yang diperoleh akan lebih lengkap, tajam dan sampai mengetahui pada tingkat makna dari setiap perilaku yang nampak (Sugiyono, 2015: 64).

Dalam proses pengambilan data penelitian, peneliti secara langsung mendampingi dan mengamati respon atau reaksi informan dalam menonton tayangan program “Katakan Putus”. Selain itu peneliti juga mengamati beberapa faktor di sekitar informan yang mungkin bisa menjadi data tambahan. Seperti, dengan siapa informan biasa menonton program “Katakan Putus” TRANS TV. Hingga hal apa yang biasa dibicarakan ketika menonton program tersebut.

3. Analisis Konten

Pada penelitian ini, peneliti menganalisis konten dari tayangan program “Katakan Putus”. Analisis konten ini dilakukan pada episode program “Katakan Putus” selama kurun waktu tertentu. Peneliti menonton rekaman tayangan program, mencatat hal-hal yang penting, kemudian menganalisisnya dengan metode deskriptif analitik.

Pada metode analisis konten, penelitian bisa bersifat eksperimen maupun non-eksperimen. Pada penelitian non-eksperimen, terdapat beberapa metode antara lain: metode korelasi, metode komparatif, metode survei, metode tindakan, metode ekspos facto, hingga metode deskriptif analitik (Darmawan, 2013: 60-72). Pada proses analisis konten tayangan program “Katakan Putus” TRANS TV, peneliti menggunakan metode deskriptif analitik.

Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan suatu pencarian pola-pola dalam data, yaitu perilaku yang muncul, objek-objek, atau badan pengetahuan. Ketika suatu pola mulai diidentifikasi, pola tersebut kemudian diinterpretasikan ke dalam istilah-istilah teori sosial atau latar dimana teori sosial itu terjadi. Analisis data mencakup proses pengujian, penyortiran, pengkategorisasian, evaluasi, perbandingan, sintesis dan perenungan data yang didapatkan juga kembali data mentah dan terekam. Analisis data pada penelitian kualitatif dilakukan sejak dimulainya penelitian hingga akhir penelitian (Ahmadi, 2014: 230).

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis resepsi khalayak Stuart Hall. Teori resepsi yang dikembangkan oleh Stuart Hall memandang bahwasannya khalayak mampu secara selektif memaknai dan memilih makna dari sebuah teks media berdasar posisi sosial dan budaya yang mereka miliki (Bertrand & Hughes, 2005).

Data yang diperoleh dalam penelitian ini dikumpulkan dan dicatat untuk kemudian diidentifikasi. Proses identifikasi ini kemudian dianalisis menggunakan teori *encoding-decoding* milik Stuart Hall. Hasil penelitian diuraikan dengan menganalisis hubungan kerangka pengetahuan informan, hubungan produksi pada objek penelitian, hingga infrastruktur teknis yang dimiliki informan. Dalam proses *encoding* dan *decoding*, baik produsen maupun konsumen sama-sama dipengaruhi oleh 3 (tiga) faktor utama yakni: (1) *frameworks of knowledge* -kerangka pengetahuan; (2) *relations of production* - hubungan produksi; dan (3) *technical infrastructure* -infrastruktur teknis (Hall, 2005).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengetahui perilaku khalayak (penonton) pada saat menonton program “Katakan Putus”; (2) mengetahui resepsi khalayak (penonton) pada program “Katakan Putus” TRANS TV; (3) mengetahui alasan khalayak (penonton) untuk menonton program “Katakan Putus” TRANS TV.

Namun sebelumnya, perlu dibahas mengenai hasil analisis konten program “Katakan Putus”. Hal ini dilakukan untuk membantu memperdalam hasil dan pembahasan penelitian.

Analisis Konten

Objek dalam penelitian ini yaitu program “Katakan Putus” TRANS TV. Gambaran mengenai objek penelitian tersebut diambil dengan cara menganalisis konten program “Katakan Putus”. Analisis konten yang dilakukan mengambil beberapa episode tayangan secara proporsional lalu dihitung frekuensinya secara sederhana untuk dijadikan sampel atau biasa disebut sebagai metode deskriptif analitik. Ciri khas dari metode deskriptif analitik ini adalah adanya analisis sederhana untuk statistik deskriptif berupa pencarian nilai frekuensi (Darmawan, 2013: 69).

Populasi dalam analisis konten ini yaitu jumlah tayangan atau episode program “Katakan Putus” dari bulan Oktober 2017 hingga Mei 2018 atau kurang lebih sekitar 160 episode. Kemudian sampel yang diambil menggunakan teknik *proportional random sampling*. Teknik ini hanya dapat dilakukan pada anggota populasi yang homogen atau memiliki karakter yang sama (Martono, 2016: 78).

Menurut Arikunto (2002) jika jumlah populasi kurang dari 100, maka lebih baik sampel diambil semua. Sedangkan jika jumlah populasinya lebih dari 100, dapat diambil antara 10%-15%. Karena populasi yang ada lebih dari 100 episode, maka rumus yang digunakan sebagai berikut.

$$\begin{aligned}n &= 10\% \times N \\n &= 10\% \times 160 \\&= 16\end{aligned}$$

keterangan:

n = besar sampel

N = besar populasi

Enam belas episode yang muncul sebagai sampel penelitian ini ditentukan secara proporsional. Selama periode bulan Oktober 2017 hingga Mei 2018 total terdapat 8 bulan. Dari 8 bulan tersebut, masing-masing bulan diambil episode secara berpola dan proporsional. Episode yang diambil pada tiap bulannya adalah episode yang tayang pada awal dan pertengahan bulan. Sehingga ditemukan 16 episode yang menjadi sampel dalam penelitian ini.

Setelah dianalisis, sampel penelitian menunjukkan bahwa kasus atau cerita program “Katakan Putus” TRANS TV terjadi pada hubungan mantan suami-istri, adik dan kakak, tunangan, sahabat, ibu dan anak, hingga pacaran.

Pacaran dalam istilah psikologi sosial biasa disebut sebagai *romantic relationship*. Menurut Baron (2006), dalam *romantic relationship* (hubungan romantis), individu ingin menyukai dan disukai oleh pasangan, maka perlu adanya kesesuaian untuk saling melengkapi, pujian dan kasih sayang yang ditunjukkan terus menerus. Hubungan romantis dapat dialami oleh setiap individu. Setiap orang memiliki pengalaman hubungan romantis yang berbeda satu sama lain. Dalam menjalin suatu hubungan romantis, pengalaman yang didapatkan seseorang akan berbeda dengan pengalaman menjalin hubungan dengan keluarga atau teman. Jika kedekatan hubungan seseorang dengan keluarga maupun temannya dibatasi hal-hal seperti rasa hormat, pekerjaan, sekolah, hingga berbagi cerita, maka hubungan romantis lebih didasari oleh komitmen, kepercayaan, kasih sayang, dan keintiman yang mendalam (Papalia, Olds & Feldman, 2001).

Ketika komitmen, kepercayaan, kasih sayang, dan keintiman tersebut mulai luntur bahkan dilanggar, maka berpotensi muncul suatu konflik dalam hubungan tersebut. Menurut Vander Zander (dalam Budyatna, 2011) konflik merupakan bentuk interaksi manusia baik secara individual maupun kelompok mempersepsikan diri mereka sebagai yang terlibat dalam perjuangan mengenai sumber-sumber atau nilai-nilai sosial. Konflik adalah hal yang normal dalam suatu hubungan, ketika orang peduli satu sama lain dan saling memengaruhi, perbedaan pendapat adalah sesuatu yang tidak dapat dihindari dan merupakan salah satu penyebab

munculnya konflik (Turner & Shutter dalam Wood, 2010: 225).

Dalam program “Katakan Putus”, konflik yang ada kerap kali muncul dalam suatu hubungan pacaran. Hal tersebut ditunjukkan dengan 10 episode mengenai pacar dari 16 sampel yang diambil.

Misalnya pada episode “Katakan Putus” hari Selasa, 2 Januari 2018. Pada episode tersebut terdapat klien, seorang laki-laki, yang sedang memiliki konflik dengan pacarnya. Klien menceritakan bahwa beberapa waktu terakhir pacarnya mulai berubah sikap. Klien sempat curiga bahwa perubahan sikap pada pacarnya terjadi karena ada orang ketiga dalam hubungan mereka. Ternyata, setelah dicari tahu kebenarannya, sebelum ayahnya meninggal target sudah dijodohkan dengan seorang laki-laki lain. Ibu target pun meminta klien untuk mengikhhlaskan target. Dalam kasus ini, nampak beberapa konflik yang terjadi. Konflik yang mencolok adalah *unexpressed conflict*. Tidak adanya keterbukaan dari target membuat hubungan mereka tidak seimbang.

Selain konflik atau kasus dalam hubungan pacaran, “Katakan Putus” juga menampilkan kasus yang terjadi pada hubungan lain. Lima episode pada sampel penelitian ini masing-masing mengangkat konflik yang terjadi pada hubungan mantan suami-istri, adik dan kakak, tunangan, sahabat, hingga hubungan ibu dan anak.

Sehingga, berdasarkan hasil analisis di atas, bisa disimpulkan bahwa program “Katakan Putus” TRANS TV merupakan program yang mengangkat kasus/konflik yang terjadi pada orang yang sedang berpacaran.

Perilaku Khalayak

Perilaku adalah tingkah laku atau perbuatan individu atau tanggapan individu yang terwujud dalam gerakan atau sikap. Perilaku tiap manusia berbeda satu sama lain. Perilaku yang muncul pada individu muncul sebagai akibat dari stimulus, baik stimulus internal maupun stimulus eksternal (Walgito, 2010).

Menurut Lewin dalam Jalaluddin Rakhmat (2009: 27), perilaku individu diartikan sebagai hasil interaksi antara individu dengan lingkungan. Perilaku manusia tidak dapat lepas

dari keadaan individu itu sendiri dan lingkungan dimana individu berada. Perilaku manusia didorong oleh motif tertentu sehingga manusia itu berperilaku.

Menurut Street dalam Ido Prijana Hadi (2008: 3), studi *reception* mengartikan bahwa khalayak adalah partisipan aktif dalam membangun dan menginterpretasikan makna atas apa yang mereka baca, dengar, dan lihat pada suatu teks media. Artinya khalayak secara sadar mengontrol dirinya serta menentukan perilakunya ketika mengonsumsi media.

Dalam penelitian ini, peneliti menemukan beberapa perilaku khalayak pada saat menonton program “Katakan Putus” antara lain sebagai berikut.

1. Zapping

Zapping merupakan upaya audiens menghindari siaran iklan dengan memindahkan saluran televisi atau aktivitas lainnya (Morissan, 2010). Hasil wawancara dan observasi menunjukkan bahwa keempat informan biasa memindah *channel* ketika menonton televisi, khususnya saat menonton program “Katakan Putus”.

Informan 1 mengaku bahwa ia biasa mengganti *channel* ketika *comercial break* atau iklan. Perilaku tersebut ia lakukan karena ia tidak suka menunggu lama. Begitu iklan selesai, ia akan kembali untuk menonton program “Katakan Putus”. “Biasanya sih mindah *channel*, Mas. Tapi biasanya kalo kira-kira iklan selesai, sekitar 5 menit gitu, aku balik nonton “Katakan Putus” lagi”, ungkapnya (Wawancara dengan Informan 1, 10 Juli 2018).

Sedikit berbeda dengan informan 1, informan 3 biasa mengganti *channel* untuk melihat program televisi lain yang sejenis, yakni program *reality show*. Selain menghindari iklan, kebiasaan informan 3 untuk mengganti *channel* adalah untuk menonton program *reality show* lain seperti “Tercyduk” di SCTV maupun “Bikin Mewek” di ANTV. Namun ketika dirasa sudah cukup, ia akan kembali lagi ke *channel* TRANS TV untuk menonton program “Katakan Putus”. Seperti yang dikemukakan oleh Hiebert dalam Nuruddin (2003), khalayak memilih produk media yang mereka gunakan berdasarkan seleksi kesadaran.

2. Multitasking

Multitasking erat kaitannya dengan atensi khalayak terhadap isi suatu media. Rosengren dalam Rakhmat (2009) mengatakan bahwa terpaan suatu media dapat diukur dari 3 (tiga) indikator. Indikator tersebut meliputi frekuensi, durasi, dan atensi. Frekuensi berkaitan dengan rutinitas khalayak dalam menonton televisi. Durasi berkaitan dengan lama waktu yang dihabiskan untuk menonton televisi. Kemudian atensi yang berkaitan dengan perhatian yang diberikan khalayak pada saat menonton tayangan televisi. Apakah khalayak melakukan kegiatan lain sambil menonton atau hanya menonton tayangan itu saja.

Penelitian ini menemukan bahwa keempat informan biasa melakukan aktivitas lain ketika menonton program “Katakan Putus”. Informan 1 biasa menonton program “Katakan Putus” setelah pulang dari sekolah. Sehingga ia melakukan aktivitas lain seperti ganti pakaian dan makan sambil menonton program “Katakan Putus”. Begitu pula dengan informan 3 yang biasa makan sambil menonton program tersebut. Informan 4 biasa melakukan aktivitas rumah tangga seperti menyapu dan informan 2 yang biasa mengoperasikan *handphone* (HP) saat menonton program “Katakan Putus”. Artinya, khalayak atau penonton tidak memberikan atensinya secara penuh pada saat menonton program “Katakan Putus”.

Resepsi Khalayak

a. “Katakan Putus” sebagai Program *Reality Show*

Dalam pembahasan ini, peneliti akan memulai dari pengertian program *reality show*. Seperti yang sudah dipaparkan sebelumnya, program *reality show* berbeda dengan jenis program televisi lainnya. Hal yang membedakan jenis program ini adalah tidak adanya naskah yang disiapkan sebelumnya. Pun dengan pemeran yang ada di dalamnya bukan seorang aktor maupun aktris (Isfandiari, 2008).

Program *reality show* menyajikan suatu konflik, persaingan, atau hubungan berdasarkan realitas yang sesungguhnya. Program ini berusaha menghadirkan situasi yang nyata (riil) dengan cara senyata mungkin tanpa rekayasa. Sehingga

keadaan yang ditayangkan sebagaimana adanya (Morissan, 2009).

Dari keempat informan yang ada, 3 (tiga) informan tidak meyakini bahwa program “Katakan Putus” adalah program *reality show*. Informan 3 dan 4 yang menganggap bahwa program tersebut kurang menggambarkan kenyataan yang ada di lingkungan sekitarnya. Bahkan informan 4 tidak ragu mengatakan bahwa program “Katakan Putus” lebih cocok disebut sebagai program drama atau film. Ditambah informan 1 menganggap cerita yang ditampilkan dalam program tersebut terlalu *lebay* atau tidak realistis.

Pendapat informan tersebut muncul karena ia tidak pernah menemui secara langsung kasus tertentu yang ada pada program “Katakan Putus”. Menurut Babbie, realitas pengalaman mengandung pengertian bahwa sesuatu dianggap sebagai realitas karena seseorang mengalami atau menemuinya secara langsung (Ali, 2014). Artinya informan tidak memiliki pengalaman pada kasus yang ada pada Program “Katakan Putus” sehingga ia menganggap bahwa kasus tersebut seperti drama bahkan *lebay*.

Realitas yang terbentuk dalam individu juga bisa dilihat dari faktor sosial, ekonomi, dan budaya yang dimiliki khalayak. Misalnya informan 3 yang bercerita tentang episode janda beranak yang sedang menjalin hubungan dengan seorang pria pada Program “Katakan Putus”. Hal tersebut dapat diterima oleh informan 3 sebagai suatu realitas karena secara sosial, ia berada pada situasi tersebut. Lain halnya dengan informan 1 yang masih berstatus pelajar dan belum menikah. Kasus mengenai seorang yang terlibat konflik berbelit hingga melibatkan orangtua akan dianggap sebagai suatu yang berlebihan.

Berbeda dengan ketiga informan lainnya, informan 2 menganggap bahwa program “Katakan Putus” sudah sesuai disebut sebagai program *reality show*. Bahkan informan 2 menyebutkan bahwa program tersebut telah berhasil dikemas sedemikian rupa sehingga ketika ditonton terlihat seperti nyata. Menurut pengetahuan informan 2, program *reality show* adalah program yang terencana.

Menurut Ardlin (2011), hal yang ditampilkan televisi kemudian dianggap sebagai suatu nilai ideal dan kebenaran oleh penontonnya.

Program “Katakan Putus” berusaha mengonstruksi dan menggiring pemahaman khalayak mengenai realitas. Kasus yang ditampilkan dalam program tersebut diproduksi sedemikian rupa, dengan harapan khalayak dapat menerimanya sebagai suatu kebenaran.

Dari uraian di atas, anggapan penonton terhadap diskursus mengenai unsur *reality* dalam program “Katakan Putus” dipengaruhi oleh pemahaman informan mengenai *reality show*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa informan 1, 3, dan 4, secara garis besar, memiliki pemahaman yang sama mengenai pengertian *reality show*. Mereka menyebut *reality show* adalah sebuah program yang mengangkat kisah nyata. Sedangkan informan 2 mendeskripsikan secara berbeda. Menurutnya, *reality show* merupakan program yang memang sudah direncanakan sebelumnya. Sehingga jawaban informan mengenai sesuai tidaknya program “Katakan Putus” disebut sebagai program *reality show* linier atau sejalan dengan pemahaman masing-masing informan. Menurut Hall (2005: 120), kerangka pengetahuan merupakan salah satu faktor yang memengaruhi seseorang dalam proses *decoding* terhadap teks media.

Namun, jika dilihat dari jawaban keempat informan pada hasil wawancara, keempatnya sepakat bahwa program “Katakan Putus” adalah program yang sudah direncanakan sebelumnya. Bahkan keempat informan merasa bahwa tokoh yang ada pada program tersebut telah diperankan oleh orang lain. Orang lain yang dimaksud adalah orang yang tidak mengalami kasus tersebut secara langsung atau bisa disebut sebagai orang ketiga. Hal ini diperkuat oleh pengalaman informan 2 yang pernah mendapatkan pesan *broadcast* mengenai *open casting* program “Katakan Putus”. Menurut Hall, hubungan dan pengalaman khalayak pada proses produksi suatu pesan media dapat memengaruhi pemaknaan mereka terhadap pesan tersebut. Proses produksi dan penerimaan pesan merupakan momen yang saling terkait dari proses komunikatif secara keseluruhan (Hall, 2005: 118-119).

b. Posisi Penonton Program “Katakan Putus”

Menurut Hall (2005), khalayak akan menggunakan berbagai kategori dalam memaknai sebuah pesan media (*decoding*). Kategori -

kategori tersebut meliputi kerangka pengetahuan, hubungan produksi, dan infrastruktur teknis yang dimiliki oleh khalayak. Khalayak seringkali menginterpretasikan pesan media melalui cara-cara yang 'tidak dikehendaki' oleh sumber pesan, dalam hal ini televisi, sehingga menimbulkan makna yang berbeda. Dalam situasi seperti ini, memungkinkan teks sebuah media bisa diterima, dihilangkan sebagian, atau bahkan tidak diterima sama sekali oleh khalayak.

Hasil penelitian menunjukkan keempat informan berada pada posisi pembacaan negosiasi. Mereka menilai bahwa konten dalam program "Katakan Putus" adalah konten yang menarik dan menghibur. Namun, pada beberapa episode, mereka kurang sepakat dengan kasus atau cerita yang ada pada episode tersebut.

Posisi negosiasi yang diambil oleh keempat informan tersebut dipengaruhi oleh kategori-kategori tertentu. Seperti yang sudah disampaikan di atas, kategori-kategori tersebut meliputi kerangka pengetahuan, hubungan produksi, dan infrastruktur teknis (Hall, 2005).

Kategori kerangka pengetahuan informan mengenai program "Katakan Putus" memengaruhi bagaimana mereka melihat unsur realitas pada tayangan program "Katakan Putus". Mereka mengamati unsur-unsur yang ada dalam program tersebut sebelum mengambil sebuah kesimpulan. Unsur-unsur yang dimaksud meliputi alur cerita, tokoh atau pemeran, host, dan sebagainya. Dari situ kemudian masing-masing informan dapat menyimpulkan bahwa "Katakan Putus" belum bisa seutuhnya disebut sebagai program *reality show*.

Kemudian apabila melihat faktor infrastruktur teknis yang dimiliki informan dalam menonton program "Katakan Putus", keempat informan tidak memiliki masalah yang berarti. Sinyal stasiun TRANS TV diakui para informan relatif mudah didapatkan.

Namun jika dilihat dari kategori hubungan produksi, hanya informan 1 dan 2 yang memiliki pengalaman khusus terkait hal tersebut. Informan 1 pernah menemui proses *shooting* program "Katakan Putus". Sedangkan informan 2 pernah mendapatkan pesan pemberitahuan mengenai *open casting* "Katakan Putus". Akan tetapi keduanya belum pernah melihat secara utuh, baik itu proses *shooting* maupun *casting*-

nya. Masing-masing dari mereka masih menemui ketidakjelasan dalam hal produksi program tersebut. Sehingga keempat informan bernegosiasi dalam memaknai tayangan program "Katakan Putus".

Alasan Khalayak

Seperti yang sudah dijelaskan pada bagian awal karya tulis ilmiah ini, program "Katakan Putus" merupakan salah satu program unggulan di TRANS TV. Hal ini dibuktikan dengan *share* dan *rating* yang tinggi serta eksistensinya dari tahun 2015 hingga 2018.

Namun dari hasil pra observasi hingga wawancara dan observasi yang telah dilakukan oleh peneliti, banyak penonton program "Katakan Putus" yang beranggapan bahwa program tersebut sudah direncanakan sebelumnya atau biasa disebut sebagai program *setting-an*. Hal ini diungkapkan oleh keempat informan berdasarkan pengalaman mereka masing-masing selama menonton program "Katakan Putus". Berkaitan dengan hal tersebut, penelitian ini ingin mencari tahu mengenai alasan apa yang membuat penonton "Katakan Putus" untuk tetap menonton program tersebut. Sekalipun mereka sudah menganggap bahwa program "Katakan Putus" adalah program *setting-an*.

Berikut beberapa alasan khalayak untuk menonton program "Katakan Putus" yang ditemukan dalam penelitian ini.

a. Hiburan

Salah satu fungsi televisi sebagai alat komunikasi massa yakni hiburan. Televisi memberikan tayangan acara yang bersifat menghibur yang tujuannya untuk mengurangi ketegangan pikiran khalayak (Ardianto, Elvinaro, dkk., 2009: 15).

Keempat informan dalam penelitian ini sepakat bahwa alasan yang membuat mereka untuk menonton "Katakan Putus" adalah sebagai sarana hiburan. Mislanya informan 1 yang merasa terhibur ketika melihat adegan berantem antar tokoh yang ada dalam tayangan "Katakan Putus". Menurutnya, hal tersebut bisa menghilangkan rasa capeknya ketika pulang dari sekolah. Begitu pula dengan informan 3 yang sengaja mencari hiburan dengan menonton program "Katakan Putus" setelah ia pulang dari berdagang.

b. Pengawasan Sosial

Sebagai alat komunikasi massa, televisi memiliki fungsi sebagai *surveillance* (pengawas). Fungsi pengawas ini terbagi menjadi 2 yakni pengawas peringatan dan pengawas instrumental. Televisi berfungsi untuk menginformasikan tentang ancaman (peringatan) dan penyebar informasi yang berguna untuk kehidupan sehari-hari (Ardianto, Elvinaro, dkk., 2009: 16).

Peneliti menemukan adanya perbedaan mengenai cara masing-masing informan dalam menonton program “Katakan Putus”. Informan 1 dan 2, yang notabene belum menikah, memiliki kecenderungan yang sama dalam cara mereka menikmati televisi. Ketika menonton program “Katakan Putus”, informan 1 dan 2 lebih sering memberikan reaksi maupun komentar mengenai hal-hal yang berbau teknis. Hal teknis yang dimaksud seperti pemeran, host, lokasi, make up, dan sebagainya.

Misalnya pada saat observasi dengan informan 1, informan 1 sempat memberikan komentar pada pemeran laki-laki, dalam hal ini sebagai klien program “Katakan Putus”. Ia mengatakan, “Yah, talent cowoknya kurang ganteng”. Lalu pada saat ada adegan pelukan antar pemeran, informan 1 memasang muka sinis dan merasa risih. Informan 1 pun sempat mengomentari pemeran perempuan dengan mengatakan, “Eh, itu ceweknya kayak pernah lihat dimana gitu.. atau mirip sama siapa gitu”. Di sisi lain, informan 2 mengaku lebih terhibur ketika episode pada program “Katakan Putus” dibawakan oleh Komo Ricky. “Yaa gregetan aja gitu kalo yang bawain acaranya si Komo”, ungkapnya (Observasi, 21 Mei 2018).

Berbeda dengan informan 1 dan 2, informan 3 dan 4 memiliki cara tersendiri dalam memaknai “Katakan Putus” sebagai program televisi. Informan 3 dan 4 mengatakan bahwa selain sebagai hiburan, mereka mengambil hikmah dari setiap kasus yang ada pada program “Katakan Putus”. Pelajaran tersebut kemudian mereka jadikan nasihat untuk anak-anak mereka. Tak jarang kasus yang ditayangkan “Katakan Putus” menjadi *self reminder* bagi mereka sebagai orangtua.

Misalnya seperti reaksi informan 4 saat melihat adegan klien (perempuan) yang mengejar pacarnya saat mengendarai mobil. “Anak

perempuan jam sekarang kok kayak begitu ya, Mas”, ungkapnya mengomentari adegan tersebut. Di samping itu, informan 3 mengaku bahwa kasus-kasus yang ia tonton di program “Katakan Putus” dijadikan sebagai pengingat bagi dirinya untuk selalu mengawasi putrinya, khususnya dalam hal pergaulan. “Saya kan punya anak perempuan ya, Mas. Ketika ada kasus mengenai perempuan yang suka sama om-om atau merebut pacar temennya. Di situ saya memberi tahu ke anak saya bahwa hal seperti itu bukan contoh yang baik”, ungkapnya (Wawancara dengan Informan 3, 26 Juni 2018).

c. Bahan Pembicaraan

Fungsi lain dari televisi sebagai alat komunikasi massa yakni fungsi pertalian. Fungsi pertalian yaitu merupakan penyatuan anggota masyarakat yang beragam, membentuk pertalian berdasarkan kepentingan dan minat yang sama, individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok yang mereka saksikan (Ardianto, Elvinaro, dkk., 2009: 17).

Hasil wawancara dan observasi menunjukkan, Informan 3 biasa menjadikan tayangan pada program “Katakan Putus” sebagai bahan obrolan dengan orang-orang di sekitarnya. Sebagai seorang pedagang, ia kerap membicarakan cerita yang ada pada program “Katakan Putus” dengan teman-temannya di pasar. Hal tersebut juga diakui oleh teman-teman informan 3 yang juga suka menonton dan membicarakan Program “Katakan Putus”. Kegiatan tersebut dilakukan agar terdapat obrolan yang bisa mengisi waktu dan menyatukan mereka.

Selain informan 3, informan 1 juga memiliki teman yang biasa ia jadikan teman mengobrol seputar tayangan “Katakan Putus”. Bahkan ketika temannya ‘curhat’ mengenai kehidupan asmaranya, informan 1 tak jarang mengaitkannya dengan cerita yang ditampilkan pada program “Katakan Putus”.

Menurut Nurudin (2007: 181), pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik di dalam usaha memenuhi kebutuhannya. Dari berbagai alasan yang dimiliki khalayak untuk menonton program “Katakan Putus” di atas, menunjukkan bahwa khalayaklah yang aktif dalam menggunakan media. Mereka memilih apa yang akan mereka konsumsi

berdasarkan motif-motif yang melatarbelakanginya.

SIMPULAN

Simpulan dalam penelitian mengenai analisis resepsi khalayak program “Katakan Putus” ini adalah sebagai berikut.

1. Khalayak, penonton program “Katakan Putus”, biasa mengganti *channel* ketika iklan. Saat mengganti *channel*, khalayak juga menonton program serupa (*reality show*) di stasiun televisi lain.
2. Tidak ada khalayak yang meyakini bahwa program “Katakan Putus” adalah program *reality show*. Khalayak atau penonton program “Katakan Putus” menempatkan diri pada posisi pembacaan negosiasi. Mereka mengambil beberapa pesan yang bersifat dominan dan menolak pesan yang tidak sesuai dengan kebudayaan mereka. Pendapat mereka didasari oleh kerangka pengetahuan, hubungan produksi, dan infrastruktur teknis mereka selama menonton program tersebut.
3. Khalayak menikmati program “Katakan Putus” sebagai sarana yang menghibur, sebagai penghilang rasa penatnya setelah beraktivitas. Selain itu, mereka juga mengambil pelajaran atas kasus-kasus yang ditayangkan pada program tersebut. Baik pelajaran untuk dirinya sendiri atau nasihat bagi anaknya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ali, Mohammad. (2014). *Memahami Riset Perilaku dan Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ardianto, Elvinaro, dkk. (2009). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, S. (2002). *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Azwar, S. (2016). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Bimo, Walgito. (2010). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: C.V Andi. Offset.
- Bungin, Burhan. (2014). *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus. Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Darmawan, Deni. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Darwanto. (2011). *Televisi sebagai Media Pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Djamal, Hidajanto. (2017). *TV Programming*. Jakarta: Kencana.
- Kuswandi, Wawan. (2008). *Komunikasi Massa (Sebuah Analisis Isi Media Televisi)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Martono, Nanang. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder Ed. Revisi 2*. Jakarta: Rajawali Pers.
- McQuail, Denis. (2011). *Teori Komunikasi Massa Buku 1 Edisi 6*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moloeng, L. J. (2009). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Morissan. (2009). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Kencana Prenada Group.
- Morissan, (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana. Prenadamedia Group.
- Morissan. (2014). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada.
- Rakhmat, Jalaluddin. (2009). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Sugiyono. (2015). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wirarna. (2014). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru.
- ### e-Book
- Hall, Stuart. (2005). *Culture, Media, Language*. London: Taylor & Francis e-Library.
- Harold D. Lasswell. (2009). *Structure an Function of Communication in Societ dalam*. Wilbur Schramm. (Ed).

- Hill, Annette. (2005). *Reality TV, Audiences and Popular Factual Television*. Routledge, London and New York.
- Jurnal**
- Febrian. (2012). *Analisis Resepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Semarang terhadap Tayangan Iklan Televisi Layanan SMS Premium Versi Ramalan Paranormal*. Jurnal: THE MESSENGER, Volume IV, Nomor 1, Ilmu Komunikasi Universitas Semarang.
- Ferry R.P.P.S. (2014). *Media Televisi Kajian Peran Media Massa dan Pengaruhnya bagi Remaja*. Ragam Jurnal Pengembangan Humaniora Vol. 14 No. 1, Universitas Cenderawasih, Jayapura.
- Hadi, Ido Prijana. (2008). *Motif Pemirsa Menonton Reality Show Be A Man Di Global TV*. Jurnal Ilmiah SCRIPTURA, Vol. 2 No. 1, Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra.
- Kustanto, L. (2015). *Analisis Naratif: Kemiskinan dalam Program Reality TV "Pemberian Misterius" di Stasiun SCTV*. Jurnal Rekam, Vol. 11 No. 2, Jurusan Televisi, Fakultas Seni Media Rekam, ISI Yogyakarta.
- Sutanto, M. Himawan. (2013). *Pemaknaan Popularitas Instan pada Acara Reality Show Televisi (Studi Tentang Acara Big Brother Di Trans Tv Dan Penghuni Terakhir Di Antv Pada Kalangan Mahasiswa Pekerja Malang)*. JURNAL HUMANITY, Vol. 8 No. 2, Ilmu Komunikasi Fisip UMM.

LEMBAR PENGESAHAN JURNAL

Judul : Resepsi Khalayak Terhadap Program "Katakan Putus" TRANS TV
Nama : Adam Surya Dewangga
NIM : 14419144006
Program Studi : Ilmu Komunikasi



Rekomendasi Pembimbing: (mohon dilingkari salah satu)

1. Dikirim ke *Journal Student*
2. Dikirim ke *Journal Informasi*
3. Dikirim ke *Journal lain*