



**Interpretasi Khalayak Terhadap Eksploitasi Ruang Privat
dalam *Reality Show Uya Emang Kuya* di SCTV**

SUMMARY PENELITIAN

Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan
Pendidikan Strata 1
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro

Penyusun

Nama : Ines Marines Rosetika Aji Putri

NIM : D2C007041

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2011

BAB I

PENDAHULUAN

Uya Emang Kuya merupakan sebuah *reality show* yang mengungkapkan problematika kehidupan melalui hipnosis. Di bawah alam sadar mereka, orang-orang dengan jujur menuturkan segala ruang privat mereka untuk ditayangkan di televisi.

♥ Latar Belakang kenapa memilih tayangan *Uya Emang Kuya*:

1. Maraknya tayangan *reality show* di Indonesia
2. *Uya Emang Kuya* sebagai *reality show* paling diminati pemirsa, terbukti dengan rating dan penghargaan yang dicapainya.
3. *Uya Emang Kuya* mengangkat ruang privat orang awam ke televisi di mana dinilai cocok dengan budaya masyarakat kita yang suka mengintip dan menggossip.
4. *Uya Emang Kuya* memasukkan unsur *magic* ke dalam acaranya dengan menggunakan hipnosis sebagai sarana mengungkap privasi seseorang.
5. *Uya Emang Kuya* menuai banyak pro dan kontra dari masyarakat maupun lembaga agama dan lembaga kemasyarakatan.
6. Tayangan *Uya Emang Kuya* dapat dimakanai mengandung eksploitasi ruang privat dengan mengungkap kehidupan pribadi dan aib orang-orang.
7. Meski tujuan acara *Uya Emang Kuya* baik untuk menghibur pemirsa, namun dikhawatirkan konten acara dapat merusak nilai dan moral dalam masyarakat.

♥ Perumusan Masalah

Bagaimana penerimaan pemirsa mengenai eksploitasi ruang privat dalam tayangan *Uya Emang Kuya*?

♥ Tujuan Penelitian

mendeskripsikan dan menganalisis keberagaman interpretasi khalayak tentang eksploitasi ruang privat dalam tayangan *reality show Uya Emang Kuya* dengan bingkai kerangka etis.

♥ Kegunaan Penelitian

1. Akademis

Memberikan data-data relevan mengenai ruang privat dan kaitannya dengan etika media massa serta menambah wacana dalam studi kualitatif komunikasi massa.

2. Praktis

Penelitian ini ditujukan kepada pihak televisi agar dapat memberikan bentuk program acara yang mendidik dan tidak menyimpang dari nilai sosial yang ada dalam masyarakat Indonesia.

3. Sosial

Mendorong khalayak untuk dapat secara aktif menyeleksi tayangan yang layak dikonsumsi.

♥ **Kerangka Pemikiran Teoretis**

1. Privasi dalam Etika Media

- ♣ Media membatasi pengungkapan privasi seseorang berdasarkan tiga macam keadaan, antara lain pembenaran publikasi privasi yang melibatkan *public figure* (selebriti dan politisi) dan *public person* (korban kecelakaan dan kriminal), namun media tidak dibenarkan untuk menginvasi privasi orang awam.
- ♣ Kriteria W.A. Parent membatasi sejauh mana media dibolehkan mengungkap informasi dari masyarakat yang bersifat privat ke ranah publik: 1) Tujuan penayangan informasi privasi. 2) teknik untuk menginvasi privasi. 3) menjamin perlindungan informasi untuk tujuan yang baik.

2. Eksploitasi Ruang Privat Melalui Hipnosis

Media tidak lagi menjadi fasilitas diskursus rasional, melainkan menjalankan konstruksi, seleksi, dan formasi diskursus itu menjadi komoditas hiburan yang dapat dikonsumsi secara pasif oleh para pemirsa. *Locus publicus* televisi ini kian dilanda hegemoni pasar yang semakin menembus ruang-ruang privat sehingga mengaburkan distingsi antara ruang privat dan ruang publik. Di sini peran “warga negara” berubah menjadi “konsumen” atau “penonton” belaka yang tunduk pada dikte-dikte kebutuhan naluri mereka untuk memiliki, memakai, dan membeli. Di satu sisi, negara dengan perlindungan hukumnya berusaha membela warga

negara-nya yang sekarang berubah peran menjadi “konsumen”. Namun di sisi lain, pasar mampu mengendalikan birokrasi negara sehingga kebijakan-kebijakan negara lebih merupakan ekspresi kepentingan bisnis. *Uya Emang Kuya* merambah ruang privat seseorang melalui media hipnosis.

3. Analisis Resepsi Khalayak

- ♣ Memahami bagaimana khalayak membaca teks media, keluar dari makna dominan.
- ♣ Pemirsa televisi dipandang sebagai khalayak aktif.
- ♣ Menghasilkan tiga posisi pembacaan Hall: *dominant, negotiated, opositional reading*.

♥ Operasionalisasi Konsep

Penelitian mengacu pada etika media mengenai privasi, khususnya kriteria W.A. Parent sebagai pisau penelitian.

♥ Metoda Penelitian

1. Tipe penelitian deskriptif dengan sifat kualitatif dan menggunakan pendekatan analisis resepsi.
2. Subjek penelitian: pemirsa *Uya Emang Kuya* dengan kategori pendidikan dan pekerjaan yang berbeda.
3. Jenis dan Sumber data :
 - ♣ Primer : dari hasil wawancara mendalam
 - ♣ Sekunder : buku, artikel, referensi lain yang mendukung.
4. Teknik pengumpulan data : Wawancara mendalam
5. Analisis Data :
 - ♣ Pengumpulan data
 - ♣ Analisis *preffered reading*
 - ♣ Analisis dan interpretasi data dari wawancara
 - ♣ Memunculkan tema
 - ♣ Membandingkan tema yang muncul dengan *preferred reading* untuk dikelompokkan menjadi 3 potensi pembacaan.
6. Kualitas Data (*Goodness Criteria*)

Didapat melalui *respondent validation*, yaitu peneliti kembali pada partisipan dengan data penemuannya dengan mengecek validitas penemuan.

BAB II

FENOMENA REALITY SHOW

Pada bab ini dijelaskan perkembangan reality show di pertelevisian dunia maupun di Indonesia, di mana mencakup beragam tema dalam perkembangannya, antara lain: *romantic relationship, investigative, talent show, gameshow, charity, privat life, lifestyle* dan sebagainya.

♥ **Feature Realitas Televisi**

1. *Real-life-participants* : mengambil pemain bukan aktor.
2. *Unscripted performance* : tanpa naskah, produser sengaja membuat situasi.
3. *Voice-over narration* : terdapat narasi yang dibacakan.
4. *Observation/surveillance* : pengamatan dengan hidden camera.
5. *Voyeurism* : emosi yang ditampilkan adalah nyata.
6. *Audience participation* : audiens berpartisipasi

♥ **Reality show Uya Emang Kuya**

♣ **Deskripsi tayangan**

Mengeksploitasi ruang privat seseorang dengan hipnosis, bertujuan menghibur dan menunjukkan realitas sosial ke tengah masyarakat tentang permasalahan pribadi orang-orang dalam kehidupan sehari-hari.

♣ **Durasi dan jam tayang**

Dua jam setiap hari pukul 15.00-16.00 WIB dan 17.30-18.30 WIB.

♣ **Segmentasi audiens**

Tidak ada batasan tertentu.

♣ **Rating**

Rating 4,6 berarti 4,6 persen dari seluruh penonton televisi menyaksikan tayangan *Uya Emang Kuya*.

♣ **Perkembangan acara**

Uya Emang Kuya menuai banyak kecaman dan protes dari berbagai lembaga masyarakat dan organisasi agama. Mendapat teguran dari KPI karena konten acara yang membuka aib dan menayangkan hal negatif. Namun *Uya Emang Kuya* masih lanjut tayang karena beberapa upaya perbaikan antara lain melakukan sensor, dan mengurangi tema vulgar seperti hubungan fisik.

BAB III

INTERPRETASI KHALAYAK TERHADAP TAYANGAN *UYA EMANG KUYA*

Temuan penelitian dari hasil wawancara dengan delapan informan, yang berasal dari tingkat pendidikan serta jenis pekerjaan yang berbeda. Berikut hasil wawancara:

1. Interpretasi Pemirsa tentang Tayangan *Uya Emang Kuya*

- ♣ Kisah yang ditayangkan dalam *Uya Emang Kuya*
- ♣ Kesiediaan Klien untuk menyatakan privasinya di ruang publik
- ♣ Konflik klien *Uya Emang Kuya* akibat hipnosis kejujuran
- ♣ *Uya Emang Kuya* sebagai solusi permasalahan pribadi

2. Interpretasi Informan tentang Komodifikasi Ruang Privat dalam Industri Media

3. Interpretasi Informan tentang Eksploitasi Ruang Privat dalam Tayangan *Uya Emang Kuya*

- ♣ Mengulas ruang privat untuk tujuan hiburan
- ♣ Mengungkap ruang privat dengan metode hipnosis
- ♣ Criteria audiens terhadap tayangan media yang etis
- ♣ Nilai etis tayangan *Uya Emang Kuya*

4. Interpretasi Informan terhadap Kualitas Tayangan *Uya Emang Kuya*

- ♣ Nilai edukasi dalam tayangan *Uya Emang Kuya*
- ♣ Dampak negatif tayangan *Uya Emang Kuya*

5. Saran Informan untuk Tayangan *Uya Emang Kuya*

BAB IV

ANALISIS RESEPSI EKSPLOITASI RUANG PRIVAT DALAM TAYANGAN *REALITY SHOW UYA EMANG KUYA*

Bab ini akan menganalisis lebih lanjut mengenai temuan penelitian yang telah diuraikan sebelumnya dengan disertai penjelasan teoretis yang sesuai. Tema yang muncul dalam hasil *interview* dikategorisasikan menjadi lebih sempit kemudian dianalisis untuk memperjelas hasil penelitian. Analisis posisi pemaknaan dibahas berdasarkan tipe potensi *decoding* Stuart Hall dan dihubungkan dengan faktor yang mempengaruhi pendapat informan antara lain tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, kebiasaan menonton televisi, selera terhadap tayangan media tertentu. Faktor tersebut turut membentuk konstruksi nilai standar etis di masyarakat mengenai pengungkapan ruang privat di dalam ruang publik.

♥ Interpretasi Audiens Terhadap Tayangan *Uya Emang Kuya*

1. Eksploitasi Ruang Privat dalam Kerangka Etis

- ♣ Tayangan *Uya Emang Kuya* dilihat sebagai tayangan yang etis oleh mereka yang menyukai acara ini. Standar etis tayangan ini terlampaui oleh adanya ijin dan persetujuan pihak klien (yang dihipnotis) untuk mengungkapkan privasi dan kesediaan untuk ditayangkan di televisi.
- ♣ Dilihat dari kriteria W.A. Parent mengenai batasan privasi dalam media, maka tayangan *Uya Emang Kuya* terlalu jauh mengeksploitasi ruang privat seseorang demi tujuan hiburan. Padahal, ruang privat seseorang tidak dapat begitu saja ditembus demi tujuan yang lebih besar, kecuali demi kepentingan negara.
- ♣ Interpretasi audiens dalam memaknai etis atau tidaknya eksploitasi ruang privat dalam *Uya Emang Kuya* tidak semua sama. Interpretasi mereka dapat dijelaskan dengan ideologi populisme yang menyatakan selera seseorang mempunyai nilai setara dengan selera orang lain, yaitu bahwa selera audiens terhadap tayangan semacam *Uya Emang Kuya* dan realisme emosional saat menyaksikannya turut menentukan bagaimana pemaksaan yang mereka berikan terhadap tayangan tersebut.

2. Komodifikasi Ruang Privat dalam *Reality Show*

Dalam tayangan media seperti *Uya Emang Kuya*, nilai sosial bertemu dengan nilai ekonomi, yang mana pada akhirnya pasar dan kapitalis selalu memenangkan jenis dan konten acara televisi. Keblabasan media ini dapat dilihat sebagai dampak dari demokratisasi dan liberalisasi isi media, atau menjadi gamang dalam menghadapi perubahan era dari orde baru yang serba terkekang menuju era reformasi yang bebas. Kebebasan itu berkiblat pada rating dan kepentingan ekonomi, sehingga isi media tidak lagi sarat nilai sosial, moral, maupun pendidikan.

♥ Tipe Pemaknaan Audiens Terhadap Tayangan *Uya Emang Kuya*

1. Kode Dominan Hegemonik

Audiens memandang *Uya Emang Kuya* sebagai tayangan hiburan yang baik dan etis dalam mengungkap privasi seseorang karena adanya ijin dan persetujuan kedua belah pihak. Selain itu mereka dapat memetik hikmah dan pesan dari kisah yang ditayangkan *Uya Emang Kuya*. Audiens dominan merupakan khalayak yang menyukai tayangan hiburan seperti *infotainment*, sinetron, dan *reality show* dalam konsumsi medianya.

2. Kode Negosiasi

Audiens memaknai eksploitasi ruang privat dalam *Uya Emang Kuya* merupakan hal yang tidak etis, namun di sisi lain mereka mengaku merasa terhibur dengan tayangan ini. Audiens negosiasi merupakan khalayak yang mengkonsumsi berbagai tayangan seperti news, non fiktif, dan menyukai tayangan hiburan di sela-sela waktunya.

3. Kode Oposisional

Audiens memaknai tayangan secara radikal, yaitu mereka menganggap *Uya Emang Kuya* tidak mendidik dan tidak bermanfaat sama sekali bagi audiensnya. Eksploitasi ruang privat dalam tayangan ini dinilai tidak etis dan terlalu vulgar membongkar hal-hal pribadi milik orang-orang yang tidak pantas dipublikasikan. Audiens oposisional memiliki kebiasaan konsumsi media berupa tayangan non fiktif, berita, dan mempunyai berbagai pilihan *channel* luar negeri yang lebih mengandung edukasi.

BAB V

PENUTUP

♥ **Kesimpulan**

- ♥ Audiens dipandang sebagai khalayak aktif dengan perbedaan kerangka pikirnya memunculkan beragam pemaknaan terhadap tayangan *Uya Emang Kuya*. Secara garis besar terdapat tiga pembacaan khalayak dalam menginterpretasikan eksploitasi ruang privat dalam *Uya Emang Kuya*, yaitu dominan, negosiasi, oposisional.
- ♣ Kelompok sosial yang sama (tingkat pendidikan dan jenis pekerjaan) ternyata memunculkan sub kelas yang memaknai tayangan *Uya Emang Kuya* secara berbeda. Tidak ada korelasi antara kelas sosial dengan posisi pembacaan.
- ♣ Posisi pembacaan lebih ditentukan oleh faktor psikologis pemirsa seperti selera atau pilihan konsumsi media mereka, serta kebiasaan menonton televisi khalayak.
- ♣ Tingkat pendidikan khalayak hanya membantu mereka memberi argumen yang sesuai dengan wawasan mereka dalam mendukung pendapat dan pemaknaannya terhadap tayangan *Uya Emang Kuya*.

♥ **Saran**

- ♣ Media diharapkan dapat lebih memperhatikan etika privasi dalam membuat sebuah program acara. Misalnya tidak boleh menginvasi ruang privat orang awam untuk dijadikan hiburan.
- ♣ *Uya Emang Kuya* seharusnya dengan bijak memperhatikan muatan tayangan dengan membatasi tema yang diangkat dalam tiap episodenya, misal dengan menyortir subjek hipnosis yang mempunyai nilai cerita yang positif dan inspiratif bagi masyarakat.
- ♣ Bagi program televisi pada umumnya, dengan dalih pers, media massa jangan lantas berbuat sebebas-bebasnya tanpa mempedulikan moral masyarakat. Kebebasan pers harus bertanggungjawab demi kelangsungan dan ketentraman masyarakat dan kemajuan bangsa.

ABSTRAKSI

Nama : Ines Marines Rosetika Aji Putri

NIM : D2C007041

Judul : “Interpretasi Khalayak Terhadap Eksploitasi Ruang Privat Dalam *Reality Show Uya Emang Kuya* di SCTV”

Penelitian ini membahas tentang penerimaan pemirsa mengenai tayangan *reality show Uya Emang Kuya*, khususnya interpretasi terhadap eksploitasi ruang privat dalam tayangan tersebut. *Reality Show Uya Emang Kuya* adalah tayangan yang memaparkan privasi orang biasa dengan menggunakan hipnosis. Tujuan tayangan ini sebenarnya untuk memberi hiburan pada pemirsa dan menonjolkan kejujuran sebagai aspek penting dalam hubungan personal antar individu. Namun pengungkapan ruang privat ke dalam ruang publik yang dilakukan program *Uya Emang Kuya* telah menuai baik opini pro maupun kontra dari masyarakat.

Penulis menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis resepsi untuk meneliti bagaimana interpretasi pemirsa mengenai eksploitasi ruang privat dalam tayangan *reality show Uya Emang Kuya*. Analisis resepsi dipilih karena memiliki cara pandang khusus tentang audiens atau dalam hal ini adalah pemirsa *Uya Emang Kuya*, dimana pemirsa dipandang bukan hanya sebagai konsumen dari isi media tetapi juga sebagai *producer of meaning*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa sebagai bagian dari *interpretive communities*, perbedaan pemaknaan antara masing-masing informan penelitian turut dipengaruhi oleh faktor psikologis seperti selera dan kebiasaan menonton televisi. Namun latar belakang sosial serta tingkat pendidikan mereka juga menentukan pandangan dan argumen yang mendukung opini mereka. Pembacaan informan dalam memaknai tayangan *reality show Uya Emang Kuya* bervariasi. Informan yang menyukai tayangan *Uya Emang Kuya* memaknai tayangan ini sebagai tayangan yang etis dan menghibur (*dominant reading*). Namun sebagian besar informan memilih bersikap negosiatif (*negotiated reading*). Mereka menerima teks tayangan *reality show Uya Emang Kuya* yang ditawarkan tapi juga mengkritisi sesuai dengan kerangka pikir mereka. Sedangkan mereka yang melakukan pembacaan secara radikal (*oppositional reading*) memaknai tayangan tersebut mengandung eksploitasi ruang privat yang tidak etis untuk ditayangkan.

Kata kunci: interpretasi, analisis resepsi, *reality show*

ABSTRACT

Audience Interpretation of Privacy Exploitation in Reality Show Uya Emang Kuya in SCTV

This research discusses the acceptance of reality show Uya Emang Kuya viewers, especially the interpretation of the exploitation of private space. Reality Show Uya Emang Kuya is a television programme that sets the privacy of ordinary people using hypnosis. The purpose of this show is actually to provide entertainment to the viewers and show honesty as an important aspect of personal relationships between individuals. However, disclosure of the private sphere into public space by reality show Uya Emang Kuya has reaped both pros and cons opinions from the public.

The author used qualitative reception analysis methods to examine how viewers interpret the exploitation of private space in reality show Uya Emang Kuya. Reception analysis was selected because it has a special perspective on the audience or in this case is the viewer Uya Emang Kuya, where the audience viewed not only as consumers of media content but also as a producer of meaning.

The results of this research indicate that as part of interpretive communities, the difference of making meaning among all research informants also influenced by psychological factors such as tastes and habits of watching television. However, social background and level of education also determine the views and arguments that support their opinions. Informants has various potensial decoding position in meaning reality show Uya Emang Kuya. Informants who like Uya Emang Kuya interpret this programme as an ethical and entertaining show (dominant reading). But most of the informants choose to be negosiatif (negotiated reading). They accept the dominant code offered by reality show Uya Emang Kuya but are also critical in accordance with their framework. While those doing readings radically (oppositional reading) argue that such exploitation of private space contained in this show is unethical to broadcast.

Keywords: interpretation, reception analysis, reality show