

**PERSEPSI MAHASISWA TENTANG TAYANGAN *REALITY*  
*SHOW KARMA DI ANDALAS TELEVISI (ANTV)*  
( Studi Deskriptif Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Antropologi Fakultas Ilmu  
Sosial Universitas Negeri Medan )**

**SKRIPSI**

**OLEH :**

**WILLY ANDRY BATUARA**

**14 853 0015**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2018**

**PERSEPSI MAHASISWA TENTANG TAYANGAN *REALITY*  
*SHOW KARMA* DI ANDALAS TELEVISI (ANTV)**

(Studi Deskriptif Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Antropologi Fakultas Ilmu  
Sosial Universitas Negeri Medan )

SKRIPSI

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mendapatkan Gelar Sarjana  
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
Universitas Medan Area

Oleh :

**WILLY ANDRY BATUARA**

**14 853 0015**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**MEDAN**

**2018**

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.





14.853.0015

Judul Skripsi : PERSEPSI MAHASISWA TENTANG TAYANGAN  
*REALITY SHOH KARMA* DI ANDALAS TELEVISI  
(ANTV) (Studi Deskriptif Pada Mahasiswa Prodi  
Pendidikan Antropologi Fakultas Ilmu Sosial Unimed)

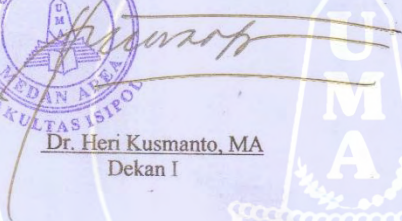
Nama : Willy Andy Batuara  
NPM : 14.853.0015  
Fakultas : Isipol

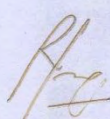
Disetujui Oleh  
Komisi Pembimbing

  
Drs. H. Syafrudin Ritonga, MAP  
Pembimbing I

  
Taufik Wal Hidayat, S.Sos, MAP  
Pembimbing II



  
Dr. Heri Kusmanto, MA  
Dekan I

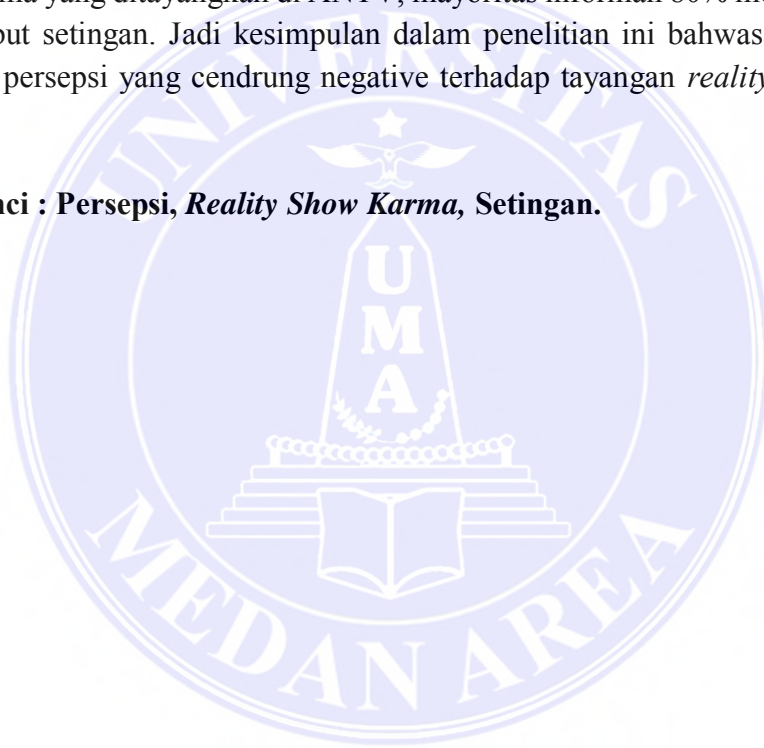
  
Dra. Effiati Juliana, M.Si  
Ka. Prodi

Tanggal Lulus :

## ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh tayangan *reality show* Karma. Permasalahan dalam penelitian ini adalah “Bagaimana persepsi tentang tayangan *reality show* Karma di Andalas Televisi (Antv)”, sedangkan tujuan penelitian yaitu, untuk mengetahui bagaimana persepsi tentang tayangan *reality show* di Andalas Televisi (Antv). Untuk memperoleh data dalam penelitian digunakan metode penelitian Deskriptif Kuantitatif, teknik penelitian dilakukan dengan cara menyebarkan angket kepada 49 responden yang merupakan Mahasiswa yang aktif prodi pendidikan Antropologi fakultas ilmu sosial Universitas Negeri Medan (Unimed). Berdasarkan hasil penelitian bahwa *reality show* Karma yang ditayangkan di ANTV, mayoritas informan 80% mengatakan bahwa hal tersebut setingan. Jadi kesimpulan dalam penelitian ini bahwasanya Mahasiswa memiliki persepsi yang cenderung negative terhadap tayangan *reality show* Karma di ANTV.

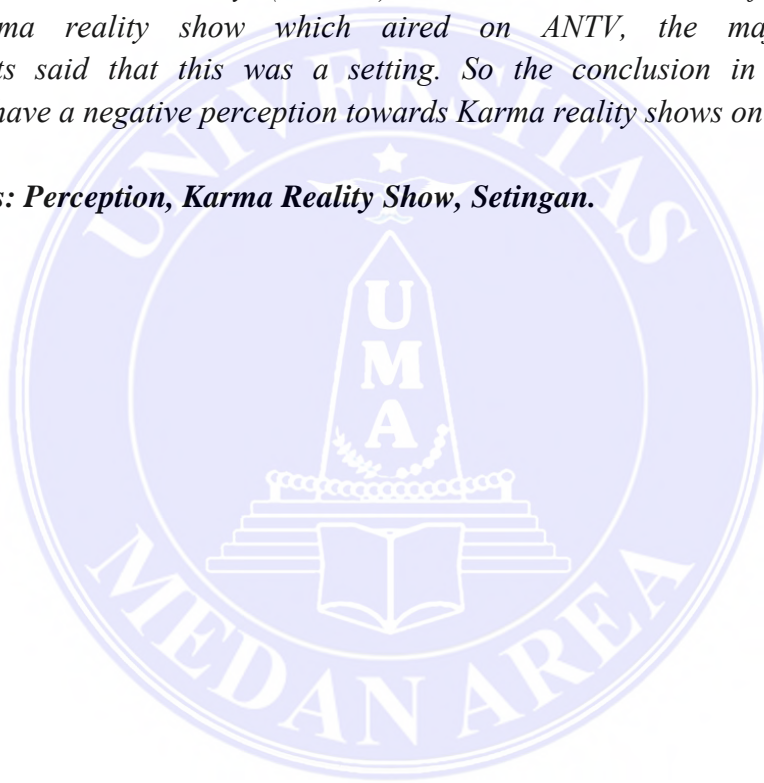
**Kata kunci : Persepsi, Reality Show Karma, Setingan.**



## ABSTRACT

*This researcher is motivated by Karma reality shows. The problem in this study is "How is the perception of Karma reality shows on Andalas Televisi (Antv)" while the research findings are, to find out the perception of reality shows on Andalas Televisi (Antv). To obtain data in the study used quantitative descriptive research method, the research technique was carried out by distributing questionnaires to 49 respondents who were active students of the anthropology education program of the social science faculty of Medan State University (Unimed). Based on the results of the study that the Karma reality show which aired on ANTV, the majority of 80% informants said that this was a setting. So the conclusion in this study that students have a negative perception towards Karma reality shows on ANTV.*

***Keywords: Perception, Karma Reality Show, Setingan.***



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan atas anugerah serta berkat yang diberikan oleh Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan kemudahan dalam menyelesaikan Skripsi penelitian ini. Skripsi ini merupakan tahap awal untuk atau salah satu syarat dalam mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Medan Area.

Adapun judul saya yang penulis teliti adalah tentang “PESESPSI MAHASISWA TENTANG TAYANGAN *REALITY SHOW* KARMA DI ANTV (Studi Deskriptif Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Antropologi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Medan (Fis Unimed)” yang dilaksanakan di Jalan. Williem Iskandar Pasar V Kotak Pos No. 1589, Medan 20221.

Untuk itu penulis menyadari bahwa adanya bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan hingga tahap penyusunan skripsi ini, sungguh penulis memberikan rasa hormat serta mengucapkan terima kasih banyak atas kontribusinya dalam membentuk karakter penulis serta memberikan bimbingan sehingga dapat terwujudnya Skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan kesehatan dan kreativitas dalam menyelesaikan skripsi ini.

2. Kedua orang tua Bapak dan Ibu, yang telah memberikan kasih sayang dan didikanya yang membuat penulis merasa beruntung.
3. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area Bapak Dr. H. M. Arief Nasution, MA
4. Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Medan Area Ibu Dra. Effiati Juliana Hasibuan M,Si
5. Bapak Drs. H. Syafruddin Ritonga, MAP selaku Dosen pembimbing I.
6. Bapak Taufik Wal Hidayat, S.Sos, MAP selaku Dosen pembimbing II.
7. Bapak Armansyah Matondang, S.Sos, M.si selaku sekretaris.
8. Bapak dan Ibu Dosen serta seluruh staf Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
9. Seluruh teman stambuk empat belas, yang bersama saya berjuang menyelesaikan studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
10. Seluruh informan yang membantu penelitian ini segera selesai.

Medan, Oktober 2018

Willy Andry Batuara



# DAFTAR ISI

## Halaman

<b>ABSTRAK.....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>

## **BAB I PENDAHULUAN ..... 1**

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	5
1.3 Perumusan Masalah .....	6
1.4 Tujuan penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian .....	6

## **BAB II LANDASAN TEORI..... 8**

2.1 Pengertian Persepsi .....	8
2.1.1 Pengertian Persepsi .....	8
2.1.2 Faktor Yang Mempengaruhi .....	10
2.1.3 Proses Terjadinya Persepsi.....	12
2.2 Tayangan Karma .....	13
2.3 Pengertian Tayangan <i>reality show</i> .....	14
2.3.1 <i>Reslity Show</i> Mistik.....	16
2.4 Komunikasi Massa .....	16
2.4.1 Pengertian Komunikasi Massa.....	16
2.4.2 Definisi Komunikasi Massa .....	17
2.4.3 Fungsi Komunikasi Massa .....	18
2.5 Televisi.....	19
2.5.1 Fungsi Televisi.....	22
2.6 Kekuatan Media Massa .....	23
2.7 Televisi Sebagai Media Massa.....	24

2.8 Teori S-O-R.....	24
2.9 Kerangka Pemikiran.....	28

**BAB III. METODOLOGI PENELITIAN..... 30**

3.1 Metode Penelitian.....	30
3.2 Populasi dan Sampel.....	31
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.3.1 Sumber Data.....	32
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.4 Instrument Penelitian.....	33
3.5 Teknik Analisis Data.....	34

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN ..... 36**

4.1 Deskripsi Lokasi Penelitian.....	36
4.2 Sifat Penelitian.....	39
4.3 Lokasi Penelitian.....	39
4.4 Gambatan Umum Responden.....	41
4.5 Hasil Penelitian.....	42
4.6 Pembahasan.....	52

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN ..... 59**

5.1 Kesimpulan.....	59
5.2 Saran.....	60

<b>DAFTAR.....</b>	
<b>PUSTAKA.....</b>	
<b>LAMPIRAN.....</b>	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 : Responden Penelitian.....	43
Tabel 4.2: Penonton setia tayangan <i>reality show</i> Karma .....	44
Tabel 4.3: Durasi jam tayang acara <i>reality show</i> karma .....	44
Tabel 4.4: Menonton tayangan <i>reality show</i> karma di ANTV .....	45
Tabel 4.5: Lama tayangan acara <i>reality show</i> karma 100 episode.....	46
Tabel 4.6: Menonton tayangan <i>reality show</i> karma berbagi kalangan usia .....	46
Tabel 4.7: Tanggapan terhadap peran Robby Purba sebagai <i>Host</i> .....	47
Tabel 4.8: Tanggapan permasalahan partisipan acara <i>reality show</i> karma.....	47
Tabel 4.9: Tanggapan bintang tamu tayangn <i>reality show</i> karma .....	48
Tabel 4.10: Tanggapan menambah pengetahuan tayangan <i>reality show</i> karma....	48
Tabel 4.11 : Tanggapan terhadap cara bicara Roy Kiyoshi kepada partisipan .....	49
Tabel 4.12 : Episode <i>Best Moments</i> kolaborasi Roy Kiyoshi dan Riew.....	49
Tabel 4.13: Menampilkan tayangan <i>reality show</i> karma menarik.....	50
Tabel 4.14: Tanggapan tayangan <i>reality show</i> karma dinilai setingan.....	50
Tabel 4.15 : Tanggapan tayangan <i>reality show</i> berbau mistk dan klenik.....	51
Tabel4.16 :Tanggapan nuansa tayangan <i>reality show</i> karma.....	51
Tabel 4.17 : Tanggapan susunan kursi tayangan <i>reality show</i> karma.....	52
Tabel4.18: Tanggapan benda mistik tayangan <i>reality show</i> karma .....	52
Tabel 4.19 :Masukan Roy Kiyoshi dan Robby Purba kepada partisipan.....	53
Tabel 4.20 : Tanggapan Roy Kiyoshi penerawang <i>reality show</i> karma.....	54
Tabel 4.21 : Pertimbangan Majelis Ulama Indonesia (MUI) pemberhentian tayangan <i>reality show</i> karma.....	54

## DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1	: Rating Acara TV.....	3
Gambar 2.1	: Teori S-O-R.....	27
Gambar 4.1	: Struktur Organisasi Fakultas Ilmu Sosial.....	40



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Televisi merupakan media massa elektronik yang banyak menyeguhkan tontonan hiburan bagi pemirsanya, televisi kini menjadi tontonan sehari-hari masyarakat sebab dengan televisi masyarakat bukan hanya mendapatkan hiburan saja tetapi masyarakat juga mendapatkan informasi-informasi terbaru mengenai cuaca dan keadaan yang terjadi didalam maupun luar negeri. Televisi berperan penting untuk semua kalangan bukan hanya orang dewasa, remaja, dan anak-anak suka menonton televisi.

Menurut Kuswandi (2008), televisi merupakan media massa yang digemari oleh masyarakat karena adanya audio dan visual yang bisa ditampilkan dan hal tersebut dapat di nikamti oleh seluruh kalagan masyarakat yang masih buta huruf dapat melihat informasi, hiburan yang disampaikan melalui medai televisi. Media televisi menjawab dengan model suara gambar bergerak dan maupun menyentuh aspek psikologi manusia dimanapun.

Untuk menarik perhatian khalayaknya, hampir semua stasiun televisi swasta memproduksi berbagai tayangan-tayangan yang menghibur mulai dari sinetron, *talk show*, *variety show*, film drama, *reality show*, *infotainment* hingga kuis yang dapat memberikan ilmu pengetahuan serta hiburan ditampilkan di televisi. Hal ini sangat berpengaruh sebab dengan banyaknya program acara yang ditayangkan di televisi banyak masyarakat yang tertarik untuk duduk berjam-jam menonton televisi.

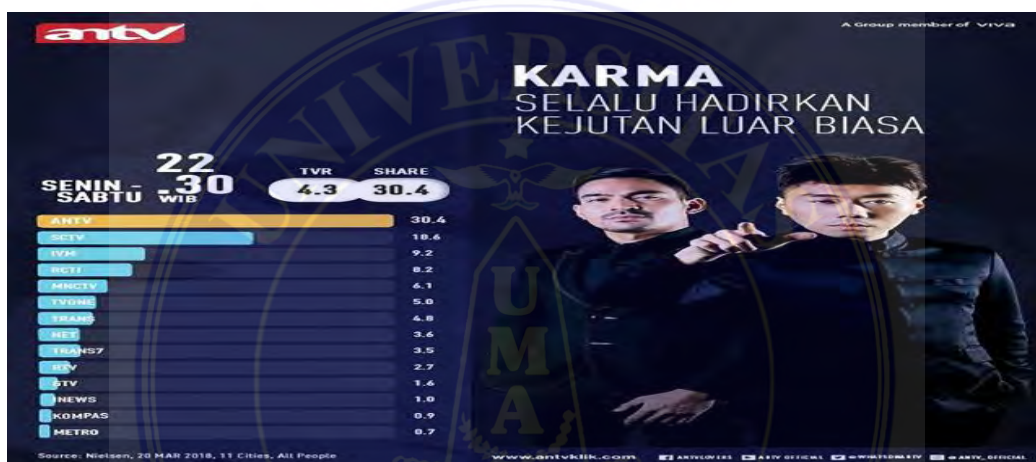
Salah satu program acara yang paling sering ditampilkan di stasiun televisi adalah *reality show*, sebab program acara ini merupakan salah satu upaya televisi dalam menarik minat masyarakat untuk menonton. Banyak televisi swasta yang kerap menayangkan acara seperti ini misalnya, di Angker Banget di ANTV, Mister Tukul Jalan-Jalan, Masih Dunia Lain, dan Dua Dunia di TRANS7.

Salah satu program acara *reality show* yang diangkat dalam skripsi ini adalah program acara tayangan Karma di ANTV, program acara Karma merupakan acara yang sangat fenomenal dengan hal-hal mistik, dalam setiap episode dan acara ini sangat membantu bagi setiap partisipan yang mempunyai permasalahan seperti santet, *black magic*, selingkuhan, kekerasan dalam rumah tangga (KDRT) dan lain-lain. Sehingga masyarakat berbondong-bondong untuk mengikuti acara tayangan *reality show* Karma untuk menyelesaikan permasalahan dalam hidupnya sehingga hampir seluruh masyarakat Indonesia mengenal tayangan tersebut.

Karma pada awalnya merupakan acara yang berasal dari acaratelevisi *Thailand* berjudul *Secret of Number* (bahasa *Thai*: เลขอาถรรพ์) yang diproduksi *Workpoint Entertainment*. Dan pada tanggal 24 Desember 2014, pertama kali tayang di ANTV pukul 22.15. Program acara Karma tayang dari hari seninsampai sabtu pukul 22.15 sampai 00.15 WIB. Acara Karma terkenal dengan seorang anak *indigo* Roy Kiyoshi sebagai penerawang yang menjadi fenomena tersendiri diberbagai kalangan masyarakat.

Kesuksesan yang diraih Karma memacu untuk terus menayangkan program ini. Terbukti dari sejumlah tayangan-tayangan Karma mampu meraih posisi pertama Rating acaraTV Indonesia. Rating acara TV Indonesia versi KPI atau Semi Rating KPI yang merupakan pemeringkatan terhadap program siaran yang di usulkan stasiun televisi.

Gambar 1



Rating acara TV versi KPI

Sumber : [www.media.iyaa.com](http://www.media.iyaa.com)

Hal ini menjadi alasan kuat peneliti, dalam mencari tahu penyebab terjadinya kepopuleran dan fenomena hal mistik dalam tayangan *reality show* Karma, dan menjadi salah satu acara televisi dengan rating tertinggi. Dengan pertunjukkan yang mistik pada setiap episode, menjadi andalan program stasiun Andalas Televisi (Antv).

ANTV atau Andalas televisi adalah salah satu stasiun televisi swasta yang dikelola oleh PT. Cakrawala Andalas Televisi dan dimiliki bersama antara group perusahaan Bakri dan Husada. Di awal siaran percobaannya, banyak kendala yang

dihadapi oleh ANTV. Peresmian stasiunnya di kota Lampung dengan waktu mengudaranya cukup lama. Liputan Sidang Umum MPR 1993 merupakan siaran awal percobaan ANTV. Siaran ANTV di Jakarta dipancarkan dari gedung Mulia Centre di daerah kuningan Jakarta Selatan.

*Reality Show* Karma ini membawa unsur mistik dan klenik dalam setiap tayangan dan permasalahan yang berbeda-beda seperti perselingkuhan, kekerasan dalam rumah tangga (KDRT), santet, dan ilmu hitam dan paling yang ditunggu oleh para penonton adalah partisipan. Karena partisipan yang mempunyai masalah hidup yang berbeda-beda dalam tayangan *reality show* Karma tersebut, dalam tayangan ini dipandu oleh Robby Purba sebagai *host* dan Roy Kiyoshi sebagai penerawang. Dan menghadirkan beragam artis sebagai bintang tamu berbeda setiap harinya.

Sejak kemunculan tayangan *reality show* Karma di ANTV, acara ini banyak pujaan dan celaan. Orang yang mencela tayangan acara Karma mengeluhkan acara ini selalu menampilkan adegan-adegan yang mistik dan tidak masuk akal, dan orang-orang yang menghina tayangan ini yang hanya berisi setingan. Walaupun acara Karma banyak menuai *kontroversi* tetapi acara tayangan *reality show* Karma mampu mencapai 134 episode dan banyak juga yang menyukai acara tersebut.

Tayangan Karma adalah berusaha membantu orang setiap episode karma, yang terdapat 31 partisipan dengan latar belakang yang berbeda duduk sesuai tanggal lahir mereka mulai dari angka 1 hingga 31. Salah satu diantara mereka adalah bintang tamu dan diajak untuk bergabung dengan Robby Purba dan Roy Kiyoshi sehingga



tersisa 30 orang. Lalu, Robby Purba dan Roy Kiyoshi memilih satu orang yang dianggap perlu untuk diutarakan permasalahannya sesuai tanggal lahir orang tersebut. Roy Kiyoshi yang merupakan seorang *indigo* memiliki kemampuan “membaca” kehidupan masa lalu seseorang melalui data tanggal lahir, gambar, tulisan, dan pengakuan dari orang tersebut. Nantinya, mereka akan mengungkapkan kisah dari orang yang memiliki permasalahan tersebut serta memberi sejumlah saran untuk kehidupan yang lebih baik kedepannya (<http://karma.antvklik.com/>).

Disini peneliti tertarik untuk menjadikan Mahasiswa Prodi Pendidikan Antropologi Fakultas ilmu sosial Universitas Negeri Medan (Unimed) sebagai responden, karena banyaknya fenomena-fenomena dalam tayangan *reality show* Karma yang mistik, setingan, nuansa dan penerawangan, dalam acara tayangan Karma.

Berdasarkan uraian diatas, ketertarikan peneliti dalam melihat fenomena ini menjadi alasan utama untuk melakukan penelitian yang berjudul “Persepsi Mahasiswa Tentang Tayangan *Reality Show* Karma di ANTV (studi deskriptif pada Mahasiswa prodi pendidikan antropologi fakultas ilmu sosial Universitas Negeri Medan (Unimed).

## **1.2 Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian yang telah diuraikan di atas maka perlu ditetapkan fokus penelitian, dengan tujuan agar tidak timbul penafsiran yang berbeda tentang fokus penelitian dari rumusan masalah yang kelak diajukan. Adapun penelitian ini yaitu:

1. Penelitian hanya dilakukan pada Mahasiswa prodi pendidikan antropologi fakultas ilmu sosial Universitas Negeri Medan (Unimed).
2. Penelitian ini hanya membahas bagaimana persepsi mahasiswa tentang tayangan *Reality Show* Karma di Andalas Televisi (Antv).
3. Objek penelitian ini adalah Mahasiswa prodi pendidikan antropologi fakultas ilmu sosial Universitas Negeri Medan (Unimed).

### **1.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya maka adapun rumusan permasalahan yang diteliti oleh peneliti adalah “Bagaimana Persepsi Mahasiswa tentang Tayangan *Reality Show* Karma di Andalas Televisi (Antv)?”

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah “Untuk mengetahui bagaimana persepsi Mahasiswa terhadap tayangan *reality show* Karma di ANT TV”.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

#### 1. Secara Teoritis

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat menambah uraian yang bersifat teoritis tentang komunikasi, khususnya dalam bidang persepsi masyarakat tentang tayangan karma yang dilakukan melalui media massa televisi.

#### 2. Secara Praktis

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat membawa wawasan baru khususnya bagi peneliti maupun mahasiswa juga masyarakat tentang bagaimana persepsi mahasiswa terhadap tayangan karma dan bermutu tinggi.

### 3. Secara Akademis

Hasil penelitian ini dapat memperkaya mengenai peran media dan dijadikan sebagai informasi dan dokumentasi ilmiah untuk perkembangan penelitian ilmu pengetahuan terutama dibidang komunikasi.



## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Persepsi**

##### **2.1.1 Pengertian Persepsi**

Persepsi secara umum dapat diartikan sebagai pendapat dan pandangan yang dilakukan seseorang terhadap suatu objek. Melalui persepsi seseorang akan mengerti tentang keadaan dilingkungannya maupun tentang dirinya sendiri. Adapun pengertian persepsi menurut Robbin (2006: 3), Persepsi adalah proses yang digunakan individu mengelola dan menafsirkan kesan indera mereka dalam rangka memberikan makna kepada lingkungan mereka, meski demikian apa yang dipersiapkan seseorang dapat berbeda dari kenyataan yang obyektif.

Persepsi dapat diartikan sebagai proses diterimanya rangsangan melalui panca indra yang didahului oleh perhatian sehingga individu mampu mengetahui, mengartikan, dan menghayati tentang hal yang diamati, baik yang ada diluar maupun didalam diri individu.

Thoha ( 2004: 141), mengatakan bahwa persepsi pada hakikatnya adalah proses kognitif yang dialami oleh setiap orang didalam memahami informasi tentang lingkungannya, baik lewat penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan dan penciuman.

Berdasarkan dengan kognitif diatas adalah proses atau kegiatan mental yang sadar seperti berfikir, memahami, dan kegiatan konsepsi mental seperti sikap, kepercayaan dan penghargaan yang kesemuanya merupakan faktor menentukan perilaku, jadi persepsi diatas dapat diartikan bagaimana penafsiran

individu didalam memahami informasi tentang lingkungan dengan alat pengindraanya yang selanjutnya akan mempengaruhi perilakunya.

Menurut (Anonim, 2009) proses *closure* ( penyeleksian) terjadi ketika hasil seleksi tersebut akan di susun menjadi suatu kesatuan yang berurutan dan bermakna, sedangkan interpretasi berlangsung ketika yang bersangkutan memberi tafsiran atau makna terhadap informasi tersebut secara menyeluruh .

Adapun yang dimaksud proses seleksi diatas adalah seseorang harus mendapatkan informasi terlebih dahulu, dengan begitu seseorang dapat melakukan proses penyeleksian pesan mana yang penting dapat diambil sedangkan yang tidak penting tidak perlu diambil dengan begitu seseorang akan mendapatkan informasi yang akurat dan lebih bermanfaat.

Adapun ahli yang mempunyai pendapat tentang persepsi adalah Slameto (2010: 102), ia mengatakan bahwa:

Persepsi adalah proses yang menyangkut masuknya pesan atau informasi kedalam otak manusia, melalui persepsila manusia terus menerus mengadakan hubungan dengan lingkungannya. Hubungan ini dilakukan lewat indranya, yaitu indra penglihatan, pendengaran, peraba, perara, dan penciuman.

Proses persepsi yang dilakukan seseorang akan berbeda-beda tergantung dengan kondisi dari masing-masing individu dalam menginterpretasikan sebuah informasi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa persepsi merupakan proses perlakuan individu yaitu pemberian tanggapan, arti, gambaran, atau penginterpretasian terhadap

apa yang dilihat, didengar atau dirasakan oleh indranya dalam bentuk sikap, pendapat dan tingkah laku atau disebut sebagai perilaku individu.

### 2.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi

Faktor yang mempengaruhi persepsi dibagi menjadi dua bagian besar faktor eksternal dan internal.

1. Faktor Internal, yaitu faktor-faktor yang terdapat dalam diri individu yang mencakup beberapa hal antara lain :
  - a. *Fisiologis*. Informasi masuk melalui alat indera, selanjutnya informasi yang diperoleh ini akan mempengaruhi dan melingkupi usaha untuk memberikan arti terhadap lingkungan sekitarnya. Kapasitas indera untuk mempersepsi pada tiap orang-orang yang berbeda sehingga interpretasi terhadap lingkungan juga dapat berbeda.
  - b. *Perhatian*. Individu memerlukan sejumlah energi yang dikeluarkan untuk memperhatikan atau memfokuskan pada bentuk fisik dan fasilitas mental yang ada pada suatu obyek. Energi tiap orang berbeda – beda sehingga perhatian seseorang terhadap obyek juga berbeda dan hal ini akan mempengaruhi persepsi terhadap suatu objek.
  - c. *Minat*. Persepsi terhadap suatu obyek bervariasi tergantung pada seberapa banyak energi atau *perceptual vigilance* yang digerakkan untuk mempersepsi.
2. Faktor Eksternal, merupakan karakteristik dari lingkungan dan obyek-obyek yang terlibat dalamnya. Elemen-elemen tersebut dapat mengubah sudut pandang seseorang terhadap dunia sekitar dan mempengaruhi bagaimana seseorang merasakannya atau

menerimanya. Sementara itu faktor – faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi adalah :

- a. Ukuran dan penempatan dari obyek atau stimulus. Faktor ini menyatakan bahwa semakin besarnya hubungan suatu obyek, maka semakin untuk dipahami.
- b. Bentuk ini akan mempengaruhi persepsi individu dan dengan melihat bentuk ukuran suatu obyek individu akan mudah untuk perhatian pada gilirannya membentuk persepsi.
- c. Warna dari obyek – obyek yang mempunyai cahaya lebih banyak, akan lebih mudah dipahami (*to be perceived*) dibandingkan dengan yang sedikit.
- d. Keunikan dan kontrasan dari stimulus. Stimulus luar yang penampilannya dengan latar belakang dan sekelilingnya yang sama sekali diluar sangka individu yang lain akan banyak menarik perhatian.
- e. Intesitas dan kekuatan dari stimulus. Stimulus dari luar akan memberi makan lebih bila sering diperhatikan daengan yang hanya sekasio dilihat. Kekuatan dari stimulus merupakan daya suatu obyek yang bisa mempengaruhi persepsi.
- f. *Motion* atau gerakan. Individu akan banyak memberikan perhatian terhadap obyek yang memberikan gerakan dalam jangkau pandangan obyek yang diam.

### **2.1.3 Proses Terjadinya Persepsi**

Menurut Thoha (1998: 141), dalam persepsi ada beberapa sub proses yang dapat dipergunakan sebagai bukti bahwa sifat itu merupakan hal yang kompleks dan interaktif, yaitu:

1. Stimulisi atau situasi yang terjadi

Persepsi terjadi diawali ketika seseorang dihadapkan pada satu situasi atau suatu stimulus yang dihadapkan melalui pengindraan.

## 2. Registrasi

Suatu gejala yang nampak melalui pengindraan dalam hal ini seseorang mendengar atau melihat stimulus yang terkirim padanya.

3.

## Interpretasi

Merupakan suatu upaya dalam mengartikan stimulus yang telah diperoleh dari pengindraan, interpretasi ini tergantung pada cara pendalaman (*learning*), motivasi, dan kepribadian. Oleh karena itu interpretasi terhadap suatu informasi yang sama, akan berbeda antara satu orang dengan orang lain.

## 1. Umpan balik

Proses akhir dari terjadinya dimana seseorang memberikan tanggapan terhadap apa yang telah dilihat, didengar, dan dirasakan.

Proses terjadinya persepsi dalam penelitian ini yaitu ketika pelaku persepsi yang merupakan 49 Mahasiswa prodi pendidikan antropologi fakultas ilmu sosial Universitas Negeri Medan (Unimed) mendapatkan stimulus melalui pengindraannya yaitu ketika mereka menonton tayangan Karma, kemudian selanjutnya terjadilah proses registrasi dimana pelaku persepsi mendengar dan melihat stimulus yang terkirim padanya dapat digambarkan proses registrasi dalam penelitian ini yaitu ketika informan sedang menonton tayangan Karma yang mereka dengar dan lihat.

Selanjutnya setelah pelaku persepsi telah mendengar dan melihat tayangan Karma tersebut maka terjadilah proses interpretasi terhadap karma tersebut yaitu bagaimana mereka mengartikan stimulus yang telah diperoleh sebelumnya, proses interpretasi dalam penelitian ini dilihat bagaimana pelaku persepsi menilai tentang tayangan Karma. Kemudian terjadilah yang terakhir proses umpan balik dimana pelaku



persepsi memberikan tanggapan mereka terhadap apa yang telah mereka lihat, dengar, dan rasakan sebelumnya.

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti maka pelaku persepsi memberikan penilaian mereka terhadap pesan, gaya bicara, dalam tayangan Karma tersebut dimana mereka mengatakan tiga aspek tersebut cenderung positif. Sedangkan untuk permasalahan partisipan, mistik, setingan tayangan Karma memberikan penilaian sebaliknya yaitu negatif, untuk melihat jelas peneliti telah menguraikannya pada hasil penelitian.

## 2.2 Tayangan Karma

Karma adalah pengumpulan efek-efek akibat tindakan, perilaku, atau sikap dari kehidupan yang lampau dan yang menentukan nasib saat ini, maka karma berkaitan erat dengan kelahiran kembali *reinkarnasi*. Karma adalah sebuah program acara *reality show* yang fenomenal di ANTV. Dengan mengkombinasikan visual seperti efek hitam putih, background dan sebagainya sehingga pengaplikasian konsep *reality show* pada tayangan Karma sebagai sebuah acara yang benar-benar *real* terjadi. Satu hal yang paling unik dari acara tayangan *reality show* Karma ini adalah kehadiran berbagai *artis* yang ikut sebagai bintang tamu, untuk mengutarakan dan menyelesaikan permasalahan dalam acara tayangan *reality show* Karma tersebut. Segala tindakan, perilaku, sikap baik maupun buruk seseorang saat ini juga akan membentuk karma seseorang di kehidupan berikutnya (<http://id.m.wikipedia.org/wiki/Karma>).

Serial tayangan Karma pertama kali tayang di stasiun televisi ANTV pada tanggal 24 Desember 2014 pukul 22.15. Acara ini ditayangkan berdasarkan acara televisi *Thailand* berjudul *Secret of Number* yang diproduksi *Workpoint Entertainment*, yang dipandu oleh Robby Purba sebagai pembawa acara dan Roy Kiyoshi sebagai penerawang.

Tayangan Karma adalah berusaha membantu setiap *episode* Karma, yang terdapat 31 orang / partisipan dengan latar belakang yang berbeda sesuai tanggal lahir mereka mulai dari angka 1 hingga 31. Dan membaca kehidupan masa lalu seseorang melalui data tanggal lahir, gambar, tulisan, dan menceritakan pengakuan dari orang tersebut. Nantinya, mereka akan mengungkapkan kisah dari orang yang memiliki permasalahan tersebut serta memberi sejumlah saran untuk kehidupan yang lebih baik.

## **2.3 Tayangan *Reality Show***

### **2.3.1 Pengertian Tayangan *Reality Show***

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

*Reality show* adalah atau cara yang menampilkan realita 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 ajang 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 documenter dan acara seperti berita dan olahraga tidak termasuk acara realitas (Kuswadi, 2002: 202).

*Reality show* secara istilah berarti pertunjukan yang asli, tidak direkayasa, dan tidak dibuat-buat. Kejadiannya diambil dari keseharian, kehidupan masyarakat apa adanya, yaitu realita dari masyarakat. Acara realita 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 gameshow*

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

3) *Hiddencamera*

Yaitu sebuah camera yang tersembunyi merekam orang-orang dalam situasi yang

sudah di set. Contoh : Spontan, Ops salah, dsb.

### **2.3.2 Reality show Mistik**

Mistik dalam kamus besar bahasa Indonesia adalah :

- 1) Subsystem yang ada di hampir semua agama dan sistem religi untuk memenuhi hasrat manusia mengalami dan merasakan 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 nonverbal.

## **2.4 Komunikasi Massa**

### **2.4.1 Pengertian Komunikasi Massa**

Kata komunikasi berasal dari bahasa Latin *communicatio* yang berarti ‘pemberitahuan. Secara garis besar, dalam suatu proses komunikasi harus terdapat unsur-unsur kesamaan makna agar terjadi suatu pertukaran pikiran dan pengertian antara komunikator dan komunikan (Suprpto, 2011: 5).

Komunikasi adalah suatu penyampaian pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Komunikasi melekat didalam kehidupan orang sebab komunikasi sangat penting dalam menyampaikan suatu informasi, dengan komunikasi yang baik, pesan yang disampaikan akan diterima dengan baik, komunikasi dapat terjadi karena ada pesan yang disampaikan kepada pihak lain.

Defenisi komunikasi adalah proses penyampai pesan melalui saluran-saluran tertentu baik secara langsung atau tidak langsung dengan maksud memberikan dampak kepada komunikan sesuai dengan yang diinginkan komunikator. Yang memenuhi 5 unsur *who, what, in which channel, to whom, whit what efeect*.

Berdasarkan dari semua kutipan defenisi tersebut dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses penyampai atau pengiriman pesan secara verbal dan non verbal yang melibatkan dua orang atau lebih yang disebut komunikator (penyampain pesan) kepada komunikan (penerima pesan) serta dapat menghasilkan efek tertentu pada komunikan.

Komunikasi massa merupakan suatu tipe komunikasi manusia (*human communication*) yang lahir bersmaan dengan mulai digunakan alat – alat mekanik, yang mampu melipat – gandakan pesan – pesan komunikasi. Dalam sejarah publisistik dimulai satu setengah abad ditemukan mesin cetak oleh Johannes Guttenberg. Sejak itu dimulai suatu zaman yang dikenal dengan zaman publisistik atau awal dari era komunkasi massa. Sebaliknya dikenal sebagai zaman prapublistik (Wiranto, 2000 : 1).

#### **2.4.2 Definisi Komunikasi Massa**

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 atau visual.

komunikasi massa adalah penyebaran pesan dengan menggunakan media yang ditujukan kepada massa yang abstrak, yakni sejumlah orang yang tidak tampak oleh sipenyampai 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).

### **2.4.3 Fungsi Komunikasi Massa**

Fungsi komunikasi massa adalah penyampaian suatu pesan kekomunikan yang dapat mempengaruhi komunikannya sehingga dengan komunikasi massa komunikan dapat meningkatkan pengawasannya dan menambah ilmu pengetahuan terutama dapat menerima informasi yang mendidik bagi komunikannya. Fungsi komunikasi massa ini juga dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga dapat menyatukan khalayak yang memiliki kepentingan yang sama tetapi terpisah dari tempat tinggal yang berbeda dan dihubungkan oleh media.

Sedangkan fungsi komunikasi massa menurut Dominick, adalah sebagai berikut (Ardianto, 2004:16-18) :

a. *Surveillance* (Pengawasan)

Fungsi pengawasan komunikasi massa dibagi dalam bentuk utama :

- Fungsi pengawasan peringatan yaitu jenis pengawasan yang dilakukan oleh media untuk menyampaikan informasi berupa ancaman yang perlu diketahui oleh khalayak.
- Fungsi pengawasan instrumental adalah penyampaian atau penyebaran informasi yang memiliki kegunaan.

b. *Interpretation* (penafsiran)

Media massa tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga memberi penafsiran kepada kejadian-kejadian penting. Tujuan penafsiran media ingin mengajak para pembaca atau pemirsa untuk memperluas wawasan dan membahasnya lebih lanjut.

c. *Linkage* (Pertalian)

Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membentuk *Linkage* (Pertalian) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu.

d. *Transmission of value* (Penyebaran Nilai-Nilai)

Fungsi ini juga disebut *socialization* (sosialisasi). Sosialisasi mengacu kepada cara prilaku dan nilai kelompok. Media massa yang mewakili gambaran masyarakat itu ditonton, didengar dan dibaca.

e. *Entertainment* (Hiburan)

Sulit dibantah lagi, bahwa kenyataannya hampir semua media menjalankan fungsi hiburan. Majalah banyak memuat hiburan, bahkan ada beberapa majalah yang hanya menampilkan berita seperti *Time* dan *News Week*, Tempo, Gatra dan Garda.

## 2.5 Televisi

Televisi adalah sebuah media telekomunikasi terkenal yang berfungsi sebagai penerimaan siaran gambar bergerak beserta suara, baik itu yang monokrom (hitam putih) maupun berwarna. Tidak heran kalau perkembangan sarana komunikasi begitu pesat, termasuk didalamnya pertumbuhan media elektronik televisi sebagai media massa. Kehadiran media televisi, tidak berarti membuat media massa lain, seperti media cetak dan radio menjadi terbelakang, justru ketiganya dapat saling mengisi kekurangan masing-masing, sehingga khalayak pun dapat menerima informasi yang semakin lengkap dan variatif.

Televisi saat ini telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan manusia. Banyak orang yang menghabiskan waktunya lebih lama di depan televisi dibandingkan dengan waktu yang digunakan untuk ngobrol dengan keluarga atau pasangan mereka. Bagi banyak orang, televisi adalah tren, menjadi cermin perilaku masyarakat dan dapat menjadi candu. Televisi membujuk kita untuk mengonsumsi lebih banyak dan lebih banyak lagi. Televisi memperlihatkan bagaimana kehidupan orang lain dan memberikan ide tentang bagaimana kita ingin menjalani hidup ini. Ringkasnya, televisi mampu memasuki sisi-sisi kehidupan kita lebih dari yang lain (Morissan 2010: 1).

Televisi menjadi fenomena besar di era sekarang ini, harus diakui bahwa peran televisi sangatlah besar dan membentuk pola pikir, pengembangan wawasan dan pendapat umum, termasuk pendapat untuk menyukai produk-produk industri tertentu yang disajikan semakin lama semakin menarik, meskipun memerlukan biaya yang tinggi, tidak mengherankan kalau khalayak betah duduk berlama-lama menikmatinya (Darwanto (2007: 25).

Adapun kekurangan dan kelebihan dari televisi sebagai media *audio-visual* menurut Adhy dalam (adhy14.blogspot.co.id) yaitu:

a. Kelebihan Televisi:

1. Bersifat langsung dan nyata serta dapat menyajikan peristiwa yang sebenarnya, umumnya proses ini terjadi ketika televisi sedang melakukan sebuah pemberitaan hal ini dikarenakan sebuah pemberitaan yang dilakukan langsung dilaporkan pada lokasi kejadian.



2. Cakupannya yang luas. Hal ini dikarenakan salah satu sifat televisi yang merupakan media massa sehingga tayangan yang dibuat dan ditayangkan melalui televisi maka akan diterima oleh masyarakat di seluruh dunia.
3. Dapat menciptakan kembali peristiwa masa lampau, televisi merupakan salah satu media yang dapat menyimpan seluruh tayangannya dan kemudian dapat mereka publikasikan lagi ketika saat-saat tertentu, seperti peristiwa proklamasi yang ditampilkan kembali pada saat momen kemerdekaan padahal sesungguhnya kejadian itu telah terjadi jauh sebelumnya.
4. Dapat mempertunjukkan banyak hal dan banyak segi yang beraneka ragam.
5. Dapat menarik minat banyak orang, hal ini dikarenakan sekarang banyaknya acara-acara televisi yang menghibur seperti acara musik, reality show, sinetron maupun film yang diputarakan hal inilah yang membuat televisi dapat menarik minat selain itu karena untuk melihat televisi tidak diperlukan biaya yang mahal dan hampir diseluruh rumah sekarang ini telah mempunyai televisi.

b. Kekurangan Televisi

1. Televisi hanya mampu menyajikan komunikasi satu arah, Artinya kita tidak dapat memberikan tanggapan terhadap suatu tayangan televisi
2. Pada saat disiarkan tayangan televisi akan berjalan terus dan tidak ada kesempatan untuk memahami pesan-pesan yang belum dimengerti.
3. Tidak memiliki kesempatan untuk merevisi tayangan televisi sebelum disiarkan. Tayangan televisi yang telah diputarakan maka seorang komunikan yang melihatnya tidak dapat memberikan keterangan terhadap

tayangan tersebut walaupun sebenarnya tayangan televisi tersebut tidak benar dan merupakan setingan.

### **2.5.1 Fungsi Televisi**

#### **a. Fungsi Penerangan**

Televisi adalah media yang mampu menyiarkan informasi yang amat memuaskan. Hal ini disebabkan dua faktor yaitu faktor *immediacy* dan faktor *realism*. Faktor *immediacy* (kebiasaan) mencakup pengertian langsung dan dekat. Peristiwa yang disiarkan oleh televisi dapat dilihat dan didengar oleh pemirsa saat peristiwa itu berlangsung. Realism mengandung pengertian bahwa televisi menyiarkan informasi apa adanya sesuai dengan kenyataan. Kuswandi (1996 : 170).

#### **b. Fungsi Pendidikan dan Edukasi**

Televisi merupakan sarana yang ampuh untuk menyiarkan acara pendidikan kepada khalayak yang jumlahnya begitu banyak secara simultan, sesuai dengan makna pendidikan yaitu meningkatkan pengetahuan dan penalaran masyarakat. Salah satunya dengan menyiarkan acara yang secara implisit mengandung pendidikan, misalnya acara sandiwara, kuis, film (Kuswandi 1996: 17).

#### **c. Fungsi Hiburan**

Televisi merupakan salah satu media yang dapat memberikan suatu hiburan bagi khalayaknya, hal ini disebabkan oleh karena layar televisi dapat ditampilkan gambar hidup beserta suaranya (audio visual) dan dapat dinikmati oleh semua orang, bahkan tuna aksara. Dalam penelitian ini teori televisi digunakan karena menurut fungsinya

televisi merupakan salah satu media untuk menyampaikan informasi, memberikan pendidikan dan meningkatkan pengetahuan, membujuk dan memberikan hiburan bagi penonton Kuswandi (1996 : 19).

## **2.6 Kekuatan Media Massa**

Efek media adalah perubahan perilaku manusia setelah diterpa pesan oleh media massa. Menurut Schram & Roberts (1907) *efek media massa*, jurnal online *anonime* (vol:3), karena fokusnya pada pesan. Maka efek haruslah berkaitan dengan pesan yang disampaikan media massa tersebut. Efek media juga diartikan sebagai dampak dari kehadiran sosial yang dimiliki media, yang menyebabkan perubahan pengetahuan, sikap dan tingkah laku manusia, akibat terpaan media. Semakin berkembangnya teknologi media massa dalam menyampaikan informasi dan hiburan, maka manusia tidak akan pernah lepas dari pengaruh media massa tersebut. Setiap hari otak manusia selalu dipenuhi oleh informasi yang disampaikan oleh media massa.

Pentingnya media massa, membuat peranannya begitu kuat dan hebat dalam mempengaruhi manusia. Manusia begitu tergantung pada media, hingga sampai pada keurusan hidup sehari-hari. Media massa, seakan telah menjadi faktor penentu kehidupan manusia. Efek yang ditimbulkan oleh media itu sangat nyata dan jelas. Besarnya pengaruh media massa, menimbulkan efek pada kehidupan manusia.

Menurut Stam, K. R. & Jhon E. B. (1990) *efek media massa*, jurnal online, *anonime*, (vol :3), efek media dalam mempengaruhi manusia, dibagi dua bagian yaitu, efek primer dan efek sekunder. Efek primer adalah efek yang ditimbulkan karena ada terpaan, perhatian dan pemahaman artinya apabila seseorang memahami suatu pesan

yang disampaikan melalui media, maka seseorang tersebut akan mudah percaya terhadap semua hal yang disampaikan melalui media. Sedangkan efek sekunder, yaitu efek yang ditimbulkan karena adanya perubahan pengetahuan dan sikap sekaligus perubahan perilaku, artinya penerima pesan dibawah kontrol dari si pemberi pesan.

## 2.7 Televisi Sebagai Media Massa

Pengertian televisi (Uchajana 2003 : 274) adalah paduan radio dan film. 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 ditempat lain melalui sebuah perangkat penerima (televisi set).

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 *wireless* atau *microwave* (*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).

## 2.8 Teori S-O-R

Pada tahun 1930-an, lahir suatu model klasik yang banyak mendapat pengaruh teori psikologi, Teori S-O-R singkatan dari *Stimulus-Organism-Response*. Objek material dari psikologi dan ilmu komunikasi adalah sama yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen : sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi, dan konasi. Asumsi dasar dari model ini adalah media massa menimbulkan efek yang terarah, segera dan langsung terhadap komunikasi.

Jadi unsur-unsur dalam model ini adalah :

- Pesan (*stimulus*, S)
- Komunikan (*organism*, O)
- Efek (*Response*, R)

Hoslan, et al (1953) mengatakan bahwa proses perubahan perilaku pada hakekatnya sama dengan proses belajar. Proses perubahan perilaku tersebut menggambarkan belajar pada individu yang terdiri dari:

- *Stimulus* (rangsangan) yang dibagikan kepada *organisme* dapat diterima atau ditolak berarti stimulus itu tidak efektif mempengaruhi perhatian individu dan berhenti disini. Tetapi bila *stimulus* diterima oleh *organisme* berarti ada perhatian dari individu dan *stimulus* tersebut.
- Apabila *stimulus* telah mendapatkan perhatian dari *organisme* (diterima) maka mengerti *stimulus* ini dan dilanjutkan kepada proses berikutnya.

- Setelah itu *organisme* mengolah *stimulus* tersebut sehingga terjadi kesediaan untuk bertindak demi *stimulus* yang telah diterimanya (bersikap).
- Akhirnya dengan dukungan fasilitas serta dorongan dari lingkungan maka *stimulus* tersebut mempunyai efek tindakan dari individu tersebut (perubahan perilaku).

Selanjutnya teori ini mengatakan bahwa perilaku dapat berubah hanya apabila *stimulus* (*rangsang*) yang diberikan benar-benar melebihi semula. *Stimulus* yang dapat melebihi *stimulus* semula ini berarti *stimulus* yang diberikan harus dapat meyakinkan *organisme*. Dalam meyakinkan *organisme* ini, faktor *reinforcement* memegang peranan penting.

Dalam proses perubahan sikap tampak bahwa sikap dapat berubah, hanya jika *stimulus* yang menyerpa benar-benar melebihi semula. Mengutip pendapat Hovland, Janis dan Kelley yang mengatakan bahwa dalam menelaah sikap yang baru ada tiga variabel penting yaitu :

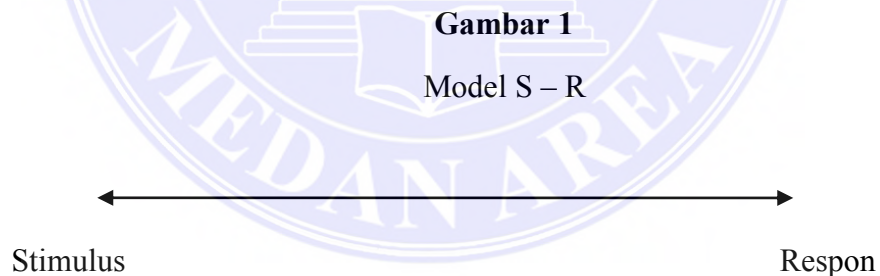
- (a) Perhatian,
- (b) Pengetian, dan
- (c) Penerimaan

*Stimulus* atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau mungkin ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan, proses berikutnya komunikan mengerti. Kemampuan komunikan inilah yang

melanjutkan proses berikutnya. Setelah komunikasi mengelolanya dan menerimanya, maka terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap.

Teori mendasarkan asumsi bahwa penyebab terjadinya perubahan perilaku tergantung kepada kualitas rangsangan (*stimulus*) yang berkomunikasi dengan *organisme*. Artinya kualitas dari sumber komunikasi (*sources*) misalnya kredibilitas, kepemimpinan, gaya bicara sangat menentukan keberhasilan perubahan perilaku seseorang, kelompok atau masyarakat.

Teori S-O-R memiliki nama lain, yaitu Model S – R. Seperti yang dikutip Deddy Mulyana dalam buku Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar dikatakan bahwa, model ini menunjukkan komunikasi sebagai proses aksi-reaksi yang sangat sederhana. Model ini mengasumsikan bahwa kata – kata verbal (lisan-tulisan), isyarat-isyarat nonverbal, gambar-gambar, dan tindak-tanduk tertentu akan merangsang orang lain untuk memberikan respon dengan cara tertentu. Proses ini dapat bersifat timbal-balik dan mempunyai banyak efek. Setiap efek dapat mengubah tindakan komunikasi (*communication act*) berikutnya. (Mulyana, 2009: 144).



(Mulyana, 2009: 143)

Model inilah yang kemudian mempunyai pengaruh suatu teori kalsikkomunikasi yaitu *Hypodermic Needle* atau teori jarum suntik. Model ini mempunyai asumsi bahwa komponen-komponen komunikasi (komunikator, pesan, media) amat perkasa dalam mempengaruhi komunikasi. Disebut model jarum

Hipodermik karena dalam model ini diindikasikan seakan-akan komunikasi “disuntikkan” langsung kedalam jiwa komunikan.

Model ini sering *juga* disebut “*Bullet Theory*” (Teori Peluru) karena komunikan dianggap secara pasif menerima banyak pesan-pesan komunikasi. Variabel efek diukur pada segi kognitif (kepercayaan, pengetahuan, pemahaman), segi afektif (senang, suka, puas), dan segi behavioral (perilaku atau kecenderungan perilaku) (Rakhmat, 2009: 62 & 64).

Apabila dikaitkan dengan hubungan tayangan acara Karma dengan Persepsi Mahasiswa prodi pendidikan antropologi fakultas ilmu sosial Universitas Negeri Medan (Unimed), konsep tayangan Karma yang realita dan lebih ke hal-hal mistik yang merupakan *stimulus* yang kemudian menimbulkan respon dari Mahasiswa prodi pendidikan antropologi dan membentuk persepsi mereka dengan menonton acara tayangan tersebut. Persepsi itu lah yang merupakan bentuk dari responnya.

## **2.9 Kerangka Pemikiran**

Pemikiran utama yang akan dijelaskan dalam penelitian ini adalah persepsi mahasiswa prodi pendidikan antropologi fakultas ilmu sosial Universitas Negeri Medan (Unimed) terhadap tayangan *reality show* Karma di Andalas Televisi (ANTV). Untuk memudahkan penjelasan tentang persepsi tersebut maka konsep persepsi terhadap tayangan tersebut di tampilkan dalam bentuk operasional konsep sebagai berikut :



Tabel Operasional Konsep

Konsep Teoritis (Pertanyaan Peneliti)	Konsep Operasional (Kategori)
Bagaimana persepsi mahasiswa tentang tayangan <i>reality show</i> Karma di Andalas Televisi (Antv) ?	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Permasalahan partisipan</li> <li>2. Mistik</li> <li>3. Setingan</li> <li>4. Pesan</li> </ol>

Dalam penelitian, adapun defenisi yang peneliti ingin melihat bagaimana pelaku persepsi terhadap tayangan *reality show* Karma di Antv :

a. Permasalahan partisipan

Masalah diidentifikasi sebagai suatu pernyataan tentang keadaan yang belum selesai dengan yang diharapkan. Mengenai permasalahan partisipan dalam tayangan Karma terlihat jelas apa maksud dan tujuan permasalahan partisipan dalam tayangan tersebut, terlebih lagi permasalahan pada partisipan tersebut selalu menampilkan hal-hal yang negatif seperti perselingkuhan, santet, dan kekerasan dalam rumah tangga (KDRT) yang tidak mendidik bagi kahalyak.

b. 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.

c. Pesan

Pesan dalam tayangan Karma terhadap partisipan merupakan apa yang ingin disampaikan oleh Roy Kiyoshi sebagai penerawang kepada partisipan tersebut. Mengenai pesan terhadap paratisipan sebelumnya untuk menceritakan permasalahan hidup partisipan supaya terlihat jelas apa maksud dan tujuannya.

d. Setingan

Adalah pengaturan waktu dan lokasi dalam suatu narasi atau dalam karya fiksi. Unsur sastra, pengaturan membantu memulai latar belakang utama dan suasana hati untuk sebuah carita.

Dalam penelitian, ingin melihat bagaimana persepsi pelaku persepsi terhadap mistik, gaya bicara, setingan, pesan, nuansa dan permasalahan partisipan dalam tayangan Karma, dimana untuk mengetahuinya peneliti telah membuat 20 pertanyaan melalui angket yang kemudian akan diisi oleh 49 orang responden. Angket tersebut maka peneliti akan mengetahui jawaban tentang kerangka pemikiran tersebut.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Metode Penelitian**

Metodologi dikatakan sebagai prosedur yang digunakan untuk memecahkan masalah dan mencari jawaban dari sebuah penelitian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif.

“metode deskriptif dapat diartikan sebagai sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan subjek/obyek penelitian, baik itu seseorang, lembaga, masyarakat dan yang lainnya pada saat sekarang, berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya” (Nawawi, 1995: 630).

Metode deskriptif “bertujuan untuk melukiskan secara sistematis karakteristik populasi atau bidang-bidang tertentu secara faktual dan cermat tanpa mencari atau menjelaskan suatu hubungan” (Jalaludin, 2002: 27).

Ciri-ciri pokok metode deskriptif menurut Nawawi, (1995: 63) adalah:

1. Memutuskan perhatian pada masalah-masalah yang ada pada penelitian, dilakukan saat sekarang atau ada masalah-masalah yang bersifat aktual.
2. Menggunakan fakta-fakta tentang masalah yang diselidiki sebagaimana adanya, diiringi dengan interpretasi rasional.

Adapun sifat penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Menurut Arikunto (2008: 15), metode penelitian deskriptif kualitatif adalah metode yang digunakan untuk menemukan pengetahuan seluas-luasnya terhadap penelitian pada suatu saat tertentu. Adapun penelitian ini dilakukan untuk mengumpulkan informasi mengenai status suatu variabel atau tema, gejala atau keadaan yang ada, yaitu keadaan gejala menurut apa adanya pada saat penelitian dilakukan.

### 3.2 Populasi dan Sample

Populasi diartikan sebagai, “keseluruhan objek penelitian yang terdiri dari manusia, benda-benda, hewan, tumbuh-tumbuhan, gejala-gejala, nilai test atau peristiwa-peristiwa sebagai sumber data yang dimiliki karakteristik tertentu di dalam suatu penelitian” (Singarimbun, 1989: 152). Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa prodi pendidikan fakultas ilmu sosial Universitas Negeri Medan (Unimed) berjumlah 325 orang.

Sampel menurut Sugiyono (2014: 57) adalah sebagian yang mewakili populasi yang memiliki karakteristik. Sampel dalam penelitian ini diambil dari sebagian jumlah populasi. Sampel yang diambil dari sebagian populasi mencerminkan semua unsur dalam populasi, sehingga dapat mewakili keadaan yang sebenarnya dalam keseluruhan populasi. Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Random Sampling*. Dengan sampling ini setiap unsur dari keseluruhan populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih, dimana setiap sample memiliki ketentuan bahwasanya pernah menonton tayangan *reality show* Karma.

Tentang berapa persen sampel yang diambil dari populasi tidak ada pendapat yang mutlak, karena tidak adanya kesatuan pendapat dari para sarjana. Oleh karena itu, dalam jumlah penetapan sampel saling berbeda. Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti mengutip pendapat Arikunto (2008: 130), mengatakan jika jumlah populasinya lebih dari 100 maka dapat diambil 10%-15% atau 20%-25% atau lebih dari populasi. Berdasarkan pendapat tersebut, maka peneliti mengambil sampel sebanyak 49 orang atau 15% dari jumlah populasi (325) Mahasiswa prodi pendidikan antropologi fakultas

ilmu sosial Universitas Negeri Medan (Unimed) dan sampel tersebut pernah tayangan *reality show* Karma.

### 3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

#### 3.3.1 Sumber Data

“Sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh” (Arikunto, 2008: 129). Adapun sumber data dalam penelitian ini dipilih dengan menggunakan perspektif *emic*, artinya mementingkan pandangan responden, yakni bagaimana mereka memandang dan menafsirkan dunia dari pendiriannya. Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

##### a. Data Primer

Data primer adalah berbagai informasi dan keterangan yang diperoleh langsung dari sumbernya, yaitu para pihak yang dijadikan responden penelitian. Menurut Sugiyono (2014: 54) informan penelitian yang menjadi sumber data primer ditentukan dengan metode *purposive sampling* dimana pengambilan sumber data dilakukan dengan pertimbangan tertentu dimana yang menjadi responden merupakan Mahasiswa prodi pendidikan fakultas ilmu sosial Universitas Negeri Medan (Unimed) dan pernah melihat tayangan *reality show* Karma. Adapun data primer dalam penelitian ini adalah Mahasiswa prodi pendidikan Antropologi Fakultas ilmu sosial (Unimed).

##### b. Data Skunder

Bahan sekunder, berupa buku-buku bacaan, jurnal dan beberapa artikel yang ada hubungannya dengan materi penelitian ini.

### 3.3.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Untuk itu teknik pengumpulan data yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah :

#### a. Penelitian Lapangan

Penelitian lapangan yaitu peneliti berangkat ke lapangan untuk mengadakan pengamatan serta mendapatkan data. Adapun yang dilakukan peneliti di lapangan untuk mendapatkan data dengan cara, yaitu:

##### ▪ Angket

Angket adalah daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden. Peneliti memberikan daftar pertanyaan kepada responden untuk mendapatkan informasi. Dalam hal ini peneliti akan menyebarkan angket kepada Mahasiswa prodi pendidikan Antropologi fakultas ilmu sosial Universitas Negeri Medan (Unimed).

#### b. Penelitian Kepustakaan

Penelitian Kepustakaan dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data melalui satu teknik riset perpustakaan (*library research*) untuk melengkapi data dari penelitian lapangan. Penelitian kepustakaan mengambil data dari berbagai sumber antara lain buku-buku, jurnal, bahan kuliah dan artikel-artikel yang berhubungan dengan objek penelitian.

## 1.4 Instrumen Penelitian

Dalam hal memperoleh data yang akurat dan terpercaya serta dapat dipertanggung jawabkan, maka peneliti terlibat langsung dalam proses penelitian dan menjadi bagian dari instrumen penelitian. Hal ini dilakukan karena peneliti ingin mendapatkan data yang empirik yang diperoleh melalui penyebaran angket kepada 49 orang responden, selain itu peneliti juga menggunakan *smartphone* sebagai alat pendukung untuk melakukan dokumentasi dengan cara memfoto Mahasiswa yang sedang mengisi angket yang diberikan hal ini dilakukan agar kelak data-data yang disajikan dalam penelitian ini dapat dipercaya dan dipertanggung jawabkan. Peneliti juga menggunakan angket sebagai instrumen penelitian dimana angket digunakan sebagai lembar jawaban dari para responden untuk mengetahui jawaban mereka.

### **1.5 Teknik Analisis Data**

Analisis data menurut Moleong (2006: 280), adalah proses pengorganisasian dan pengurutan data ke dalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema serta sesuai dengan yang disarankan oleh data.

Data yang diperoleh saat pengumpulan data di lapangan maupun setelah data terkumpul diolah agar sistematis. Data tersebut akan diolah melalui pengeditan data, mengklarifikasinya, mereduksi, menyajikan dan menyimpulkan. Mereduksi data dapat dilakukan dengan cara merangkum data pada hal-hal yang penting saja yang nantinya akan mempermudah dalam melakukan pengumpulan data selanjutnya, kemudian menyajikan data yang dilakukan dengan membuat uraian singkat dalam bentuk teks negatif yang tersusun dalam beberapa bagian untuk selanjutnya dianalisis secara mendalam guna mendapatkan informasi yang dapat disimpulkan, dan penarikan

kesimpulan berdasarkan data yang ditemukan di lapangan yang telah diverifikasi untuk mendapatkan kesimpulan yang bisa dipercaya.

Dalam penelitian ini teknik analisis data menggunakan metode deskriptif yaitu dengan cara mendeskripsikan serta menjelaskan data yang diperoleh selama penelitian, melalui penyebaran angket kepada 49 prodi pendidikan fakultas ilmu sosial Universitas Negeri Medan (Unimed) yang kemudian data tersebut akan dituangkan kedalam analisis tabel tunggal. Selanjutnya hasil yang diperoleh akan dijabarkan berdasarkan jawaban dari responden yang kemudian akan dicari tau berapa persentase jawaban tersebut dan yang terakhir keseluruhan tabel tersebut akan diinterpretasikan kedalam bentuk penjelasan penelitian dengan tetap mengacu pada jawaban responden pada angket yang telah dibagikan, hal ini dilakukan agar peneliti dapat menarik kesimpulan guna untuk menjawab rumusan masalah sebelumnya.



## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **1.1 Deskripsi Lokasi Penelitian**

Perkembangan FIS-Unimed tidak terlepas dari perkembangan IKIP Medan yang pada mulanya adalah salah satu fakultas di Universitas Sumatera Utara (USU). Sejak diresmikan sebagai perguruan tinggi negeri Yayasan Universitas Sumatera Utara yang diresmikan tanggal 4 Juli 1952 mendirikan perguruan tinggi swasta dengan membuka Fakultas Kedokteran. Satu setengah tahun kemudian, 12 Januari 1954 didirikan Fakultas Hukum dan Pengetahuan Masyarakat. Pada tanggal 1 September 1955 diserahkan kepada Pemerintah Cq Kementerian Pendidikan dan Pengajaran Republik Indonesia untuk dijadikan Universitas Negeri, Yayasan Universitas Sumatera Utara segera mempersiapkan pembukaan dua fakultas lagi yaitu Fakultas Pendidikan Guru dan Fakultas Pertanian.

Persiapan Pendirian Fakultas Pendidikan Guru ditugaskan kepada Panitia Pendirian Fakultas Pendidikan Guru (PTPG) yang diketuai oleh Prof. Mr.Ny. Ani Abbas Manoppo, pada saat itu sebagai Ketua Dewan Fakultas Hukum dan Pengetahuan Masyarakat. Sekretaris G. Sianifar Kepala Inspeksi Pendidikan Masyarakat Sumatera Utara dan anggota-anggotanya terdiri dari: Daniel Marpaung (Koordinator PPK Sumatera Utara) dan R.M. Simanjuntak (Direktur SMA Negeri Medan).

Pada tanggal 19 Agustus 1957 berkat usaha panitia yang bekerjasama dengan berbagai pihak, terutama dengan tokoh-tokoh pendidikan dan pejabat-pejabat

pemerintah, Fakultas Pendidikan Guru oleh Yayasan Universitas Sumatera Utara diserahkan kepada pemerintah. Terhitung 1 September 1957 Perguruan Tinggi Pendidikan Guru (PTPG) diresmikan menjadi Perguruan Tinggi Negeri berdasarkan Surat Keputusan Menteri PPK RI No. 85254 Tanggal 22 Agustus 1957.

Dalam waktu yang tidak terlalu lama, berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 48/1957 Tanggal 30 Oktober 1957 Lembaran Negara No. 105/1957 Universitas Sumatera Utara resmi berdiri menjadi Universitas Negeri (disingkat (USU). Dengan demikian PTPG kemudian menjadi salah satu fakultas yang berada dalam naungan USU dengan nama Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan (FKIP).

Pada tahun 1964 FKIP-USU berubah statusnya menjadi IKIP Jakarta Cabang Medan terdiri dari 4 (empat) Fakultas, yaitu Fakultas Ilmu Pendidikan (FIP), Fakultas Keguruan Sastra Seni (FKSS), Fakultas Keguruan Pengetahuan Sosial (FKPS), Fakultas Keguruan Ilmu Eksakta (FKIE). Fakultas Keguruan Pengetahuan Sosial (FKPS) menaungi 5 (lima) jurusan, yaitu : Ekonomi Perniagaan, Ekonomi Umum, Antropologi, Sejarah, Civics Hukum, lalu satu tahun kemudian yaitu tahun 1965 Jurusan Pendidikan Geografi dibuka guna mengisi kekurangan guru geografi di tingkat SLTP dan SLTA. Pembukaan jurusan ini diprakarsai pada waktu kepemimpinan Rektor IKIP Medan G. Sianipar, SH, dekan FPIPS Payung Bangun, Drs. M.A.J Sihaloho (Alm), Daud Manurung, dan Duma Simamora, sedangkan pencetus idenya adalah Drs. M.A.J Sihaloho (Alm).

Dengan berdirinya Fakultas Ekonomi, maka Jurusan Pendidikan Ekonomi berpisah dari Fakultas Ilmu Sosial. Sampai sekarang Fakultas Ilmu Sosial menaungi 3 Jurusan dan 1 Program Studi yaitu: Jurusan Pendidikan Pancasila dan

Kewarganegaraan (PPKn), Jurusan Pendidikan Sejarah, Jurusan Pendidikan Geografi dan Prodi Pendidikan Antropologi.

Sejak berdiri tahun 1964 Fakultas ini telah empat kali berganti nama. Mulanya disebut Fakultas Keguruan Pengetahuan Sosial (FKPS) yang dipimpin oleh D.Q Nasution selaku Dekan Muda (1964-1965), kemudian pada tahun 1969 Fakultas ini disebut Fakultas Keguruan Ilmu Sosial (FKIS), sekitar tahun 1981-1984 berubah menjadi Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (FPIPS) dan sejak bulan oktober 1999, berubah menjadi Fakultas Ilmu Sosial (FIS). Perubahan nama sesungguhnya berlatar belakang pada pandangan yang selalu tumbuh dalam bidang ilmu-ilmu sosial dan perkembangan antara pengertian pendidikan

#### 1. Visi

Menjadi Program Studi Pendidikan Antropologi yang unggul dalam bidang pendidikan penelitian, dan budaya dalam skala regional untuk mendukung MEA pada tahun 2020.

#### 2. Misi

- Menerapkan pembelajaran Pendidikan Antropologi berbasis penelitian dan pengabdian kepada masyarakat.
- Mengembangkan ilmu antropologi berbasis penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat melalui pemanfaatan teknologi.
- Mengaplikasikan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat dalam bidang pendidikan antropologi berdasarkan nilai-nilai budaya dan pembangunan masyarakat.

- Mendorong terciptanya perilaku kewirausahaan berlandaskan nilai-nilai budaya dalam meningkatkan budaya masyarakat.
- Menjalinkan kerjasama secara berkelanjutan dengan berbagai lembaga pendidikan tinggi lain regional dan internasional di kawasan ASEAN dalam bidang pendidikan antropologi.
- Mengimplementasikan kurikulum Pendidikan Antropologi yang berbasis pembangunan karakter berlandaskan nilai-nilai sosial dan budaya.

### **1.2 Sifat Penelitian**

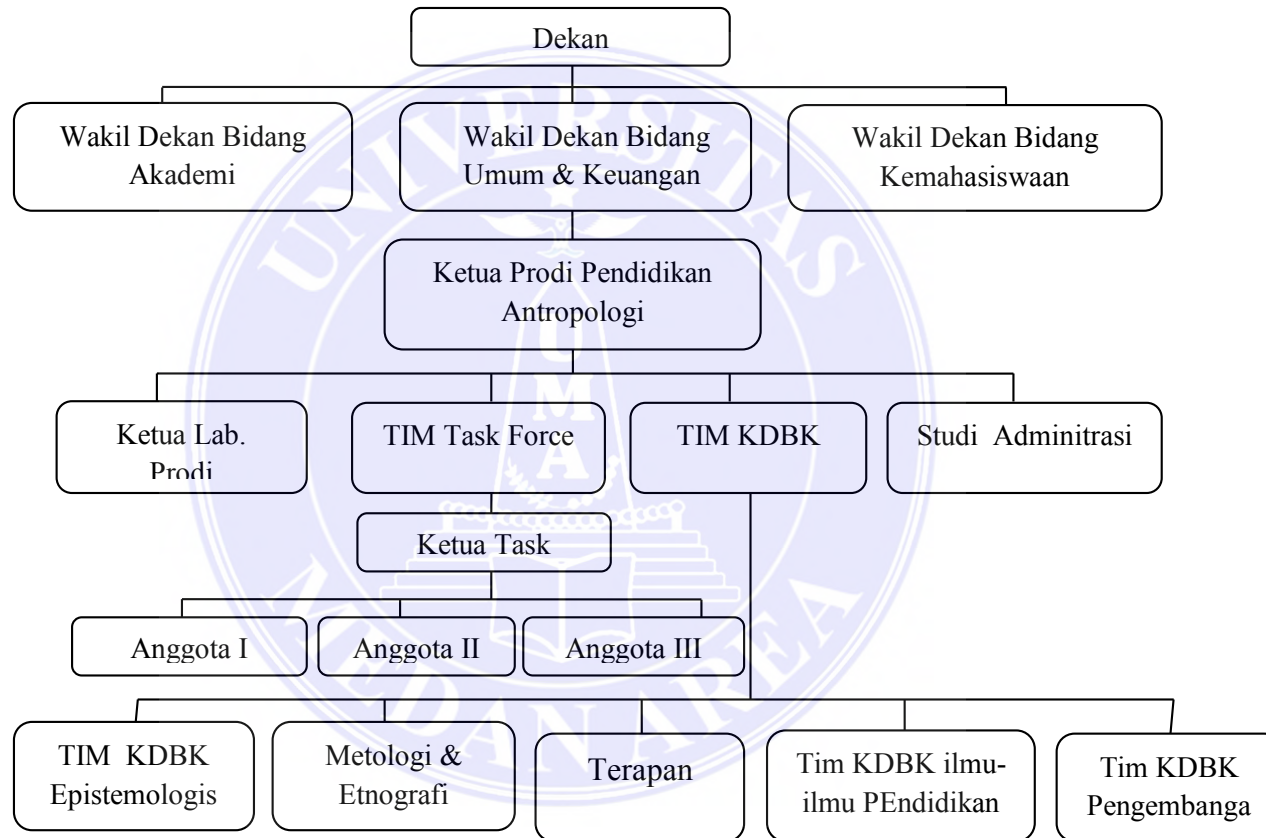
Penelitian ini bersifat memaparkan situasi dan peristiwa dengan menganalisis data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner yang menggunakan analisis tabel tunggal.

### **1.3 Lokasi penelitian**

Suatu penelitian harus mempunyai lokasi penelitian yang jelas. Dalam penelitian ini peneliti mengambil lokasi pada Mahasiswa prodi pendidikan antropologi fakultas ilmu sosial Universitas Negeri Medan (Unimed).

### 3. Struktur Organisasi

Gambar 1



Stuktur Organisasi Fis UNIMED (23/07/2018)

#### 4.4 Gambaran Umum Responden

Gambaran umum responden dalam penelitian ini yaitu:

1. Merupakan Mahasiswa/mahasiswi Antropologi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Medan (Unimed) dan mereka semua yang masih aktif kuliah.
2. Responden dalam penelitian ini berjumlah 49 orang yang terdiri dari 14 orang pria dan 35 orang wanita. Dengan demikian mayoritas responden dalam penelitian ini adalah wanita.
3. Responden dalam penelitian ini berstambuk mulai dari tahun 2015 sampai dengan tahun 2017 yang terdiri dari 11 responden berstambuk 2015, 25 responden berstambuk 2016, 13 responden berstambuk 2017. Dengan demikian mayoritas responden dalam penelitian ini berstambuk 2016 dengan 25 orang.
4. Responden dalam penelitian ini peneliti jumpai saat mereka sedang berada di luar ruangan maupun di dalam ruangan.

Adapun data mengenai responden dalam penelitian ini dapat diuraikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 4.1  
Responden Penelitian

Stambuk	Pria	Wanita	Jumlah
2015	7	4	11
2016	5	20	25
2017	2	11	13
Jumlah	14	35	49

Tabel 4.1 Responden Penelitian 23/08/2018

#### 4.5 Hasil Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan peneliti mulai dari tanggal 01 Juli 2018 sampai dengan tanggal 15 Juli 2018 di Universitas Negeri Medan (Unimed) tepatnya di Prodi Antropologi Fakultas Ilmu Sosial. Penelitian ini dilakukan cara membagikan angket dimana di dalamnya terdapat 20 pertanyaan yang berhubungan dengan kerangka pemikiran kepada Mahasiswa maka peneliti memperoleh hasil penelitian yang kemudian dijelaskan dalam bentuk tabel sebagai berikut.

Tabel 4.2  
Berapa jam anda menonton televisi

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
1	1 Jam	25	51,02
2	2- 3 Jam	13	26,54
3	4 Jam	11	22,44
	Jumlah	49	100

Sumber Penelitian No.1

Berdasarkan tabel 4.1 di atas maka dapat disimpulkan responden yang menjawab 1 jam sebanyak 25 orang (51,02%), 2-3 jam sebanyak 13 orang (26,54%), 4 jam sebanyak 11 orang (22,44%). Maka keterangan yang di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian besar responden menunjukkan bahwa televisi masih menjadi media yang digandrungi di tengah kehadiran media-media lain.

Tabel 4.3  
Menonton tayangan karma

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
----	-------------------	-----------	------------

1	Pernah	27	55,10
2	Sering	12	24,49
3	Tidak Sama Sekali	10	20,41
	Jumlah	49	100

Sumber Penelitian No. 2

Dari tabel diatas dapat disimpulkan serponden yang menjawab pernah sebanyak 27 orang (55,10%), sering sebanyak 12 orang (24,49%), tidak sama sekali sebanyak 10 orang (20,41%). Maka keterangan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian besar responden merasa acara *reality show* karma tayang dengan durasi yang sangat lama hal ini menjelaskan bahwa responden pernah meonoton tayangan karma.

Tabel 4.4  
Lama menonton tayangan *reality show* karma di ANTV

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
1	Dari pukul 22.15 wib - selesai	7	14,29
2	Dari pukul 22.15 wib – 23.15 wib	16	32,65
3	Dari pukul 22.15 wib – 23.30 wib	26	53,06
	Jumlah	49	100

Sumber Penelitian No.3

Dari tabel diatas dapat disimpulkan responden yang menjawab dari pukul 22.15 wib – selesai sebanyak 7 orang (14,29%), dari pukul 22.15 wib – 00.15 wib sebanyak 16 orang (32,65%), sedangkan yang menjawab dari pukul 22.15 wib – 23.15 wib sebanyak 26 orang (53,06%). Maka keterangan yang diatas dapat ditarik disimpulkan bahwa lamanya responden dalam menonton tayangan *reality show* karma ini banyak responden yang menonton dari pukul 22.15 wib – 23.15 wib hal ini terjadi karena mereka menganggap jam tayangan acara karma tidak sesuai bagi



mereka dikarenakan durasi jam tayang yang cukup lama membuat jam istirahat mereka terganggu.

Tabel 4.5  
Lama tayangan acara *reality show* karma lebih dari 100 episode

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Suka	4	8,16
2	Suka	26	53,07
3	Kurang Suka	16	32,65
4	Tidak Suka	3	6,12
	Jumlah	49	100

Sumber Penelitian No.4

Dari tabel tersebut dapat disimpulkan responden yang menjawab sangat suka sebanyak 4 orang (8,16%), suka sebanyak 26 orang (53,07%), kurang suka sebanyak 16 orang (32,65%) sedangkan yang menjawab tidak suka sebanyak 3 orang (6,12%). Maka sesuai keterangan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa responden suka dengan tayangan *reality show* karma yang tayang lebih dari 100 episode.

Tabel 4.6  
Menonton tayangan *reality show* karma berbagai kalangan usia

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Dapat	4	8,17
2	Dapat	9	18,37

3	Kurang Dapat	31	63,26
4	Tidak Dapat	5	10,20
	Jumlah	49	100

Sumber Penelitian No.5

Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa reponden yang menjawab sangat dapat sebanyak 4 orang (8,17%), yang menjawab dapat sebanyak 9 orang (18,37%), kurang dapat menjawab sebanyak 31 orang (63.26%) sedangkan tidak dapat sebanyak 5 orang (10,20%). Maka sesuai keterangan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa hampir keseluruhan responden beranggapan dengan menonton tayangan *reality show* karma kurang dapat ditonton berbagi kalangan usia.

Tabel 4.7  
Tanggapan terhadap peran Robby Purba sebagai *Host*

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Menyukai	5	10,20
2	Menyukai	28	57,15
3	Kurang Menyukai	12	24,49
4	Tidak Menyukai	4	8,16
	Jumlah	49	100

Sumber Penelitian No.6

Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab sangat menyukai sebanyak 5 orang (10,20%), yang menjawab menyukai sebanyak 28 orang (57,15%), yang menjawab kurang menyukai sebanyak 12 orang (24,49%), sedangkan yang menjawab tidak menyukai 4 orang (8,16%). Maka sesuai dengan keterangan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa keseluruhan responden menyukai peran Robby Purba sebagai *host* dalam tayangan karma.

Tabel 4.8  
Tanggapan permasalahan partisipan acara *reality show* karma

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Menyukai	5	10,20
2	Menyukai	4	8,16
3	Kurang Menyukai	13	26,53
4	Tidak Menyukai	27	55,11
	Jumlah	49	100

Sumber Penelitian No.7

Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab sangat menyukai sebanyak 5 orang (10,20%), yang menjawab menyukai sebanyak 4 orang (8,16%), yang menjawab kurang menyukai sebanyak 13 orang (26,53%), sedangkan yang menjawab tidak menyukai 27 orang (55,11%). Maka sesuai dengan keterangan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa keseluruhan responden tidak menyukai permasalahan partisipan *reality show* karma.

Tabel 4.9  
Tanggapan bintang tamu tayangn *reality show* karma

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Menyukai	14	28,58
2	Menyukai	3	6,12
3	Kurang Menyukai	27	55,10
4	Tidak Menyukai	5	10,20
	Jumlah	49	100

Sumber Penelitian No.8

Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab sangat menyukai sebanyak 14 orang (28,58%), yang menjawab menyukai sebanyak 3 orang (6,12%), yang menjawab kurang menyukai sebanyak 27 orang (55,10%), sedangkan yang menjawab tidak menyukai 5 orang (10,20%). Maka sesuai dengan keterangan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa keseluruhan responden kurang menyukai bintang tamu tayangan *reality show* karma.

Tabel 4.10  
Tanggapan menambah pengetahuan tayangan *reality show* karma

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Menambah	10	20,41
2	Menambah	31	63,27
3	Kurang Menambah	3	6,12
4	Tidak Menambah	5	10,20
	Jumlah	49	100

Sumber Penelitian No.9

Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa respponden yang menjawab sangat menambah sebanyak 10 orang (20,41%), yang menjawab menambah sebanyak 31 orang (63,27%), yang menjawab kurang menambah sebanyak 3 orang (6,12%), sedangkan yang menjawab tidak menambah sebanyak 5 orang (10,20%). Maka sesuai keterangan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa hampir keseluruhan responden beranggapan dengan menonton tayangan *reality show* karma dapat menambah pengetahuan mereka.

Tabel 4.11  
Tanggapan terhadap cara bicara Roy Kiyoshi kepada partisipan

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
----	-------------------	-----------	------------

1	Sangat Menyukai	2	4,08
2	Menyukai	9	18,37
3	Kurang Menyukai	10	20,41
4	Tidak Menyukai	28	57,14
	Jumlah	49	100

Sumber Penelitian No.10

Dari tabel diatas tersebut dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab sangat menyukai sebanyak 2 orang (4,08%), yang menjawab menyukai sebanyak 9 orang (18,37%), yang menjawab kurang menyukai sebanyak 10 orang (20,41%), sedangkan yang menjawab tidak menyukai sebanyak 28 orang (57,14%). Maka sesuai dengan keterangan diatas dapat disimpulkan bahwa keseluruhan responden tidak menyukai cara bicara Roy Kiyoshi kepada paratisipan.

Tabel 4.12  
Episode *Best Moments* kolaborasi Roy Kiyoshi dan Riew WP

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Menarik	10	20,41
2	Menarik	19	38,78
3	Kurang Menarik	7	14,28
4	Tidak Menarik	13	26,53
	Jumlah	49	100

Sumber Penelitian No.11

Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab sangat menarik sebanyak 10 orang (20,41%), yang menjawab menarik sebanyak 19 orang (38,78%), yang menjawab kurang menarik sebanyak 7 orang (14,28%), sedangkan yang menjawab tidak menarik sebanyak 13 orang (26,53%). Maka

sesuai dengan keterangan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa hampir keseluruhan responden beranggapan episode *Best Moments* kolaborasi Roy Kiyoshi dan Riew WP menarik bagi mereka.

Tabel 4.13

Menampilkan tayangan *reality show* karma menarik bagi pemirsanya

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Dapat	4	8,16
2	Dapat	14	28,58
3	Kurang Dapat	25	51,02
4	Tidak Dapat	6	12,24
	Jumlah	49	100

Sumber Penelitian No.12

Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab sangat dapat sebanyak 4 orang (8,16%), yang menjawab dapat sebanyak 14 orang (28,58%), yang menjawab kurang dapat sebanyak 25 (51,02%), sedangkan yang menjawab tidak dapat sebanyak 12,24%). Maka sesuai dengan keterangan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa hampir keseluruhan responden beranggapan bahwa kurang dapat menampilkan tayangan *reality show* karma bagi mereka.

Tabel 4.14

Tanggapan tayangan *reality show* karma dinilai setingan

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	8	16,33
2	Setuju	32	65,31
3	Kurang Setuju	5	10,20

4	Tidak Setuju	4	8,16
	Jumlah	49	100

Sumber Penelitian No.13

Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 8 orang (16,33), yang menjawab setuju sebanyak 32 orang (65,31%), yang menjawab kurang setuju sebanyak 5 orang (10,20%), yang menjawab tidak setuju sebanyak 4 orang (8,16%). Maka sesuai dengan keterangan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa hampir keseluruhan responden setuju dengan menilai setingan tayangan *reality show* karma.

Tabel 4.15  
Tanggapan tayangan *reality show* berbau mistik dan klenik

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Menyukai	6	12,25
2	Menyukai	17	34,69
3	Kurang Menyukai	3	6,12
4	Tidak Menyukai	23	46,94
	Jumlah	49	100

Sumber Penelitian No.14

Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab sangat menyukai sebanyak 6 orang (12,25%), yang menjawab menyukai sebanyak 17 orang (34,69%), yang menjawab kurang menyukai sebanyak 3 orang (6,12%), sedangkan yang menjawab tidak menyukai sebanyak 23 orang (46,94%). Maka sesuai dengan keterangan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa keseluruhan responden tidak menyukai tayangan *reality show* berbau mistik dan klenik.

Tabel4.16  
Tanggapan nuansa tayangan *reality show* karma

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Menyukai	12	24,49
2	Menyukai	17	34,69
3	Kurang Menyukai	11	22,45
4	Tidak Menyukai	9	18,37
	Jumlah	49	100

Sumber Penelitian No.15

Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab sangat menyukai sebanyak 12 orang (24,49%), yang menjawab menyukai sebanyak 17 orang (34,69%), yang menjawab kurang menyukai sebanyak 11 orang (22,45%) sedangkan yang menjawab tidak menyukai sebanyak 9 orang (18,37%). Maka sesuai dengan keterangan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa keseluruhan responden menyukai nuansa tayangan *reality show* karma.

Tabel 4.17  
Tanggapan susunan kursi partisipan tayangan *reality show* karma

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Menyukai	2	4,08
2	Menyukai	19	38,78
3	Kurang Menyukai	15	30,61
4	Tidak Menyukai	13	26,53
	Jumlah	49	100

Sumber Penelitian No.16

Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab sangat menyukai sebanyak 2 orang (4,08%), yang menjawab menyukai sebanyak 19 orang (38,78%), yang menjawab kurang menyukai sebanyak 15 orang (30,61%), sedangkan yang menjawab tidak menyukai sebanyak 13 orang (26,53%). Maka



sesuai dengan keterangan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa keseluruhan responden menyukai susunan kursi tayangan *reality show* karma.

Tabel 4.18

Tanggapan membawa benda mistik tayangan *reality show* karma dapat mengundang makhluk gaib

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Dapat	3	6,12
2	Dapat	24	48,98
3	Kurang Dapat	16	32,65
4	Tidak Dapat	6	12,25
	Jumlah	49	100

Sumber Penelitian No.17

Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab sangat dapat sebanyak 3 orang (6,12%), yang menjawab dapat sebanyak 24 orang (48,98%), yang menjawab kurang dapat sebanyak 16 orang (32,65%), sedangkan yang menjawab tidak dapat sebanyak 6 orang (12,25%). Maka sesuai dengan keterangan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa keseluruhan responden dengan jumlah orang yang sama beranggapan bahwa membawa benda mistik tayangan *reality show* karma dapat mengundang makhluk gaib.

Tabel 4.19

Masukan yang diberikan Roy Kiyoshi dan Robby Purba kepada partisipan

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Memahami	8	16,33
2	Memahami	19	38,78
3	Kurang Memahami	12	24,49

4	Tidak Memahami	10	20,40
	Jumlah	49	100

Sumber Penelitian No.18

Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab sangat mendidik sebanyak 8 orang (16,33%), yang menjawab mendidik sebanyak 19 orang (38,78%), yang menjawab kurang mendidik sebanyak 12 orang (24,29%), sedangkan yang menjawab tidak mendidik sebanyak 10 orang (20,40%). Maka sesuai dengan keterangan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa keseluruhan responden beranggapan pesan yang diberikan Roy Kiyoshi dan Robby Purba kepada partisipandapat dipahami bagi merka.

Tabel 4.20

Tanggapan Roy Kiyoshi penerawang *reality show* karma

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Menyukai	9	18,37
2	Menyukai	20	40,82
3	Kurang Menyukai	7	14,28
4	Tidak Menyukai	13	26,53
	Jumlah	49	100

Sumber Penelitian No.19

Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab sangat menyukai sebanyak 9 orang (18,37%), yang menjawab menyukai sebanyak 20 orang (40,82%), yang menjawab kurang menyukai sebanyak 7 orang (14,28%), sedangkang yang menjawab tidak menyukai sebanyak 13 orang (26,53%). Maka

sesuai dengan keterangan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa keseluruhan responden menyukai Roy Kiyoshi sebagai penerawang tayangan *reality show* karma

Tabel 4.21  
Pertimbangan MUI pemberhentian tayangan *reality show* karmadinilai bertentangan akidah silamiyah

No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	11	22,45
2	Setuju	29	59,18
3	Kurang Setuju	3	6,12
4	Tidak Setuju	6	12,25
	Jumlah	49	100

Sumber Penelitian No.20

Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 11 orang (22,45%), yang menjawab setuju sebanyak 29 orang (59,18%), yang menjawab kurang setuju sebanyak 3 orang (6,12%), yang menjawab tidak setuju sebanyak 6 orang (12,25%). Maka sesuai dengan keterangan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa hampir keseluruhan responden setuju dengan tayangan *reality show* karma dinilai bertentangan dengan akidah islamiyah.

#### 4.6 Pembahasan

Setelah memaparkan hasil penelitian sebelumnya, yang merupakan proses penelitian di lapangan yang dilakukan dalam kurun waktu 15 hari dengan izin yang diberikan oleh Universitas Medan Area Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (Fisipol), serta mendapat persetujuan dari Universitas Negeri Medan (Unimed), serta bantuan dari para responden-responden dalam penelitian ini.

Terlebih dahulu dijelaskan bahwasanya penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dimana untuk menganalisis datanya peneliti menggunakan metode deskriptif yaitu dengan cara mendeksripsikan serta menjelaskan data yang diperoleh selama penelitian melalui penyebaran angket kepada 49 orang Mahasiswa Prodi Pendidikan Antropologi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Medan (Unimed) yang kemudian dituangkan kedalam analisis tabel tunggal guna untuk dijabarkan berdasarkan jawaban dari responden yang selanjutnya akan diperoleh kesimpulan untuk menjawab rumusan masalah.

Untuk memperoleh data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menetapkan populasi dan sampel, sampel pada penelitian ini sebanyak 49 orang yang merupakan Mahasiswa Prodi Pendidikan Antropologi, data primer dalam penelitian ini didapatkan melalui pembagian angket yang dilakukan peneliti kepada para responden yang kemudian diisi oleh para responden. Adapun pertanyaan dalam angket tersebut berisikan 20 pertanyaan.

Untuk mengetahui bagaimana persepsi Mahasiswa terhadap tayangan *reality show* Karma, peneliti mengkaitkannya dengan kerangka pemikiran sebelumnya yaitu sebagai berikut :

a. Permasalahan partisipan

Masalah diidentifikasi sebagai suatu pernyataan tentang keadaan yang belum selesai dengan yang diharapkan. Mengenai permasalahan partisipan dalam tayangan Karma terlihat jelas apa maksud dan tujuannya hal ini didukung dengan jawaban mayoritas dari para informan dimana mereka juga mengatakan bahwasanya mereka juga mengetahui maksud dan tujuan permasalahan partisipan dalam tayangan tersebut, terlebih lagi permasalahan pada partisipan tersebut selalu

menampilkan hal-hal yang negatif seperti perselingkuhan, santet, dan kekerasan dalam rumah tangga (KDRT) yang tidak mendidik bagi kahalyak.

Berdasarkan hasil penelitian dapat dikatakan bahwasanya permasalahan partisipan dalam tayangan tersebut semata-mata hanya untuk menaikkan rating tayangan tersebut kepada khalayak penonton dan memperoleh simpati dari para masyarakat. Terlebih lagi dapat dikatakan tayangan Karma tersebut merupakan tayangan pendatang baru sehingga sangat tepat mengenalkan tayangan Karma melalui media televise karena media televisi merupakan media yang banyak digandrungi oleh masyarakat karena hamper seluruh masyarakat di Indonesia memiliki televise.

#### b. Mistik

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. Pertanyaan yang diajukan kepada responden mengenai mistik dalam tayangan Karma menghasilkan jawaban yang negatif hal ini dibuktikan dengan hasil dari para pengisian angket tersebut, sehingga jawaban mereka mengatakan bahwa hal mistik dalam tayangan tersebut tidak benar hal ini karena menggunakan benda-benda yang kurang dimengerti oleh masyarakat. Terlebih lagi mengandung bahasa-bahasa gaib dari khas daerah partisipan yang paya pahami oleh masyarakat jadi, hal tersebut yang membuat informan dalam penelitian ini mengatakan bahwasanya mistik dalam tayangan Karma tidak benar.

#### a. Pesan

Pesan dalam tayangan Karma terhadap partisipan merupakan apa yang ingin disampaikan oleh Roy Kiyoshi sebagai penerawang kepada partisipan tersebut. Mengenai pesan terhadap partisipan sebelumnya untuk menceritakan permasalahan hidup partisipan supaya terlihat jelas apa maksud dan tujuannya hal ini didukung dengan jawaban mayoritas dari para responden dimana mereka juga mengatakan bahwasanya mereka juga mengetahui maksud dan tujuan pesan dalam tayangan Karma tersebut, terlebih masalah partisipan untuk diceritakan supaya pesan yang disampaikan diterima terlebih lagi selalu menyapaikan pesan-pesan positif supaya permasalahan tersebut cepat selesai misalnya menyebah makhluk gaib, santet, kekerasan dalam rumah tangga (KDRT) dan lain-lain sehingga pesan yang disampaikan diterima partisipan mau untuk mencoba menjauhkan atau mendekat diri kepada Tuhan sang pencipta sehingga permasalahan tersebut selesai.

b. Setingan

Berdasarkan pertanyaan yang dilakukan kepada responden mengenai setingan tayangan *reality show* Karma tersebut maka, diperoleh dari mayoritas jawaban responden mengatakan bahwa tayangan tersebut setingan hal ini karena kemunculan binatang-binatang seperti kalajengking, belatung dan lain-lain. Sehingga hal ini seakan-akan *real*. Mahasiswa menilai bahwasanya tayangan Karma tersebut setingan dengan kecanggihan alat teknologi dengan ditambah *back sound* aneh-aneh dan penampakan-penampakan tidak jelas membuat tayangan dinilai setingan. Menurut informan tayangan Karma memang benar – benar setingan terhadap tayangan yang mengandung unsur mistik tersebut. Hal ini didukung oleh jawaban 80 % yang menyatakan setuju bahwasanya tayangan Karma

mengandung unsur setingan didalamnya terlebih lagi tayangan Karma yang tidak *live* sehingga masyarakat menilai tayangan tersebut setingan.

Selanjutnya peneliti juga mengkaitkan bagaimana proses persepsi itu terjadi.

Dalam penelitian ini proses persepsi diawali dengan:

a. Sensasi atau stimulus yang terjadi

Stimulus merupakan rangsangan yang diperoleh dari pancaindra, proses stimulus dalam penelitian ini terjadi saat pelaku persepsi yaitu 49 responden yang merupakan Mahasiswa prodi pendidikan Antropologi menonton Karma.

b. Registrasi

Registrasi merupakan suatu gejala yang nampak melalui pengindraan yaitu dengan melihat dan mendengar. Proses registrasi dalam penelitian ini terjadi ketika pelaku persepsi menonton tayangan Karma, dan selanjutnya mereka melihat dan mendengar acara tayangan Karma hal ini dikarenakan penayangan larut malam dari pukul 22.15 samapi 00.15 WIB.

Sehingga peneliti menyimpulkan bahwasanya yang melihat dan mendengar tayangan karma tersebut dilakukan sengaja dan hanya orang dewasa dikarenakan jam tayang Karma tersebut larut malam. Dalam hal ini melihat dan mendengar tayangan Karma ini mengatakan bahwasanya mereka melihat tayangan Karma tersebut, sehingga proses registrasi dalam penelitian ini terjadi.

c. Interpretasi

Interpretasi merupakan sebuah proses pemberian makna yang dilakukan. Dalam penelitian interpretasi yang dilakukan peneliti yaitu Mistik dan permasalahan partisipandari tayangan Karma tersebut.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka interpretasi dari para responden mengenai aspek permasalahan partisipan dangaya bicaracendrung positif sedangkan mistik, nuansa, setingan bersifat negatif.

#### d. Umpan Balik

Umpan balik merupakan tahap terakhir dari sebuah proses persepsi. Dimana tahap ini pelaku persepsi memberikan tanggapan terhadap apa yang dilihat, didengar dan dirasakan mereka sebelumnya. Proses umpan balik di dalam penelitian ini yaitu saat pelaku persepsi mengatakan bahwasanya ia melihat, mendengar dan merasakan tayangan *reality show* Karma yang ditayangkan mengandung unsur setingan didalamnya. Terlebih lagi mereka juga mengatakan bahwasanya yang ditayangkan Karma tidak mendidik bagi mereka karena jam tayangnya yang larut malam sehingga mengganggu istirahat mereka dan sebagai Mahasiswa juga mengganggu aktivitas mereka sebagai pelajar.

Selanjutnya peneliti juga mengkaitkan hasil penelitian dengan teori S-R yaitu :

##### 1 Stimulus (Pesan)

Diartikan sebagai suatu rangsangan atau sumber informasi. Stimulus yang dimaksud adalah program acara tayangan Karma yang berfungsi sebagai media yang memberikan informasi kepada khalayak.

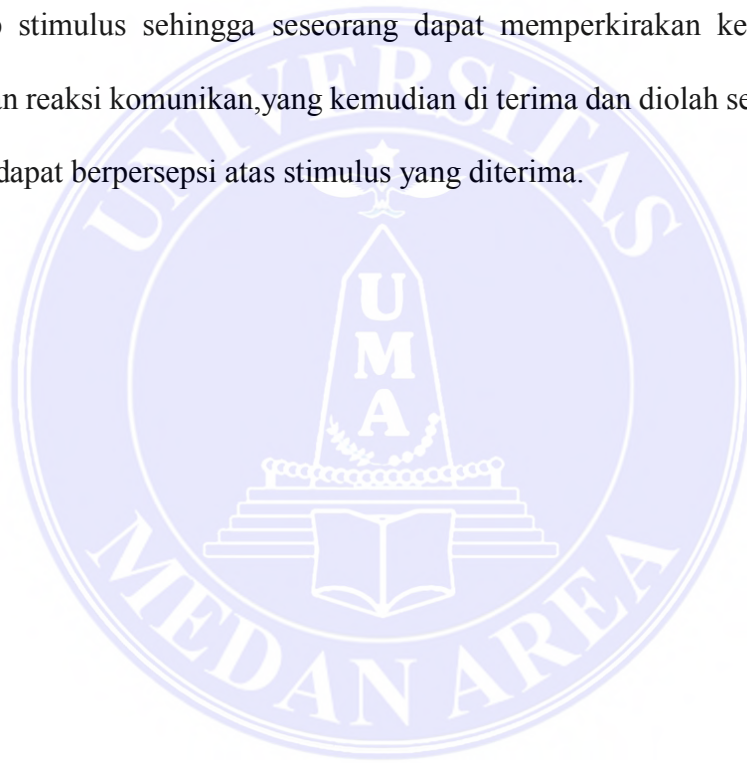
##### 2 Organisme (komunikan)



Diartikan Sebagai komunikan yang menerima pesan. Yang menjadi sasaran adalah pemirsa acara tayangan Karma dimana dalam penelitian ini merupakan Mahasiswa prodi pendidikan antropologi Fakultas ilmu sosial Univeritas Negeri Medan (Unimed).

### 3 Respon (Efek)

Respon disini adalah tanggapan individu atau khalayak terhadap suatu hal. Dalam menanggapi pesan yang diterima khalayak, reaksi yang ditunjukkan terhadap stimulus sehingga seseorang dapat memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan,yang kemudian di terima dan diolah sehigga membuat mereka dapat berpersepsi atas stimulus yang diterima.



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Pada tayangan tersebut dapat menarik perhatian untuk menonton tayangan Karma tersebut, hal itu dapat dilihat dari adanya unsur “*mistik*” yang menarik perhatian dalam tayangan tersebut, yang menurut informan kekhasan yang cukup familiar serta alur tayangan tersebut yang mengundang rasa penasaran dengan nuansa yang gelap. Mahasiswa juga menaruh perhatian pada tayangan tersebut dikarenakan memang ada motif tersendiri baik untuk memuaskan rasa penasaran dan karena ada kemauan untuk mendapatkan pengetahuanlain.
2. Berdasarkan pada nilai yang dianut serta kepuasan terhadap tayangan *reality show* Karma, Mahasiswa mengatakan cukup positif. Berdasarkan pesan tayangan juga dikatakan cukup positif oleh Mahasiswa. Jika didasarkan pengalaman mereka selama menonton tayangan Karma tersebut, dalam unsur mistik dan keaslian dalam tayangan Karma apakah ada unsur manipulasinya atau tidak masih mereka pertanyakan mengingat setingan dan mistik pada tayangan Karma sangat mungkin terjadi dalam tayangan ini, sehingga berujung pada menurunnya tingkat kepuasan mereka terhadap tayangan *reality show* Karma tersebut.

## 5.2 Saran

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

1. Bagi stasiun televisi khususnya ANTV sebagai stasiun televisi yang menayangkan acara tersebut hendaknya menuliskan penjelasan secara rinci mengenai keaslian tayangan *reality show* Karma tersebut sehingga tidak menimbulkan pemahaman yang salah pada khalayak yang menonton. Jika 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* Karma hendaknya dipahami sebagai hiburan belaka, hendaknya khalayak juga bisa memilah intisari dari tayangan tersebut. Adapun pesan tayangan yang bisa menambah pengetahuan keagamaan, menguatkan keyakinan pada Tuhan Yang Maha Esa.



## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. (2008). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Ardiyanto, Erdinaya. 2004. *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*. Bandung : Simbiosis Rekatama.
- Darwanto. 2007. *Televisi Sebagai Media pendidikan*. Yogyakarta : Pustaka pelajar.
- Kuswadi. (2002). *Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media televisi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Moleong, Lexy. (2006). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. (2009). *Ilmu Komunikasi Suatu pengantar cetakan ketiga belas*. Bandung: PT. Rosdakarya.
- Nawawi, Hadari. (1995). *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Jakarta: Gajah Mada University Press.
- Rahmat, Jalaludin. 2009. *Metodologi Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Robbin, P. Stephen (2001). *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Prehdindo
- Singarimbun. (1989). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: PT. Pustaka LP3ES Indonesia.
- Slameto. (2010). *Belajar dan Faktor-faktor yang mempengaruhinya*. Jakarta PT> Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2000). *Metode Penelitian Adminitrasi*. Bandung: Al-Fabeta.
- (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suprpto, Tommy. 2011 *Pengantar Ilmu Komunikasi: Dan Peran Manajemen Dalam Komunikasi*. Yogyakarta: Penerbit CAPS.
- Thoha, Miftah. (2004). *Kepemimpinan Dalam Manajemen*. Jakarta: Raja Grafindo Pustaka Utama.
- Jalaludin, Rakhmat. (2002). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- 2009. **Metode Penelitian Komunikasi**. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Uchajana, Onong. 1984. *Televisi Siaran Teori dan Praktek*.

Wiranto. 2000. Teori Komunikasi Massa. Jakarta: Balai Pustaka.

Sumber Lain :

(<http://id.m.wikipedia.org/wiki/Karma>).

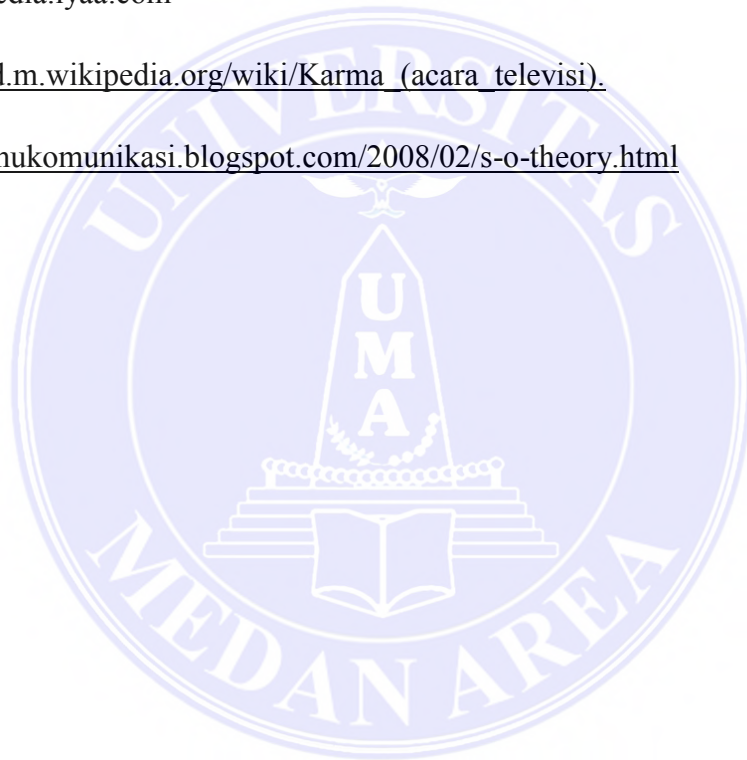
([adhy14.blogspot.co.id](http://adhy14.blogspot.co.id))

(<http://karma.antvklik.com/>).

[www.media.iyaa.com](http://www.media.iyaa.com)

<https://id.m.wikipedia.org/wiki/Karma> (acara televisi).

<http://ilmukomunikasi.blogspot.com/2008/02/s-o-theory.html>



## ANGKET

### Petunjuk Angket

1. Angket hanya bertujuan untuk penelitian, karena tidak ada maksud lain yang dapat merugikan pihak-pihak tertentu.
2. Kepada saudara-saudari dimintakan kesediaanya untuk mengisi angket ini dengan jujur dan benar.
3. Atas kesediaanya dan partisipasi saudara-saudari, saya mengucapkan banyak terima kasih.

#### I. Karakteristik Responden

1. Nama :
2. NIM :
3. Jurusan :
4. Umur :
5. Jenis Kelamin :

#### II. Acara tayangan *Reality Show* KARMA di ANTV (Andalas Televisi).

1. Berapa jam anda menonton televisi dalam satu hari?  
a. 1 jam    b. 3-4 jam    c. Lebih dari 4 jam
2. Apakah anda pernah menonton tayangan *reality show* Karma di Antv?  
a. Pernah    b. Sering    c. Tidak sama sekali
3. Menurut anda apakah durasi jam tayang acara *reality show* KARMA terlalu lama ?  
a. Sangat lama    b. Lama    c. Kurang lama    d. Tidak lama
4. Berapa lama biasanya anda menonton acara tayangan *reality show* KARMA di ANTV ?  
a. Sangat lama, dari pukul 22.15 WIB sampai selesai  
b. Kurang lama, dari pukul 22.15 WIB sampai 23.15 WIB  
c. Tidak lama, dari pukul 22.15 WIB sampai 22.30WIB

5. Apakah anda penonton setia acara tayangan *reality show* KARMA dari awal sampai episode akhir ?
  - a. Sangat setia
  - b. Setia
  - c. Kurang setia
  - d. Tidak setia
6. Apakah anda suka dengan acara tayangan *reality show* KARMA yang tayang lebih dari 100 episode ?
  - a. Sangat suka
  - b. Suka
  - c. Kurang suka
  - d. Tidak suka
7. Bagaimana perasaan anda ketika menonton tayangan *reality show* Karma ?
  - a. Sangat tertarik
  - b. Tertarik
  - c. Kurang tertarik
  - d. Tidak tertarik
8. Menurut anda apakah acara tayangan *reality show* KARMA dapat ditonton oleh berbagai kalangan usia ?
  - a. Sangat dapat
  - b. Dapat
  - c. Kurang dapat
  - d. Tidak dapat
9. Apakah anda menyukai peran Robby Purba sebagai *Host* dalam acara tayangan KARMA ?
  - a. Sangat menyukai
  - b. Menyukai
  - c. Kurang menyukai
  - d. Tidak menyukai
10. Apakah anda menyukai pemasalahan partisipan acara tayang *reality show* KARMA?
  - a. Sangat menyukai
  - b. Menyukai
  - c. Kurang menyukai
  - d. Tidak menyukai
11. Apakah anda memahami pemasalahan partisipan acara tayang *reality show* KARMA ?
  - a. Sangat memahami
  - b. memahami
  - c. Kurang memahami
  - d. Tidak memahami
12. Menurut anda bagaimana kejelasan pemasalahan partisipan acara tayangan *reality show* KARMA?
  - a. Sangat jelas
  - b. Jelas
  - c. Kurang jelas
  - d. Tidak jelas
13. Apakah anda menyukai bintang tamu acara tayangan *reality show* KARMA ?
  - a. Sangat menyukai
  - b. Menyukai
  - c. Kurang menyukai
  - d. Tidak menyukai
14. Apakah menurut anda dengan menonton acara tayangan *reality show* KARMA dapat menambah pengetahuan ?
  - a. Sangat menambah
  - b. Menambah
  - c. Kurang menambah
  - d. Tidak menambah
15. Menurut anda apakah episose *Best Moments* kolaborasi dua *indigo* Roy Kiyoshi dan Riew WP dari Thailand sangat menarik ?
  - a. Sangat menarik
  - b. Menarik
  - c. Kurang menarik
  - d. Tidak menarik
16. Apakah anda menyukai hal berbau mistik dan klenik cara tayangan *reality show* KARMA ?
  - a. Sangat menyukai
  - b. Menyukai
  - c. Kurang menyukai
  - d. Tidak menyukai



17. Menurut anda apakah membawa benda mistik pada acara tayangan *reality show* dapat mengundang makhluk gaib dan mengganggu partisipan ?  
a. Sangat dapat    b. Dapat    c. Kurang dapat    d. Tidak dapat
18. Apakah anda memahami pesan yang diberikan Robby dan Roy kepada partisipan dalam acara tayangan *reality show* KARMA mendidik ?  
a. Sangat memahami    b. Memahami    c. Kurang memahami    d. Tidak memahami
19. Menurut anda bagaimana kejelasan pesan yang disampaikan Roy Kiyoshi kepada partisipan ?  
a. Sangat jelas    b. Jelas    c. Kurang jelas    d. Tidak jelas
20. Apakah anda setuju acara tayangan *reality show* KARMA dinilai settingan ?  
a. Sangat setuju    b. Setuju    c. Kurang setuju    d. Tidak setuju



## Dokumentasi Foto



Sejumlah mahasiswa Prodi Pendidikan Antropologi selaku informan yang sedang mengisi kuesioner penelitian yang diberikan peneliti, di area kampus Universitas Negeri Medan, pada senin 23 Juli 2018.



Sejumlah mahasiswa stanbuk 2016 Prodi Pendidikan Antropologi sedang mengisi kuesioner penelitian yang diberikan peneliti, di pendopo area Kampus Universitas Negeri Medan, pada Rabu 25 Juli 2018.

## DOKUMENTASI TAYANGAN REALITY SHOW KARMA



- Logo acara Karma dengan pembaca angka Roy Kiyoshi dan pembawa acara Robby Purba  
(*host*)



- Bintang tamu acara Karma Rina Nose



- Penerawangan makhluk yang kesurupan massal terhadap partisipan.



- Kolaborasi dua indigo paling fenomenal Roy Kiyoshi dan Riew WP pada 23 Maret 2018.