

# PEMAKNAAN PENONTON TELEVISI TERHADAP GAMBARAN KEMISKINAN DALAM PROGRAM *REALITY SHOW* “MIKROFON PELUNAS UTANG”

Oleh: Hamidah As’ad (071411531068)

Email: ahamidah@icloud.com

## ABSTRAK

Penelitian ini melihat pemaknaan penonton terhadap fenomena kemiskinan yang ditayangkan oleh *reality show* “Mikrofon Pelunas Utang”. Penelitian ini berusaha untuk mengetahui bagaimana penonton melakukan proses *encoding* dan *decoding* terhadap suatu pesan yang ditayangkan oleh televisi. Tinjauan pustaka yang digunakan dalam penelitian ini antara lain: (1) Studi media, khalayak, dan masyarakat; (2) Media televisi dan khalayak; (3) Analisis resepsi; (4) *Reality show* di televisi; dan (5) Eksploitasi kemiskinan di media. Pengumpulan data penelitian ini dilakukan melalui wawancara mendalam bersama lima narasumber yang penonton “Mikrofon Pelunas Utang”, memiliki jenis kelamin perempuan, berusia antara 26-65 tahun, serta memiliki tempat tinggal di perumahan yang terletak di Jawa Barat (*middle to low class*). Penelitian ini menggunakan metode analisis resepsi untuk mengetahui pemaknaan penonton terkait dengan gambaran kemiskinan yang ada pada *reality show* “Mikrofon Pelunas Utang”. Penelitian ini membahas tiga hal yakni televisi dalam kehidupan sehari-hari penonton, gambaran kemiskinan dalam tayangan televisi, dan pemaknaan penonton *reality show* “Mikrofon Pelunas Utang”. Melalui pembahasan tersebut dapat diketahui bahwa latar belakang budaya, keadaan sosio-ekonomi, pengetahuan dan pengalaman terdahulu yang terkait dengan fenomena kemiskinan memengaruhi para narasumber dalam memaknai gambaran kemiskinan yang ada pada tayangan televisi. Masing-masing narasumber memiliki latar belakang yang beragam sehingga hasil pemaknaan atas pesan kemiskinan dalam tayangan “Mikrofon Pelunas Utang” pun berbeda-beda.

Kata kunci: penonton, televisi, analisis resepsi, *reality show*, kemiskinan

## PENDAHULUAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemaknaan penonton televisi mengenai gambaran kemiskinan dalam program *reality show* yang ditayangkan oleh stasiun televisi Indosiar yaitu “Mikrofon Pelunas Utang”. Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian ini menggunakan metode analisis resepsi melalui respon yang diberikan oleh penonton televisi perempuan ketika menonton program “Mikrofon Pelunas Utang”.

Program televisi hingga saat ini memiliki berbagai macam jenis, mulai dari program jurnalistik hingga program hiburan. Sebagian dari masyarakat di Indonesia masih menggunakan televisi sebagai media informasi maupun hanya untuk sekedar mencari hiburan. Dalam penelitian ini, program televisi yang menjadi fokus adalah program yang memiliki tujuan untuk menghibur masyarakat. Program tersebut salah satunya adalah program *reality show* yang mana di dalam acara tersebut mengisahkan tentang kehidupan nyata masyarakat atau individu tertentu, dikemas

secara menarik seakan-akan tanpa adanya skenario. Sehingga program televisi *reality show* mampu menimbulkan respon tertentu pada khalayak yang menontonnya. Pada umumnya, *reality show* yang ditayangkan oleh televisi di Indonesia memiliki tema seperti kompetisi, kehidupan sehari-hari seseorang, pencarian bakat, pencarian pasangan hidup, komedi, memberi bantuan kepada masyarakat kelas sosial tertentu, bahkan hingga membantu menyelesaikan masalah rumah tangga (Purnamasari, 2015: 17). Program *reality show* yang akhir-akhir ini banyak ditayangkan merupakan yang memiliki konsep program televisi yang mengangkat permasalahan hidup seseorang. Seperti halnya program televisi yang menampilkan kehidupan masyarakat miskin yang memprihatinkan, menderita penyakit, serta terlilit hutang. Tidak sedikit program televisi yang memiliki konsep awal jauh dari isu kemiskinan kemudian di tengah pengerjaan tayangan tersebut disisipkan hal yang mampu menarik empati khalayak dengan menunjukkan sulitnya kehidupan masyarakat dari kelas sosial tertentu. Namun ada pula tayangan yang memang sejak awal menggunakan isu kemiskinan sebagai konsep utama program *reality show* tersebut.

Riset mengenai program televisi *reality show* yang mengangkat isu kemiskinan dan kesedihan yang dilakukan oleh peneliti dari Universitas Oxford, Robin Dunbar, dkk. (2016) yang berjudul *Emotional arousal when watching drama increases pain threshold and social bonding* yang diulas oleh *The Guardian* kemudian ditulis kembali oleh Tirto.Id, mengatakan bahwa menonton tayangan traumatis dapat meningkatkan toleransi bersama terhadap rasa sakit. Selain itu juga mampu meningkatkan zat endorfin pada otak sebagai candu alami tubuh yang berfungsi untuk menghilangkan rasa tertekan serta meningkatkan perasaan senang (Tirto.Id, 4 Juli 2017).

Sehingga program *reality show* dengan konsep upaya membantu meringankan beban masyarakat miskin dapat menarik minat masyarakat lainnya untuk menonton tayangan tersebut secara rutin. Fenomena seperti yang telah disebutkan banyak dimanfaatkan oleh perusahaan media untuk memperoleh keuntungan. Mengemas program tayangan dengan nuansa kesedihan mampu menarik perhatian khalayak sehingga dapat memengaruhi rating yang didapatkan oleh program tayangan tersebut, kemudian dapat digunakan oleh perusahaan media untuk mendapatkan keuntungan dengan menjual slot iklan kepada perusahaan lain.

Seperti yang diulas dalam penelitian mengenai komodifikasi kemiskinan dalam program *reality show*, bahwa *reality show* yang menayangkan kemiskinan sebagai objeknya berusaha merepresentasikan ketidakberuntungan seseorang dengan rekayasa sedemikian rupa sehingga alur yang ditampilkan mampu menarik perhatian khalayak dan para pengiklan untuk mengiklankan

produknya di sela-sela program *reality show* (Musthofa, 2012: 3). Kesan yang ingin ditunjukkan melalui program tayangan *reality show* yang mengangkat isu kemiskinan adalah kepedulian dengan masyarakat menengah bawah dengan cara membantu meringankan beban yang dialami oleh mereka. Namun program tersebut tidak memberikan upaya bagaimana untuk keluar dari permasalahan, hanya sekedar meringankan. Menurut Effendy (2008: 7-8), tayangan *reality show* seperti itu justru memberi dampak kurang baik bagi seseorang atau sekelompok untuk berharap mendapatkan bantuan secara cuma-cuma. Selain itu, juga dianggap sebagai tempat “adu peruntungan” sehingga tidak perlu banyak usaha untuk menyelesaikan suatu masalah. Beban yang dialami oleh masyarakat menengah bawah tersebut dimanfaatkan oleh media menjadi sebuah konten yang mampu mengundang perhatian masyarakat lain sehingga dapat memperoleh *rating* dan *share* yang tinggi serta menarik perhatian para pengiklan untuk mengisi slot iklan yang diselipkan di sela-sela tayangan tersebut.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih program *reality show* “Mikrofon Pelunas Utang” yang ditayangkan di stasiun televisi Indosiar. Hal ini dikarenakan sesuai dengan data yang dilansir oleh Tirto.Id, *reality show* tersebut mampu menempati peringkat 8 dengan *share* 11,6% pada hari ketujuh sejak pertama kali ditayangkan yaitu 24 April 2017 (Tirto.Id, 4 Juli 2017). Kemudian pada postingan media sosial Rating Program Televisi Indonesia ditunjukkan bahwa pada tanggal yang sama, “Mikrofon Pelunas Utang” memiliki *rating* sejumlah 2,5% (Akun Twitter Rating TV Indonesia, 25 April 2017). Kemudian *reality show* ini juga berhasil menjadi salah satu nominasi “Program Non Drama Terpopuler” dan “Program Inspiratif Terpopuler” dalam *Indonesian Television Award (ITA) 2017* yang tayang pada September 2017 (Rappler.com, 21 September 2017).

**RATING TV Indonesia**  
@2Fansbase

Follow

## SABTU, MINGGU & SENIN

Follow IG @rating\_tv

**Daily performe Senin (24/04):**

1. Dunia Terbaik RCTI (6.0/26.8)
2. Anak Langit SCTV (4.1/17.2)
3. Boy SCTV (3.9/16.1)
4. Tukang Ojek Pengkolan SCTV (3.3/13.7)
5. Berkah Cinta SCTV (3.1/19.6)
6. Anandhi ANTV (2.7/18.9)
7. I'U Pangeran Bebekku SCTV (2.6/18.6)
8. Mikrofon Pelunas Utang IVM (2.5/11.6)
9. Shaun The Sheep MNCTV (2.4/17.1)
10. Paakhi ANTV (2.4/15.3)
11. Lonceng Cinta ANTV (2.4/9.6)
12. Geet ANTV (2.3/10.4)
13. Roman Picisan RCTI (2.3/13.0)
14. La Liga: Real Madrid vs Barcelona SCTV (2.2/46.5) follow IG: @idunia\_tv
15. Upin & Ipin MNCTV (2.2/14.5)
16. Shiva ANTV (2.1/15.2)
17. Cinta Dan Surga RCTI (2.1/15.2)
18. Anak Sekolah SCTV (2.1/12.4)
19. Maisha & The Bear ANTV (2.0/16.5)
20. Khusni IVM (2.0/14.8) www.duniatv.net

\*\* BMBP (0.9/3.5) N&N (0.9/3.8)

**Daily performe Minggu (23/04):**

1. Dunia Terbaik RCTI (5.5/23.5)
2. Anak Langit SCTV (4.1/18.3)
3. Boy SCTV (3.8/16.0)
4. Tukang Ojek Pengkolan SCTV (3.7/15.5)
5. Berkah Cinta SCTV (3.2/18.5)
6. Doraemon RCTI (2.7/21.8)
7. Furious 6 Global TV (2.4/10.8)
8. Shiva ANTV (2.3/17.4)
9. Anandhi ANTV (2.3/17.3)
10. Upin & Ipin MNCTV (2.3/15.4)
11. Burka Avenger ANTV (2.2/16.6)
12. Gara-Gara Duyung ANTV (2.1/16.3)
13. Paakhi ANTV (2.1/15.8)
14. Jodoh dari masa depan SCTV (2.1/15.1)
15. Roman Picisan RCTI (2.1/11.5)
16. Tour Pantura IVM (2.1/10.2)
17. GTL1: Arema vs Bhayangkara tvOne (2.1/9.0) follow Instagram: @idunia\_tv
18. Vir The Robot Boy ANTV (2.0/19.5)
19. Maisha & The Bear ANTV (2.0/18.5)
20. Kiko RCTI (2.0/15.1)

\*\* Anak Sekolah SCTV (1.6/11.1)

Follow Twitter: @2fansbase

Daily Rating TV\* AL 11 Kota  
SABTU 22/04/2017

01. BOY SCTV (4.8/18.3)
02. DUNIA TERBAIK RCTI (4.1/17.2)
03. ANAK LANGIT SCTV (3.8/16.0)
04. GTL1: PS TNI VS PERSE TVONE (3.6/16.0)
05. BERKAH CINTA SCTV (3.2/18.5)
06. TUKANG OJEK PENKOLAN RCTI (2.6/13.7)
07. ANANDHI ANTV (2.5/21.7)
08. MELODI LONCENG CINTA ANTV (2.4/9.6)
09. UPIN & IPIN MNCTV (2.3/15.4)
10. TOUR PANTURA IVM (2.3/11.6)
11. PANGGIR ANTV (2.3/14.4)
12. BERTANG DI HATU RCTI (2/18.4)
13. SHIVA ANTV (2/17.1)
14. JODOH PENGANTAR JENAZAH ANTV (2/15.1)
15. CHICRA BATHUA MNCTV (2/10.8)
16. KAREK SAKTENG SUPER HIND CINTA SCTV (1.8/10.1)
17. LUPUTAN & PETANG SCTV (1.8/10.1)
18. PIRING MEMO RCTI (1.8/15.8)
19. GTL1: AREMA VS BHAYANGKARA TVONE (2.1/9.0)

Daily Audience Shere TV  
AL 11 Kota

**MINGGU**

01. RCTI, 15.4%
02. SCTV, 15.4%
03. ANTV, 13.7%

**SENIN**

01. SCTV, 16.6%
02. RCTI, 14.8%
03. ANTV, 13.4

BY: @ratingtv

Follow Twitter: @2fansbase

1:06 AM - 25 Apr 2017

**Gambar 1.1** Rating dan Share Reality Show “Mikrofon Pelunas Utang” Tanggal 24 April 2017  
(Sumber: Akun Twitter RATING TV Indonesia)

Menurut Sydney Head dan Christopher Sterling dalam Morissan (2011: 383), *Rating* adalah perkiraan komparatif dari jumlah pesawat televisi yang sedang digunakan pada suatu wilayah siaran tertentu. Sedangkan *share* merupakan jumlah audiens stasiun televisi yang dihitung berdasarkan persentase rumah tangga yang sedang menggunakan televisi atau *households using television* (HUT) (Morissan, 2011: 385). Hal tersebut juga ditunjukkan oleh Rating Program Televisi Indonesia melalui postingannya di media sosial bahwa program acara “Mikrofon Pelunas Hutang” memiliki *rating* dan *share* yang termasuk dalam urutan atas dalam skala segala jenis program televisi pada jangka waktu empat bulan penayangan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa, program acara ini mampu menarik perhatian masyarakat. “Mikrofon Pelunas Utang” merupakan reality show yang diadaptasi dari tayangan reality show asal Thailand yaitu *Mic On Debt Off*. Reality show “Mikrofon Pelunas Utang” tidak sembarangan memilih peserta untuk tampil di atas panggung, sebelumnya diadakan audisi terlebih dahulu dengan beberapa syarat yang terutama adalah memiliki kondisi ekonomi menengah ke bawah dan hutang yang harus dilunasi. Pada reality show tersebut memiliki konsep program seperti halnya kompetisi menyanyi. Perbedaan yang

dimiliki oleh “Mikrofon Pelunas Utang” dibanding kompetisi yang lain adalah apabila peserta lolos hingga babak bonus maka hutang yang dimiliki peserta tersebut akan dibayar oleh pihak penyelenggara, namun jika peserta tidak berhasil melanjutkan hingga babak bonus maka hanya akan mendapatkan uang sebesar 2 juta rupiah. Seluruh peserta akan mendapatkan hadiah namun dengan jumlah yang berbeda.

Tayangan “Mikrofon Pelunas Utang” memiliki tanggapan pro dan kontra dari masyarakat yang pernah menyaksikan. Tanggapan pro dan kontra muncul di beberapa situs internet dalam bentuk artikel opini maupun komentar singkat. Beberapa tanggapan yang pro dengan program tayangan ini mengatakan bahwa program ini memberi tahu kepada masyarakat untuk lebih peduli terhadap sesama, mampu meringankan beban orang lain, serta menunjukkan bahwa masih ada masyarakat yang hidup serba kekurangan. Sedangkan tanggapan lain justru mengatakan hal sebaliknya, bahwa program acara “Mikrofon Pelunas Utang” mengeksploitasi kemiskinan dengan memanfaatkan hidup serba kekurangan yang dimiliki oleh masyarakat tertentu demi memperoleh keuntungan saluran televisi tersebut. Tanggapan pro dan kontra di atas dapat dilihat di kolom komentar cuplikan tayangan “Mikrofon Pelunas Utang” yang diunggah di akun YouTube milik stasiun televisi Indosiar, laman Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) kolom *Pojok Apresiasi*, dan blog yang berisi tentang opini mengenai tayangan “Mikrofon Pelunas Utang”. Eksploitasi dalam konteks media adalah menggunakan suatu isu tertentu yang dimanfaatkan sebagai konten media dan mampu menghasilkan keuntungan yang besar bagi media yang menyiarkan. Eksploitasi kemiskinan yang dimaksud dalam opini-opini di atas adalah pemanfaatan kondisi kehidupan miskin seseorang sebagai alat pencari keuntungan yang digunakan oleh saluran televisi tertentu agar mampu mendapat rating tinggi dan menarik perhatian para pengiklan.

Penelitian ini memilih penonton perempuan sebagai narasumber dikarenakan perempuan memiliki kedekatan dengan fenomena kemiskinan. Indraswari (2009: 40) mengatakan bahwa perempuan adalah kelompok termiskin di antara orang miskin karena disebabkan oleh beberapa ketimpangan yang melahirkan terbatasnya pemberdayaan, kapasitas, dan keamanan perempuan dalam memenuhi hak dasarnya. Penonton perempuan dianggap memahami fenomena kemiskinan sehingga mampu memberikan respon yang dapat menjawab rumusan penelitian ini.

Dalam penelitian mengenai pemaknaan penonton televisi terhadap gambaran kemiskinan dalam program reality show “Mikrofon Pelunas Utang”, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Peneliti menggunakan metode analisis resepsi dengan tujuan untuk

mengetahui bagaimana khalayak memaknai konten-konten media. Pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti adalah wawancara mendalam atau *in-depth interview*.

## **PEMBAHASAN**

### **Televisi dalam Kehidupan Sehari-hari Penonton**

Televisi merupakan salah satu medium yang digunakan oleh sebagian masyarakat. Kegunaan televisi berbeda bagi satu individu dengan yang lain. Ada yang menggunakan televisi sebagai sumber informasi, ada pula yang menggunakan televisi hanya sebagai teman di saat melakukan aktivitas yang lain. Televisi memungkinkan masyarakat untuk mendapatkan informasi dan hiburan secara mudah sesuai dengan ketertarikannya. Seperti yang dikatakan oleh Marshall McLuhan (1962) dalam *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man* yakni, teknologi merupakan perpanjangan dari manusia. Dapat dikatakan bahwa teknologi membentuk cara manusia berpikir, berperilaku, dan berkomunikasi. Secara sederhana, televisi merupakan perpanjangan dari indera manusia. Sehingga melalui televisi masyarakat mampu memperoleh berbagai informasi mengenai fenomena yang sedang terjadi. Wahid & Pratomo (2017:3) menyampaikan bahwa kualitas merupakan hal yang penting untuk diperhatikan oleh media ketika memproduksi informasi. Sehingga televisi diberikan kebebasan untuk mencari dan mengolah informasi yang telah didapatkan dari masyarakat untuk diproduksi kembali menjadi konten yang berkualitas yang akan diberikan kepada masyarakat. Informasi yang berkualitas dapat membantu masyarakat untuk mengatasi kesalahpahaman, memberikan kedewasaan dalam berpikir, dan menciptakan harmoni dalam kegiatan komunikasi (Wahid & Pratomo, 2017: 4). Gerbner, dkk (1980) dalam Wahid & Pratomo (2017: 20) menyatakan bahwa media khususnya televisi menyediakan tayangan populer yang menampilkan pengandaian atas tempat, manusia, dan peran tertentu yang dapat diterima oleh masyarakat. Berbagai konstruksi mengenai fenomena dalam kehidupan yang diproduksi oleh televisi diterima penonton sebagai rujukan atas fenomena-fenomena yang terjadi di tengah masyarakat.

Pihak televisi berusaha untuk memahami apa saja yang terjadi di masyarakat supaya pesan yang disampaikan nantinya dapat diterima dengan baik oleh penonton. Informasi yang telah diperoleh pihak televisi mengenai berbagai peristiwa yang terjadi di masyarakat kemudian dikonstruksikan kembali yang disesuaikan dengan pemahaman yang dominan di masyarakat luas. Sehingga pesan yang disampaikan oleh televisi dapat menjadi *meaningful discourse* dan dipahami

sebagai sesuatu yang umum terjadi. Hal ini didukung oleh pendapat Elliot dalam studinya *The Making of a Television Series* (1972) dalam Brunsdon & Morley (1999) bahwa,

*“the notion of public communication as a circuit relaying messages from ‘the society as source’ to ‘the society as audience’.”* (Brunsdon & Morley, 1999: 126).

Maka dapat dipahami bahwa proses yang dilakukan oleh televisi dalam membuat pesan melibatkan masyarakat menjadi sumber sekaligus menjadi penonton. Penyusunan pesan yang akan disampaikan kepada penonton memiliki tujuan tertentu yakni untuk mendorong penonton supaya memaknai pesan tersebut sesuai dengan yang dimaksud oleh televisi atau disebut sebagai *preferred reading*. Dalam penelitian ini keterlibatan televisi dengan kehidupan sehari-hari penonton adalah sebagai sumber informasi atau sekedar hiburan mengisi waktu luang. Penelitian ini menggunakan program tayangan “Mikrofon Pelunas Utang” sebagai medium yang digunakan oleh televisi untuk menyampaikan pesan terkait dengan fenomena kemiskinan di Indonesia kepada masyarakat sebagai penonton. Televisi memproduksi gambaran kemiskinan menggunakan berbagai informasi yang telah diperoleh dari lingkungan sosial masyarakat yang berkaitan dengan keadaan miskin. Pesan-pesan kemiskinan tersebut kemudian diolah dan disampaikan melalui penampilan peserta yang mengikuti kompetisi menyanyi di *reality show* “Mikrofon Pelunas Utang”, dalam bentuk cuplikan video, penampilan secara fisik, maupun pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh juri dan pembawa acara ketika tayangan tersebut berlangsung.

Keterlibatan penonton bagi televisi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa penonton menggunakan televisi untuk mencari hiburan dan informasi yang terjadi di lingkungan sosialnya melalui tayangan televisi. Dapat dilihat bahwa televisi menggunakan fenomena yang penting bagi masyarakat dengan menyediakan tayangan yang mengandung informasi mengenai keadaan yang terjadi di tengah masyarakat. Tayangan “Mikrofon Pelunas Utang” yang menggambarkan keadaan miskin berusaha memahami ideologi dominan di masyarakat terkait dengan kemiskinan. Ideologi dominan mengenai kemiskinan menurut penonton yang telah diwawancarai oleh peneliti antara lain yakni, mengalami kehidupan yang penuh kesedihan dan keterbatasan, menderita penyakit, terlilit hutang, dan bertempat tinggal tidak layak. Televisi menggunakan pemahaman-pemahaman tersebut untuk merumuskan program tayangan mengenai kemiskinan. Sehingga makna pesan mengenai kemiskinan yang disampaikan oleh televisi dapat dipahami dan dimaknai oleh penonton sesuai dengan yang diinginkan oleh pembuat program televisi tersebut.

Kemudian keterlibatan televisi bagi penonton adalah menyediakan tayangan hiburan dan informasi mengenai fenomena-fenomena yang berhubungan dengan kehidupan sehari-hari. Penonton memilih tayangan televisi yang mampu memenuhi kebutuhan dirinya akan hiburan maupun informasi dan sesuai dengan ketertarikannya atas suatu fenomena. Tayangan televisi yang mampu memenuhi kebutuhan penonton akan menarik perhatian penonton sehingga berkemungkinan besar untuk ditonton secara berkelanjutan. Penonton akan menerima pesan yang menurutnya lazim terjadi di kehidupan sehari-harinya. Sehingga dalam pemaknaan pesan, penonton akan menyesuaikan pesan tersebut dengan pengalaman dan pengetahuan yang telah dimiliki terkait dengan fenomena yang ditayangkan. Sebagaimana dalam penelitian ini – melalui wawancara yang telah dilakukan, menemukan bahwa keterlibatan televisi dalam kehidupan masyarakat mengenai isu kemiskinan adalah sebagai salah satu sumber informasi untuk mengetahui tingkat kemiskinan yang terjadi di Indonesia, di samping untuk hiburan di sela-sela waktu luang.

Tayangan televisi yang mampu menarik perhatian penonton mampu memengaruhi cara pandang penonton – mengubah atau menguatkan, mengenai suatu fenomena meskipun hanya sedikit. Tayangan televisi yang disiarkan berulang kali secara tidak langsung menanamkan suatu nilai tertentu kepada masyarakat. Sebagaimana yang terjadi pada penonton “Mikrofon Pelunas Utang”, mengaku bahwa melalui tayangan tersebut dirinya menjadi tahu bagaimana keadaan miskin yang dialami oleh sebagian masyarakat di Indonesia. Bagi mereka “Mikrofon Pelunas Utang” tidak hanya sebagai tayangan hiburan namun juga memberi informasi mengenai kemiskinan masyarakat Indonesia. Salah satu narasumber Nana, berusia 49 tahun, mengatakan bahwa ia menonton “Mikrofon Pelunas Utang” untuk mengetahui tingkat kemiskinan di Indonesia, di samping itu juga untuk mengetahui apakah tayangan ini sudah bisa memberi solusi untuk membantu meringankan permasalahan masyarakat miskin (18/03/2018). Tayangan ini menjadi salah satu rujukan bagi mereka untuk mengetahui apa permasalahan yang dialami oleh sebagian masyarakat di Indonesia. Dalam hal ini televisi berperan penting bagi penonton untuk memberikan informasi. Namun dalam memaknai informasi tersebut, penonton menyesuaikan dengan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki sebelumnya. Sehingga apa yang disampaikan oleh televisi belum tentu memiliki makna yang sama bagi setiap orang yang menontonnya.



Keterlibatan televisi di keseharian penonton dalam penelitian ini juga digunakan sebagai tolok ukur keadaan sosio-ekonomi satu sama lain. Melalui “Mikrofon Pelunas Utang”, penonton mengetahui bahwa ada seseorang yang memiliki keadaan yang lebih buruk daripada keadaan yang sedang dialami. Setelah mengetahui gambaran kemiskinan dalam tayangan tersebut, penonton merasa bersyukur dengan kehidupan yang dijalani saat ini. Selain itu, terdapat penonton yang lain yang merasa kasihan dan ingin memberi bantuan ketika mengetahui keadaan masyarakat miskin dalam tayangan tersebut. Namun dirinya tidak mampu melakukan apapun karena masyarakat miskin tersebut dianggap jauh dari jangkauannya. Sehingga mereka hanya mampu berempati ketika menonton tayangan televisi tersebut. Seperti yang dikatakan oleh salah satu narasumber, Rini, yang berusia 62 tahun, ia prihatin dengan keadaan miskin yang dilihat melalui televisi namun dengan keterbatasan yang dimilikinya ia tidak bisa melakukan apapun (20/3/2018). Kemudian seperti yang disampaikan pula oleh Atikah, berusia 65 tahun, bahwa keadaan miskin yang ada di lingkungannya sedikit lebih baik dibanding kemiskinan yang dihadirkan oleh tayangan televisi (20/3/2018).

Dalam penelitian ini, televisi dijadikan sebagai salah satu sumber informasi mengenai fenomena kemiskinan. Informasi tersebut didapatkan melalui tayangan *reality show* “Mikrofon Pelunas Utang” yang menampilkan tentang perjuangan masyarakat miskin yang memiliki hutang. Saat penampilan para peserta terdapat cuplikan video yang berisi mengenai kehidupan sehari-hari. Melalui cuplikan video tersebut, penonton melihat bagaimana keadaan rumah tangga, mata pencaharian, dan anggota keluarga yang lain. Selain itu, gambaran kemiskinan juga ditekankan melalui cerita yang digali menggunakan pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh para juri dan pembawa acara kepada peserta. Raut wajah yang ditampilkan oleh para peserta, pembawa acara, bahkan para juri ketika berbincang mengenai masalah yang dialami oleh peserta tampak menyedihkan. Hal tersebut juga dapat meyakinkan penonton bahwa kehidupan miskin adalah kehidupan yang penuh dengan penderitaan. Sehingga penonton merasa simpati terhadap tayangan tersebut dan percaya bahwa tayangan tersebut sungguh terjadi. Dengan tayangan tersebut penonton memahami gambaran-gambaran melalui proses pemaknaan yang disesuaikan dengan pemahaman yang telah dimiliki sebelumnya. Maka dapat diketahui bahwa televisi dan penonton saling terlibat satu sama lain dalam kehidupan sehari-hari, terutama pada proses pembuatan makna yang dilakukan oleh keduanya.

## **Gambaran Kemiskinan dalam Tayangan Televisi**

Kemiskinan merupakan salah satu permasalahan yang harus dihadapi dan diselesaikan oleh pemerintah di Indonesia hingga saat ini. Kemiskinan masih dapat dijumpai di berbagai wilayah di Indonesia. Meskipun saat ini persentase kemiskinan sudah mulai berkurang di wilayah perdesaan maupun perkotaan, tetapi fenomena kemiskinan masih menjadi permasalahan penting di Indonesia. Televisi sebagai medium yang bertanggungjawab untuk memberikan informasi kepada masyarakat tentu membahas fenomena-fenomena yang terjadi di lingkungan masyarakat tersebut. Secara sederhana, televisi juga menayangkan hal-hal terkait dengan fenomena kemiskinan. Tayangan “Mikrofon Pelunas Utang” fokus kepada kehidupan masyarakat miskin yang memiliki banyak hutang. Tujuan utama dari tayangan ini adalah membantu masyarakat miskin untuk melunasi hutang yang dimiliki. Di samping itu, sesuai dengan yang disampaikan oleh salah satu pembawa acara “Mikrofon Pelunas Utang”, Choky Sitohang, tayangan tersebut dapat bermanfaat, menjadi pelajaran, berkah dan meringankan beban bagi masyarakat yang butuh bantuan (25/07/2017). Kisah perjuangan para peserta untuk bertahan hidup disajikan sedemikian rupa agar mampu menarik perhatian dan rasa simpati penonton.

Fenomena kemiskinan dalam tayangan “Mikrofon Pelunas Utang” ditunjukkan dalam bentuk video yang berisi mengenai kisah sehari-hari para peserta. Dalam video tersebut diceritakan mengenai perjuangan hidup yang penuh derita dan mengharukan. Mayoritas keadaan miskin yang ditampilkan oleh tayangan ini adalah menderita penyakit yang serius sehingga membutuhkan banyak biaya untuk pengobatan. Selain itu, ada pula yang berjuang memenuhi kebutuhan hidup untuk dirinya sendiri bahkan keluarga dengan biaya yang terbatas. Tidak hanya perjuangan hidup orang-orang miskin yang sudah tua, perjuangan yang dilakukan oleh seorang pemuda yang tidak memiliki cukup biaya untuk melanjutkan pendidikannya pun juga ditayangkan dalam reality show ini. Dalam penelitian ini, lima narasumber memaknai bahwa fenomena kemiskinan yang ditayangkan oleh televisi sama halnya seperti yang terjadi di kehidupan nyata. Untuk mengetahui pemaknaan narasumber terhadap gambaran kemiskinan dalam tayangan televisi, sebelumnya peneliti menanyakan pendapat masing-masing penonton mengenai bagaimana gambaran kemiskinan yang terjadi di Indonesia. Gambaran kemiskinan ini terlepas dari tayangan televisi apapun. Hal ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemahaman narasumber mengenai kemiskinan. Kemudian peneliti menanyakan bagaimana pendapat masing-masing narasumber

mengenai gambaran kemiskinan yang ditayangkan oleh televisi. Ketika menonton tayangan kemiskinan, penonton menempatkan diri secara berbeda-beda, yakni turut merasakan kesedihan, kasihan, atau justru bersyukur.

Televisi berusaha menyampaikan fenomena kemiskinan dengan gambaran yang umum dan menampilkan beberapa kriteria yang sesuai dengan kondisi miskin yang terjadi di kehidupan sehari-hari masyarakat. Kemudian masyarakat menganggap pesan yang disampaikan oleh televisi merupakan hal yang lazim dan benar-benar terjadi. Menurut McQuail dan Windahl (1993) dalam Nurudin (2007: 170) bahwa televisi tidak hanya sebagai jendela atau refleksi fenomena yang terjadi di masyarakat, namun televisi adalah dunia itu sendiri. Sehingga masyarakat ketika menonton gambaran kemiskinan yang ditayangkan oleh televisi mempercayai bahwa itulah fenomena kemiskinan yang terjadi di lingkungan sosial mereka. Seperti yang disampaikan oleh para narasumber, ketika menonton tayangan kemiskinan ia turut merasakan kesedihannya hingga ingin melakukan sesuatu untuk membantu meringankan beban hidup masyarakat miskin. Hal ini juga terjadi kepada narasumber-narasumber lain ketika mereka menonton *reality show* “Mikrofon Pelunas Utang”.

### **Pemaknaan Penonton *Reality Show* “Mikrofon Pelunas Utang**

Ketika menonton tayangan ini, penonton memiliki pemaknaan yang bermacam-macam atas kemiskinan yang ditayangkan berdasarkan dengan latar belakang budaya, sosio-ekonomi, dan pengalaman masa lalu. Pemaknaan yang dilakukan oleh penonton mengenai beberapa konsep yang ada dalam *reality show* “Mikrofon Pelunas Utang” akan diuraikan di bawah ini. Beberapa konsep tersebut yaitu: (1) Gambaran kemiskinan, yang digali melalui pandangan dan pengalaman narasumber terkait dengan kemiskinan; (2) Konsep *real*, yang beberapa kali disampaikan oleh narasumber atas nyata atau tidaknya program tayangan tersebut. Hal ini juga mendukung bagaimana penonton memaknai fenomena kemiskinan yang ditayangkan oleh televisi; (3) Eksploitasi kemiskinan, dikarenakan konsep ini menjadi bahan perbincangan di beberapa kolom opini dan komentar di video-video yang beredar di internet.

## **1. Pemaknaan Penonton terhadap Gambaran Kemiskinan dalam *Reality Show* “Mikrofon Pelunas Utang”**

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa pemaknaan terhadap fenomena kemiskinan yang ada pada tayangan “Mikrofon Pelunas Utang” yang diberikan oleh masing-masing narasumber secara berbeda. Perbedaan pemaknaan tersebut dipengaruhi oleh perbedaan referensi atas fenomena kemiskinan yang berasal dari lingkungan, pengetahuan dan pengalaman terdahulu. Berdasarkan pada pengetahuan tersebut maka terbentuk makna terhadap gambaran kemiskinan oleh penonton “Mikrofon Pelunas Utang”. Pengetahuan mengenai fenomena kemiskinan yang dimiliki oleh masing-masing narasumber pun berbeda yakni: (1) Fardiah memahami fenomena kemiskinan melalui seseorang yang ia kenal memiliki keadaan ekonomi yang serupa dengan peserta “Mikrofon Pelunas Utang” dan beberapa tayangan televisi yang pernah disiarkan sebelum tayangan “Mikrofon Pelunas Utang” hadir di masyarakat; (2) Atikah memahami fenomena kemiskinan melalui keadaan masyarakat di sekitar tempat tinggalnya yang ia katakan lebih banyak masyarakat yang miskin dibanding kaya dan *reality show* yang mengangkat isu kemiskinan; (3) Rini memahami fenomena kemiskinan melalui tayangan televisi, dikarenakan ia sulit menjangkau masyarakat miskin; (4) Fitria memahami fenomena kemiskinan melalui masyarakat miskin yang pernah ia lihat di pinggiran jalan kota Jakarta dan tayangan televisi seperti *reality show* dan sinetron; (5) Nana memahami fenomena kemiskinan melalui keadaan masyarakat miskin yang pernah ia temui di kehidupan nyata dan tayangan televisi.

Melalui pengetahuan dan pengalaman yang telah dimiliki sebelumnya, sehingga gambaran kemiskinan dalam “Mikrofon Pelunas Utang” diberi makna oleh masing-masing narasumber sebagai berikut: (1) Fardiah memaknai gambaran kemiskinan dalam “Mikrofon Pelunas Utang” sebagai gambaran yang bagus untuk menunjukkan sebagian kecil keadaan masyarakat miskin yang memiliki hutang; (2) Atikah memaknai gambaran kemiskinan dalam “Mikrofon Pelunas Utang” sebagai gambaran yang digunakan oleh televisi untuk menunjukkan keadaan masyarakat miskin yang ada di Indonesia, namun sedikit berbeda apabila disesuaikan dengan lingkungan sekitarnya; (3) Rini memaknai gambaran kemiskinan dalam “Mikrofon Pelunas Utang” sebagai gambaran kondisi kemiskinan yang benar-benar terjadi di Indonesia; (4) Fitria memahami gambaran kemiskinan dalam “Mikrofon Pelunas Utang” sebagai gambaran kondisi kemiskinan yang sesuai dengan fenomena kemiskinan di kehidupan nyata; (5) Nana memaknai gambaran kemiskinan

dalam “Mikrofon Pelunas Utang” sebagai gambaran kondisi kemiskinan yang dialami oleh sebagian masyarakat di Indonesia.

Sesuai dengan uraian di atas bahwa masing-masing narasumber melakukan pemaknaan yang berbeda-beda terhadap satu fenomena yang sama. Hal ini terjadi karena penonton televisi bersifat aktif untuk memaknai suatu pesan yang disampaikan serta pesan tersebut bersifat terbuka. Sebagaimana yang dikatakan oleh Evans (1990) dalam Fergusons & Golding (1997: 123) bahwa,

*“(a) that the audience is always active (in a non-trivial sense) and (b) that media content is always polysemic, or open to interpretation”* (Fergusons & Golding, 1997:123).

Sehingga dalam penelitian ini, penonton bebas memaknai gambaran kemiskinan yang disampaikan oleh “Mikrofon Pelunas Utang”. Pemaknaan yang dilakukan oleh penonton tergantung pada masing-masing latar belakang budaya yang dimilikinya. Dalam penelitian ini lingkungan sosial, pengetahuan terhadap fenomena kemiskinan, serta pengalaman langsung terhadap fenomena kemiskinan banyak berpengaruh pada pemaknaan yang dilakukan penonton terhadap gambaran kemiskinan dalam “Mikrofon Pelunas Utang”.

## **2. Pemaknaan Penonton terhadap Konsep *Real* dalam *Reality Show* “Mikrofon Pelunas Utang”**

Penelitian ini menemukan bahwa pemaknaan penonton terhadap konsep *real* yang selama ini disuguhkan oleh televisi melalui program *reality show* “Mikrofon Pelunas Utang” adalah para penonton mempercayai bahwa fenomena yang dihadirkan merupakan fenomena yang nyata. Hal tersebut dipengaruhi oleh gambaran mengenai fenomena kemiskinan yang ditayangkan sesuai dengan kemiskinan yang ada di Indonesia. Terlebih apabila disesuaikan dengan referensi yang telah dimiliki oleh para penonton mengenai keadaan miskin, maka hal tersebut kurang lebih sama dan semakin meyakinkan penonton bahwa gambaran kemiskinan yang dilihat di televisi merupakan kondisi kemiskinan yang terjadi di dunia nyata.

Pemaknaan yang dilakukan oleh masing-masing penonton berdasarkan dari tampilan yang disajikan oleh “Mikrofon Pelunas Utang” yakni, cuplikan video mengenai kehidupan sehari-hari, penampilan peserta yang apa adanya, serta ekspresi yang ditunjukkan oleh pembawa acara dan juri ketika menanyakan kembali kehidupan peserta. Beberapa hal tersebut mampu membuat penonton semakin larut dalam cerita yang dihadirkan serta meyakinkan penonton bahwa keadaan yang ditayangkan dalam “Mikrofon Pelunas Utang” merupakan keadaan yang sesungguhnya terjadi di tengah masyarakat. Sebagian narasumber yang mempercayai bahwa tayangan tersebut merupakan

tayangan yang benar-benar nyata yang disebabkan oleh cara penyampaian pesan-pesan kemiskinan yang dilakukan oleh pembawa acara. Kemudian ada pula narasumber yang mempercayai tayangan tersebut adalah tayangan yang nyata disebabkan oleh cuplikan-cuplikan video yang menampilkan isi rumah dan kegiatan sehari-hari peserta. Terkait dengan hal itu, Vane & Gross dalam Mumpuni (2018) menyampaikan bahwa tim penyusun yang ingin menyajikan sebuah tayangan televisi yang sukses menarik perhatian penonton maka harus memperhatikan beberapa hal yakni pemilihan artis yang memiliki daya tarik tinggi serta pengambilan gambar yang menarik.

Dua hal tersebut telah dilakukan oleh “Mikrofon Pelunas Utang” dengan cukup baik. Pemilihan artis yang diberi peran sebagai pembawa acara merupakan artis yang telah memiliki nama besar dan mampu menciptakan suasana mengharukan seperti, Okky Lukman, Chokky Sitohang, dan Irfan Hakim. Begitu pun yang dilakukan pada pemilihan artis yang berperan sebagai juri yakni Soimah, Yuni Sarah, Hetty Koes Endang, Dewi Yul, Pongky Barata, bahkan Khofifah Indar Prawansa. Sedangkan dalam hal pengambilan gambar, “Mikrofon Pelunas Utang” mengatur apa saja dan bagaimana yang ditampilkan supaya mampu menggambarkan keseharian peserta secara apa adanya. Dalam cuplikan-cuplikan video mengenai keseharian peserta ditunjukkan mata pencaharian, keadaan tempat tinggal, penampilan sehari-hari, dan narasi mengenai kisah hidup dari peserta hingga alasan mengapa memiliki hutang. Alasan yang ditampilkan oleh “Mikrofon Pelunas Utang” pun merupakan alasan-alasan yang lazim terjadi di masyarakat seperti tidak mampu membayar biaya pengobatan penyakit yang cukup besar, tidak mampu memenuhi kebutuhan sehari-hari maupun biaya pendidikan anak, penghasilan kerja bulanan yang terbatas bahkan kurang. Kemudian peserta tersebut ketika datang dan tampil di atas panggung menggunakan pakaian yang terlihat apa adanya dan terkadang tanpa *make up*. Sehingga melalui beberapa hal tersebut, penonton memaknai bahwa tayangan “Mikrofon Pelunas Utang” menayangkan fenomena yang apa adanya dan sungguh terjadi di kehidupan nyata.

Perebinossoff, dkk. (2005: 130) menyatakan bahwa tayangan televisi memiliki dua bentuk yaitu: (1) *format dominant*, yakni konsep acara merupakan hal yang memiliki peran penting. Selain itu, *performers* dipilih sesuai dengan syarat yang telah ditentukan; (2) *star dominant*, yakni konsep acara dibangun berdasarkan kemampuan dari pemeran utama. Dalam hal ini “Mikrofon Pelunas Utang” termasuk dalam bentuk *format dominant*. Tayangan ini memiliki konsep acara *reality show*

dengan mengangkat isu kemiskinan sebagai tema utama. Kemudian dua peserta yang maju tiap satu episodnya merupakan *talent* yang dipilih dengan beberapa syarat tertentu antara lain: (1) Pria atau wanita berusia minimal 15 tahun; (2) Memiliki kemampuan menyanyi yang baik; (3) Berasal dari kalangan menengah ke bawah; (4) Boleh dari berbagai profesi; (5) Memiliki hutang atau tanggungan hidup – lebih baik jika membawa bukti hutang tertulis; (6) Harus memiliki pekerjaan atau kegiatan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Dengan terpenuhinya syarat-syarat tersebut sehingga *talent* dapat mendukung tim penyusun untuk mewujudkan konsep acara yang telah disusun sebelumnya yakni, *reality show* dengan tema utama yang mengangkat isu kemiskinan.

Beberapa usaha yang dilakukan oleh tim penyusun “Mikrofon Pelunas Utang” dalam mencapai konsep acara *reality show* mengenai isu kemiskinan telah dilakukan dengan baik. Hal tersebut terbukti melalui pemaknaan yang dilakukan oleh narasumber penelitian ini bahwa sebagian besar narasumber menyatakan tayangan “Mikrofon Pelunas Utang” merupakan tayangan yang menampilkan fenomena kemiskinan secara nyata bahkan tidak ada skenario. Pernyataan tersebut muncul berdasarkan cuplikan-cuplikan video keseharian peserta, kisah hidup peserta dan alasan memiliki hutang yang disampaikan ketika diberi pertanyaan oleh pembawa acara dan juri, serta ekspresi-ekspresi sedih yang ditampilkan sepanjang tayangan tersebut berlangsung. Setelah melihat beberapa hal tersebut, para penonton berusaha untuk menyesuaikan dengan kondisi kemiskinan yang pernah diketahui sebelumnya. Seluruhnya menyatakan bahwa kondisi tersebut benar-benar terjadi. Namun di samping menerima realitas tersebut, beberapa diantaranya juga baru menyadari bahwa keadaan yang ditayangkan oleh “Mikrofon Pelunas Utang” sedikit berbeda dengan pemahaman mengenai keadaan masyarakat miskin yang selama ini diketahuinya.

### **3. Pemaknaan Penonton terhadap Eksploitasi Kemiskinan dalam *Reality Show* “Mikrofon Pelunas Utang”**

Penelitian ini menemukan bahwa sebagian besar penonton memaknai tayangan “Mikrofon Pelunas Utang” terkait dengan eksploitasi kemiskinan yakni tidak adanya pengeksploitasian terhadap kemiskinan selama tayangan ini berlangsung. Namun alasan yang dikemukakan oleh masing-masing narasumber berbeda tergantung dengan referensi yang telah dimiliki sebelumnya – pengalaman langsung dan pengetahuan terkait dengan eksploitasi. Berikut ini merupakan pemaknaan yang dilakukan oleh masing-masing narasumber; (1) Fardiah memahami bahwa eksploitasi dilakukan dalam tayangan televisi apabila produk yang diiklankan dalam tayangan

tersebut lebih dari satu iklan, sedangkan yang telah dilihat oleh Fardiah selama menonton “Mikrofon Pelunas Utang” hanya ada satu produk yang muncul. Sehingga Fardiah menyatakan tayangan ini tidak melakukan eksploitasi terhadap kemiskinan; (2) Nana mengatakan bahwa tayangan ini tidak melakukan eksploitasi terhadap kemiskinan, karena ia menganggap fenomena kemiskinan harus digambarkan sedemikian rupa agar masyarakat mengetahui bahwa ada sebagian masyarakat yang memerlukan bantuan; (3) Fitria menyatakan tayangan ini tidak melakukan eksploitasi terhadap kemiskinan selama penayangannya. Pernyataan tersebut disampaikan oleh Fitria berdasarkan pengetahuannya atas pemilihan peserta yang dilakukan oleh pihak “Mikrofon Pelunas Utang” sehingga ia menganggap bahwa peserta tidak dimanfaatkan begitu saja; (4) Atikah menganggap tayangan tersebut membantu masyarakat miskin, karena peserta tidak hanya diminta untuk menyanyi namun diberi pula hadiah setelahnya. Menurut Atikah aktivitas tersebut bukan merupakan eksploitasi terhadap kemiskinan, sehingga ia menyatakan bahwa “Mikrofon Pelunas Utang” tidak mengeksploitasi kemiskinan”; (5) Rini berpendapat bahwa tayangan tersebut merupakan cara yang dilakukan oleh stasiun televisi untuk membantu masyarakat miskin. Menurut ia dalam “Mikrofon Pelunas Utang” tidak ada praktek eksploitasi kemiskinan sedikitpun.

Melalui uraian di atas dapat dilihat bahwa pemahaman atas eksploitasi yang dimiliki oleh masing-masing narasumber berbeda satu sama lain. Sehingga menghasilkan pemaknaan atas eksploitasi kemiskinan dalam tayangan “Mikrofon Pelunas Utang” pun berbeda pula. Hal ini sesuai dengan karakteristik penonton yang telah dijelaskan bahwa penonton memiliki kekuasaan penuh terhadap pemaknaan atas pesan yang diterima berdasarkan latar belakang budaya, pengetahuan, serta pengalaman yang telah dimiliki sebelumnya.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan dari hasil analisis, peneliti menemukan tiga kesimpulan yakni pertama, bahwa televisi dan penonton saling bergantung satu sama lain. Keterlibatan masyarakat bagi televisi adalah ketika televisi berusaha menyediakan tayangan yang berisi hiburan maupun informasi yang berkaitan dengan fenomena yang terjadi di kehidupan sosial masyarakat., televisi berusaha memahami ideologi dominan yang dimiliki oleh masyarakat. Kemudian melalui informasi yang diperoleh, televisi mengonstruksikan kembali kode-kode tersebut ke dalam bentuk program acara. Dalam penelitian ini, ideologi dominan mengenai kemiskinan yang dimiliki oleh para narasumber yaitu, mengalami kehidupan yang penuh kesedihan dan keterbatasan, menderita penyakit, terlilit



hutang dan memiliki tempat tinggal yang tidak layak huni. Sedangkan keterlibatan televisi bagi penonton adalah ketika masyarakat menggunakan televisi sebagai sumber hiburan dan informasi mengenai fenomena yang terjadi di lingkungan sekitarnya melalui tayangan-tayangan yang disiarkan setiap harinya. Keterlibatan televisi dalam kehidupan penonton mampu memengaruhi pandangan penonton terhadap suatu fenomena. Hal ini juga dibuktikan dengan percakapan yang dilakukan oleh narasumber kepada orang-orang di sekitarnya yang membahas mengenai informasi apa yang telah ia dapatkan dari televisi. Melalui penelitian ini diketahui bahwa penonton menonton tayangan “Mikrofon Pelunas Utang” tidak sekedar untuk hiburan namun juga sebagai sumber informasi mengenai keadaan miskin yang dialami oleh sebagian masyarakat di Indonesia.

Kedua, kemiskinan masih menjadi salah satu masalah penting yang terjadi di Indonesia – meskipun presentase kemiskinan mulai menurun. Televisi yang memiliki tanggung jawab untuk memberikan informasi kepada masyarakat juga menyiarkan tayangan-tayangan yang mengangkat isu kemiskinan. Isu kemiskinan ditayangkan oleh televisi dengan berbagai bentuk program acara antara lain, berita, *reality show*, maupun sinetron. Dalam penelitian ini, isu kemiskinan ditayangkan dalam bentuk program *reality show* yaitu “Mikrofon Pelunas Utang”. Tayangan ini berfokus pada masyarakat miskin yang memiliki hutang. Tujuan utama tayangan ini adalah membantu masyarakat miskin untuk melunasi hutangnya. Adapun yang disampaikan oleh salah satu pembawa acara tayangan ini bahwa “Mikrofon Pelunas Utang” juga dapat memberi manfaat, pelajaran, dan berkah bagi yang menontonnya. Fenomena kemiskinan dalam tayangan ini digambarkan melalui cuplikan video mengenai kehidupan sehari-hari peserta, kisah peserta yang digali oleh pembawa acara maupun juri, dan penampilan peserta yang apa adanya. Melalui ketiga episode yang telah diuraikan dalam sub-bab tersebut dapat dilihat bahwa kode-kode yang digunakan oleh tayangan “Mikrofon Pelunas Utang” ketika menggambarkan kemiskinan yaitu penghasilan bulanan yang terbatas, kehidupan menderita dan penuh kesedihan, tempat tinggal kurang layak serta terletak di wilayah pinggiran, mengidap penyakit serius, dan penampilan yang lusuh. Gambaran kemiskinan dalam televisi tersebut menurut beberapa narasumber telah ditampilkan dengan baik. Hal ini didukung oleh pemikiran yang disampaikan narasumber ketika menonton tayangan kemiskinan. Para narasumber ada yang merasa kasihan, turut bersedih, ingin membantu, atau justru bersyukur.

Ketiga, peneliti melakukan wawancara mendalam ditemukan beberapa konsep yang disampaikan oleh narasumber yaitu gambaran kemiskinan, konsep *real*, dan eksploitasi kemiskinan. Analisis yang dilakukan oleh peneliti terhadap pemaknaan penonton dalam penelitian ini menggunakan analisis resepsi yang dicetuskan oleh Stuart Hall (1973) dengan membagi penonton ke dalam tiga tipe pemaknaan antara lain, *dominant hegemonic position*, *negotiated position*, dan *opposition position*. Namun melalui narasumber penelitian ini hanya ditemukan dua tipe pemaknaan yaitu *dominant hegemonic position* dan *negotiated position*. Pemaknaan penonton yang termasuk dalam *dominant hegemonic position* yakni menerima gambaran kemiskinan yang ditayangkan oleh “Mikrofon Pelunas Utang”, menyatakan bahwa tayangan tersebut benar adanya, dan tidak mengeksploitasi kemiskinan. Sedangkan penonton yang termasuk dalam *negotiated position* yaitu menerima gambaran kemiskinan namun menyatakan gambaran tersebut sedikit berbeda dengan kenyataannya, kemudian menganggap bahwa yang ditayangkan oleh *reality show* merupakan fenomena nyata namun ada skenario dalam penyajiannya, dan mempertimbangkan tayangan tersebut melakukan eksploitasi kemiskinan jika dilihat melalui sisi negatifnya. Selain itu, juga ditemukan beberapa hal yang memengaruhi penonton dalam membentuk makna pesan antara lain, lingkungan sosial sekitar tempat tinggal, pengetahuan terkait kemiskinan, dan pengalaman langsung terhadap fenomena kemiskinan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Brunsdon, C., & Morley, D. (1999). *The Nationwide Television Studies*. London: Routledge.
- Ferguson, M., & Golding, P. (1997). *Cultural Studies in Question*. London: SAGE Publications.
- Daftar Pemenang Indonesian Television Awards 2017. (2017). [Diakses 29 April 2018]. <https://www.rappler.com/indonesia/gaya-hidup/182840-daftar-pemenang-indonesian-television-awards-2017>.
- Dunbar, R. I. M., Teasdale, B., Thompson, J., Budelmann, F., Duncan, S., van Emde Boas, E., & Maguire, L. (2016). Emotional arousal when watching drama increases pain threshold and social bonding. *Royal Society open science*, 3(9), 160288.
- Effendy, H. (2008). *Industri pertelevisian Indonesia: sebuah kajian*. Jakarta: Erlangga.
- Hall, S. (1973). *Encoding and decoding in the television discourse*. [Diakses 11 April 2018]. [http://epapers.bham.ac.uk/2962/1/Hall\\_1973\\_Encoding\\_and\\_Decoding\\_in\\_the\\_Television\\_Discourse.pdf](http://epapers.bham.ac.uk/2962/1/Hall_1973_Encoding_and_Decoding_in_the_Television_Discourse.pdf).
- Indraswari. (2009). Perempuan dan Kemiskinan. *Jurnal Analisis Sosial*, 14(2), 40-52.

- McLuhan, M. (1962). *The Gutenberg Galaxy. the Making of Typographic Man*. University of Toronto Press.
- Morissan, M. A. (2011). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Kencana.
- Mumpuni, P. (2018). Komodifikasi Kemiskinan pada *Reality Show* “Mikrofon Pelunas Hutang”. *Majalah Ilmiah Inspiratif*, 3(5).
- Musthofa, A. (2012). Komodifikasi Kemiskinan Oleh Media Televisi. *Jurnal Ilmiah Komunikasi. MAKNA*, 3(1).
- Nurudin, M. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Perebinossoff, P., Gross, B., & Gross, L. (2005). *Programming for TV, radio & the Internet: Strategy, development & evaluation*. Focal Press.
- Purnamasari, A. (2015). *PENERIMAAN AUDIENS TENTANG PROGRAM TAYANGAN RISING STAR INDONESIA DI RCTI (Studi Resepsi di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang 2012)* (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Malang).
- Putri, A. W. (2017). *Candu Tayangan yang Mengumbar Kesedihan*. [Diakses 15 September 2017]. <https://tirto.id/candu-tayangan-yang-mengumbar-kesedihan-crV4>.
- Rating TV Indonesia. (2017). [Diakses 28 September 2017]. [https://twitter.com/ratingtv\\_INA/status/856781552696475648](https://twitter.com/ratingtv_INA/status/856781552696475648).
- Wahid, A., & Pratomo, D. A. (2017). *Masyarakat dan Teks Media: Membangun Nalar Kritis atas Hegemoni Media*. Universitas Brawijaya Press.