

**ANALISIS SEMIOTIKA PESAN MISTIK PADA TAYANGAN KARMA
EPISODE 47 “KECANDUAN FILM PORNO DAN MENGALAMI
PENYIMPANGAN SEKSUAL” DI ANTV**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana

Ilmu Komunikasi



DISUSUN OLEH :

TRIVONIA S. LENAMAH

2014230085

KONSENTRASI BROADCASTING

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADewi

MALANG

2018

Trivonia Sophia Lenamah, Universitas Tribhuwana Tunggaladewi Malang, 2018
trivonijuga@gmail.com

**ANALISIS SEMIOTIKA PESAN MISTIK PADA TAYANGAN KARMA EPISODE 47
“KECANDUAN FILM PORNO DAN MENGALAMI PENYIMPANGAN SEKSUAL”
DI ANTV**

Dosen Pembimbing Utama : Herru Prasetya Widodo, S.AP., M.Si
Dosen Pembimbing Pendamping : Fathul Qorib, S.I.Kom., M.I.Kom

RINGKASAN

Industri hiburan dari waktu ke waktu menunjukkan perkembangan, seperti halnya dengan tayangan-tayangan *reality show*. Tanpa sadar, media massa ialah salah satunya tayangan *reality show* mistik yang mengungkap karma dan pesan mistik yang terdapat pada tayangan tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pesan-pesan mistik dalam acara *reality show* karma episode 47 “kecanduan film porno dan mengalami penyimpangan seksual. Peneliti menemukan 9 scene untuk kemudian dianalisis dengan menggunakan metode semiotika Ferdinand De Saussure yang dimana terdiri dari bunyi-bunyian dan gambar yang disebut *signifier* atau penanda, dan konsep-konsep dari bunyi-bunyian dan gambar yang disebut *signified* atau yang ditandai. Hasil yang didapat bahwa dalam acara *reality show* tersebut terdapat pesan mistik yang menggambarkan partisipan sebagai seorang yang mengalami penyimpangan seksual dan kecanduan film porno dengan pesan-pesan mistik berupa kengerian, supranatural, dan unsur makhluk ghaib yang ada dalam diri partisipan.

Kata Kunci : Reality Show, Pesan Mistik, Semiotika Saussure

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi massa yaitu komunikasi yang dilakukan oleh media massa dengan banyak tujuan komunikasi dan untuk menyampaikan informasi kepada orang banyak. berbagai bagian penting dalam komunikasi antaranya: komunikator, media massa, pesan, gatekeeper, khalayak, dan umpan balik. Sekarang ini komunikasi massa itu sendiri sudah memakai berbagai bentuk media yang digunakan mulai dari media cetak, media elektronik sampai media online atau yang lazim disebut dengan media baru. Tapi dari media-media yang telah disebutkan di atas, media elektronik khususnya TV menjadi media yang cukup berkembang pesat. Ini dikarenakan TV dapat memberi informasi dalam bentuk audio visual.

Semiotika ialah ilmu yang mempelajari tentang sebuah tanda (sign). pada ilmu komunikasi sign merupakan suatu interaksi makna yang disampaikan orang lain lewat tanda-tanda. saat komunikasi tidak hanya dalam bahasa langsung saja tetapi dengan tanda itu juga dapat berbicara. Dengan ada atau tidak adanya kejadian, struktur yang ditemui dalam sesuatu, suatu budaya semua itu dapat disebut tanda. Satu bendera, gerakan tangan, suatu kata, suatu keheningan, gerak syaraf, kejadian memerahnya wajah, rambut uban, semua itu disebut suatu tanda.

Kelebihan Saussure dari Stanley J. Grenz yaitu beliau dapat menyerang pemahaman “historis” kepada bahasa yang timbul pada abad ke-19. Ia memulai studi bahasa dengan fokus dengan sikap linguistik rill (bicara manusia, parole). Penelitian tersebut mencari perkembangan kata-kata dan gaya sepanjang sejarah, mencari unsur-unsur

yang ada seperti geografi, pindahan penduduk, perubahan jumlah penduduk dan faktor lain yang berpengaruh pada perilaku linguistik manusia (Grenz, 2001:178).

Dalam teori semiotika ada unsur penting antaranya penanda (*signifier*) dengan pertanda (*signified*). Eksistensi semiotika. Saussure ialah hubungan dengan penanda dan pertanda yang mendasar dari konvensi biasa dikenal dengan signifikasi. Semiotika signifikan ialah cara *sign* yang membahas hubungan elemen tanda pada suatu cara berpatokan pada kebiasaan beberapa konvensi. ungkapan Saussure tanda terdiri dari: Bunyian dan gambar, disebut *signifier* atau penanda, dan unsur-unsur dari bunyian dan gambar disebut *signified*.

Industri hiburan dari waktu ke waktu menunjukkan perkembangan, seperti halnya dengan tayangan tayangan reality show. Pada mulanya tayangan reality show hanya digunakan sebagai bagian dari hiburan semata, namun dengan seiring berjalannya waktu, tayangan reality show juga bisa digunakan sebagai alat penyampaian pesan. Kebenaran ini terus bergulir dari masa ke masa sebab tidak sedikit usahawan dibidang pertelevisian mulai menayangkan hiburan kepada masyarakat luas. Hal ini dilakukan karena masyarakat sudah semakin cerdas dalam memilih saluran televisi yang bermanfaat.

Televisi merupakan salah satu media massa elektronik yang berperan penting bagi kelancaran proses komunikasi. TV memberi informasi dengan cepat dan tepat. Dunia pertelevisian sendiri begitu dinamis pada era ini televisi menunjukkan diri sudah mampu bertahan televisi hingga terus eksis, berubah menjadi media yang semakin maju.

Sekarang TV sudah jadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Kebanyakan orang menghabiskan waktu lebih lama di depan TV dibandingkan waktu yang dipakai guna berbicara dengan keluarga atau pasangan mereka. Banyak orang menganggap kalau televisi adalah teman, televisi menjadi cermin kelakuan masyarakat dan televisi juga bisa jadi candu, televisi membujuk kita untuk mengonsumsi lebih banyak dan lebih banyak

lagi dan memperlihatkan kebiasaan orang dan memberi masukan mengenai cara orang menjalani hidup (Morisan 2008:2)

Acara-acara TV yang ditayangkan untuk masyarakat ditandai dengan kemunculan televisi swasta di Indonesia. Hal ini sesuai dengan jalan yang dibuat oleh pemerintah Indonesia yang memberikan izin pendirian stasiun televisi yang murni komersial dan dimiliki swasta stasiun televisi adalah RCTI, SCTV, MNCTV, ANTV, INDOSIAR, TRANS CORPORATION, METRO TV, dan TV ONE. Kesembilan stasiun ini berlombalomba untuk menarik penonton.

Karma ialah acara reality show berunsur gaib yang muncul di ANTV setiap hari pukul 23.30 WIB dengan durasi 1 jam. Program ini menunjukkan kalau di Indonesia ada sangat banyak orang-orang yang di ketahui mempunyai kepercayaan gaib. Wujud pesan gaib dalam acara Karma yaitu di saat melakukan pembicaraan dengan makhluk gaib yang ada dalam badan orang yang dirasuki bersama host. Ini adalah kekuatan hubungan dalam unsur gaib.

Episode yang disajikan dalam acara Reality Show Karma sangat banyak memberikan penggambaran mengenai mitos kekuatan gaib atau mistik yang dialami oleh seseorang pada masa lalunya. Gencarnya tayangan yang berbau mistik di televisi, telah membuat banyak masyarakat terpengaruh dan tertarik untuk menonton. Tayangan Karma ini dibuka oleh seorang paranormal asal Indonesia yang bernama Roy Kiyoshi, Roy itu seorang peramal yang sedang booming saat ini, berkat munculnya Ia sebagai peramal di tayangan Karma.

Kemajuan orang Indonesia sejak dulu, saat kerajaan-kerajaan dan dinasti-dinasti masih berkuasa sampai saat ini, selalu diwarnai dengan nuansa-nuansa mistik, kepercayaan pada hal-hal Irasional. Ini adalah bentuk kebiasaan turun temurun dari nenek moyang. Masyarakat Indonesia di era modern masih mempercayai hal-hal yang berbau mistik, bahkan masyarakat hingga sekarang ini masih mengakui kearamat di tongkat Soekarno, mantan Presiden RI,

keyakinan akan adanya Nyi Roro Kidul di Pantai Selatan Jawa dan berbagai contoh yang lain.

Pada lingkup masyarakat modern sekarang gejala tersebut menjadi unik untuk dibincangkan sebab masyarakat bergantung pada budaya gaibnya, terlebih upacara gaib di tempat-tempat yang dinilai dilarang kemudian ditampilkan di banyak media baik dalam wujud *film*, *sinetron*, *reality show*. Acara serupa *reality show* lebih mengutamakan sikap reflek dari yang melakukannya, sekarang ini sementara trend di TV. Tercatat “Masih Dunia Lain” juga “Dua Dunia” (Trans7), “Gentayangan” (TPI), “Karma” (ANTV).

Munculnya kejadian mistik di televisi ini sebabkan sejumlah masalah dan ancaman pada kehidupan masyarakat misalnya muncul rasa takut yang sangat over, keyakinan akan kekuatan barang-barang tertentu, orang berkekuatan dan banyak lainnya. Mistik ialah hubungan erat “kejiwaan” dan tanggung jawab manusia yang lebih mementingkan kemampuan firasat orang dalam meramal kebiasaan. Wujud dari tayangan mistik yang terjadi dalam acara Karma yaitu seperti mengunjungi orang-orang yang dipercaya memiliki mitos dan kekuatan mistis. Orang-orang yang dirasuki ialah orang yang telah ditetapkan dahulu dan dalam hal punya masa lalu tentang mitos dan gaib (Anggraini, 2013).

Motif menggunakan acara Karma untuk subjek yang diteliti karena tayangan Karma memiliki daya tarik tersendiri dibandingkan dengan tayangan berbau gaib lainnya. Tayangan Karma menggunakan cara yang lain dari acara lainnya yaitu menggali karma seseorang yang diyakini punya mitos dan biasa berkomunikasi dengan makhluk gaib melalui perantara tubuh manusia, berbeda dengan tayangan-tayangan lain seperti Dua Dunia (Trans 7), Gentayangan (TPI). Acara ini ada dari kemauan akan dimunculkannya mitos dan kebiasaan gaib yang muncul di Indonesia. Lain dari kelebihan luar biasa di luar akal manusia yang ada dan hidup dari budaya itu akan disajikan dengan sentuhan pikiran ilmu pengetahuan melalui penelitian

yang sudah dibuat sebelumnya. Oleh karena itu dari penelitian ini diputuskan mengambil judul “Analisa Semiotika Terhadap Pesan Mistik Pada Tayangan KARMA di ANTV (Episode 47 Kecanduan Film Porno dan Mengalami Penyimpangan Seksual).

1.2 Rumusan Masalah

Dalam melakukan penelitian, masalah perlu dirumuskan terlebih dahulu untuk mempermudah dalam penelitian. Dari latar belakang tersebut maka rumusan masalah yang diangkat pada penelitian ini ialah:

Bagaimana pesan mistik pada tayangan Karma di ANTV (Episode 47 Kecanduan Film Porno dan Mengalami Penyimpangan Seksual)?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang telah disampaikan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan memahami pesan mistik pada tayangan Karma di ANTV (episode 47 kecanduan film porno dan mengalami penyimpangan seksual).

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

a. Untuk menjadi pengetahuan tambahan bagian mahasiswa mengenai tayangan-tayangan yang disajikan di media massa, khususnya dalam bentuk video klip di televisi.

b. Untuk dipahami lebih jauh tentang aplikasi dari teori-teori komunikasi yang dipakai pada situasi dan konteks penelitian ini. dari penelitian ini peneliti harap dapat memberikan masukan bagi disiplin ilmu komunikasi.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan gambaran tentang bagaimana pesan mistik pada acara reality show Karma Episode 47 Kecandun Film Porno dan Mengalami Penyimpangan Seksual.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Irene. 2013. *Perilaku Masyarakat Surabaya Pada Pesan Mistik Dalam Program Acara Dua Dunia Di Trans 7*. Skripsi: Universitas Kristen Petra Surabaya
- Ardianto, Elvinara dan Lukiah Komala Erdinaya. 2004. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Dharma, Arif Suwardi. 2014. *Analisis Semiotik Nilai-Nilai Nasionalisme Pada Film Tanah Surga Katanya*. Skripsi: Universitas Tribhuwana Tungga Dewi Malang
- Burhan Bungin. 2011. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup
- Effendy, Onong Uchayana. 2007. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Karya
- Hurlock. 1980. *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta: Erlangga
- Himawan Pratista. 2008. *Memahami Film*. Yogyakarta: Homerian Pustaka
- Mondry. 2008. *Pemahaman Teori dan Praktek Jurnalistik*. Bogor: Graha Indonesia
- Morisan. 2008. *Jurnalistik Televisi Muttakhir*. Jakarta: Kencana
- Nawiroh, Vera. 2014. *Semiotika Dalam Riset Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Grahafindo Persada
- Sobur Alex. 2003. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Sobur Alex. 2015. *Analisis Teks Media Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Freming*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Tinarboku, S. 2009. *Semiotika Komunikasi Visual Edisi Revisi*. Yogyakarta: Jalasutra
- Yannes Irwan Mahendra. 2010. *Dari Hobi Jadi Profesional*. Yogyakarta: Andi