

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pada akhir abad ke 19 penemuan televisi telah melalui berbagai eksperimen yang dilakukan oleh para ilmuwan. Televisi adalah salah satu media massa yang sifatnya audio visual, serta program tayangan yang beragam menjadi daya tarik tersendiri yang dimiliki oleh media ini.<sup>1</sup> Televisi saat ini telah menjadi pilihan masyarakat karena mampu menampilkan tidak hanya suara atau tulisan namun audio visual gabungan antara gambar, suara dan tulisan. Sehingga menyajikan informasi yang menarik dan memudahkan masyarakat atau khalayak menerima informasi tersebut.

Media televisi adalah media komunikasi massa dengar pandang, yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara dan gambar secara umum, baik terbuka maupun tertutup, berupa program yang teratur dan berkesinambungan. Televisi memiliki fungsi tidak hanya sebagai media informasi namun juga sebagai sarana hiburan. Sejak tahun 2004 hingga kini dunia pertelevisian berkembang pesat mulai dari hadirnya stasiun televisi RCTI, SCTV, TRANS TV, GLOBAL TV, INDOSIAR, METRO TV, INDOSIAR, ANTV, TRANS 7 sampai NET TV. Dunia televisi merupakan dunia yang sarat akan pencitraan yaitu realitas sosial

---

<sup>1</sup> Sri Yulianti, Persepsi Masyarakat tentang Program Acara *Reality Show* “Catatan Si Olga” di Kelurahan Gunung Lingai Kecamatan Sungai Pinang Samarinda, *ejournal ilmu komunikasi*, 2013, Vol 1 No 1. hlm.47.

senantiasa dimainkan dalam sebuah ruang pencitraan.<sup>2</sup> Para penguasa media dalam menjalankan kekuasaan, menggunakan sistem ide-ide yang diungkap dalam komunikasi yang disebut ideologi. Ideologi yang tersalurkan melalui tayangan digunakan untuk menunjukkan bagaimana teks-teks dan praktik budaya tertentu menghadirkan pelbagai ciri tentang realitas yang sudah distorsi atau diselewengkan. Teks-teks dan praktik itulah yang kemudian memproduksi 'kesadaran palsu'.<sup>3</sup>

Kesadaran palsu dalam aliran Marxisme Frankfurt menyatakan idenya, adalah bahwa media mengungkapkan kekuasaannya dengan menciptakan ide yang palsu tentang berbagai nilai dan hubungan sosial. Sehingga apa yang kita tahu sebagai benar adalah angan-angan. Pandangan tentang dunia banyak dibentuk melalui media. Kesadaran palsu yang muncul dari media massa berasal dari acara atau program TV yang media produksi. Produk yang telah mereka realisasikan seperti game show, sinetron, film, FTV, *Reality Show*, talkshow, berita dll. Salah satunya adalah acara *Reality Show*, acara realitas adalah acara televisi yang menggambarkan adegan seakan akan benar berlangsung tanpa skenario, dengan pemain yang umumnya khalayak umum biasa, bukan pemeran. Acara dokumenter dan acara dan acara seperti

---

<sup>2</sup> Dewi K. Soedarsono, Pesan Komunikasi Pendidikan Di Media Televisi, *Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 2012, Vol. 2. No. 2. hlm. 49-50.

<sup>3</sup> Dwi Ratna Aprilia, Iklan dan Budaya Populer: Pembentukan Identitas Ideologis Kecantikan Perempuan oleh Iklan (Analisis Semiotika Iklan Cetak WRP Body Shape & Prolene), *Jurnal Komunikasi*, No.1, hlm.43.

berita dan olahraga tidak termasuk acara realitas.<sup>4</sup> Dengan kata lain, *Reality Show* adalah suatu jenis program televisi yang menayangkan kehidupan seseorang dalam dunia nyata, bukan menampilkan tokoh ‘buatan’ yang diperankan oleh seorang aktor atau aktris.

Di Indonesia saat ini sudah banyak televisi yang menayangkan berbagai macam *Reality Show*, mulai dari program yang mengangkat realitas percintaan hingga kemiskinan. Salah satu program *Reality Show* yang di nilai telah mempertontonkan kemiskinan adalah acara Bedah Rumah. Acara tersebut memiliki konten berlatar belakang sosial dengan memperlihatkan kemiskinan yang dialami oleh kelas bawah. *Reality Show* Bedah Rumah ditayangkan di stasiun televisi GTV, dan tayang setiap hari di pertelevisian Indonesia. Sistem dari *Reality Show* Bedah Rumah yakni target didatangi oleh seorang mahasiswi untuk mengikuti kehidupan keseharian target. Kemudian target diberitahu rumahnya akan direnovasi selama 24 jam. Target diajak jalan-jalan, makan malam bersama hingga berbelanja sampai rumah selesai di renovasi. Selama proses shooting target ditampilkan apa adanya dan mulai berpenampilan rapi ketika mereka diajak untuk pergi.

Melalui tayangan *Reality Show* media televisi menjadikannya sebagai peluang ekonomi untuk meraup keuntungan. Tayangan dijadikan sebuah komoditi oleh media televisi untuk dapat bersaing dengan media lain. Komoditi yang diperoleh oleh

---

<sup>4</sup> Awaliya Frisnawati, Hubungan Antara Intensitas Menonton *Reality Show* Dengan Kecenderungan Perilaku Prosocial Pada Remaja, *Emphathy*, 2012, Vol.1 No.1, hlm.49.

televisi biasanya dilihat berdasarkan hasil *rating* dan *share* sebuah program. Jumlah *rating* dan *share* menjadi tolak ukur kesuksesan televisi dan dapat menjadikan program tetap bertahan dalam industri pertelevisian. Dari tetap adanya *Reality Show* pada dunia hiburan televisi Indonesia, dapat dikatakan bahwa tayangan *Reality Show* mendapat respon positif dari masyarakat, dengan bertahannya program *Bedah Rumah* sampai sekarang.

Penelitian ini akan dilakukan dengan menggali informasi lebih dalam melalui penonton *Reality Show* kemiskinan. Karakteristik khalayak yang ditinjau adalah berdasarkan tingkat pendidikan. Tingkat pendidikan menjadi tolak ukur seseorang dalam berfikir dan memahami bentuk dari komunikasi. Bentuk komunikasi yang dilakukan bisa secara langsung atau komunikasi melalui media massa. Tidak hanya penonton namun media sebagai pembuat dari acara *Reality Show* akan menjadi wadah informasi pendukung bagi penelitian. Media yang akan diteliti dalam penelitian ini merupakan sebuah *Production house Asia Media Productions* yang bekerja sama dengan stasiun televisi GTV. Informasi akan didapatkan melalui salah satu produser yang terlibat dalam acara *Reality Show* tersebut.

Fenomena efek media televisi yang berkembang pada khalayak sangat penting dikaji lebih dalam, dimana hal tersebut dapat melihat proses terbentuknya kesadaran palsu pada khalayak melalui praktik ekonomi yang dilakukan media televisi. Praktik ekonomi yang dilakukan televisi salah satunya melalui tayangan *Reality Show*.

Tayangan *Reality Show* kemiskinan *Bedah Rumah*, yang diduga banyak menampilkan adegan-adegan kesedihan yang dapat memunculkan kesadaran palsu dalam diri penonton. Oleh karena itu peneliti ingin melihat proses terbentuknya kesadaran palsu pada khalayak dan ideologi dalam media membentuk kesadaran palsu pada khalayak. Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan diatas, maka dari itu judul yang diambil dalam penelitian ini adalah “Pembentukan Kesadaran Palsu Oleh Televisi Pada Khalayak (Studi Kasus: Masyarakat Penonton Tayangan *Reality Show* *Bedah Rumah* GTV)”

## **1.2 Permasalahan Penelitian**

Dari latar belakang yang telah dipaparkan diatas, bahwa televisi saat ini masih menayangkan beberapa program dengan mempertontonkan kemiskinan. Hal ini dilatabelakangi dengan beberapa faktor diantaranya, karena ingin mengejar *rating* dan mencari keuntungan tersendiri. Dengan maraknya tayangan televisi yang mempertontonkan kemiskinan menyebabkan penonton menjadi kehilangan pemikiran rasional dari apa yang telah mereka lihat. Kehilangan pemikiran rasional dalam sosiologi diartikan sebagai munculnya kesadaran palsu. Kesadaran palsu menjadikan seseorang sadar dengan apa yang telah dilihat adalah palsu. Jika hal tersebut terjadi secara menyeluruh kepada khalayak akan menimbulkan masalah yaitu kemunduran dalam berpikir pada diri penonton.

Berdasarkan uraian permasalahan diatas, maka peneliti ingin membatasi permasalahan penelitian. Hal tersebut agar penelitian yang dilakukan akan lebih fokus dan mempermudah dalam melakukan penelitian. Maka, permasalahan penelitian yang peneliti angkat adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana proses pembentukan kesadaran palsu pada acara Bedah Rumah GTV?
2. Bagaimana ideologi dalam media membentuk kesadaran palsu pada khalayak?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan penelitian, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Menggambarkan proses pembentukan kesadaran palsu pada acara Bedah Rumah GTV
2. Mendeskripsikan ideologi dalam media membentuk kesadaran palsu pada khalayak

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini memiliki manfaat diantaranya:

a. Manfaat Akademis

1. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pustaka untuk pengembangan ilmu Sosiologi, khususnya dalam melihat fenomena

mengenai efek dari media televisi yang dilihat dari kajian sosiologi komunikasi dan budaya.

2. Hasil ini penelitian diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang memiliki topik sama tentang efek dari media televisi untuk menjadi bahan kajian pustaka dalam penyusunan penelitian.
3. Memberikan sumbangan pengetahuan bagi para pembaca mengenai fenomena efek dari televisi dan ideologi dalam media televisi.

b. Manfaat Praktis

1. Dari hasil penelitian mengenai pembentukan kesadaran palsu oleh televisi pada khalayak, peneliti berharap dapat memberikan masukan dan arahan-arahan kepada khalayak tentang fenomena efek media televisi, agar dapat meminimalisasi kemunduran pola pikir pada khalayak.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan pengetahuan bagi khalayak mengenai dampak yang ditimbulkan efek dari media televisi. Sehingga dapat menjadi pertimbangan khalayak dalam memilih dan memahami tontonan yang baik serta mengedukasi.

### **1.5 Tinjauan Penelitian Sejenis**

Penelitian mengenai fenomena efek dari media televisi sudah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Pembahasan mengenai media televisi yang telah dilakukan

oleh para peneliti sebelumnya lebih dominan membahas mengenai komodifikasi media dalam menayangkan *Reality Show* kemiskinan. Pembahasan mengenai media televisi pada penelitian terdahulu lebih banyak dilihat dari sisi efek dari bagaimana media memproduksi saja yang dikaji melalui analisis semiotika. Namun juga terdapat penelitian yang dilakukan oleh para ahli dibidang komunikasi dalam melihat persepsi audiens didalam media televisi. Namun, tidak menutup kemungkinan bahwa fenomena dalam media televisi akan dikaji dan diteliti oleh peneliti dari bidang ilmu lain. Berkaitan dengan tema penelitian ini, terdapat beberapa penelitian sejenis yang dapat dijadikan referensi bagi peneliti untuk menyusun penelitian mengenai pembentukan kesadaran palsu oleh media massa pada khalayak.

Penelitian mengenai efek media massa yang dilakukan oleh Praba Mumpuni pada tahun 2018 dengan judul penelitian Komodifikasi Kemiskinan pada *Reality Show* “Mikrofon Pelunas Hutang”.<sup>5</sup> Permasalahan dalam penelitian ini yaitu Menganalisis bagaimana ketidakmampuan seseorang dalam melunasi hutangnya pada *Reality Show* “Mikrofon Pelunas Hutang” menjadi suatu tontonan yang menarik perhatian pemirsa dan menjadi Komoditas yang dijual pada para pemasang iklan. Metodologi pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan dalam menganalisis permasalahan ini menggunakan konsep komodifikasi dan teori ekonomi politik.

---

<sup>5</sup> Praba Mumpuni, Komodifikasi Kemiskinan pada *Reality Show* “Mikrofon Pelunas Hutang, *Majalah Ilmiah Inspiratif*, 2018, Vol.3, No. 5.



Hasil Penelitian ini menjelaskan bagaimana realitas kemiskinan mampu menarik para pemirsa dan komoditas para pemasang iklan. Acara televisi yang mengemas realitas dalam dunia media dinamakan *Entertainment* yang berisikan hiburan dan edukasi selain informasi seperti acara *News*. Biasanya entertainment dapat berupa hiburan, kegiatan sehari-hari seorang artis atau game show. Games show dikategorikan menjadi dua yaitu ketangkasan dan *Reality Show*. Microfon pelunas hutang termasuk kedalam jenis acara *Reality Show* yang menggambarkan realitas kehidupan seseorang atau keluarga dalam ketidakmampuannya membayar hutang.

Dalam menjelaskan komodifikasi kemiskinan dan kemudian mengaitkannya pada acara microfon pelunas hutang, Peneliti menggunakan teori Ekonomi Politik yang menekankan pada bagaimana sebuah perusahaan memproduksi, mendistribusikan, menjual film, majalah atau pemberitaan dan bagaimana cara memutuskan mengenai apa yang mereka lihat, baca, atau dengarkan, dan akhirnya bagaimana tanggapan dari audiens menjadi bahan untuk memproduksi sesuatu yang baru. Konsep komodifikasi juga digunakan untuk menggambarkan bagaimana media dapat mengkomoditas para pemasang iklan. Komodifikasi adalah proses merubah nilai pada suatu produk yang tadinya hanya memiliki nilai guna kemudian menjadi nilai tukar dimana nilai kebutuhan atas produk ini ditentukan lewat harga yang sudah dirancang oleh produsen. Menurut Mosco yang dikutip oleh Praba Mumpuni didalam jurnal

Komodifikasi Kemiskinan *Reality Show* “Microfon Pelunas Hutang” menyebutkan tiga bentuk komodifikasi yaitu:

1. Komodifikasi konten, dimana telah terjadi transformasi pesan dari hanya sekedar data menjadi sistem pemikiran penuh makna dalam bentuk produk yang dapat dipasarkan.
2. Komodifikasi audiens, dimana audiens dijadikan komoditas yang “dijual” kepada para pengiklan. Audiens dijadikan komoditi para media untuk mendapatkan iklan dan pemasukan.
3. Komodifikasi pekerja, dimana keahlian dan jam kerja para pekerja dijadikan<sup>6</sup> Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Lilik Kustanto pada tahun 2015 yang berjudul “Analisis Naratif: Kemiskinan dalam Program Reality TV (Pemberian Misterius di Stasiun SCTV)”.<sup>7</sup> Permasalahan penelitian ini yaitu menganalisis teks naratif untuk menjelaskan kemiskinan yang diciptakan reality TV melalui teks narasi. Metodologi yang digunakan adalah kualitatif dengan konsep kemiskinan dan Konsep Narasi Oposisi Biner Levi Strauss.

Hasil penelitian ini membahas permasalahan masyarakat sebagai penonton terletak pada interpretasi mereka yang melihat hanya permukaan program. Dalam menggambarkan sebuah kemiskinan yang tereksplorasi dan tidak layak untuk di

---

<sup>6</sup>*Ibid.*, hlm.7-8.

<sup>7</sup> Lilik Kustanto, Analisis Naratif: Kemiskinan dalam Program Reality TV “Pemberian Misterius” di Stasiun SCTV, *Jurnal Rekam*, 2015, Vol. 11 No. 2.

tonton masyarakat, metodologi yang di gunakan adalah analisis naratif yang mana membantu menganalisis, memahami, dan mengevaluasi sebuah kisah. Salah satunya dengan konsep opsisi biner digunakan untuk membahas adanya perbedaan dalam sebuah teks narasi. Levi Strauss menggunakan dua konsep penting dari Saussure, yaitu pembedaan dan konsep sintagmatik dan paradigmatis.

Konsep sintagmatik merupakan pembacaan hubungan antara satu tanda dengan tanda lain dalam satu kesatuan yang linear. Dalam sebuah teks narasi *reality TV* PM tanda tersebut dapat dibaca dalam bentuk pemecahan *synopsis* atau bagian di dalam *treatment* ataupun pengurutan kejadian-kejadian. Di mana urutan kejadian-kejadian tersebut saling memiliki relasi yang terhubung. Seperti sebuah *scene* dengan *scene* lainnya dalam satu teks narasi, memiliki hubungan atau relasi. Menurut Ahimsa Putra yang dikutip oleh Lilik Kustanto didalam jurnal Analisis Naratif: Kemiskinan dalam program *reality TV* “Pemberian Misterius” di Stasiun SCTV konsep paradigmatis merupakan relasi antara tandatanda dalam suatu paradigma (kesamaan umum): unit-unit memiliki kesamaan karakteristik yang menentukan keanggotaannya dalam paradigma tersebut.<sup>8</sup>

Pembacaan teks dilakukan dengan analisis biner dengan pembagian kelompok tokoh dan karakter. Hasilnya karakter dan tokoh dibedakan dalam kelompok yaitu pemberi hadiah bantuan sebagai kelompok pahlawan dan yang ditolong atau penerima bantuan. Selanjutnya pembacaan secara paradigmatis dapat menjelaskan

---

<sup>8</sup> *Ibid.*, hlm. 116.

bahwa dari pengelompokan yang memiliki relasi tersebut di atas dapat dibaca jelas adanya perbedaan (oposisi biner) di antara kedua kelompok. Sosok Ibu Rini Nurhayati digambarkan sebagai sosok yang mau membantu Ibu Sulastri dengan ikhlas mengantarkan amplop uang kepada Ibu Puji Rahayu. Ibu Rini Nurhayati juga digambarkan sebagai masyarakat golongan ekonomi lemah yang memiliki masalah ekonomi.<sup>9</sup>

Dari hasil pembacaan oposisi biner dalam *reality TV PM* tersebut, dapat disimpulkan oposisi biner yang muncul secara nyata (eksplisit) adalah adanya pemberi hadiah dan yang menerima hadiah. *Reality TV PM* nampak sebagai program yang menggambarkan adanya kebaikan dari sosok pahlawan yang mampu memberikan bantuan atau menolong orang lain yang membutuhkan. Kesimpulannya dalam *reality TV Pemberian misterius di SCTV* menunjukkan adanya pembagian kelompok antara jiwa penolong, kedermawanan, sifat-sifat baik orang terhadap orang lemah, yang tidak lain merupakan makna yang terbaca dalam teks penayangan program tersebut kemudian oleh media di angkat untuk dicitrakan ke masyarakat. Intinya program ini tidak sepenuhnya menolong namun mencari keuntungan dengan menjadikan tokoh sebagai objek untuk menggerakkan program agar tetap berjalan dan mendapat rating tinggi. Penelitian ini mendapatkan apa yang terjadi dibalik realitas media melalui analisis narasi teks yang digunakan.

---

<sup>9</sup> *Ibid.*, 118.

Penelitian yang dilakukan oleh A. Yani Surachman pada tahun 2016 dengan judul Media dan Ideologi (Kajian terhadap Pandangan Austin Croteau: *Media Representations of the Social World*).<sup>10</sup> Permasalahan penelitian ini yaitu Menganalisis hal-hal yang mendasari terbentuknya pesan dalam isi media dan siapa yang berkepentingan dalam pesan tersebut. Metodologi pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan dalam menganalisis permasalahan ini menggunakan konsep ideologi marxisme.

Hasil penelitian ini membahas media dan ideologi namun lebih kepada siapa yang berkepentingan didalam pesan yang disampaikan oleh media tersebut. Apa yang menjadi produk media massa saat ini sudah membaaur dan diterima masyarakat. Dalam menggambarkan kekuatan media dalam mempengaruhi masyarakat peneliti mengaitkan dengan pandangan McLuhan yang berpikir bahwa budaya kita dibentuk oleh bagaimana cara kita berkomunikasi. Paling tidak, ada beberapa tahapan yang layak disimak. *Pertama*, penemuan dalam teknologi komunikasi menyebabkan perubahan budaya. *Kedua*, perubahan di dalam jenis-jenis komunikasi akhirnya membentuk kehidupan manusia. *Ketiga*, sebagaimana yang dikatakan McLuhan bahwa “Kita membentuk peralatan untuk berkomunikasi, dan akhirnya peralatan

---

<sup>10</sup> A. Yani Surachman, Media dan Ideologi (Kajian terhadap Pandangan Croteau: Media Representations of the Social World), *Prolistik*, 2016. Vol. 1 No 1.

untuk berkomunikasi yang kita gunakan itu akhirnya membentuk atau mempengaruhi kehidupan kita sendiri”.<sup>11</sup>

Ideologi mempunyai persepektif tertentu yang mewakili kepentingan yang berbeda, banyak politisi, aktivis dan kelompok warga mengunggah gagasan melalui media dengan tujuan mempresentasikan perbedaan ideologi yang mereka miliki tergantung oleh pemahaman dan kepentingannya. Perbedaan-perbedaan ideologi yang disampaikan oleh media inilah yang membuat isi pesan dalam media mengandung kontroversi karena banyak golongan dengan berbagai macam ideologi yang menyikapinya dengan cara dan pandangan mereka sendiri.

Konsep hegemoni Marxisme yang digunakan oleh peneliti untuk menggambarkan ideologi yang bermain didalam media dan kepentingan-kepentingan yang melatar belakangi isi sebuah pesan dalam media. Ideologi Marxis berawal dari diskusi tentang konsep “kesadaran palsu.” Ideologi dipandang sebagai mekanisme yang kuat dari kontrol sosial dimana anggota kelas penguasa menerapkan pandangan dan kepentingan mereka pada anggota kelas di bawahnya. Kelas bawah menerima ideologi dasar kelas penguasa.

Oleh karena itu, pandangan kelas bawah dapat dikatakan melayani kepentingan orang lain. Inilah yang disebut kaum Marxis sebagai kesadaran palsu.<sup>12</sup> Konsep kesadaran palsu inilah yang digunakan untuk mengkritik media massa, dasarnya

---

<sup>11</sup> *Ibid.*, hlm. 14.

<sup>12</sup> *Ibid.*, hlm.17.

tentang bagaimana bernegosiasi dan bahkan menentang ideologi yang lebih kuat. Selain itu, yang menggambarkan konsep ideologi media adalah konsep hegemoni Gramsci terkait budaya kekuasaan dan ideologi kelompok-kelompok yang berkuasa.

Penelitian menggunakan metodologi analisis deskriptik dengan teknik kualitatif dan pengumpulan data dilakukan dengan mengumpulkan data sekunder berupa literature jurnal, buku, kepustakaan, surat kabar dan media online. Data empiric yang ia temukan berasal dari surat kabar dan media online yang berkembang luas mengenai misalnya, keberpihakan media didalam perpolitikan dan ideologi yang mereka gunakan berdasarkan dorongan terkuat orang yang berkuasa didalamnya.

Intinya dalam menggambarkan siapa yang berkuasa dan ideologi apa yang digunakan oleh media tersebut, peneliti menganalisisnya berdasarkan data empirik dan realitas yang dihadirkan oleh media itu sendiri. Determinisme teknologi media massa akan selalu memunculkan dampak. Media massa mampu membentuk seperti apa manusia, manusia mau diarahkan ke lebih baik disinilah media massa memiliki peran. Namun demikian, media massa juga punya andil dalam memperburuk keberadaan manusia itu sendiri. Dapat di katakan bahwa media dan ideologi selalu bersanding, karena media adalah pesan itu sendiri, dan pesan itu merupakan bagian dari proses hegemoni.

Selanjutnya penelitian mengenai efek media yang dilakukan oleh Michael J. Thompson pada tahun 2015 dengan judul "*False Consciousness Reconsidered: A*

*Theory of Defective Social Cognition*".<sup>13</sup> Permasalahan dalam penelitian ini yaitu lebih banyak menggambarkan bagaimana rekonstruksi dari Merekonstruksi konsep kesadaran palsu dilihat sebagai bentuk-bentuk penalaran yang cacat yang berasal dari bentuk-bentuk sosialisasi tertentu. Metodologi yang digunakan adalah kualitatif dengan memaparkan hubungan antara irasionalisme dan kesadaran palsu serta bentuk-bentuk kesadaran palsu dilihat berdasarkan sosialisasi yang dianggap salah. Tujuan dari penelitian ini adalah agar individu dapat memahami dan mengkritisi tatanan sosial masyarakat saat ini dengan pemahaman bahwa kesadaran palsu bersumber dari irasionalisme.

Dalam temuannya peneliti memaparkan kategori dari kesadaran palsu, kategori tersebut berdasarkan uraian dari dua dimensi yang membentuk kesadaran palsu. Sebelumnya, Dimensi integratif-difusif mengatakan kapasitas individu untuk mengintegrasikan konsep atau masalah fakta dalam interpretasi mereka tentang realitas. Jurang antara pengalaman fenomenologis dunia di satu sisi, dan realitas empiris aktual dunia pada hasil lainnya dari ketidakmampuan subjek yang diberikan untuk memberikan alasan akurat atau penjelasan atas realitas yang ia alami.

Sedangkan, dimensi kritis heteronimis atau kondisi 'heteronom', mengambil kebenaran dan prinsip tentang dunia dari yang lain, bukan dari pemahaman seseorang. Lebih penting lagi, itu berarti kurangnya pemahaman tentang dunia yang

---

<sup>13</sup> Michael Thompson, *False Consciousness Reconsidered: A Theory of Defective Social Cognition*, *Critical Sociology*, 2015, Vol 4 No 3.



menjadi miliknya sendiri, datang melalui kekuatan kekuatan kognitif agen itu sendiri, dan karena itu menginternalisasikan konsep, skema, dan ide tentang dunia dari orang lain - biasanya struktur opini yang sangat doxic dan umumnya tidak kritis terhadap bentuk-bentuk kekuasaan yang meliputi masyarakatnya. Kategori kesadaran palsu mencakup berbagai kognisi sosial, tetapi tetap memiliki koherensi yang mampu menegakkan proses pemikiran individu jauh dari kekuatan sosial.

Penelitian yang dilakukan oleh Van Zoonen pada tahun 2017 yang berjudul "*False Consciousness as Media Effect*".<sup>14</sup> Penelitian ini mengambil permasalahan yaitu menganalisis hubungan audiens dengan media melalui konsep kesadaran palsu sebagai efek media. Metodologi yang digunakan adalah kualitatif dengan menggunakan konsep kesadaran palsu dan konsep hegemoni Gramsci. Dalam menggambarkan penelitiannya ia membagi menjadi tiga review dalam jurnalnya. Pertama ia membahas teori Marxist dan Neo Marxist tentang ideologi, kedua membahas perspektif Adorno dan Horkheimer tentang industri budaya yang berkaitan dengan kesadaran dan media, yaitu bagaimana ide kapitalis industri budaya dapat menghasilkan efek media pada individu terutama berkaitan dengan tatanan sosial, keyakinan, legitimasi dari kaum kapitalis.

Terakhir ia membahas teori feminis dalam kesadaran palsu yang diproduksi oleh industri media patriarki. Kesadaran palsu dalam teori Marxist diartikan sebagai cara berfikir seseorang dalam memandang benar situasi sosial dan ekonomi mereka.

---

<sup>14</sup> Van Zoonen, *False Consciousness as Media Effect*, *ResearchGate*, 2017.

Sedangkan menurut John T Jost (1995) Kesadaran palsu didefinisikan sebagai "memegang keyakinan salah yang bertentangan dengan kepentingan sosial seseorang dan yang dengan demikian berkontribusi pada posisi diri atau kelompok yang kurang beruntung".<sup>15</sup> Dalam kajian media dan psikologi konsep kesadaran palsu menjadi konsep yang mampu menggambarkan hubungan media dan komunikasi yang mempengaruhi individu, hubungan kekuasaan yang mampu mengartikulasikan pikiran, perasaan dan perilaku individu.

Sedangkan Frankfurt menjelaskan bahwa media mempengaruhi pemikiran dan perilaku audiens melalui industri budaya yang dapat membawa audiens melupakan bahwa mereka sedang ditindas. Hal ini dikarenakan realitas dan impersif yang diciptakan oleh budaya tidak dapat memberi ruang bagi audiens untuk berimajinasi dan berpikiran independen (mudah terpengaruh dan terbawa oleh budaya yang diciptakan oleh media). Berbagai perspektif yang menggambarkan kesadaran palsu didalam media di jelaskan menggunakan fenomena yang terjadi di dunia.

Bagi Althusser dan Gramsci, kesadaran palsu ini adalah masalah ideologi. Althusser berpendapat bahwa ide dan nilai tidak pernah ada dalam diri mereka tetapi selalu dibawa masuk dan oleh kondisi sosial, institusi dan praktik nyata. Dengan demikian ia berpendapat bahwa agama tidak akan ada tanpa gereja, bahwa pendidikan tidak akan mungkin tanpa sekolah, iklan yang opini sehari-hari dibentuk

---

<sup>15</sup> *Ibid.*, hlm.03.

melalui pers, radio dan televisi, "menjejalkan setiap 'warga negara' dengan dosis harian nasionalisme, chauvinisme, liberalisme, moralisme "(Althusser, 1970/2014).<sup>16</sup>

Simpulannya media yang terlibat dalam menciptakan kesadaran palsu terlepas dari konten atau teknologi yang dimilikinya, mereka mereka menawarkan kesenangan dan kesenangan kepada orang-orang, yang membantu mereka untuk lepas dari pengalaman sehari-hari mereka tentang penindasan; mereka menghasilkan konten yang menormalkan tatanan yang ada dan menutup imajinasi alternatif; bentuk teknologi khusus mereka membuat orang merasa baik tentang diri mereka terlepas dari biaya manusia dan alam di mana perasaan ini tercapai.

Pemahaman media lainnya sebagai kontradiktif dan polisemik membuat kesimpulan tentang peran menentukan mereka dalam menciptakan kesadaran palsu tidak mungkin. Kekuatan, ideologi, media - kemudian perlu diartikulasikan dengan bentuk-bentuk spesifik proses kognitif dan afektif oleh individu untuk memimpin kesadaran palsu. Terakhir, penelitian yang dilakukan oleh Sri Yulianti pada tahun 2013 yang berjudul "Persepsi Masyarakat tentang Program Acara RealityShow "Catatan Si Olga" Di Kelurahan Gunung Lingai Kecamatan Sungai Pinang Samarinda". Penelitian ini mengambil permasalahan yaitu Mengetahui persepsi atau pendapat masyarakat terhadap *Reality Show* tersebut. Disini persamaan dalam penelitian sejenis terletak pada subjek yang diambil memiliki kesamaan yakni dari sisi audiens atau khalayak yang menonton tayangan *Reality Show*. Metodologi yang

---

<sup>16</sup> *Ibid*, hlm.11.

digunakan adalah kualitatif dengan menggunakan konsep persepsi dan teori stimulus respon (S-O-R).

Dalam mendapatkan data primer peneliti melakukan wawancara langsung dengan Masyarakat Gunung Lingai sesuai dengan indikator yang ada. Indikator tersebut diantaranya: (!) **Attention**, perhatian disini merupakan proses pemusatan atau konsentrasi pada audiens terhadap suatu objek yang mereka lihat dalam hal ini adalah tayangan program acara *Reality Show* “Catatan Si Olga”. (2) **Ekspetasi**, ekspektasi dalam program acara *Reality Show* ”Catatan Si Olga” bertujuan untuk memberikan makna kehidupan yang bermanfaat bagi audiens agar penonton bisa merasakan kesusahan hidup orang lain. (3) **Memori**, memori dalam program acara *Reality Show* “Catatan Si Olga” bertujuan agar audiens dapat mengingat-ingat kembali apa saja yang disajikan dari acara itu sehingga mereka dapat mempersepsikan bagaimana isi tayangan tersebut. Ketiga hal tersebut merupakan indikator untuk mengetahui bagaimana masyarakat merespon acara tersebut.<sup>17</sup>

Masyarakat sebagai audiens juga memiliki perbedaan dalam menerpa media massa yakni melalui Differences Theory of Mass Communication Effect menurut Melvin D. Defleur (Uchjana 2003. Menurut teori ini individu-individu sebagai anggota khalayak sasaran media massa secara selektif, menaruh perhatian kepada pesan-pesan, terutama jika berkaitan dengan kepentingannya, konsisten dengan sikap-

---

<sup>17</sup> Sri Yulianti, Persepsi Masyarakat tentang Program Acara *Reality Show* “Catatan Si Olga” di Kelurahan Gunung Lingai Kecamatan Sungai Pinang Samarinda, *ejournal ilmu komunikasi*, 2013, Vol 1 No 1. hlm.55.

sikapnya, sesuai dengan kepercayaannya yang didukung oleh nilai-nilainya. Tanggapannya terhadap pesan-pesan tersebut diubah oleh tatanan psikologisnya. Jadi, efek media massa pada khalayak massa itu tidak seragam, melainkan beragam disebabkan secara individual berbeda satu sama lain dalam struktur kejiwaannya.<sup>18</sup>

Simpulannya respon masyarakat Gunung Lingai sebagai audiens yang menonton *Reality Show* efeknya positif dikarenakan memiliki rasa ingin saling membantu dan peduli terhadap sesama. Selain itu masyarakat Gunung Lingai merasakan *Reality Show* ini sebagai media informasi dan hiburan yang mampu menyentuh hati masyarakat disana dan dianggap mengandung nilai-nilai kemanusiaan dan pesan-pesan moral didalamnya. Peneliti disini bertujuan memberikan informasi kepada masyarakat terkait tontonan yang layak berdasarkan penilaian yang didapat oleh masyarakat melalui analisis teori dan konsep yang ada. Selain itu juga ingin menunjukkan perpsepsi masyarakat terhadap suatu acara yang telah di produksi oleh media massa.

**Tabel I.1**  
**Tabel Kajian Literatur**

<b>Judul/ Sumber Referensi</b>	<b>Peneliti</b>	<b>Jenis Tinjauan Pustaka</b>	<b>Jenis Penelitian</b>	<b>Teori/ Konsep</b>	<b>Persamaan</b>	<b>Perbedaan</b>
Komodifikasi Kemiskinan pada <i>Reality</i>	Praba Mumpuni	Majalah Ilmiah Inspiratif,	Kualitatif	Teori Ekonomi Politik	Menjelaskan tentang fokus media dalam	Lebih fokus kepada proses pembentukan

<sup>18</sup> *Ibid.*, hlm.54.

Judul/ Sumber Referensi	Peneliti	Jenis Tinjauan Pustaka	Jenis Penelitian	Teori/ Konsep	Persamaan	Perbedaan
<i>Show</i> “Mikrofon Pelunas Hutang”		Vol. 3 No. 5		Konsep Komodifikasi	mengkomodifikasi kemiskinan melalui tayangan mikrofon pelunas hutang. Melihat seberapa simpati dan empati masyarakat sebagai pennton dalam tayangan mikrofon pelunas hutang.	kesadaran palsu pada penonton tayangan <i>Reality Show</i> pelunas hutang. Jadi, lebih kepada respon penonton terhadap tayangan <i>Reality Show</i> tersebut bukan konstruksi yang dilakukan mediana.
Analisis Naratif: Kemiskinan dalam Program Reality TV “Pemberian Misterius” di Stasiun SCTV	Lilik Kustanto	Jurnal Rekam, Vol 11 No 2	Kualitatif	Konsep Kemiskinan Konsep Narasi dan Oposisi Biner Levi Strau	Ingin menggambarkan kemiskinan didalam sebuah <i>Reality Show</i> dengan menggunakan konsep kemiskinan	Tidak menggunakan konsep oposisi biner karena tidak akan mneggambarkan respon perbandingan dari masyarakat yang ikut serta didalam <i>Reality Show</i> tersebut. Intinya lebih kepada respon masyarakat dan bagaimana kesadaran palsu dalam masyarakat timbul. Bukan

Judul/ Sumber Referensi	Peneliti	Jenis Tinjauan Pustaka	Jenis Penelitian	Teori/ Konsep	Persamaan	Perbedaan
						pada sistem tayangan dalam <i>Reality Show</i> nya tersebut.
Media dan Ideologi (Kajian terhadap Pandangan Croteau: <i>Media Representations of the Social World</i> )	A. Yani Surachman	Prolistik, Vol. 1 No 1 Desember	Kualitatif	Konsep ideologi Marxisme	Kesadaran palsu menjadi hal yang timbul dari pembentukan pesan oleh media massa. Konsep ideologi dijadikan acuan untuk membantu menjabarkan konsep kesadaran palsu	Tidak terlalu menggambarkan kepentingan kapitalis dibalik konsep ideologi dan kesadaran palsu. karna akan membuat tulisan merujuk kepada kepentingan didalam sebuah media itu sendiri buka masyarakat sebagai audiencenya.
False Consciousness Reconsidered: A Theory of Defective Social Cognition	Michael J. Thompson	Critical Sociology, Vol 4 No 3	Kualitatif	Konsep Irasionalisme Konsep Kesadaran Palsu	Sama-sama menggunakan konsep kesadaran palsu, jenis-jenis dan sosialisasi masyarakat yang menimbulkan kesadaran palsu	Penelitian ini lebih fokus pada kesadaran palsunya saja tanpa memaparkan efeknya pada masyarakatnya
Persepsi Masyarakat tentang Program Acara	Sri Yulianti	ejournal Ilmu Komunikasi, Vol 1 No 1	Kualitatif	Konsep Persepsi Format Acara	Mengacu pada persepsi masyarakat pada <i>Reality Show</i>	Penelitian ini tidak menggunakan teori yang

Judul/ Sumber Referensi	Peneliti	Jenis Tinjauan Pustaka	Jenis Penelitian	Teori/ Konsep	Persamaan	Perbedaan
RealityShow “Catatan Si Olga” Di Kelurahan Gunung Lingai Kecamatan Sungai Pinang Samarinda				Televisi Program <i>Reality Show</i> S-O-R Theory (Teori S-O- R)	dengan meninjau konsep persepsi yang digunakan dalam penelitian ini.	mendukung persepsi masyarakat jadi hanya melalui penelitian saja

Sumber: Analisis Peneliti, Tahun 2019

Berdasarkan beberapa tinjauan pustaka yang peneliti ambil sebagai sumber penelitian, maka penullis akan menggali informasi lebih dalam secara relevan untuk mendukung penelitian peneliti mengenai pembentukan kesadaran palsu yang terjadi pada khalayak. Dari enam penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, terdapat beberapa tulisan yang membantu peneliti untuk mendeskripsikan tentang kesadaran palsu dan respon khalayak terhadap media. Tidak hanya itu penelitian sebelumnya juga menjelaskan bagaimana sistem produksi yang dilakukan media hingga mampu mengkomodifikasi kemiskinan atau mempertontonkan kemiskinan didalamnya. Berdasarkan tinjauan penelitian sejenis tersebut, peneliti juga mendapatkan beberapa konsep yang berkaitan dengan konsep media massa hingga kesadaran palsu. Sehingga, peneliti memperoleh teknik-teknik dalam penyusunan penelitian dan menganalisis data yang peneliti dapatkan, yang kemudian hasil dari penelitian dapat disajikan secara relevan.



## 1.6 Kerangka Konseptual

### 1.6.1 Tayangan *Reality Show* Sebagai Komoditi

Industri televisi menjalankan bisnisnya melalui penjualan produk. Produk yang mereka perjualbelikan berupa tayangan atau program tv yang mereka produksi sendiri atau bekerja sama dengan agen media lainnya. Tayangan yang mereka produksi seperti *Reality Show*, berita, game show, sinetron, FTV, talkshow dll. Televisi memproduksi tayangan dengan mengandalkan ide dan kreatifitas yang mereka miliki. Sebab industri televisi kini dituntut untuk lebih kreatif dan imajinatif dalam menciptakan tayangan yang berkualitas bagi khalayak. Disisi lain media juga perlu mengembangkan bisnisnya agar tayangan dapat terus bertahan yaitu mencari keuntungan sebanyak-banyaknya. *Reality Show* sebagai salah satu produk media televisi dijadikan sebuah komoditi untuk menarik perhatian pasar (menarik perhatian khalayak luas dan produsen iklan).

Media televisi merupakan institusi yang terlibat dalam proses produksi, reproduksi dan distribusi pengetahuan, yang dipahami melalui simbol bermakna. Pengetahuan inilah yang mampu membuat individu mengambil pelajaran dan pengalaman, sehingga terbentuk persepsi terhadap pengalaman dan pengetahuan sebelumnya. Acara televisi pada umumnya mempengaruhi sikap, persepsi, perilaku, pandangan dan perasaan para penonton. Penonton terharu, terpesona, atau latak

karena tayangan televisi bukanlah sesuatu yang istimewa, sebab salah satu pengaruh psikologi dalam televisi adalah seakan-akan menghipnotis penonton, sehingga penonton tersebut dihanyutkan dalam suasana pertunjukan televisi.<sup>19</sup>

Media televisi sebagai institusi selain memberikan pemahaman dan mempengaruhi sikap serta perilaku, juga menjembatani antara penonton individu satu dengan lainnya. Sehingga peran media televisi dapat dikatakan sebagai sebuah mediasi yang menghubungkan manusia dengan realitas. Media televisi sebagai institusi dan mediasi sama-sama sebuah produk kebudayaan yang menyalurkan nilai-nilai yang berlaku pada masyarakat. Salah satu produk kebudayaan dari media televisi adalah tayangan *Reality Show*. *Reality Show* adalah suatu acara yang menampilkan realita kehidupan seseorang yang bukan artis (orang awam), kemudian ditayangkan di televisi dan dapat disaksikan oleh masyarakat. *Reality Show* juga menunjukkan keaslian atau tidak dibuat-buat dalam menampilkan kejadian dari keseharian seseorang, kehidupan apa adanya yaitu realita didalam masyarakat.

Sejalan dengan perspektif Jean Baudrillard tentang dunia televisi yang dijelaskan oleh jurnal komodifikasi kemiskinan oleh media televisi tahun 2012 mengungkapkan bahwa mengatakan dunia televisi adalah dunia yang syarat pencitraan, yakni realitas sosial senantiasa dimainkan dalam sebuah ruang pencitraan. Karena itu, televisi seringkali menggambarkan realitas sosial melebihi realitas yang

---

<sup>19</sup>As'ad Musthofa, Komodifikasi Kemiskinan Oleh Media Televisi, *Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 2012, Vol.3, No. 1, hlm.,4.

sebenarnya. Hal ini terjadi karena kuatnya kemampuan televisi melakukan proses framing untuk menciptakan sebuah citra pada khalayak. Proses framing merupakan salah satu strategi media massa dalam menggiring opini publik. Framing digunakan untuk mengemas informasi tentang suatu peristiwa dengan misi pembentukan opini atau menggiring persepsi publik terhadap suatu peristiwa. Framing bagi media massa memiliki tujuan agar informasi yang terbingkai melahirkan sebuah citra, kesan yang diinginkan oleh media atau wacana yang ditangkap oleh khalayak. Framing dapat dikatakan pula sebagai sebuah cara peristiwa disajikan oleh media. Penyajian yang dilakukan media adalah dengan menonjolkan aspek tertentu dari suatu realitas. Pembingkaiian peristiwa oleh media massa dilakukan melalui proses konstruksi sosial, yang mana framing realitas dimaknai dan dikonstruksi dengan makna tertentu.

Menurut ungkapan Ervin Goffman tentang konsep analisis framing yang dijelaskan oleh jurnal media, politik, dan kekuasaan tahun 2014 mengatakan bahwa konsep framing secara sosiologis adalah mengklasifikasi, mengorganisasi dan menginterpretasi secara aktif pengalaman hidup masyarakat untuk dapat memahaminya.<sup>20</sup> *Frames* dalam konsep framing membuat individu dapat mengalokasi, merasakan, mengidentifikasi dan labeling terhadap peristiwa serta informasi. Terdapat beberapa model analisis framing yang banyak digunakan dalam menganalisa terkait media massa, antara lain model analisis Murray Edelman, Robert N. Entman, William A. Gamson & Andre Modigliani, Gitlin. Konsep analisis framing

---

<sup>20</sup> Ayub Dwi Anggoro, Media, Politik dan Kekuasaan, *Jurnal Aristo*, 2014, Vol.2, No.2, hlm.29.

menurut beberapa ahli sebagai berikut. *Pertama*, Entman melihat framing dalam dua dimensi besar: seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas/isu.<sup>21</sup> Seleksi isu berkaitan dengan pemilihan fakta, dari realitas yang kompleks dan beragam aspek mana yang diseleksi untuk ditampilkan. *Kedua*, Analisis framing menurut Pan & Kosicki fokus pada empat dimensi structural structural dalam model pemberitaan atau teks berita. Yaitu sintaksis, skrip, tematik dan retorik. *Ketiga*, Frame sebagai seleksi penegasan dan eksklusi yang Gitlin menghubungkan konsep konsep diatas dengan proses memproduksi sebuah berita. Asumsi ini memperkuat bahwa terkait proses kognitif individual penstrukturan representasi kognitif dan teori proses pengendalian informasi dalam bidang psikologi.

Media televisi sebagai perantara antar masyarakat penonton dengan realitas yaitu melalui penyebaran nilai-nilai yang ada dalam masyarakat salah satunya telah melahirkan program *Reality Show*. Sejalan dengan ungkapan Maya Sekar Wangi oleh jurnal komoditi sosial dalam industri media massa tahun 2007 mengatakan bahwa apa yang telah dilahirkan oleh media tentu bermuara pada komoditi dan hiburan, keduanya dijadikan alat kompetisi antar industri media dalam meraih *audience market* dan *advertising market*.<sup>22</sup> Persaingan industri media hari ini menjalankan bisnisnya dengan saling memperebutkan arena pasar. Masing-masing televisi

---

<sup>21</sup> Ayub Dwi Anggoro, Media, Politik dan Kekuasaan (Analisis Framing Model Robert N. Entman Tentang Pemberitaan Hasil Pemilihan Presiden, 9 Juli 2014 di TV ONE Dan Metro TV), *Jurnal Aristo*, 2014, Vol. 2, No. 2, hlm. 29.

<sup>22</sup> Maya Sekar Wangi, Komoditi Sosial Dalam Industri Media Massa, *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 2007, Vol.7, No.1, hlm.63.

berlomba-lomba memberikan tayangan berkualitas tentunya dengan nilai jual yang ditentukan berdasarkan perhatian penonton atau khalayak. Tayangann *Reality Show* menjadi salah satu produk TV yang diperjualbelikan.

### **1.6.2 Ideologi Sebagai Kesadaran Palsu**

Media merupakan institusi dan berperan sebagai mediasi antara penonton dengan realitas. Informasi, pengetahuan dan nilai-nilai budaya yang masyarakat terima dari tayangan televisi timbul karena adanya ketidaksaran yang dialami oleh individu. Ketidaksadaran terjadi dari ide terstruktur yang dibentuk oleh media dalam tayangan TV. Karena tujuan media mencapai sasaran khalayak seluas-luasnya maka ketidaksadaran yang berawal dari satu individu menyebar kepada individu lain sehingga membentuk suatu ketidaksadaran kolektif.

Dengan demikian mekanisme penguasaan masyarakat dominan dapat dijelaskan bahwa kelas dominan melakukan penguasaan kepada kelas bawah menggunakan ideologi. Masyarakat kelas dominan merekayasa kesadaran masyarakat kelas bawah sehingga tanpa disadari, mereka rela dan mendukung kekuasaan kelas dominan. Dari pernyataan tersebut bahwa masyarakat kelas atas menggunakan ideologi untuk mempengaruhi kelas bawah agar dapat mengikuti kesepakatan yang telah masyarakat kelas atas tetapkan.

Ideologi adalah sebuah proses yang dicapai dengan sadar oleh seorang pemikir, atau lebih tepatnya sebuah kesadaran palsu. Motif nyata yang mendorongnya

sesungguhnya adalah sesuatu yang asing baginya jika tidak demikian maka itu bukanlah sebuah proses ideologis. Makanya ia hanya membayangkan sesuatu yang palsu atau yang tampak permukaan saja. Karena ideologi ini adalah sebuah proses pemikiran, maka bentuknya berasal dari murni hasil pemikiran, apakah itu pemikirannya sendiri atau orang lain sebelum dirinya.

Kajian mengenai media massa dan ideologi dapat di cermati dengan melihat bagaimana media massa dalam mempublikasikan (menyajikan representasi-representasi tertentu) mengenai hal-hal yang telah, sedang dan akan terjadi pada tokoh, atau mungkin masyarakat dikawasan tertentu, kelompok etnis atau budaya. Mengkaji ideologi media, karena itu, tidak mencermati secara khusus mengenai pengaruh media (*media effects*).

Teks media dalam hubungan ini diyakini sebagai situs di dalam mana nilai dan norma-norma sosial diartikulasikan. Media massa memfasilitasi artikulasi nilai, norma, atau gagasan-gagasan dan bahkan kerap kali mengkonteskannya, memfasilitasi dialog dan interaksi antara gagasan-gagasan, nilai, atau norma yang beragam yang ada di dalam masyarakat.<sup>23</sup> Ideologi media pada dasarnya adalah gagasan-gagasan atau nilai-nilai pokok yang diusung oleh media massa melalui pesan-pesan yang disampaikan kepada khalayak entah itu berupa paket berita, iklan, film, tayangan sinetron, atau tayangan *Reality Show*. Dengan kata lain konsep ideologi media sangat lekat dengan konsep-konsep lain seperti sistem keyakinan (*belief system*), prinsip

---

<sup>23</sup> Pawito, *Meneliti Ideologi Media: Catatan Singkat*, Jurnal Komunikas, 2014, Vol. 7 No. 7, hlm. 6.

gagasan (basic way of thinking), pandangan dunia (worldviews), dan nilai (values) yang diusung oleh media.<sup>24</sup>

Menurut Raymond William terdapat tiga klasifikasi dalam mengartikan ideologi. *Pertama*, ideologi merupakan sebuah sistem kepercayaan yang dimiliki oleh sekelompok atau kelas tertentu. Ideologi disini terbentuk bukan karena berasal dari pengalaman seseorang melainkan ditentukan oleh masyarakat dimana ia hidup, posisi sosial, pembagian kerja dan sebagainya. *Kedua*, sebuah sistem kepercayaan yang dibuat dan dilawakan dengan pengetahuan ilmiah. Ideologi disini diartikan sebagai seperangkat kategori yang dibuat dan kesadaran palsu dimana yang berkuasa mendominasi kelompok lain yang tidak dominan. *Ketiga*, ideologi merupakan proses umum produksi makna dan ide, maksudnya ialah digunakan untuk menggambarkan produksi makna.

Berbeda dengan Raymod, Karl Marx memandang Ideologi adalah sebentuk kesadaran palsu. Kesadaran seseorang, siapa dan bagaimana menghubungkan diri dengan masyarakat dibentuk dan diproduksi oleh masyarakat, tidak oleh biologi yang alamiah. Kesadaran tentang realitas sosial ditentukan oleh masyarakat tidak oleh psikologi individu.<sup>25</sup> Ideologi didalam media memiliki pengertiannya masing-masing menurut para ahli. Ideologi merupakan suatu efek dari media massa yang dapat

---

<sup>24</sup> *Ibid.*,

<sup>25</sup> *Ibid.*,

menciptakan suatu gagasan baru, ide atau makna bahkan menciptakan kesadaran palsu seperti kata Karl Marx.

Frasa kesadaran palsu telah keluar dari aliran Marxisme Frankfurt. Idennya adalah bahwa media mengungkapkan kekuasaannya dengan menciptakan ide yang palsu tentang berbagai nilai dan hubungan sosial, sehingga apa yang kita tahu sebagai benar adalah angan-angan. Pandangan tentang dunia banyak dibentuk melalui media.<sup>26</sup> Kesadaran palsu secara umum timbul dalam kompetisi kognitif dan epistemic yang kemudian membentuk kekuatan moral-moral yang mempengaruhi dimensi perilaku tertentu dari kepribadian seseorang, bukan disebabkan karena rusaknya endogen subyek melainkan melalui sosialisasi subjek dengan struktur kelembagaan tertentu.

Pada media televisi kesadaran palsu timbul sebagai efek dari tayangan yang mereka produksi. Efeknya adalah masyarakat tidak menyadari sebuah kesadaran bahwa dalam perkembangan televisi, agen manusia juga ikut mempengaruhi teknologi ketimbang sebagai penentu segalanya. Jadi, maksudnya ialah manusia dijadikan sebagai tolak ukur tingkat keberhasilan sebuah tayangan, atau manusia bagi televisi adalah obyek.

### **1.6.3 Afirmasi Tayangan *Reality Show* Oleh Khalayak**

Tayangan *Reality Show* bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan hiburan. Disamping itu tayangan televisi dapat membentuk pola perilaku, pola pikir

---

<sup>26</sup> Graeme Burton, *Media dan Budaya Populer*, Jalasutra, 2012, hlm 71.



dan pandangan seseorang terkait suatu informasi dan peristiwa. Ketika khalayak menonton tayangan *Reality Show* maka tercipta suatu pemahaman positif maupun negatif. Hal ini sudah terstruktur dan terencana dibentuk oleh televisi untuk membuat opini publik akan produk yang sedang mereka tayangkan. Semakin banyak khalayak beranggapan positif maka tayangan yang mereka produksi dianggap berhasil dipasar. Khalayak melalui ketidaksadaran mereka ketika menonton tayangan *Reality Show* akan terbentuk sebuah afirmasi. Afirmasi adalah penegasan atau penguatan.<sup>27</sup> Penegasan pemikiran positif yang berasal dari alam bawah sadar untuk selanjutnya membantu individu untuk membentuk sebuah persepsi akan sesuatu yang mereka lihat atau rasakan.

Khalayak diartikan sebagai kelompok tertentu dalam masyarakat yang menjadi sasaran komunikasi. Konsep khalayak (*audiences*) merujuk kepada pelbagai kelompok orang yang dapat didefinisikan yang mengkonsumsi produk-produk media. Khalayak dapat dikatakan sebagai seberapa jauh persepsi audiens sendiri terhadap kelompok sosialnya atau pengalaman budaya yang memengaruhi preferensinya terhadap, pembacaan akan, materi yang ditargetkan kepadanya. Didalam kajian media massa secara umum khalayak berasal dari kata *audire* yang artinya “mendengar”. Misalnya, khalayak akan mengafirmasi kesenjangan ekonomi disekitarnya setelah menonton *Reality Show* yang mengangkat kemiskinan. Sebab saat menonton alam

---

<sup>27</sup> Ike Mardiaty Agustin, Sri Handayani, *Case Report: Afrimasi Positif Pada Harga Diri Rendah Situasional Pasien Fraktur Femur*, Jurnal Ilmiah Kesehatan Keperawatan, 2017, Vol. 13, No.2, hlm. 95.

bawah sadar khalayak akan terpengaruh oleh ide-ide terstruktur dari dalam tayangan tersebut. Seperti, ketika melihat bahwa ada hidup masyarakat lain yang memiliki hidup lebih susah dari mereka.

Karakter khalayak kemudian berkembang berdasarkan teknologi media itu sendiri, yang mana keberadaan khalayak dipengaruhi pada awalnya oleh teknologi tulisan, kemudian teramplifikasi oleh teknologi percetakan dan bertransformasi akibat teknologi yang semakin baru yakni hadirnya komunikasi elektronik. Selain itu, khalayak dapat didefinisikan sesuai dengan keinginan pengirim pesan (*defined by the sender*), sesuai dengan keanggotaan khalayak tersebut (*defined by the audience members*), dan bergantung pada media yang digunakan (*defined by media use*).<sup>28</sup> Terdapat tiga pengertian khalayak secara garis besar yaitu, khalayak merupakan masyarakat yang menggunakan media massa sebagai sumber pemenuhan kebutuhan bermedianya. Khalayak juga sebagai sekumpulan orang yang menjadi pembaca, pendengar, pemirsa ber-bagai media atau komponen isinya. Khalayak merupakan jumlah populasi yang ada karena adanya media.

Terdapat dua tipe khalayak (*audience*), yaitu *general public audience* dan *specialized audience*. *General public audience* adalah khalayak yang sangat luas, misalnya dilihat dari penonton televisi. Sedangkan *specialized audience* khalayak yang dibentuk berdasarkan kepentingan bersama sehingga sifatnya

---

<sup>28</sup> Ruli Nasrullah, Riset Khalayak Digital: Perspektif Khalayak Media dan Realitas Virtual di Media Sosial, *Sosioteknologi*, 2018, Vol. 17, No.2, hlm. 272.

homogen. Anggota dari *specialized audience* biasanya audiens heterogen dalam umur, tingkat pendidikan, income, gaya hidup, dan sebagainya yang mana mereka homogeny dalam ketertarikan terhadap suatu bidang.<sup>29</sup> Jadi, khalayak dapat dikatakan sebagai kelompok yang memiliki kebutuhan informasi dengan menggunakan media sebagai ruang untuk membaca, mendengar, dan mendapatkan informasi didalamnya. Khalayak dapat dikatakan sebagai perkumpulan manusia yang heterogen atau homogen dalam suatu bidang, dan terbentuk karna adanya media sebagai ruang tempat mereka berinteraksi dengan segala kebutuhannya.

## **1.7 Metodologi Penelitian**

### **1.7.1 Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan pendekatan yang berorientasi pada gejala-gejala yang bersifat alamiah karena orientasinya demikian, maka sifatnya naturalistic dan mendasar atau bersifat kealamiahkan karna memang harus melakukan turun lapangan. Penelitian ini juga yang berusaha mengkonstruksi realitas dan memahami maknanya. Sehingga, penelitian kualitatif biasanya sangat memperhatikan proses, peristiwa dan otentisitas. Di dalam penelitian kualitatif kehadiran nilai peneliti bersifat eksplisit dalam situasi yang terbatas, melibatkan subjek dengan jumlah relatif sedikit. Dengan demikian, hal yang

---

<sup>29</sup> <http://rachmatkriyantono.lecture.ub.ac.id/2014/03/dua-perspektif-penelitian-media-2/> yang diakses pada tanggal 14 April 2018 Pukul 11.44 WIB.

umum dilakukan ialah berkuat dengan Analisis tematik.<sup>30</sup> Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus.

Studi kasus (case-study) merupakan pendekatan yang menelaah berbagai karakteristik dari sedikit kasus-kasus. Kasus-kasus tersebut dapat berupa individu, kelompok, organisasi, pergerakan, peristiwa atau unit geografis. Data dalam studi kasus terperinci, bervariasi dan ekstensif. Studi kasus juga dapat diartikan sebagai pendekatan yang menyelidiki lebih mendalam dari berbagai macam informasi mengenai beberapa unit atau kasus untuk satu periode atau antar beberapa periode waktu majemuk.<sup>31</sup>

### **1.7.2 Subjek Penelitian**

Subjek penelitian dianggap sebagai kunci yang sangat penting dalam sebuah penelitian kualitatif. Subjek yang dijadikan sumber data dalam penelitian ini yaitu sembilan khalayak atau penonton, penerima bantuan *Reality Show* Bedah Rumah, dan produser *Reality Show* Bedah Rumah GTV. Khalayak sebagai penonton *Reality Show* dijadikan sebagai subjek penelitian karena merupakan informan kunci dan fokus penelitian diambil dari penelitian mengenai pembentukan kesadaran palsu yang dibuat oleh televisi. Sedangkan, untuk informan pendukung dalam penelitian adalah keluarga penerima bantuan dari *Reality Show* Bedah Rumah di GTV, dan salah satu

---

<sup>30</sup> Gumilar Rusliwa Somantri, Memahami Metode Kualitatif, *Makara Sosial Humaniora*, 2005, Vol. 9 No. 2, hlm. 58.

<sup>31</sup> W. Lawrence Neuman, *Metodologi Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*, Indeks Permata Puri Media, 2016, hlm. 47-48.

perwakilan media yang memproduksi atau menyangkan *Reality Show* Bedah Rumah.

Berikut deskripsi dari subyek penelitian disajikan pada tabel I.2.

**Tabel I.2**  
**Data Subyek Penelitian**

No.	Nama	Pendidikan	Usia	Profesi
1.	Warja	SD	73	Pencari Cacing Obat
2.	Burhan	SMP	57	Guru Ngaji
3.	Komariah	SMP	40	Ibu Rumah Tangga
4.	Adi Surahman	SLTA	55	PNS
5.	Fitriyah	SMA	40	Ibu Rumah Tangga
6.	Wahyu Murtiani	D3	50	Karyawan Swasta
7.	Herlinda	SMU	32	Ibu Rumah Tangga
8.	Lisawati	SMA	41	Ibu Rumah Tangga
9.	Syifa Fauziah	SMA	23	Perawat
10.	Sucianti Rahman	SMA	22	Mahasiswi
11.	M.Muqsith Abdul Hakim	SMA	22	Mahasiswa
12.	Pasrahi Zoher	S1	34	Produser <i>Reality Show</i>

Sumber: Observasi Peneliti, Tahun 2019

Berikut penjabaran detail dari subyek penelitian yang ada kaitannya dengan pembentukan kesadaran palsu dalam tayangan *Reality Show* Bedah Rumah.

**a. Bapak Warja (Penerima bantuan Bedah Rumah)**

Bapak Warja merupakan penerima bantuan Bedah Rumah GTV. Profesinya adalah sebagai pencari cacing obat untuk orang-orang yang terkena sakit tipes, ia melakukan ini jika ada permintaan saja.

**Gambar I.1**

**Bapak Warja Penerima Bantuan Bedah Rumah**



Sumber : Dokumentasi Pribadi, Tahun 2019

Seperti pada gambar diatas terlihat ruang tengah rumah bapak Warja nampak rapih setelah direnovasi. Tak hanya itu didalam ruang tengah juga terdapat TV, meja makan, kitchen set, kulkas, sofa kayu, dan lukisan serta aksesoris ruangan lainnya. Bapak Warja dan keluarga tinggal di Kecamatan Bojongsari Kota Depok. Bapak Warja berusia 73 tahun dengan tamat pendidikan hanya sampai SD saja.

**b. Bapak Burhan (Penonton Tayangan Bedah Rumah GTV)**

Bapak Burhan merupakan salah satu penonton tayangan *Reality Show* Bedah Rumah. Bertempat tinggal di Mampang Kecamatan pancoran Mas Kota Depok.

Usianya yang sudah menginjak 57 tahun dirinya berprofesi sebagai seorang guru ngaji dan ojek antar jemput bagi anak sekolah SD.

**Gambar I.2**

**Bapak Burhan Penonton Tayangan Bedah Rumah**



Sumber : Dokumentasi Pribadi, Tahun 2019

Selain itu ia juga menjadi penjaga dan perawat makam yang berada di wilayah pitara Pancoran Mas Depok. Istrinya berjualan gado-gado, sedangkan anak pertamanya sudah menikah dan memiliki satu anak balita. Intensitas nonton tayangan Bedah Rumah dilakukannya cukup sering, dirinya mengakui bahwa senang menonton tayangan yang bersifat sosial tersebut.

**c. Ibu Komariah (Penonton Tayangan Bedah Rumah GTV)**

Ibu Komariah merupakan penonton dari wilayah Pitara RT 07/13 Kecamatan pancoran Mas Kota Depok. Memiliki profesi sebagai ibu rumah tangga dan penjual

lauk pauk jenis ikan dan ayam diteras rumahnya, seperti ikan bakar, pepes, dan ayam rendang atau bakar.

**Gambar I.3**

**Ibu Komariah Penonton Tayangan Bedah Rumah**



Sumber : Dokumentasi Pribadi, Tahun 2019

Ibu Komariah saat ini berusia 40 tahun dan memiliki seorang anak. Suaminya bekerja sebagai penjual ikan dipasar Depok Jaya. Ibu Komariah memiliki latar belakang pendidikan SMP, namun pendidikannya tersebut tidak menghalanginya untuk aktif dilingkungan sosial seperti menjadi kader posyandu dan bank sampah. Intensitas menonton tayangan Bedah Rumah sebanyak satu kali seminggu bahkan lebih.

**d. Ibu Lisawati (Penonton Tayangan Bedah Rumah GTV)**

Ibu Lisawati atau yang akrab disapa bu Wati merupakan penonton dari wilayah mampang Jl. Raya Sawangan No.47 RT 003/01 Mampang Pancoran Mas Kota



Depok. Sehari-hari ibu Wati hanya berprofesi sebagai ibu rumah tangga, dengan latar pendidikan SMA.

**Gambar I.4**

**Ibu Lisawati Penonton Bedah Rumah**



Sumber: Dokumentasi Pribadi, Tahun 2019

Ibu Wati kini berusia 41 tahun dan memiliki seorang anak yang sudah bekerja, sedangkan suaminya berprofesi sebagai buruh panggilan. Intensitas menonton tayangan *Bedah Rumah* tidak tentu dalam satu bulan, dirinya lebih antusias dalam mengomentari tayangan *Reality Show* kemiskinan.

### **1.7.3 Lokasi dan waktu penelitian**

Penelitian ini dilakukan di wilayah Depok yang menjadi salah satu kota yang dijadikan target lokasi oleh media. Kota Depok memiliki masyarakat yang bervariasi mulai dari pendidikan, pekerjaan dan usia. Kawasan pinggiran di Kota Depok masih banyak terdapat masyarakat dengan kondisi rumah yang tidak layak dan pendapatan yang tidak mencukupi. Faktor ekonomi dan usia menjadi alasan media memilih target

untuk pengembangan program *Reality Show* kemiskinan diantara kota-kota lain di Jabodetabek.

Kota Depok juga memiliki masyarakat yang bervariasi sehingga memungkinkan peneliti untuk mewawancarai beberapa khalayak sebagai penonton *Reality Show* yang bertempat tinggal disekitaran Depok. Selain itu, penelitian juga dilakukan di Lokasi Syuting *Reality Show* Bedah Rumah GTV dengan informan perwakilan media yakni produser salah satu dari *Reality Show* Bedah Rumah.

Berdasarkan fenomena efek media massa yang menimbulkan permasalahan salah satunya adanya pembentukan kesadaran palsu pada khalayak. Peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam mengenai fenomena pembentukan kesadaran palsu pada khalayak yang menonton acara *Reality Show* Bedah Rumah di GTV.

#### **1.7.4 Peran Peneliti**

Dalam penelitian ini, peneliti mempunyai peran sebagai peneliti, perencana, pelaksana, pengumpul data, kemudian sebagai penganalisis data dari berbagai data penelitian yang didapat dari para subjek penelitian. Kemudian, peneliti juga mempunyai peran sebagai pelapor hasil penelitian. Dalam melakukan penelitian, peneliti telah mendapatkan persetujuan dari berbagai pihak terkait yang berada di Depok tersebut, sehingga penelitian diberikan kemudahan dalam mencari data-data penelitian sebagai sumber informasi. Peneliti mempunyai peran dalam melakukan penelitian secara langsung terhadap masyarakat yang sering menonton acara *Reality*

*Show* Bedah Rumah di GTV. Yang mana hal ini dapat memudahkan peneliti untuk memetakan pola berfikir masyarakat disana. Maka dari itu peneliti dapat mengetahui keadaan yang sebenarnya dengan turun langsung kelapangan.

### **1.7.5 Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian dengan metode kualitatif dan pendekatan studi kasus ini, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data diantaranya dengan melakukan cara observasi, wawancara dan studi documenter.

#### **1) Observasi**

Observasi atau disebut juga sebagai penelitian merupakan kegiatan yang dilakukan oleh peneliti dengan turun langsung kelapangan untuk melihat dan mengamati secara langsung yang berkaitan dengan karakteristik tempat/lokasi penelitian, kegiatan yang dilakukan oleh pelaku, dan peristiwa yang terjadi di lokasi penelitian. Dengan melakukan observasi atau penelitian, maka peneliti akan mengetahui secara langsung mengenai keadaan yang terjadi di lokasi penelitian.

#### **2) Wawancara**

Wawancara merupakan salah satu teknik yang peneliti gunakan untuk mengumpulkan data secara beragam dari informan penelitian. Dengan menggunakan teknik wawancara ini peneliti dapat menggali informasi lebih dalam kepada subjek penelitian. Wawancara yang dilakukan adalah wawancara yang bersifat kualitatif. Dalam melakukan wawancara peneliti menggunakan teknik wawancara yang bersifat

terbuka dan bebas, tanpa terikat oleh susunan wawancara yang bersifat sistematis. Dalam penelitian ini wawancara mendalam dilakukan kepada penonton *Reality Show* Bedah Rumah, penerima bantuan *Reality Show* Bedah Rumah, dan produser *Reality Show* Bedah Rumah GTV.

### 3) Dokumentasi dan Studi Kepustakaan

Teknik pengumpulan data dengan cara ini bisa dilakukan dengan cara mendokumentasikan hasil temuan dilapangan, merekam hasil wawancara dengan informan, pengambilan data-data mengenai taraf pendidikan di kelurahan setempat, memo penelitian, dan *field note*. Sedangkan berdasarkan studi kepustakaan peneliti melakukannya dengan mencari sumber melalui buku-buku, penelitian sejenis dari jurnal, tesis maupun disertasi.

#### 1.7.6 Teknik Analisis Data

Dalam sebuah penelitian, setelah data yang diperoleh terkumpul, maka tahap selanjutnya yang paling penting adalah melakukan analisis data. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif yang didukung studi literature yang relevan dengan penelitian. Hasil penelitian yang berupa wawancara mendalam dan yang berasal dari dokumen-dokumen hasil temuan dilapangan, selanjutnya akan dianalisis menggunakan konsep televisi dan teori hegemoni dalam Sosiologi.

### 1.7.7 Triangulasi Data

Teknik triangulasi data digunakan oleh peneliti untuk menguji validasi atau keabsahan data untuk diteliti. Pengumpulan data merupakan proses dalam melakukan triangulasi data, yakni data wawancara dan observasi. Data yang diperoleh berada dalam posisi yang objektif dan factual. Creswell menjelaskan bahwa peneliti menggunakan beberapa metode pengumpulan data yang berlainan untuk memperoleh bukti atau konfirmasi data, menguji keabsahan data, atau mencari keterkaitan dengan studi lain.<sup>32</sup>

Untuk itu peneliti berusaha mengumpulkan kesaksian dari para informan. Setelah itu, peneliti memeriksa kembali melalui hasil wawancara dengan salah satu pemeran tayangan *Reality Show* Bedah Rumah yakni Bapak Warja (73) tahun sebagai penerima bantuan dan pihak media televisi yaitu Pasrahi Zoher (34) sebagai produser *Reality Show* Bedah Rumah GTV .

### 1.8 Sistematika Penelitian

Sebuah penelitian harus memiliki sistematika penelitian yang disusun secara sistematis. Bertujuan agar penelitian yang dilakukan dapat berjalan sesuai dengan fokus kajian peneliti. Selain itu, penelitian yang dilakukan secara sistematis akan mempermudah pembaca dalam memahami isi dari penelitian yang dilakukan.

Penelitian ini terdiri dari lima bab.

---

<sup>32</sup> John W Creswell, *Research Design Qualitative and Quantitative Approaches*, (AS: SAGE Publication Ltd, 1994), hlm.4.

Bab I Pendahuluan, di mana dalam bab ini berisi tentang latar belakang masalah penelitian, permasalahan penelitian yang meliputi pertanyaan penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka mengenai tema penelitian sejenis yang dilakukan oleh para peneliti terdahulu yang pernah mengkaji fenomena efek media televisi, kerangka konseptual yang dipaparkan dari sumber yang relevan, metodologi penelitian dan sistematika penelitian.

Bab II berisi mengenai gambaran program acara televisi *Reality Show* Bedah Rumah. *Pertama*, berisi perkembangan program *Reality Show* Bedah Rumah GTV. *Kedua*, Tujuan dari program *Reality Show* Bedah Rumah di GTV. *Ketiga* peneliti akan menjelaskan klasifikasi penonton tayangan *Reality Show* Bedah Rumah.

Bab III berisi tentang *Reality Show* kemiskinan sebagai pembentuk kesadaran palsu pada khalayak. *Pertama*, *Reality Show* sebagai upaya penyebaran kedermawanan sosial kepada khalayak. *Kedua*, posisi media Nilai-nilai sosial didalam tayangan Bedah Rumah. *Ketiga*, nilai tayangan *Reality Show* sebagai bentuk ideologi media. *Keempat*, framing kemiskinan lewat adegan di tayangan *Reality Show* Bedah Rumah. *Kelima*, kategori pandangan khalayak program Bedah Rumah.

Bab IV peneliti akan menjelaskan hegemoni televisi dan kesadaran palsu pada khalayak. *Pertama*, proses terbentuknya kesadaran palsu pada khalayak. *Kedua*, internalisasi nilai-nilai sosial dalam tayangan Bedah Rumah. Bagian ini secara khusus menjelaskan tujuan media menanamkan nilai kemanusiaan, simpati dan

empati, nilai komersil pada tayangan *Reality Show* Bedah Rumah. Nilai-nilai tersebut sebagai alasan dibalik khalayak mengalami kesadaran palsu, yang berdampak pada pola pikir dan prilakunya saat menonton. *Ketiga*, ideologi sebagai pembentuk kesadaran palsu pada khalayak. Bagian ini akan menjelaskan ideologi sebagai kesadaran palsu didalam tayangan reality show Bedah Rumah seperti membentuk keyakinan, identitas dan pandangan baru terhadap tayangan reality show kemiskinan. Kesadaran palsu yang dialami khalayak juga dijadikan sebuah komoditi oleh media.. Sehingga memunculkan tayangan sejenis pada televisi swasta lainnya.

Bab V akan membahas mengenai penutup yang berisi kesimpulan isi dari keseluruhan serta saran yang bisa diberikan peneliti dalam hasil temuan lapangan. Hal ini dapat menjadi sumbangsih pemikiran dari pembelajaran serta pengetahuan bagi peneliti dan pembaca.