

Studi analisis wacana kritis komodifikasi konflik keluarga dalam tayangan televisi : studi terhadap reality show TV "Masihkah Kau Mencintaiku" di RCTI

Noor Kartika Hapsari, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20291594&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Ruang lingkup keluarga sarat akan nilai privasi, dimana segala bentuk permasalahan di dalamnya merupakan masalah yang sangat pribadi dan dipandang sebagai aib yang tabu untuk disebarluaskan. Namun pada kenyataannya, isu konflik keluarga telah menjadi salah satu komoditas bagi media untuk dijual guna mendapatkan keuntungan.

Penulisan ini ingin melihat bagaimana tayangan Masihkah Kau Mencintaiku melakukan komodifikasi terhadap konflik keluarga, bagaimana tanggapan khalayak tentang format reality show pada tayangan dan muatan konflik keluarga yang dikomodifikasikan.

Dengan menggunakan metode analisis wacana kritis Norman Fairclough pada level teks, discourse practice dan socioculture diketahui bahwa tayangan reality show Masihkah Kau Mencintaiku yang tayang di RCTI telah melakukan komodifikasi konflik dalam keluarga. Hal ini disebabkan karena ketatnya persaingan antar media, sehingga harus merebut perhatian khalayak untuk mendapatkan rating dan share yang memuaskan. Disamping itu, faktanya khalayak juga menyukai tayangan dengan tema konflik keluarga yang dipenuhi adegan emosional seperti ini.

Label reality show yang menempel pada tayangan seolah menguatkan argumen bahwa tayangan tersebut memang mengangkat kisah nyata dari sebuah keluarga, dan dengan orang-orang yang memang bermasalah. Sehingga terkesan bahwa konflik keluarga bukanlah aib yang harus ditutupi lagi. Tayangan seperti ini menghadirkan suatu wacana bahwa kesakralan pernikahan dan keluarga bukanlah hal yang utama lagi, dan bahwa konflik keluarga dan perceraian merupakan hal yang lumrah terjadi saat ini.

ABSTRACT

The family's scope is full of privacy, so that every problem in there may be a very personal thing, which is called as shame or scandal. But in fact, the family conflict issues are sold for the media profit, as one of the media commodity.

The purposes of this thesis are to know how Masihkah Kau Mencintaiku commodify the family conflict issues, and what the audience think about the reality show as a genre of the program. By using the Norman Fairclough's critical discourse analysis method for the text, discourse practice and socioculture practice level, it is acknowledged that the reality show Masihkah Kau Mencintaiku, which was shown in RCTI, commodified the family conflicts. To gain highest rating and media compete to maintain their audience

attention towards the show.

Surprisingly, the audience put high interest to watch the program which provided these issues and high emotional tense scenes.

A label or reality show has made the audience believed that the program tells a real stories of family conflicts. As a result, the audience has the tendency to think that family conflicts are no secrets, and that is common to be brought into the public. This program represented discourses that the sacred of a marriage and family are not important anymore, and the family conflict or family divorce are the common issues in society.<i>