



**Pemaknaan Khalayak Terhadap Ruang Privat Selebriti melalui  
Tayangan *Janji Suci Raffi & Gigi***

**Skripsi**

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan  
Pendidikan Sata 1  
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Diponegoro**

**Penyusun  
Nama : Natasya N. Mandagi  
NIM : 14030111130032**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2016**

# **Pemaknaan Khalayak Terhadap Ruang Privat Selebriti melalui Tayangan *Janji Suci Raffi & Gigi***

Oleh: Natasya N. Mandagi (14030111130032)

---

## **ABSTRAK**

Kemunculan program *reality show* di berbagai stasiun televisi menjadi fenomena unik bagi masyarakat. Trans TV menjadi salah satu stasiun televi swasta yang terkenal banyak menayangkan program *reality show*, salah satunya adalah Janji Suci Raffi & Gigi. Program ini menyajikan kisah seputar kehidupan pribadi rumah tangga Raffi Ahmad dan Nagita Slavina, serta kisah orang-orang di sekitar mereka. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pemaknaan khalayak terhadap ruang privat selebriti melalui tayangan *Janji Suci Raffi & Gigi*. Teori yang digunakan Analisis Resepsi Stuart Hall. Tipe penelitian ini deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menggunakan *indepth interview* kepada empat informan yaitu penonton *Janji Suci Raffi & Gigi*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penonton *Janji Suci Raffi & Gigi* melihat tayangan tersebut sebagai program hiburan yang menyajikan kehidupan pribadi Raffi Ahmad dan Nagita Slavina dan orang-orang di sekitar mereka. Penonton secara aktif menginterpretasi pesan pada tayangan *Janji Suci Raffi & Gigi* secara dinamis dan berubah-ubah sesuai konteks yang ditampilkan dan latar belakang mereka masing-masing. Pemaknaan khalayak terhadap ruang privat selebriti adalah segala urusan pribadi di luar profesinya sebagai artis, baik itu urusan rumah tangga, konflik pribadi, maupun hal-hal personal lainnya. Sehingga muncul pro-kontra mengenai kelayakan ruang privat ditayangkan di ruang publik yaitu televisi. Beberapa informan setuju ada juga yang tidak setuju dengan hal tersebut. Faktor-faktor yang mempengaruhi perbedaan posisi dari informan adalah latar belakang pendidikan, budaya, dan gender.

Kata Kunci : Pemaknaan Khalayak, Ruang Privat, *Reality Show*

## **Audience Reception of Celebrity Private Sphere through *Janji Suci Raffi & Gigi***

By: Natasya N. Mandagi (14030111130032)

---

### **ABSTRACT**

The emergence of reality show programs on various television stations became a unique phenomenon to the community. Trans TV station became one of the famous private television that has many programs in television reality show, one of which is *Janji Suci Raffi & Gigi*. The program presents stories about the private lives of households Raffi Ahmad and Nagita Slavina, as well as the story of the people around them. The purpose of this study is to determine audience reception of the private sphere celebrity audience through *Janji Suci Raffi & Gigi*. This research is using descriptive-qualitative with reception analysis by Stuart Hall. The theory used receptions Analysis Stuart Hall. Data collection techniques performed by using in-depth interview to four informants which is audience of *Janji Suci Raffi & Gigi*.

The outcome from this research showed that the audience of *Janji Suci Raffi & Gigi* viewing entertainment programs such as serving personal life of Raffi Ahmad and Nagita Slavina and the people around them. Audience actively interpret the message on *Janji Suci Raffi & Gigi* dynamic and change according to the displayed context and background of each. Audience reception to the celebrity's private sphere, all matters outside his profession as an artist, it could be households, personal conflicts, and other personal life. So that the pro and cons of the feasibility of a private space in the public airing television. Some informants agree some do not agree with that. Factors that influence the differences in the position of the informant is the educational background, culture, and gender.

Key word : Audience reception, private sphere, reality show

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Televisi merupakan teknologi audio visual yang dapat menyajikan informasi dan hiburan secara cepat, terjangkau, dan umum dimiliki oleh masyarakat. Begitu beraneka ragam produk yang disajikan televisi, salah satu produk unggulan yang disajikan televisi adalah *reality show*. Mari kita lihat tayangan televisi di Indonesia akhir-akhir ini. Setiap televisi berlomba-lomba menyajikan paket acara *reality show*. Walau terkadang kesan mengekor atau ikut-ikutan terlihat jelas.

Larisnya *reality show* membuat semakin banyak pengelola stasiun televisi berlomba-lomba membuatnya. Tak heran bila hingga saat ini puluhan jenis *reality show* telah diproduksi dengan bentuk dan kemasan yang berbeda namun kontennya cenderung serupa.

Banyaknya jumlah pesaing membuat para pemilik media harus pandai dalam mempertahankan pangsa pasarnya untuk dapat “bertahan hidup”. Tidak sedikit juga stasiun televisi yang mengabaikan etika dengan cara mengupas kehidupan pribadi selebriti. Hal ini seolah memperlihatkan bahwa program-program acara televisi kini mulai didominasi unsur hiburan yang tidak jarang memasuki wilayah pribadi *public figure* dan menjadikan hal-hal tabu tersebut berubah menjadi santapan publik.

Tren ini dimulai ketika pada 20 Mei 2012, RCTI meluncurkan tayangan bertajuk “Jodohku”. RCTI menayangkan prosesi *Ngunduh Mantu* Anang Hermansyah dan Ashanty dengan konsep pesta rakyat selama tiga jam penuh. Acara serupa kembali menjadi sorotan media pada pernikahan Raffi Ahmad dan Nagita Slavina pada 16-17 Oktober 2014. Acara yang ditayangkan oleh Trans TV sejak pukul 08.00 WIB hingga 22.00 WIB ini menampilkan prosesi pernikahan khas budaya Jawa yang dimulai dari persiapan seperti acara pengajian untuk mendoakan kedua mempelai, acara siraman, sungkeman, akad nikah, hingga puncaknya adalah resepsi pernikahan itu sendiri.

Tidak cukup dengan 14 jam perhari, sepanjang 6-15 Oktober Trans TV juga menjejali khalayak dengan serentetan acara bertajuk “Menuju Janji Suci Raffi dan Gigi” yang ditayangkan di dua tayangan regulernya, yakni *Insert* dan *Show Imah*. Tayangan live yang menyita 14 jam perhari itu rupanya mengusik kenyamanan masyarakat dan berujung dengan adanya surat teguran KPI bernomor 2415/K/KPI/10/14 yang berbunyi, "Program tersebut disiarkan dalam durasi waktu siar tidak wajar serta tidak memberikan manfaat kepada publik sebagai pemilik utuh frekuensi. Jenis pelanggaran ini dikategorikan sebagai pelanggaran sedang atas perlindungan kepentingan publik".

Setelah sukses dengan tayangan langsung pernikahan Raffi Ahmad dan Nagita Slavina, Trans TV kembali menghadirkan program khusus tentang pasangan tersebut, yakni *Janji Suci Raffi & Gigi*. Pihak Trans TV mengklaim pasangan tersebut sudah punya kedekatan dengan TV swasta itu. Tayangan ini memperlihatkan beberapa kegiatan Raffi-Gigi yang cukup menarik untuk disimak setiap minggunya. Hal-hal kecil dalam rumah tangga mereka tak luput dalam tayangan *Janji Suci Raffi & Gigi* ini.

Menurut KPI, program tersebut memuat banyak hal-hal yang tidak signifikan untuk diketahui publik, seperti kendala-kendala yang dialami Raffi sehingga terlambat datang karena macet total, rantai ojek putus, berganti ojek, dan ojek ditabrak motor, ataupun *flashback* momen Nagita dan Raffi, yang menghabiskan durasi cukup panjang. (<http://www.swadeka.com>. Tayangan Selamatan Tujuh Bulan Nagita Slavina Disemprot oleh KPI edisi 22 Juni 2015.)

Privasi merupakan sebuah konsep ambigu yang tidak mudah untuk didefinisikan. Pada dasarnya, satu definisi umum mengenai privasi seperti dalam artikel Warren dan Brandeis (dalam Gordon 1999 : 163), yakni *hak seorang individu untuk memiliki kebebasan atas kehidupan priadinya (individual right to be let alone)*, atau kontrol terhadap publisitas yang tidak diinginkan mengenai urusan pribadi seseorang. Dengan kata lain, privasi adalah kemampuan satu atau sekelompok individu untuk mempertahankan kehidupan dan urusan personalnya dari publik, atau untuk mengontrol arus informasi mengenai diri mereka.

Secara konstruksi sosial, ruang privat atau privasi adalah hak yang dimiliki oleh setiap individu untuk dibiarkan sendiri, memiliki kebebasan atas kehidupan pribadinya yang berkaitan dengan dirinya sendiri maupun keluarga di mana individu tersebut melakukan kontrol terhadap segala informasi pribadi itu. Ruang privat dipisahkan dari ruang publik yang merupakan wilayah di mana setiap orang bebas untuk mengekspresikan pendapat, pandangan politik hingga ilmu pengetahuan.

Pada dasarnya, media membatasi pengungkapan privasi seseorang berdasarkan tiga hal, pertama, pengungkapan privasi yang melibatkan orang-orang yang secara otomatis akan kehilangan privasinya seperti artis, selebriti maupun politisi. Kedua, pengungkapan privasi yang melibatkan orang-orang yang secara tidak sengaja menjadi *public person* seperti korban kecelakaan atau pelaku kriminal. Ketiga, pengungkapan privasi di mana media tetap menghormati urusan pribadi orang-orang yang seharusnya tetap berada di dalam ruang privat atau dengan kata lain, tidak dibenarkan untuk menginvasi privasi orang awam.

*Reality show* telah menguasai ideologi hiburan pop televisi. Dari kacamata produser, privasi bukan lagi ruang intim (*private*) yang hanya dimiliki dan diketahui sang pemilik, namun juga dapat dijadikan objek tontonan yang dapat mendatangkan materi. Hal yang sifatnya intim/privat diolah sedemikian rupa oleh media agar pemirsa dapat menganggapnya sebagai sebuah kewajaran untuk diangkat media. Berbagai macam *reality show* ini dijadikan sarana pendongkrak rating televisi itu sendiri.

Saat ini standar nilai-nilai moral dan etika masyarakat mulai melonggar. Masalah pribadi menjadi salah satu jenis tontonan yang menarik dalam layar kaca, dan menontonnya menjadi alternatif hiburan baru bagi sebagian masyarakat kita. Program ini telah menjadi tayangan yang sangat dinantikan kehadirannya di layar kaca. *Reality show* yang mengulas masalah pribadi sangat digemari pemirsa. Ruang privat pun makin marak dijadikan sebagai komoditas dagang di layar televisi. Mempertontonkan kehidupan pribadi bahkan yang paling pribadi seseorang yang seharusnya menjadi ranah yang tak perlu disentuh pihak lain karena melanggar hak asasi manusia.

Ragam deskripsi ruang privat di media oleh khalayak muncul melalui serangkaian proses pemaknaan. Dimulai dari ketika menonton, kemudian berdiskusi, bertukar pendapat hingga memunculkan pemaknaan yang dideskripsikan sebagai ruang privat di media oleh khalayak. Melalui proses pemaknaan ini pula, khalayak memperoleh pemahaman mengenai hal-hal yang turut mempengaruhi kaburnya ruang privat dan ruang publik sehingga terdapat keberagaman makna dan deskripsi mengenai ruang privat.

Melalui bukunya, *Reality TV Audiences and Popular Factual Television* (2005), Annette Hill mengungkapkan elemen perdebatan kritis tentang *reality show*, dan opini orang-orang yang menonton program *reality*. Dari *Animal Hospital* hingga *Big Brother*, Annette Hill berpendapat bahwa genre televisi berubah dengan cepat. Tanggapan khalayak mengenai realitas dalam *reality TV* memberikan informasi berharga untuk meningkatkan pemahaman kita tentang kedua genre realitas dan pemirsa televisi kontemporer. Khalayak terlibat dalam perdebatan kritis terhadap perkembangan televisi.

Khalayak sendiri, sebagai khalayak aktif, lebih teliti dan jeli kembali ketika memilih tayangan televisi. Tidak hanya asal menghibur, tetapi juga dapat memberikan nilai positif dan informatif (dalam fungsi informasi yang sebenarnya) bagi khalayak itu sendiri.

Pemirsa televisi kini bukan lagi merupakan khalayak pasif yang begitu saja menerima apa yang ditawarkan oleh media. Mereka memiliki berbagai pandangan dan asumsi masing-masing serta sangat aktif dalam menanggapi pesan-pesan yang disampaikan media melalui tayangan-tayangannya. Masing-masing individu ini menghasilkan berbagai pemahaman yang beragam terhadap tayangan *Janji Suci Raffi & Gigi* ini.

Proses penyampaian isi pesan dalam *Janji Suci Raffi & Gigi* juga akan diterima secara berbeda oleh khalayak. Kemudian akan menimbulkan pengelompokan khalayak menjadi dua, yaitu khalayak aktif dan khalayak pasif. Khalayak aktif dianggap memiliki keputusan aktif tentang bagaimana menggunakan media. Mereka selalu kritis dan memaknai tayangan secara berbeda-beda. Sedangkan khalayak pasif cenderung lebih memaknai tayangan

hanya sebagai sebuah tayangan yang menghibur dan tidak memberikan rasa yang mendalam dan tidak terjadi pemaknaan setelah menonton.

## 1.2. Perumusan Masalah

Tanpa disadari, *Janji Suci Raffi & Gigi* sangat sarat dengan eksploitasi ruang privat pasangan Raffi-Gigi dan orang-orang di sekitar mereka. Tayangan ini mempublikasi masalah pribadi dengan sangat mendetail. Tidak jarang tayangan ini menyuguhkan pertengkaran dengan mengeluarkan kata-kata kasar bahkan kekerasan fisik, hal-hal yang didramatisir, kemudian dijadikan tontonan layaknya sinetron.

Khalayak sebagai konsumen media memiliki pemahaman yang berbeda-beda dalam memaknai isi pesan media. Bagi khalayak secara umum, *Janji Suci Raffi & Gigi* dimaknai secara dominan sebagai tayangan menghibur. Namun khalayak aktif memaknai tayangan tersebut secara lebih dalam. Sehingga penelitian ini dibuat untuk mengetahui bagaimana pemaknaan khalayak terhadap ruang privat selebriti dalam *Janji Suci Raffi dan Gigi*.

## PEMBAHASAN

*Janji Suci Raffi & Gigi* merupakan salah satu bentuk *reality show* yang ditayangkan di Trans Tv yang berisi kehidupan rumah tangga pasangan Raffi Ahmad dan Nagita Slavina. Ien Ang berpendapat bahwa makna dari teks media bukan sesuatu yang tetap, atau melekat dalam teks. Sebaliknya, teks media mendapatkan makna hanya pada saat diresepsi, yang berarti saat teks tersebut dibaca, dilihat, dan didengarkan. Khalayak dipandang sebagai produsen makna, tidak hanya konsumen isi media. Khalayak ini melakukan proses yang dikenal sebagai *decoding* atau menginterpretasikan teks media sesuai dengan pengalaman sosial dan historis mereka. Kelompok-kelompok sosial yang berbeda akan menghasilkan cara yang berbeda pula dalam menginterpretasikan teks media yang sama. (Ang, 1991 : 24

Dalam hal ini, penonton *Janji Suci Raffi & Gigi* memproduksi makna yang berbeda-beda terhadap teks atau pesan yang ditawarkan. Meskipun apa yang disajikan teks media sama namun belum tentu pembaca memaknai secara sama



pula. Pemaknaan terhadap wacana yang ditawarkan terdiri dari keseluruhan materi yang ada dalam konten yang diresepsi. Dalam tayangan *Janji Suci Raffi & Gigi* misalnya, teks media yang ditawarkan terdiri dari kisah rumah tangga pasangan Raffi-Nagita. Pemaknaan terhadap terhadap suatu teks media yang ditawarkan *Janji Suci Raffi & Gigi* akan menghasilkan pemaknaan yang berbeda untuk masing-masing informan yang terlibat di dalamnya. Perbedaan tersebut bisa jadi karena latar belakang yang berbeda, seperti pendidikan, keyakinan, umur, gender, serta nilai atau norma yang hidup dalam masyarakat sekitar khalayak.

Sebagai khalayak aktif, penonton menggunakan filter personal masing-masing dan tidak selalu sesuai dengan kemauan pencipta teks dalam menerima dan menginterpretasikan teks dalam tayangan televisi. Begitu pula halnya saat penonton menginterpretasikan pesan dalam tayangan *Janji Suci Raffi & Gigi* di Trans TV. Di satu sisi, sebagai pencipta teks Trans TV ingin mengkomunikasikan dan mengajak pembaca untuk larut dalam cerita kehidupan rumah tangga pasangan Raffi & Gigi. Selain itu, melalui tayangan *Janji Suci Raffi & Gigi* ingin memperlihatkan bagaimana kehidupan para artis di balik panggung, seperti orang-orang pada umumnya dan merupakan hal biasa untuk menyajikan hal tersebut ke ruang publik dalam hal ini televisi. Namun di sisi lain, penonton dapat menerima pesan tersebut dengan cara yang berbeda. Penonton dengan *frame of reference* tertentu akan mengkritisi makna yang ditawarkan *Janji Suci Raffi & Gigi*.

Dari pemahaman yang disampaikan informan, dapat dilihat bagaimana cara informan memaknai teks yang disajikan dalam tayangan tersebut. Perbedaan cara pandang masing-masing informan, memunculkan berbagai tipe pemaknaan walaupun teks yang mereka lihat merupakan pesan yang sama. Makna teks pada tayangan *Janji Suci Raffi & Gigi* merupakan gabungan dari beberapa tanda yang kompleks, dimana sebuah *preferred reading* telah ditemukan. Akan tetapi, informan masih memiliki potensi menerima dengan cara yang berbeda atas konstruksi makna yang diharapkan dari pencipta teks. Program *Janji Suci Raffi & Gigi* menawarkan suatu pemaknaan (*preferred reading*) bahwa tayangan ini memberikan informasi mengenai kehidupan pribadi pasangan Raffi-Nagita dan bagaimana keseharian mereka di balik layar.

## SIMPULAN

Tayangan *Janji Suci Raffi & Gigi* menawarkan sebuah kisah tentang kehidupan pribadi pasangan artis Raffi Ahmad dan Nagita Slavina. Khalayak memaknai pesan dari tayangan tersebut secara berbeda-beda. Ada yang berpendapat bahwa wajar jika media menayangkan ruang privat artis ke ruang publik dan ada juga yang tidak setuju dengan hal tersebut.

Resepsi dari khalayak keluar sebagai sebuah makna, dan berbeda dilihat dari latar belakang dan pengalaman hidup khalayak tersebut. Konsep terpenting dari analisis resepsi adalah bahwa teks media, khalayak atau program televisi bukanlah makan yang melekat pada teks media tersebut, tetapi makna diciptakan dalam interaksi antara khalayak dan teks. Dengan kata lain, makna diciptakan karena menonton atau membaca dan memproses teks media.

Wawancara yang dilakukan dengan keempat informan mengenai penerimaan terhadap ruang privat selebriti dalam *Janji Suci Raffi & Gigi* menghasilkan resepsi yang beragam. Adapun uraian kesimpulannya sebagai berikut :

1. Pemaknaan penonton terhadap ruang privat selebriti adalah segala urusan pribadi di luar profesinya sebagai artis, baik itu urusan rumah tangga, konflik pribadi, maupun hal-hal personal lainnya. Sehingga muncul pro-kontra mengenai kelayakan ruang privat ditayangkan di ruang publik yaitu televisi. Beberapa informan setuju ada juga yang tidak setuju.

2. Pemaknaan penonton terhadap ruang privat selebriti melalui tayang *Janji Suci Raffi & Gigi*, ternyata memunculkan ketiga kategori pemaknaan, yaitu *dominant-hegemonic*, *negotiated* dan *oppositional*. Penuturan para informan mengenai ruang privat dapat mempengaruhi posisi kategori Informan berdasarkan kajian resepsi. Informan I termasuk ke dalam kategori *negotiated reading*. Informan II termasuk ke dalam kategori *dominant reading*. Informan III termasuk ke dalam kategori *negotiated reading*. Informan IV termasuk dalam kategori *oppositional reading*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ang, Ien. 1991. *Desperately Seeking the Audience*. London: Routledge.
- Apa Hak Saya atas Penggunaan Frekuensi oleh Industri TV?. 2014. Dalam <http://www.frekuensimilikpublik.org/content.php?id=1&title=Apa.Hak.Saya.atas.Penggunaan.Frekuensi.oleh.Industri.TV?>. Diunduh pada 17 Februari 2016, 10.15
- Arifin, Asrul. 2011. *Pemaknaan dalam Tayangan Reality Show Minta Tolong*. Skripsi. Universitas Diponegoro.
- Biocca, Frank. 1988. *Opposing Conceptions of the Audience: The Active and Passive Hemispheres of Communication Theory*.
- Denzin, N. K. Dan Lincoln, Y. S. 2009. *Handbook of Qualitative Research*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Gordon, A. David. 1999. *Controversies in Media Ethics*. New York: Longman Publishers inc.
- Hannay, Allastair. 2005. *On The Public*. London: Routledge
- Hill, Annette. 2005. *Reality TV Audiences And Popular Factual Television*. London: Routledge
- Jankowski, Nicholas W. dan Jensen, Klaus B. 2002. *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*. Canada: Taylor & Francis e-Library
- Kellner, Douglas M. 2006. *Media and Cultural Studies*. London: Blackwell Publishing.
- National Research Council. 2007. *Engaging Privacy and Information Technology in a Digital Age*. Washington, D.C.: The National Academies Press.
- Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS) tahun 2009.
- Tayangan Selamatan Tujuh Bulanan Nagita Slavina disemprot oleh KPI. 2015. Dalam <http://www.swadeka.com/tayangan-selamatan-tujuh-bulan-nagita-slavina-disemprot-oleh-kpi/1952/>. Diunduh pada 13 Januari 2016, 19.30.
- TV Berlama-lama Tayangkan Kelahiran Anak Raffi-Nagita, Ini Kata Menteri Kominfo. 2015. Dalam <http://www.jpnn.com/read/2015/08/16/320779/TV-Berlama-lama-Siarkan-Kelahiran-Anak-Raffi-Nagita,-Ini-Kata-Menteri-Kominfo->. Diunduh pada 13 Januari 2016, 20.00.
- Undang-Undang Penyiaran No. 32 Tahun 2002