

GIMMICK IN THE REALITY SHOW *RUMAH UYA*

Dina Dwika Oktora¹

¹ Sekolah Tinggi Multi Media Yogyakarta, Indonesia
E-mail: dina.oktora@gmail.com

ABSTRACT

This research focuses on the gimmick in reality television shows, namely the Rumah Uya program which is broadcasted by ANTV station. This research uses a qualitative descriptive approach, data collection uses purposive sampling techniques, and data analysis uses content analysis. The results showed that the gimmick added to this event was not only a sound effect, but also create the acting of talents with dialogues that tended to be vulgar and showed impolite behavior. This contradicts with the applicable broadcasting regulations, namely the policies set out in the Indonesian Broadcasting Commission (Komisi Penyiaran Indonesia) regulation. Adding gimmicks to the reality show program can be done as long as it does not conflict with decency, law, and applicable regulations.

Keywords: *Reality show, gimmick, manipulation, and broadcast regulation*

ABSTRAK

Penelitian ini fokus pada *gimmick* yang ada di dalam *reality show* televisi, yaitu program *Rumah Uya* yang ditayangkan oleh stasiun ANTV. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, pengumpulan data memakai teknik *purposive sampling*, dan analisa data memakai analisis isi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *gimmick* yang ditambahkan dalam acara ini tidak hanya *sound effect*, namun juga merekayasa akting para *talent* dengan dialog-dialog yang cenderung vulgar dan menunjukkan perilaku yang kurang sopan. Hal ini bertentangan dengan regulasi penyiaran yang berlaku, yaitu kebijakan yang diatur dalam peraturan Komisi Penyiaran Indonesia. Penambahan *gimmick* pada program *reality show* bisa saja dilakukan asalkan tidak bertentangan dengan kesusilaan, hokum, dan peraturan yang berlaku.

Kata kunci: *Reality show, gimmick, rekayasa, dan regulasi penyiaran.*

1. PENDAHULUAN

Televisi atau sering disebut juga dengan sebutan kotak ajaib, merupakan salah satu alat media massa yang mempunyai berbagai fungsi dan peran dalam masyarakat, salah satunya sebagai sarana hiburan yang dianggap murah meriah. Kehadiran televisi dapat mengalihkan pemirsanya untuk lebih rileks karena mengalihkan perhatian khalayak untuk tidak berfikir pada hal-hal lain saat

menonton televisi (Barwise dan Ehrenberg dalam Andung, 2019).

Berbagai macam jenis (*genre*) program acara memenuhi layar televisi di rumah-rumah, baik tayangan drama maupun non drama, mulai dari muatan politik, kehidupan sehari-hari, mistik, klenik, hingga kekerasan. Banyak dijumpai acara-acara yang ditayangkan stasiun-stasiun televisi yang tidak lagi memperhitungkan nilai ideal dari sebuah acara televisi.

Keuntungan dalam produksi acara televisi lebih dianggap prioritas daripada efek acara terhadap penontonnya. Mohammad Zamroni menyebutkan bahwa televisi menjadi ideologi baru bahkan seringkali diberi ungkapan sebagai 'agama' baru, karena melalui acara-acaranya, televisi memenuhi kebutuhan individu (Zamroni, 2005).

Satu hal yang seolah-olah terlupakan, bahwa tayangan televisi secara umum mempunyai kemampuan untuk mempengaruhi persepsi, sikap dan pandangan seseorang, tidak peduli berapapun usianya, anak-anak ataupun dewasa. Televisi seakan dapat menjadi alat hipnotis bagi penontonnya, yang menyebabkan program yang ditontonnya dianggap sebagai realitas objektif, hingga dianggap sebagai nilai yang berlaku di tengah-tengah kehidupan masyarakat.

Salah satu *genre* program televisi yang saat ini banyak digemari masyarakat adalah *Reality Show*, yaitu program televisi yang mengangkat problem kehidupan nyata, menggambarkan adegan yang seakan-akan benar-benar berlangsung tanpa skenario, dengan pemain yang biasanya khalayak umum, bukan pemeran. *Reality show* biasanya mengangkat tema problem hidup, persaingan, pencarian bakat, pencarian pasangan hidup hingga rekayasa jebakan. Televisi merupakan media yang paling cocok dan tepat untuk *reality show*, karena selain memungkinkan

untuk siaran langsung (*live*) juga *based audio visual* (Sugihartono, 2004).

Salah satu *reality show* yang populer di Indonesia adalah program acara *Rumah Uya* yang ditayangkan oleh stasiun televisi TRANS7. Program ini mengangkat tema atau membahas fenomena problematika kehidupan seperti percintaan hingga hubungan keluarga yang seharusnya menjadi privasi seseorang. Program *Rumah Uya* ditayangkan mulai setiap hari Senin hingga Jumat, pukul 16.00 sampai dengan pukul 17.00 WIB. Program ini dipandu oleh Uya Kuya sebagai pembawa acara (*host*) bersama tiga rekannya dan didukung kru tim produksi. *Target audience* dari program ini adalah kalangan penonton berusia 13 tahun ke atas atau golongan remaja ke atas (<http://Trans7.co.id,10/11/2019>).

Tayangan program *Rumah Uya* pernah menuai kontroversi yang bermacam-macam. Acara ini dianggap mempunyai pengaruh negatif terhadap moral remaja khususnya anak-anak. Sebuah petisi "Hentikan Program Televisi "Rumah Uya" digalang oleh Change.Org. Petisi ini hingga saat ini masih berlanjut, bisa dilihat di dalam *link website* <http://chnq.it/NthQqjr2dr>. Petisi ini sudah ditandatangani oleh 341 partisipan per tanggal 26 November 2019 pukul 08.46 WIB.

Selain itu, Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) juga pernah memberikan teguran tertulis pada program ini. Surat

teguran nomor 615/K/KPI/31.2/10/2017 dengan deskripsi pelanggaran yaitu kewajiban program siaran untuk menghormati hak privasi dalam kehidupan pribadi objek siaran.

Sudah jadi rahasia umum bahwa program *Rumah Uya* merupakan acara *reality show* yang dipenuhi adegan *gimmick* atau rekayasa, artinya tidak benar-benar menampilkan realitas. Penjelasan tentang *gimmick* yang dilakukan di dalam program *reality show* ini dibahas di dalam beberapa artikel *online*, salah satunya di www.tirto.id dengan judul *Uya Kuya dan Reality Show: Drama, Drama dan Laba*. Hal ini bertentangan dengan pengertian *reality show* yang sesungguhnya, yaitu merupakan program yang real tidak direkayasa dan tidak dibuat-buat (Morissan, 2001).

Banyaknya kontroversi terhadap acara ini menjadi latar belakang penulis untuk membahas tentang bagaimana *gimmick* yang dilakukan di dalam acara ini, dan bagaimana kesesuaiannya terhadap regulasi penyiaran yang berlaku.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka bertujuan untuk menjelaskan teori yang dianggap relevan dengan masalah yang diteliti, yaitu rekayasa dalam program televisi *reality show*. Penulis memilih beberapa teori yang dianggap memenuhi untuk mendukung hasil penelitian yang dituangkan dalam penulisan ini.

Reality television atau *reality show*

merupakan salah satu gaya/aliran dalam pertelevisian yang menampilkan “real life” seseorang (Sugihartono, 2004). Program *reality show* adalah program yang diproduksi berdasarkan fakta apa adanya, tanpa skenario, dan arahan, tetapi di dalam realitasnya, program *reality show*, tetap fleksibel dalam proses kreatif sebagai tontotan yang menghibur dapat diberikan efek visual dan audio termasuk menyusun skenario cerita untuk membangun suasana dramatik dan artistik (Latief & Utud, 2015).

Menurut Andi Fachrudin, *reality show* adalah *genre* acara televisi yang menggambarkan adegan yang seakan-akan benar-benar berlangsung tanpa skenario, dengan pemain yang umumnya khalayak umum biasa, bukan *public figure* atau *actor/actress* tertentu (Fachrudin, 2015). Definisi *reality show* pada hakikatnya mendokumentasikan peristiwa apa adanya atau merekonstruksi peristiwa kronologisnya.

Morissan membagi program *reality show* menjadi lima bentuk dari (Morissan, 2001), yaitu: (1) *Hidden camera* merupakan program yang dianggap sebagai program *reality show* sesungguhnya, dimana subjek atau tokoh utama tidak menyadari keberadaan kamera sehingga ia tidak bisa berpura-pura dan dapat tampil tanpa merekayasa penampilannya; (2) *Competition Show* merupakan ajang kompetisi yang melibatkan beberapa orang yang saling bersaing dalam kurun waktu

yang ditetapkan untuk memenangkan perlombaan atau kompetisi yang diadakan. Satu persatu peserta akan tersingkir dan menyisakan satu orang pemenang di akhir kompetisi; (3) *Relationship Show*, jenis program ini menerapkan sistem permainan yang melibatkan persaingan antar kelompok atau individu. *Reality show* jenis ini membutuhkan kreativitas dan biaya produksi yang tinggi untuk membangun sistem permainan dan persaingan yang baik dan dapat dilakukan oleh para peserta tanpa kendala; (4) *Fly on The Wall*, yaitu *reality show* yang memperlihatkan keseharian objek dan direkam dengan sepengetahuan dan persetujuan si objek; (5) Mistik, *reality show* yang menampilkan tayangan–tayangan yang mistis, yaitu berhubungan dengan dunia paranormal dan alam gaib.

Popularitas program acara *reality show* yang semakin tinggi saat ini menjadikan alasan bagi para tim kreator berlomba-lomba memproduksi acara jenis ini. Banyak pihak yang diuntungkan dengan maraknya *reality show*. Stasiun televisi penyenggaran semakin kebanjiran iklan (Sugihartono, 2004). Bahkan, beberapa program yang sebenarnya tidak realistis pun ikut menyematkan label *reality show* ke dalam acaranya dengan menambahkan rekayasa yang disebut *gimmick*.

Anton Mabruri K.N. menjelaskan bahwa *gimmick* adalah trik-trik yang digunakan untuk mendapatkan perhatian

penonton, biasanya dalam bentuk *sound effect*, musik ilustrasi, adegan *suspense* (kejutan), mimik, ekspresi, dan *acting* pemain, kelucuan (*jokes*), teknik *editing* dan pergerakan suara (Mabruri KN, 2018).

Reality show adalah sebuah program acara yang di dalam proses produksinya dibutuhkan aplikasi kreatif, berupa *gimmick* yang tujuannya untuk membangun emosi penonton dan menarik perhatian penonton agar tetap menonton acara mereka.

3. METODE

Upaya untuk mendapatkan hasil penelitian yang diinginkan, maka penulis menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Menurut A. Muri Yusuf pada penelitian kualitatif, data yang dikumpulkan merupakan data kualitatif, dengan bentuk data berupa gambar dan kata-kata yang disajikan dalam bentuk deskriptif atau naratif (Yusuf, 2017). Pemilihan pendekatan ini dikarenakan pembahasan dalam penelitian ini bersifat mendalam terhadap isi suatu informasi tertulis atau tercetak di media massa. Pendekatan ini dapat digunakan untuk menganalisis semua bentuk komunikasi, baik surat kabar, acara radio, film, iklan, maupun acara televisi lainnya. Penggunaan analisis isi lebih difokuskan pada upaya melihat pada “bagaimana” (*how*), yaitu bagaimana isi teks berita, dan bagaimana pesan itu disampaikan.

Objek penelitian adalah program

acara *Rumah Uya* khususnya *gimmick* yang digunakannya, episode “Lika-Liku Perselingkuhan”, yang ditayangkan pada tanggal 12 Agustus 2019. Teknik pengumpulan data memakai *Purposive Sampling*. Pertimbangan penulis memilih episode ini adalah permasalahan yang diangkat merupakan masalah yang sensitif dan sangat berpotensi melanggar Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3 dan SPS) KPI tahun 2012.

Langkah-langkah analisis data pada penelitian ini adalah: (1) Menonton dan memahami tayangan secara seksama, cermat dan berulang untuk menentukan data yang telah ditetapkan, yaitu penggunaan *gimmick* dalam program acara *Rumah Uya*; (2) Mengamati dan mengkategorikan unsur *gimmick* yang ditambahkan; (3) Menganalisis kesesuaian penggunaan *gimmick* dengan regulasi penyiaran yang berlaku; (4) Melakukan verifikasi data dan menyusun kesimpulan berdasarkan analisis yang dilakukan.

4. PEMBAHASAN

4.1. Korelasi *Gimmick* dalam *Rumah Uya* dengan Regulasi KPI

Langkah awal yang penting pada analisis isi adalah menentukan unit analisis. Penulis memilih beberapa adegan dalam setiap segmen dalam tayangan *Rumah Uya* episode tayang tanggal 12 Agustus 2019, dengan judul “Lika-Liku Perselingkuhan”, yang dianggap menggunakan *gimmick*. Segmen yang digunakan sebagai unit

analisis dalam penelitian ini sebagai berikut;

Tabel 01. Segmen program *Rumah Uya* episode “Lika –Liku Perselingkuhan”
(Sumber :Trans7 Official, www.youtube.com, diakses 10 November 2019, pukul 10.00 WIB)

Segment	Gimmick	Adegan
1	Aktif Kostum Dialog	
2	Aktif Dialog	
		

Reality show merupakan program non drama yang berbasis kenyataan, namun program jenis ini membutuhkan penanganan tersendiri bagi para kreatornya agar dapat menghasilkan tayangan yang menarik dengan menambahkan beberapa unsur dramatis. Jenis tayangan ini menampilkan aktivitas nyata dari pembawa acara dan berbagai aspek pendukungnya, yaitu *talent*, objek, lokasi, situasi, dan dramatika (Set, 2008).

Penambahan beberapa unsur dalam *reality show* disebut juga sebagai *gimmick*. Program acara *Rumah Uya*

merupakan salah satu program yang menambahkan *gimmick* ke dalam adegan-adegan di setiap segmennya. Berdasarkan analisa peneliti dapat diketahui bahwa tim kreatif menambahkan banyak unsur *gimmick* di setiap adegan dalam setiap segmen.

Segmen 1 dalam episode ini menampilkan pengenalan *talent* sebagai klien yang mengadukan permasalahannya kepada tim *Rumah Uya*. *Talent* dalam segmen ini adalah Rea dan Ari yang saling menuduh bahwa di antara mereka ada yang berselingkuh. *Gimmick* yang ditambahkan ke dalam *segment* ini adalah *sound effect* yang dimainkan oleh tim Uya Percusion (*home band* acara ini). Penambahan *sound effect* ini menambahkan ketegangan terhadap konflik yang terjadi antara Rea dan Ari. *Gimmick* lain yang ditambahkan adalah ekspresi dan *acting* pemain. Terjadi ketidaksinambungan cerita pada saat penuturan masalah yang dilakukan Rea dan Ari. Hal ini terjadi karena acara *reality show* ini dilakukan *live on studio*, meskipun setiap adegan sudah ada *rundown*, namun pada pelaksanaannya perlu adanya improvisasi dari para pemain yang berperan. Hal ini akan menjadi suatu masalah apabila improvisasi pemain tidak sesuai dengan *rundown*.

Konflik yang digambarkan dalam segmen ini bersifat pribadi dan seharusnya menjadi hak privasi. Produksi dan penyiaran program yang berisi konten pribadi ini, tentu

saja sudah melanggar UU No.32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, dan Peraturan Komisi Penyiaran Indonesia Nomor 01/P/KPI/03/2012, Pasal 13 yaitu lembaga penyiaran wajib menghormati hak privasi seseorang dalam memproduksi dan/atau menyiarkan suatu program siaran, baik siaran langsung maupun siaran tidak langsung.

Segmen 1 (satu) memuat konten seksual dengan menampilkan talent perempuan yang berpakaian cukup terbuka, dan konflik peselingkuhan dengan bukti baju tidur wanita yang sangat seksi (*lingerie*). Hal ini bertentangan dengan regulasi yang termuat dalam Undang-Undang No 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, Pasal 36 Ayat 1, yang menjelaskan bahwa isi siaran wajib mengandung informasi, pendidikan, hiburan dan manfaat untuk pembentukan intelektualitas, watak, moral, kemajuan, kekuatan bangsa, menjaga persatuan dan kesatuan, serta mengamalkan nilai-nilai agama dan budaya Indonesia.

Gimmick dalam *acting* di segmen 1 tersebut juga bertentangan dengan Peraturan Komisi Penyiaran Indonesia Nomor 01/P/KPI/03/2012, Pasal 16, yaitu lembaga penyiaran wajib tunduk pada ketentuan pelarangan dan/atau pembatasan program siaran bermuatan seksual. *Gimmick* yang dilakukan oleh *talent* dalam segmen 1 menyebutkan salah satu profesi dengan nada yang meremehkan. Profesi ini semakin diperjelas dengan

masuknya *talent* 3, yaitu Bagus yang memakai jaket pengemudi ojek online. Hal ini tidak sesuai dengan regulasi yang termuat dalam Peraturan Komisi Penyiaran Indonesia Nomor 01/P/KPI/03/2012 Pasal 10 Ayat 1, lembaga penyiaran wajib memperhatikan etika profesi yang dimiliki oleh profesi tertentu yang ditampilkan dalam isi siaran agar tidak merugikan dan menimbulkan dampak negatif di masyarakat.

Segmen 2 (dua) episode ini dimulai dengan terjadinya cekcok antara Ari dan Bagus di *backstage*. Bagus ditemukan terbaring di lantai, dan menuduh Ari sudah melakukan tindak kekerasan kepadanya. Hal ini mengakibatkan perseteruan antara Rea dan Ari bertambah sengit. Rea marah dan beradu mulut dengan Ari. Perseteruan semakin meruncing setelah Rea menunjukkan bukti foto Ari dan perempuan lain. Perempuan itu bernama Jennifer yang kemudian *in-frame* ke dalam *set studio*. Terjadi kericuhan di dalam *set studio*, karena Jennifer mengaku sudah mengandung anak Ari selama 5 bulan. *Gimmick* dalam *acting* dan ekspresi pemain pada segmen ini berperan penting dalam menambah ketegangan konflik. *Gimmick* improvisasi yang dilakukan *talent* kurang dapat dikontrol karena *talent* saling memaki dengan kata-kata yang tidak pantas. Hal ini bertentangan dengan Peraturan Komisi Penyiaran Indonesia Nomor 01/P/KPI/03/2012 Pasal 9, yaitu lembaga

penyiaran wajib menghormati nilai dan norma kesopanan dan kesusilaan yang berlaku dalam masyarakat.

Segmen 3 (tiga) merupakan puncak konflik, para *talent* beradu argumen dengan mengeluarkan kata-kata yang tidak pantas dan saling memaki. *Gimmick* yang dilakukan Rea dan Jennifer terkesan sangat vulgar dengan mengatakan hal-hal yang bermuatan asusila dan seksual. Hal ini sangat bertentangan dengan Peraturan Komisi Penyiaran Indonesia Nomor 01/P/KPI/03/201, Pasal 9 Ayat 2, yaitu program siaran wajib berhati-hati agar tidak merugikan dan menimbulkan dampak negatif norma kesopanan dan kesusilaan yang dianut oleh masyarakat. Selain itu, *gimmick* vulgar ini juga bertentangan dengan Pasal 13 Ayat 1 dan 2, bahwa program siaran wajib menghormati hak privasi dalam kehidupan pribadi objek siaran dan program siaran tentang permasalahan kehidupan pribadi tidak boleh menjadi materi yang ditampilkan dan/atau disajikan dalam seluruh isi mata acara, kecuali demi kepentingan publik.

Segmen terakhir dalam acara ini adalah segmen 4 (empat). Segmen ini tampak *talent* baru yang bernama Nita, masuk ke dalam *set studio*. Nita datang tiba-tiba dan langsung bertindak kasar kepada Jennifer dengan menarik dan mendorongnya serta memaki-maki Jennifer sebagai seorang penipu. Jennifer menyangkal dan menyebut Nita sebagai

perempuan yang gila dan sakit jiwa. *Gimmick* akting dan dialog yang dilakukan oleh Nita dan Jennifer yang vulgar ini bertentangan dengan Peraturan Komisi Penyiaran Indonesia Nomor 01/P/KPI/03/2012 Pasal 24, yaitu program siaran dilarang menampilkan ungkapan kasar dan makian, baik secara verbal maupun nonverbal, yang mempunyai kecenderungan menghina atau merendahkan martabat manusia, memiliki makna jorok/mesum/cabul/vulgar, dan/atau menghina agama dan Tuhan.

4.2. Refleksi: *Gimmick* dan *Reality Show* yang Benar

Seperti yang sudah dipaparkan di atas definisi *reality show* merupakan suatu program yang diproduksi berdasarkan fakta apa adanya, tanpa skenario dan arahan. Namun, dalam realitasnya program *reality show* berkembang seperti efek-efek tambahan dengan unsur dramatis untuk mendapatkan perhatian penonton. Sesuai dengan istilahnya, *reality show* berarti pertunjukan yang asli (nyata) dan tidak dibuat-buat. Tayangan dalam program ini memuat keseharian masyarakat secara apa adanya, disebut juga tayangan realitas masyarakat.

Reality show merupakan program yang menyajikan suatu situasi yang biasanya terjadi dalam keseharian masyarakat, seperti konflik, persaingan atau hubungan berdasarkan realitas sebenarnya. Popularitas program jenis ini

sangat digemari saat ini, hal ini membuat tim kreatif televisi berlomba-lomba menghadirkan program yang berlabel *reality show*, walaupun bukan *reality show* yang sesungguhnya. Stasiun penyelenggara dan penonton perlu untuk mengkritisi penyimpangan tersebut.

Sesuai dengan namanya, program *reality show* televisi seharusnya tanpa rekayasa, berdasarkan kenyataan yang ada. Penambahan *gimmick* dapat dilakukan asalkan hanya untuk menarik perhatian penonton dan tidak berlebihan, seperti *sound effect*, *video effect*, dan musik ilustrasi. *Reality show* diproduksi dan dicipta melalui proses pengolahan imajinasi kreatif dari realitas kehidupan sehari-hari tanpa harus menginterpretasi ulang dan tanpa harus menjadi dunia khayalan (Naratama, 2004). Lebih jauh, Morissan mengatakan bahwa pada dasarnya apa saja bisa dijadikan program untuk ditayangkan di televisi selama program itu menarik dan disukai *audience*, dan selama tidak bertentangan dengan kesusilaan, hukum dan peraturan yang berlaku (Morissan, 2001).

Kepatuhan pada regulasi yang ada diperlukan, supaya surat teguran yang pernah diberikan KPI kepada program *Rumah Uya* tidak berlanjut ke surat penghentian tayangan, seperti yang pernah terjadi pada *reality show* yang lain, misalnya KPI mengentikan program *Smackdown* di Lativi tahun 2006. Kesadaran pemilik dan

pekerja media untuk mengedepankan tanggung jawab social media dalam menghadirkan tayangan yang sehat bagi masyarakat, sangat diharapkan (Afifi, 2010).

5. SIMPULAN

Program *reality show* merupakan salah satu program televisi yang menjadi favorit sebagian besar masyarakat. Tingginya *rating* program televisi *genre* ini menjadikan *trigger* bagi para *creator* program untuk mengolah acaranya agar menarik perhatian penonton, salah satunya dengan menambahkan *gimmick* ke dalam konten acara *reality show*. Salah satu program acara televisi yang melakukan hal tersebut adalah program *Rumah Uya*.

Rumah Uya episode “Lika-Liku Perselingkuhan” merupakan program acara yang menampilkan cerita konflik personal yang seharusnya tidak dihadirkan atau ditampilkan di layar kaca. *Gimmick* yang ditambahkan dalam acara ini tidak hanya *sound effect*, namun juga rekayasa akting para *talent* dengan dialog-dialog yang cenderung vulgar dan menunjukkan perilaku yang kurang sopan. Hal ini bertentangan dengan regulasi penyiaran yang berlaku, yaitu Peraturan Komisi Penyiaran Indonesia Nomor 01/P/KPI/03/2012.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, dapat dikemukakan rekomendasi, yaitu; (1) *Reality show* seharusnya merupakan sajian acara yang menampilkan keadaan sesuai kenyataan

tanpa mengada-ada; (2) Penambahan *gimmick* pada *reality show* diperbolehkan apabila memang dibutuhkan, namun selama tidak bertentangan dengan kesusilaan, hukum, dan peraturan yang berlaku

6. DAFTAR ACUAN

- Afifi, S. (2010). Tayangan Bermasalah dalam Program Acara Televisi di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(3), 246–262.
- Andung, P. A. (2019). *Etnografi Media: Potret Budaya Televisi Masyarakat Perbatasan*. Scopindo.
- Fachrudin, A. (2015). *Cara Kreatif Memproduksi Program Televisi*. Andi Offset.
- Latief, R., & Utud, Y. (2015). *Siaran Televisi Nondrama*. Prenada Media Group.
- Mabruri KN, A. (2018). *Produksi Program TV Non Drama*. Gramedia.
- Morissan, M. A. (2001). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Kencana.
- Naratama. (2004). *Menjadi Sutradara Televisi: Dengan Single dan Multi Camera*. Grasindo.
- Set, S. (2008). *Menjadi Perancang Program Televisi Profesional*. CV. Andi Offset.
- Sugihartono, R. A. (2004). Reality Show, Sebuah Tren Baru Acara Pertelevisian. *Jurnal Ornamen*, 2(1), 71–78.
- Yusuf, A. M. (2017). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Kencana.
- Zamroni, M. (2005). *Komodifikasi Budaya dalam Tayangan Televisi* (Skripsi

tidak diterbitkan). ISI Surakarta.