

Reality Show, Sebuah Tren Baru Acara Pertelevisian

Oleh : Ranang Agung Sugihartono

Abstraction

Reality shows recently being a new trend on our national television which usually was a genre development from reality shows that was born in the beginning of 20th century on overseas. And most of Indonesian people societies and ecommunication technology.

Pro and con to the reality shows should be focused the specific matters. Of course, it is not proper if we only would judge to all of them, since there are so many kinds of reality shows. Reality shows is a really good business model for the TV itself. It is also very appropriate to the characteristic of the TV media itself and it is also giving chance to the viewers to participate actively when they watching the live shows play on the TV.

In the articles will be discussed about the definition of reality shows, the progress of local product of the reality shows, AFI dan Indonesian Idol, the viewers emotion, education value and the business point of view of the reality shows.

Keyword: reality, show, television.

Pendahuluan

Terbukanya kebebasan pers dan penerapan OTODA menyuburkan perkembangan televisi nasional dan lokal. Stasiun televisi semakin banyak tumbuh baik di kota metropolitan maupun di daerah. Kondisi itu yang mengharuskan stasiun televisi berkompetisi memacu diri untuk memproduksi tayangan yang berkualitas dan diminati banyak penonton. Acara dalam format *reality show* merupakan salah satu acara yang diproduksi dan ditayangkan secara berlomba-lomba antara stasiun satu dengan lainnya, dalam rangka merebut segmen pasar penontonnya.

Sebagai model baru acara pertelevisian di Indonesia, masih banyak orang yang mempertanyakan *reality show*, baik dari pengertian, nilai-nilai yang terkandung di dalamnya, keantusiasan penonton dan kontestan, kesuksesan acara tersebut dalam mengeruk keuntungan, maupun eksese yang ditimbulkan pada penonton dan kontestan. Artikel ini akan mengupas masalah-masalah tersebut, agar bisa lebih memperjelas dan memungkinkan untuk memberikan apresiasi secara tepat.

Apakah Reality Show?

Reality television atau *reality show* merupakan salah satu gaya/aliran dalam pertelevisian yang menampilkan "real life" seseorang. Ada tiga jenis program

Reality television atau *reality show* merupakan salah satu gaya/aliran dalam pertelevisian yang menampilkan "real life" seseorang.

reality television atau *reality show*. Pertama, *reality show* yang menempatkan penonton sebagai pelihat pasif yang mengikuti aktivitas profesional atau personal seseorang. *Plot* yang disusun untuk acara tersebut sering menyerupai bentuk 'Opera Sabun'. Pertama kali 'Opera Sabun' dikembangkan melalui siaran radio tahun 1920-an dan kemudian dikembangkan melalui televisi pada awal tahun 1940-an.

Reality Show pertama untuk televisi diproduksi oleh *Public Broadcasting Service (PBS)*, sebuah jaringan televisi publik *nonprofit* yang dimiliki oleh lebih dari 300 stasiun televisi publik di Amerika Serikat. Serial '*An American Family*' merupakan *reality show* pertama di televisi. *Shooting* dilakukan pada tahun 1971 dan disiarkan di PBS pada tahun 1973. '*An American Family*' terdiri atas 12 episode yang diedit dari 300 jam *footage*, yang mengungkapkan pengalaman kejadian sebuah keluarga nuklir, keluarga keras Santa Barbara di California, yang telah bercerai. Santa Barbara digambarkan sebagai orangtua dengan lima orang anak. Sedangkan contoh *reality television* terkini dan modern adalah MTV, merupakan jaringan televisi kabel, yang sebenarnya mengkhhususkan pada musik rock populer dan video musik. Pada akhirnya MTV menjadi saluran untuk berbagai kebutuhan minat remaja dan anak menginjak dewasa.

Kedua, *hidden camera*/kamera tersembunyi, merupakan kamera video yang diletakkan tersembunyi dan digunakan untuk merekam orang dan aktivitasnya tanpa mereka mengetahui/menyadarinya. Sebenarnya fungsi awal *hidden camera* digunakan untuk pemantauan keamanan pada pertokoan atau bank, tetapi kemudian dikembangkan menjadi sebuah tayangan *reality*.

Program televisi *hidden camera*, juga termasuk *reality show*. Produser menggunakan kamera tersembunyi untuk menangkap aktivitas orang yang tak terduga dalam situasi biasa atau tak masuk akal (*absurd*). Aliran ini dimulai tahun 1959-an dengan acara *Candid Camera*. Tidak seperti *reality television*, yang pemfilman telah diketahui, disadari, dan disetujui oleh partisipan, program *hidden camera* dibuat tanpa sepengetahuan partisipan. Allen Funt merupakan *celebrity* terbaik Amerika yang dikenal sebagai seorang produser, kreator, dan pembawa acara (*host*) *Candid Camera* dari tahun 1951-1954 dan 1960-1966 di CBS. Acara serupa di antaranya adalah *America's Funniest Home Videos* (1990), *The Jamie Kennedy Experiment* (2002), *Trigger Happy TV* (2002), dan *Punk'd* (2003).

Ketiga, disebut juga *reality game show*, suatu *reality show* yang memfilamkan partisipan/kontestan secara intensif dalam lingkungan tertutup/khusus untuk berkompetisi memenangkan hadiah. Aliran *reality show* ini kemudian ditiru oleh Spike TV dengan judul '*The Joe Schmo Show*'.

Salah satu yang membedakan *reality television* ini jika dibandingkan dengan *game show* yang lain adalah nilai lebih yang dimilikinya, yakni pandangan/partisipasi publik yang selalu berperan aktif dalam penentuan pemenang. Suara *audience* menentukan pengeliminasian kontestan, sekaligus menentukan kontestan yang paling populer untuk menang. Bagaimanapun, yang menjadi kunci keberhasilan *reality show* adalah seberapa nyata *reality show* tersebut, dan seberapa jauh kemampuan produser mengontrol format *show* tersebut.

Dua *reality game show* yang paling populer adalah *Big Brother* dan *Survivor*. Ada juga program dengan bahasa Spanyol untuk penonton Amerika Latin, *Protagonistas De La Musica*, yang diproduksi di Miami oleh Telemundo USA. Rumah produksi (*production house*) spesialis *reality show* ternama seperti Endemol telah

Salah satu yang membedakan *reality television* ini jika dibandingkan dengan *game show* yang lain adalah nilai lebih yang dimilikinya, yakni pandangan/partisipasi publik yang selalu berperan aktif dalam penentuan pemenang.

memproduksi banyak program *reality show*, di antaranya *Big Brother*, *Fear Factor*, *Joe Millionaire*, *Boy Meets Boy*, dan NBC show *Average Joe*. *Fear Factor* juga ditayangkan di stasiun televisi nasional yaitu RCTI. Yang juga termasuk *reality game show* di antaranya adalah *The Mole* (2000), *The Amazing Race* (2001), *Murder in Small Town X* (2001), *Model Flat* (Fashion TV, 2002), *I'm a Celebrity, Get Me Out of Here!* (UK 2002), *Dog Eat Dog* (2003), *Boot Camp*, *Shattered* (UK 2004), *Back To Reality* (UK 2004), dan *Forever Eden* (2004)

Reality Show Produk Lokal

Istilah *reality show* mengemuka dalam pertelevisian nasional setelah 'Akademi Fantasi Indosiar' (AFI) digelar, disertai penayangan dan iklan yang sangat intens, meskipun jauh sebelumnya telah ditayangkan *reality show* impor genre lain seperti *Smackdown* ataupun *Fear Factor*. Dalam beberapa bulan kemudian disusul oleh RCTI dengan '*Indonesian Idol*', yang sebelumnya diawali dengan tayangan '*American Idol*' tayangan asli Fox Network Amerika, yang ternyata diterima baik oleh penonton tanah air.

Sukses Indosiar dengan 'konser AFI', sehingga menempatkan rating-nya pada posisi puncak, membuat tayangan *reality show* semakin dikenal dan diminati penonton. Beberapa stasiun televisi berlomba membuat program sejenis. Indosiar dengan *Indonesian Model* yang audisinya diselenggarakan pada bulan Mei-Agustus 2004, TV-7 dengan 'Model Kawanku' (Moka 2004) yang disiarkan pada bulan Mei-Juli 2004 dalam rangka pemilihan model majalah Kawanku, dan TransTV dengan 'Cantik Indonesia' yang menghadirkan aneka tipe gadis cantik.

Maraknya stasiun televisi berlomba merancang berbagai program dengan memanfaatkan momentum naik daunnya *reality show*, masih terkait dengan karakter televisi itu. Menurut Shuman Ghosemajumder (2003) "...it appears that television is primarily going to be a reality-driven medium". Televisi merupakan media yang paling cocok dan tepat untuk *reality show*, karena selain memungkinkan untuk siaran langsung (*live*) juga *based audiovisual*, daripada radio yang juga bisa *reality show* tetapi hanya *based audio*.

'*Indonesian Idol*' RCTI mengadopsi acara '*American Idol*' yang dipandu oleh Ryan Seacrest di Fox Network, yang sebenarnya juga berdasarkan pada tayangan '*Pop Idol*' di Inggris. *Show* tersebut merupakan sebuah kontes yang menentukan penyanyi muda terbaik di Amerika Serikat. *Reality show* bertajuk *Idol* nampaknya telah menjadi *franchise* sebagaimana produk makanan misalnya *Mc Donald*. Stasiun televisi manapun yang akan mengadopsi acara tersebut harus mendapatkan hak siar terlebih dahulu, karena telah menjadi 'waralaba'. Menariknya adalah setiap tahun para pemenang kontes *Idol* dari 12 negara berbeda berkumpul dalam kompetisi '*World Idol*', seperti pada tahun 2003 lalu yang diselenggarakan di London.

AFI dan Indonesian Idol sebagai Reality Game Show

Penempatan AFI dan '*Indonesian Idol*' dalam pembahasan ini, dan bukannya Moka 2004, *Indonesian Model*, atau Cantik Indonesia, didasarkan pada pertimbangan bahwa AFI dan '*Indonesian Idol*' terbukti diminati oleh banyak penonton. Keduanya sama-sama memilih penyanyi muda terbaik dan populer, tetapi keduanya sekaligus juga memiliki perbedaan dalam format *show*-nya.

Sukses Indosiar dengan 'konser AFI', sehingga menempatkan rating-nya pada posisi puncak, membuat tayangan *reality show* semakin dikenal dan diminati penonton.

AFI dan 'Indonesian Idol' sejenis dengan *Popstars* (2000), *Pop Idol* (2001), *American Idol* (2002), *Canadian Idol* (2002), *Fame Academy* (2002), *American Juniors* (2003), *Australian Idol* (2003), *Last Comic Standing* (2003), *America's Next Top Model* (2003), *Can You Be A Porn Star?* (2004), *The Apprentice* (2004), dan *Dream Job* (2004), yang merupakan salah satu gaya/aliran *reality game show*, khususnya *Talent Searches*, karena partisipan/kontestan dengan bakatnya berkompetisi untuk mencapai kemenangan. Yang ditayangkan tidak hanya saat konser/kompetisi berlangsung saja, tetapi juga saat-saat audisi (babak penyisihan) di beberapa kota sebelumnya, dan juga hari-hari kontestan saat di karantina. Di samping itu, partisipasi publik pada acara tersebut juga berperan menentukan pemenang *reality game show* tersebut.

Baik AFI maupun 'Indonesian Idol' pada babak eliminasi menempatkan juri bukan penentu tereliminasi-tidaknya kontestan tetapi sebagai apresiator atas kualitas vokal dan *performance* kontestan. Peran juri sebatas sampai pada tahap seleksi awal/penyisihan, pada tahap berikutnya, suara penonton melalui media *short message service* (SMS) dan *premium call* yang menentukan maju atau tersingkirnya para kontestan. Pemirsa memberikan suaranya setelah melihat kualitas vokal kontestan, penilaian/kritik juri, dan *personality* kontestan di karantina. Bahkan, terjadi seorang kontestan pada saat tahap penyisihan untuk masuk 12 besar mendapat kritik pedas oleh salah seorang juri karena jeleknya kualitas suaranya tetapi karena memiliki fans yang cukup banyak, akhirnya juga berhasil masuk 12 besar berkat tingginya SMS penonton untuknya.

Mengocok Emosi Penonton

Seleksi pada babak eliminasi menjadi salah satu bentuk drama yang tidak hanya menghibur tetapi juga bisa mengocok emosi penonton. Emosi penonton sangat dibangkitkan dengan pem-*blow-up*-an saat-saat seorang kontestan tereliminasi. Mulai saat diumumkan oleh *host*, kontestan menangis, komentar terakhir kontestan di hadapan penonton, berpisah dengan rekan-rekan sesama kontestan, penonton di studio yang menangis/terharu. Bahkan, secara visual perpisahan tersebut digambarkan dengan cara si tereliminasi diminta membawa 'koper eliminasi' saat keluar dari panggung.

Pelibatan emosi penonton dalam *reality show* sesuai dengan pendapat Nadine Kenney (2004) bahwa *reality show not so obnoxious*, karena *reality show* bisa membuat penonton meriah (*hilarious*), atau menjadikan penonton cemas (*anxious*) atas nasib kontestan pilihannya. Kondisi itu memungkinkan penonton menjadi *definitely worth watching*, sehingga mereka akan tetap mengikuti/melihat *reality show* tersebut sampai selesai. Bahkan bisa lebih dari itu, sebagai contoh AFI-1, meskipun konser *live*-nya sudah berakhir dan berganti dengan AFI-2, penonton tetap antusias dengan konser keliling AFI-1: "Konser Menuju Bintang" dan "Kibar Kreasi AFI" di beberapa kota, baik melihat secara langsung maupun melalui tayangan Indosiar.

Keberhasilan melibatkan emosi penonton hingga mereka bersimpati, mengidolakan atau bahkan berempati, tidak lepas dari upaya produser mendekati kontestan dengan penonton. Tayangan iklan tiap hari, tayangan aktivitas harian saat di karantina, juga tayangan rutin perihal pandangan-pandangan, kesukaan, dan pengalaman para kontestan merupakan upaya pendekatan yang dilakukan produser.

Pelibatan emosi penonton dalam *reality show* sesuai dengan pendapat Nadine Kenney (2004) bahwa *reality show not so obnoxious*, karena *reality show* bisa membuat penonton meriah (*hilarious*), atau menjadikan penonton cemas (*anxious*) atas nasib kontestan pilihannya.

Bila penonton telah mengidolakan seorang kontestan, mereka akan dengan sukarela memberikan suara dukungannya melalui SMS atau bahkan *premium call* yang cukup mahal. Mereka bahkan akan berusaha untuk bisa menonton langsung konser idolanya, meskipun konser itu diselenggarakan jauh di kota lain, dengan harga tiket yang mahal sekalipun. Pengidolaan para remaja terhadap para kontestan terpilih 10 besar, bisa melebihi pengidolaan terhadap artis umumnya.

Pelibatan partisipasi publik dalam penentuan pemenang, menjadikan penilaian *reality show* lebih komprehensif. Sebelumnya, penilaian menang tidaknya kontestan sangat ditentukan oleh dewan juri semata. Sebagaimana dikemukakan Chandra Widanarko (2004), pemimpin redaksi *Kawanku*, yang mengakui memanfaatkan semaraknya *reality show* untuk pemilihan model 'Moka 2004', dengan *reality show* penilaian akan lebih komprehensif karena pemirsa ikut terlibat. Jauh sebelum *reality show* menjadi *trend* di pertelevisian, lomba model sudah sering dilaksanakan beberapa majalah, tetapi eksisnya tidak semeriah jika dibandingkan dengan setelah dikemas dalam bentuk *reality show*.

Tidak Mendidik Penonton (?)

Banyak kalangan menyangsikan adanya unsur pendidikan pada acara *reality show*, karena dianggap menonjolkan hiburan semata. Menurut saya, *reality show* yang mana dulu yang dimaksudkan, karena *genre* dari *reality show* cukup banyak. Ada *reality show* yang menekankan unsur pendidikan di dalamnya, misalnya acara 'Scalpel' (pisau bedah) pada Italian TV, ... *couches the rationale for 'Scalpel' in term of public service. The graphic broadcast of surgery is designed to educate the public to the seriousness of even a cosmetic operation* (Washington Post, 2004).

'Scalpel' dibuat untuk mengimbangi maraknya praktik operasi plastik di kalangan masyarakat modern. Keinginan mendasar manusia untuk tampak menarik di mata orang lain, membuat orang ingin memancungkan hidung, memperbesar payudara, mem-*bahenol*-kan pantat, atau melangsingkan tubuhnya. Menurut Piveti (2004) hal itu bertentangan dengan *a moralistic attitude toward the body derived from a 'Catholic' reserve toward changing the body*. Pesan edukasi 'Scalpel' pada publik secara eksplisit bahwa Anda tidak perlu operasi plastik untuk memenuhi *image* yang Anda inginkan, Anda bisa hidup bahagia tanpa operasi.

Berkait dengan AFI dan *Indonesian Idol*, benarkah tidak mengandung unsur pendidikan? Bagaimana dengan penayangan proses pembelajaran olah vokal (*vocal class*), kelas koreografi oleh Ari Tulang, kelas bahasa Inggris oleh *native speaker*, dan sesi psikologi yang diberikan oleh seorang psikolog ternama, yang tersajikan sebagai aktivitas keseharian kontestan dalam masa karantina? Apakah hal itu belum memberikan gambaran yang jelas tentang proses pembelajaran/pendidikan untuk bekal berkompetisi di konser atau kelak menjadi penyanyi profesional?

Pada saat konser eliminasi atau babak final berlangsung, unsur hiburan memang terekspos sangat kuat karena yang dikonteskan adalah kemampuan menyanyi para kontestan. Tetapi, benarkah hal ini nihil dari nilai-nilai edukasi? Di samping sajian hiburan berupa nyanyian terdapat juga sportivitas kontestan yang tereliminasi atau kalah, perjuangan para kontestan dalam berkompetisi, apresiasi dewan juri berupa kritik yang membangun, dan apresiasi penonton

Banyak kalangan menyangsikan adanya unsur pendidikan pada acara *reality show*, karena dianggap menonjolkan hiburan semata.

berupa dukungan suara, saya kira mengandung *education value* yang sangat berarti bagi penonton. Apalagi jika diperbandingkan dengan jenis *reality show* yang lain, misalnya *Smackdown*, *Buser*, atau *Uji Nyali*.

Dalam beberapa kasus, memang ada *reality show* yang bermasalah dan berlanjut ke pengadilan. *Reality show* di Inggris, "*Crying Game*", yang dikemas dalam acara bertajuk "*Find Me a Man*" atau "*There's Something about Miriam*" mendapatkan tuntutan hukum dari para kontestan yang menjadi korban penipuan. Kontestan pria tersebut merasa ditipu setelah mengetahui Miriam yang menjadi 'hadiah buruan' ternyata seorang transeksual, sehingga mereka merasa ditipu, dihina, dan dicemarkan nama baiknya serta menjadi korban *conspiracy to commit sexual assault*. Di Indonesia, *reality show*-nya RCTI bertitel '*Mbikin Orang Panik*' (MPO) juga tersandung masalah yang berakibat 10 orang polisi diadili dan ada yang terancam dipecat. Akibat lain sangat luar biasa, tayangan yang tergabung dalam *Parade Reality Show* seperti *Kopaja*, *Robin Hut*, *Susahnya Minta Maaf*, dan *Selebriti Instan* juga dihentikan penayangannya mulai 31 Mei 2004.

Reality Show sebagai Model Bisnis Terbaik untuk Televisi !

Maraknya *reality show* dalam pertelevisian nasional tidak lepas dari respon penonton yang cukup bagus, karena pada dasarnya orang suka melihat sisi kehidupan orang lain terutama *selebriti*. Sebagaimana dikemukakan oleh Shuman Ghosemajumder (2003) "*People simply enjoy watching other people's lives, and people also enjoy being on television enough to go on for free.*" Televisi dengan karakteristiknya memungkinkan sekali untuk *reality show* dan untuk melihatnya pun dengan cuma-cuma, bisa sambil santai di rumah.

Terlebih yang menjadi *audience target* dari *reality show* baik AFI, *Indonesian Idol*, *Indonesian Model* adalah pemirsa muda berusia belasan tahun (*anak baru gede*, ABG), karena bisa menjadi sarana merefleksikan diri atau melihat teman-temannya yang menjadi kontestan atau alasan kedaerahan (sesama saudara asal). Penonton pria pun tidak ketinggalan, meskipun hanya untuk menonton "pemandangan" wajah-wajah cantik, atau melihat tayangan kejadian-kejadian lucu para kontestan pada saat audisi. Demikian juga ibu-ibu rumah tangga, bisa mengidolakan gadis yang cantik dan santun.

Menurut Shuman Ghosemajumder (2003) *Reality is the best business model for TV*. Tanpa memandang bagus atau tidak, *reality television* merupakan bisnis yang bagus. Sisi ekonomisnya terletak pada kemungkinan pemangkasan ongkos/biaya, baik untuk penulis naskah (*copywriter*) maupun aktornya, karena pada *reality show* menampilkan sedikit drama dan lebih menonjolkan *personalities* para kontestannya daripada sinetron yang lebih menekankan alur ceritanya. Para kontestan biasanya bersedia dengan cuma-cuma untuk tampil di layar kaca, apalagi berkesempatan untuk memenangkan uang atau hadiah.

Meskipun begitu, ada juga *reality show* paling mewah dan termahal di dunia, yaitu pendaratan "*Spirit Rover*" di permukaan planet Mars di awal tahun 2004 ini, sebagaimana dikemukakan Karen (2004) *Mars: the ultimate reality show*. Segala penjuru dunia mengikuti detik-detik pendaratannya melalui televisi.

Banyak pihak yang diuntungkan dengan maraknya *reality show*. Stasiun televisi penyelenggara semakin kebanjiran iklan, apalagi acara tersebut ditayangnya pada *peak time*-nya. Stasiun Indosiar dengan AFI-nya yang sukses,

Tanpa memandang bagus atau tidak, *reality television* merupakan bisnis yang bagus.

mampu menaikkan *rating* stasiun televisi tersebut ke posisi puncak. Terangkatnya program *reality show* di kalangan pemirsa muda tidak lepas dari peran media cetak yang menjadi rekanan stasiun televisi.

Media cetak khususnya majalah-majalah menjadi laris dibeli anak-anak, remaja, dan ibu-ibu. Kupas tuntas kontestan juga dilakukan media cetak (majalah) selayaknya selebriti umumnya. Di pasaran bisa dijumpai poster-poster para idola, dan juga stiker-stiker acara AFI dan *Indonesian Idol*.

Penjualan CD lagunya pun sangat fantastis, bahkan AFI-1 telah mendapatkan penghargaan 4 Platinum setelah penjualan menembus angka 600.000 keping CD, mengalahkan penyanyi-penyanyi profesional yang paling banyak mendapatkan penghargaan 2 Platinum. Hal itu belum termasuk maraknya penjualan CD bajakan di pasaran. Dengan konser-konser di beberapa kota, misalnya konser AFI-1 "Menuju Bintang", pihak *event organizer* pasti meraup keuntungan bertipat apabila dilihat dari banyaknya penonton meskipun harga tiket sampai ratusan ribu, dan juga banyaknya sponsor yang mendukung acara tersebut.

Penutup

Tanpa mengesampingkan adanya eksek negatif khususnya pada "*reality show* tertentu", pada kenyataannya *reality show* telah hadir di masyarakat kita, sebagai konsekuensi logis dari perkembangan masyarakat modern di era globalisasi. Tetapi kasus "*reality show* tertentu" tersebut tidak dibisa dikenakan pada semua jenis *reality show* yang ada, sebaiknya dilihat secara kasuistik, mengingat *genre*-nya sangat beragam. Kebanyakan *reality show* yang ada telah membawa keberhasilan, manfaat, dan keuntungan pada stasiun televisi, kontestan, penonton, sponsor, *event organizer*, *production house*, dan yang terkait dengannya. Dalam konteks media, format acara *reality show* sangat sesuai dengan karakteristik televisi sebagai media audio visual dan terlebih televisi memungkinkan sekali untuk *live show*.

Daftar Pustaka

- Encyclopedia of Reality Show
2004 <http://encyclopedia.thefreedictionary.com/reality%20show>.
- Ghosemajumder, Shuman
2003. "Reality is The Best Business Model for TV". <http://shuman.com/archives/000018.php>
- Gilbert, Matthew
2004. "Reality Show 'Family Plots' is a Grave Misstep by A&E". *Television Review*. <http://www.bostom.com/news/globe/living/articles/2004/04/19/...> (2004).
- Kenney, Nadine
2004. "Reality Show Not So Obnoxious". <http://www.dailyillini.com/features/704>.
- Luk/Edn
2004 "Bertenggak-lenggok Menuju Sukses". *Kompas, Minggu 9 Mei 2004 hlm 35 kolom 1-5*.
- Paulsen, Wade
2003 Reality Show With 'Crying Game' Twist Elicits Lawsuit Threat from Duped Men". <http://www.realitytvworld.com/index/articles/story.php?s=1942>.
- Richardson, Karen Work
2004. "Mars: The Ultimate Reality Show". *Vital News (Virginia Initiative for Technology and Administrative Leadership) January 2004*.
- Thefreedictionary.com*
2004 List of reality television series. <http://encyclopedia.thefreedictionary.com/List%20of%20reality%20television%20programs>.
- Washingtonpost.com*
2004 "On Italian TV, the Reality Show Becomes Too Real for Some". http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/articles/A28782-2004Mar3_2.html