

## Konstruksi Sosial Media Lamaran Artis Dalam Program Televisi “Ikatan Cinta Atta & Aurel Special Lamaran” Di RCTI

Venessa Agusta Gogali<sup>1</sup>, Titi Widaningsih<sup>2</sup>, Hayu Lusianawati<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Universitas Bina Sarana Informatika, [venessa@bsi.ac.id](mailto:venessa@bsi.ac.id)

<sup>2</sup>Pascasarjana Universitas Sahid, [titi\\_widaningsih@usahid.ac.id](mailto:titi_widaningsih@usahid.ac.id)

<sup>3</sup>Pascasarjana Universitas Sahid, [hayu\\_lusianawati@usahid.ac.id](mailto:hayu_lusianawati@usahid.ac.id)

### ABSTRAK

Persaingan antar stasiun TV untuk menjangkau penonton sebanyak mungkin dengan menayangkan berbagai tayangan dengan konten media yang menarik. Dalam hal ini, stasiun TV harus melakukan perencanaan program yang matang saat memproduksi konten, sehingga akan berdampak pada *rating and share* dan keuntungan perusahaan stasiun TV tersebut. Seperti yang dilakukan oleh Stasiun televisi RCTI dalam menayangkan program “Ikatan Cinta Atta & Aurel Special Lamaran” disiarkan secara langsung, program ini mendapatkan respon yang positif dan negatif di mata penonton Televisi. RCTI mencoba mengkonstruksi konten program tersebut dengan cara menampilkan prosesi lamaran pernikahan. Sesuai dengan teori konstruksi sosial milik Peter L. berger dan Thommas Luckmann RCTI sebagai media massa dalam menyajikan tayangan dilengkapi dengan pandangan, bias, dan pemihakan. Untuk mengkonstruksi tayangan yang sesuai dengan tujuan RCTI, RCTI melewati tiga fase konstruksi yaitu Eksternalisasi, Objektivasi dan Internalisasi. RCTI dalam mempengaruhi perspekti penonton atau masyarakat tentang lamaran artis juga berdasarkan factor-faktor yang mempengaruhi sehingga proses Konstruksi Sosial itu berjalan sesuai dengan tujuan RCTI. Hasil penelitian penulis yang menggunakan metode penelitian kualitatif dengan Paradigma Konstruktivis mendapatkan hasil bahwa program yang dibuat oleh RCTI sepenuhnya untuk mendapatkan *Rating and share* dalam mendapatkan keuntungan dari pihak sponsor dari proses wawancara *dengan key Informan*.

**Kata Kunci:** Konstruksi Sosial Media, Lamaran Artis, RCTI

### ABSTRACT

*Competition between TV stations to reach as many viewers as possible by broadcasting various shows with interesting media content. In this case, the TV station must do careful program planning when producing content, so that it will have an impact on the rating and share and profits of the TV station company. Like what was done by the RCTI television station in broadcasting the program "Ikatan Cinta Atta & Aurel Special Application" broadcast live, this program received positive and negative responses in the eyes of television viewers. RCTI tries to construct the program's content by displaying a procession of marriage proposals. In accordance with the theory of social construction belonging to Peter L. berger and Thommas Luckmann RCTI as a mass media in presenting impressions is equipped with views, biases, and partialities. In order to construct shows that are in accordance with RCTI's objectives, RCTI goes through three construction phases, namely Externalization, Objectification and Internalization. RCTI in influencing the perspective of the audience or the public regarding the artist's application is also based on the influencing factors so that the Social Construction process runs in accordance with RCTI's objectives. The results of the author's research using qualitative research methods with the Constructivist Paradigm get the results that the program created by RCTI is entirely to get Rating and share in getting benefits from the sponsors from the interview process with key informants.*

**Keywords:** Social Construction Media, Artist Wedding Proposal, RCTI

### PENDAHULUAN

Persaingan yang terjadi antara Stasiun Televisi yaitu dengan cara menampilkan program-program yang bervariasi dengan konten media yang menarik untuk dapat mempengaruhi sebanyak mungkin penonton Televisi. Dalam hal ini Stasiun Televisi dalam memproduksi konten harus memiliki perencanaan program yang matang agar berdampak pada rating share dan pemasukan atau pendapatan perusahaan Stasiun Televisi. Rating memang masih menjadi salah satu tolak ukur keberhasilan sebuah program, dan juga sebagai alat untuk menilai apakah konten tersebut layak untuk dijual (Nurfikria & Tawulo, 2018). Adanya persaingan yang begitu ketat menuntut pemilik modal di industri media TV harus kreatif dan inovatif dalam memproduksi konten medianya agar tidak ditinggalkan oleh penontonnya dan meraih rating yang tinggi.

Program televisi saat ini memproduksi berbagai konten budaya massa yang mencakup hal-hal yang berkaitan dengan kepentingan manusia dan berdasarkan realitas sosial yang terjadi, dengan hal ini peneliti melihat sebuah konten yang mengkonstruksi realitas sosial terhadap sebuah tayangan lamaran ditayangkan secara live di Stasiun Televisi, yaitu prosesi lamaran Atta Hallilintar dan Aurel Hermansyah yang ditayangkan secara live dari Stasiun TV swasta yakni RCTI dengan penayangan special event program televisi yang di beri judul "Ikatan Cinta Atta & Aurel Special Lamaran" Pada Sabtu, 13 Maret 2021 pukul 12.30 WIB. Fenomena mengenai lamaran artis di televisi ini menjadi pro dan kontra dikhalayak banyak, Dilansir dari hot.detik.com acara tersebut malah mendapatkan protes dari sejumlah pihak salah satunya adalah Koalisi Nasional Reformasi Penyiaran (KNRP) KNRP menilai, acara lamaran Aurel Hermansyah dan Atta Halilintar yang disiarkan di televisi itu tidak bermanfaat. Selain itu juga dianggap melanggar undang-undang penyiaran. KNRP menolak keras rencana seluruh penayangan tersebut

yang jelas-jelas tidak mewakili kepentingan publik secara luas dengan semena-mena menggunakan frekuensi milik public KNRP menyedalkan sikap Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) Pusat yang tidak segera menghentikan kegiatan tersebut, dengan menunggu secara pasif tayangan itu hadir dan baru akan memberikan penilaian. Padahal jelas-jelas isi siaran melanggar hak-hak masyarakat untuk mendapatkan tayangan yang lebih berkualitas (Hawari, 2021).

Mengingat fungsi dari media televisi yang seharusnya lebih mengedepankan kepentingan publik dengan tayangan-tayangan konten program yang mengedukasi bukan sekedar menghibur. Koordinator Bidang Pengawasan Isi Siaran KPI, Mimah Susanti menjelaskan bahwa program tayangan di televisi harus mempertimbangkan manfaat dalam sebuah tayangan sebenarnya acara tayangan seperti ini sudah pernah dievaluasi oleh KPI. KPI tidak menafikan ada kepentingan rating dari program siaran maupun kepentingan iklan (Saroh, 2021). Namun di satu sisi dari pihak Group Corporate Secretary Director MNC Group, Syafril Nasution memberikan tanggapan bahwa program lamaran tersebut tidak ada pelanggaran melainkan kegiatan positif, dikarenakan menampilkan unsur keberagaman budaya dalam lamaran dan membantu penonton menyaksikan prosesi lamaran dalam situasi Pandemi Covid-2019 (Kapanlagi.com, 2021). Atta dan aurel menyatakan bahwa mendapat request oleh stasiun TV RCTI untuk dibuatkan sebuah program tayangan untuk menyiarkan lamarannya yang tadinya hanya berniat hanya membuat konten di Youtube pribadi namun stasiun TV menawarkan paket program bukan hanya lamaran tetapi juga penayangan prosesi siraman, akad dan resepsi. Dan Atta Aurel tidak mau ambil pusing tentang opini masyarakat yang kontra ataupun yang pro (Puspasari, 2021).

Dalam tayangan lamaran Atta & Aurel memperlihatkan secara visual prosesi lamaran yang dilakukan pada saat

pandemi Covid-2019 dari beberapa banyak hal yang di sajikan berdasarkan realitas sosial pada proses lamaran contohnya saat mempeleai keluarga kedua belah pihak hadir ke tempat acara, perkenalan keluarga, pemberian seserahan dengan barang mewah, tukar cincin dan testimoni orang terdekat mengenai proses lamaran Atta & Aurel. Dilihat dari tayangan konten program lamaran tersebut hanyalah dokumentasi prosesi lamaran biasa namun bertabur bintang dalam konten tersebut dan memperlihatkan suasana yang berbeda seperti tempat yang digunakan untuk prosesi lamaran.

Stasiun TV RCTI melihat “sosok artis” menjadi sebuah peluang besar dalam meraih keuntungan dari artis tersebut, karena artis yang sensasional mampu menarik perhatian banyak penonton dan juga menarik banyak pengiklan untuk ikut serta dalam program tersebut dan mengkonstruksi prosesi lamaran artis. Atta Halilintar dan Aurelie Hermansyah sosok yang dapat dengan cepat meraih perhatian penonton dikarenakan Atta merupakan seorang youtuber dengan pengikut terbanyak sekitar 27 juta subscriber dan dilansir dari Thejakartapost.com Atta Halilintar named Southeast Asia’s first YouTuber yang diartikan sebagai Youtuber No. 1 di Asia Tenggara (Wir & Wng, 2019). Dan begitu pula Aurelie Hermansyah yang merupakan anak seorang artis terkenal yaitu Anang Hermasyah dan juga memiliki akun Youtube keluarga dan pribadinya.

Dalam penelitian ini peneliti menerapkan teori Konstruksi Sosial Peter L. Berger & Thomas Luckmann yang menyampaikan bahwa realitas merupakan hasil konstruksi sosial media, dan untuk menganalisis hal tersebut diperlukan pengetahuan sosiologi (Fernardo, 2021). Menurut Peter L. Berger dan Thomas Luckman menjelaskan konstruksi sosial atas realitas terjadi secara simultan melalui tiga tahap, yakni eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Tiga proses ini terjadi di antara individu satu

dengan individu lainnya dalam masyarakat (Bungin, 2015). Pada penelitian yang diteliti yaitu konstruksi sosial media lamaran Atta & Aurel di RCTI akan menganalisis dari 3 tahap yang di sampaikan Berger dan lukman yaitu ekstenalisasi, objektivasi dan internalisasi.

Mengkaji masalah ini penulis melakukan metode penelitian gagasan Berger & Lucmann dengan melakukan pendekatan kepada narasumber untuk mendapatkan informasi berkaitan penelitian dengan mewawancara penonton yang menonton program tersebut dan pelaku industri media mengenai pembuatan konten program tersebut dan begitu pula mengetahui landasan dasar faktor konstruksi sosial media yang di bangun oleh RCTI dalam menayangkan program lamaran artis tersebut. Dari penjabaran masalah tersebut alasan utama peneliti memilih topik masalah ini ingin mengetahui bagaimana RCTI mengkonstruksi sebuah lamaran menjadi produk yang dapat dikonsumsi para penonton dan bagaimana tanggapan penonton mengenai lamaran program tersebut. Adapun yang menjadi rumusan masalah dari paparan latar belakang di atas Peneliti membagi pertanyaan penelitian sebagai berikut, yaitu: bagaimana konstruksi sosial media lamaran artis pada tayangan program “Ikatan Cinta Atta & Aurel Special Lamaran” di RCTI dan faktor yang mempengaruhi konstruksi sosial media.

### KAJIAN LITERATUR

#### **Konstruksi Sosial Media**

Teori konstruksi kenyataan sosial dikemukakan oleh Peter L. Berger serta Thomas Luckmann. Teori Konstruksi Sosial ini berfokus pada ikatan dengan diri sendiri ataupun orang serta dengan orang lain lewat proses sosialisasi. Ulasan fenomenologi mencakup interaksi antar orang. Berger serta Luckmann yakin kalau uraian tentang sikap orang tidak cuma berasal dari pengaruh mereka sendiri, namun pula dari produk pemahaman orang lain.

Keduanya memandang kalau tiap aksi manusia dicoba secara dialektis di dalam dirinya serta buat dirinya sendiri dan keadaan dalam dirinya serta warga sekitarnya. Dalam konteks ini, Berger memandang manusia selaku subjek yang kritis serta problematis, tercantum pengetahuan yang dipunyai subjek

Berger serta Luckmann (Bungin, 2015) menerangkan kenyataan sosial dengan memisahkan uraian, kenyataan serta pengetahuan". Kenyataan dimaksud selaku mutu yang ada di dalam realitas-realitas yang diakui selaku mempunyai keberadaan (being) yang tidak bergantung kepada kehendak kita sendiri. Pengetahuan di definisikan selaku kepastian kalau realitas-realitas itu nyata (real) serta mempunyai ciri yang khusus. Berger serta Luckmann berupaya mengembalikan hakikat serta peranan sosiologi pengetahuan dalam rangka meningkatkan teori sosiologi. Berger percaya kalau bersosiologi wajib menjajaki proses berpikir yang dituntut oleh fenomenologi, ialah diawali dari realitas kehidupan tiap hari selaku realita utama indikasi bermasyarakat (Berger, 1990). Usaha Berger mangulas sosiologi pengetahuan bisa dikemukakan selaku berikut:

Berger & Luckmann (1990) berpandangan kalau realitas itu dibentuk secara sosial, dalam penafsiran individu-individu dalam warga yang sudah membangun warga, hingga pengalaman orang tidak bisa terpisahkan dengan warga. Manusia selaku pencipta realitas sosial yang objektif lewat 3 momen dialektis yang simultan (Bungin, 2015) ialah:

1. Eksternalisasi ialah usaha pencurahan ataupun ekspresi diri manusia ke dalam dunia, baik dalam aktivitas mental ataupun raga. Proses ini ialah wujud ekspresi diri buat memantapkan eksistensi orang dalam warga. Pada sesi ini warga dilihat selaku produk manusia (Society is a human product).
2. Objektivasi ialah hasil yang sudah dicapai (baik mental ataupun raga

dari aktivitas eksternalisasi manusia), berbentuk kenyataan objektif yang bisa jadi hendak mengalami sang penghasil itu sendiri selaku sesuatu faktisitas yang terletak diluar serta berlainan dari manusia yang menghasilkannya (muncul dalam bentuk yang nyata). Pada sesi ini warga dilihat selaku kenyataan yang objektif (Society is an objective reality) ataupun proses interaksi sosial dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan ataupun hadapi proses institusionalisasi.

3. Internalisasi ialah penyerapan kembali dunia objektif ke dalam pemahaman sedemikian rupa, sehingga subjektif orang dipengaruhi oleh struktur dunia sosial. Bermacam berbagai faktor dari dunia yang sudah terobjektifikasi hendak ditangkap selaku indikasi kenyataan diluar kesadarannya, sekalian selaku indikasi internal untuk pemahaman. Lewat internalisasi manusia jadi hasil dari warga (Man is a social product).

Bagi Berger serta Luckmann proses konstruksi sosial tersebut tidak terjalin secara berentetan, namun warga serta tiap bagiannya secara serentak dikarakterisasi oleh ketiga proses tersebut. Perihal ini pula berlaku untuk anggota warga secara individual yang secara serentak mengeksternalisasi keberadaannya sendiri ke dalam dunia sosial selaku sesuatu realitas yang objektif. Ini berarti, orang yang terletak dalam warga ikut berpartisipasi dalam dialektika tersebut. Tetapi, orang tidak dilahirkan selaku anggota warga, namun orang cuma dilahirkan dengan sesuatu predisposisi ke arah sosialisasi serta Dia jadi anggota warga (Bungin, 2015).

### **Faktor Konstruksi Sosial Dalam Pembentukan Pesan di Media**

Konsep konstruksi sosial termasuk dalam teori fakta dan definisi sosial. Teori fakta sosial percaya bahwa standar yang ada itu penting. Teori fakta sosial manusia adalah produk dari masyarakat.

Semua tingkah laku, tindakan dan persepsi manusia berasal dari masyarakat. sementara itu, dalam definisi sosial manusia membentuk masyarakat. Manusia yang melakukan pemaknaan dan membentuk masyarakat. Manusia membentuk realitas, membangun intuisi dan norma dalam kehidupan bermasyarakat.

Dalam mengkonstruksi sebuah realitas banyak faktor yang mendukung mengapa realita dikonstruksi. Di antaranya adalah faktor ekonomi, politik, dan ideologi (Eriyanto, 2009).

### 1. **Ekonomi**

Tidak dapat dipungkiri bahwa faktor ekonomi memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap realitas. Kita telah mengetahui bahwa fungsi media berita adalah sebagai sarana pendidikan bagi penyebar informasi, namun dengan adanya industri, fungsi media berita berubah. Dengan dalih mencari untung, idealisme pers akhirnya menjelma untuk kepentingan investor. Seperti yang kita ketahui bersama, banyak sekali media bermunculan seperti jamur, dan tentunya untuk membayar biaya operasional media tersebut harus didapatkan sponsor atau iklan. Terkadang sponsor atau iklan adalah urat nadi media, jadi kalau tidak mau bangkrut, media harus menuruti sponsor mau atau tidak. Selanjutnya, karena kepentingan investor, berita yang disajikan tidak lagi hanya bersifat informatif, tetapi diresapi oleh kepentingan investor. Apalagi jika kapitalis telah menjadi nafas dari pers mau tidak mau pers pun harus tunduk pada kapital demi kelangsungan hidup media.

### 2. **Politik**

Kepentingan politik juga sangat dominan dalam pembentukan realitas. politik setiap tindakan haruslah menuai suatu keuntungan politik. Begitu pula dengan pemberitaan media haruslah ada yang menguntungkan dari segi politik. Singkatnya pers membutuhkan berita dari peristiwa politik, dan politik pun membutuhkan pers atau media sejenis sebagai alat komunikasi politiknya.

### 3. **Ideologi**

Media berperan dalam mendefinisikan bagaimana realitas dipahami dan

kemudian disajikan kepada publik. Dalam satu laporan, beberapa pihak mendukung kampanye sementara yang lain menentangnya. Kedua belah pihak tentu memiliki alasan masing-masing, dan bukan tanpa alasan seseorang mempengaruhinya. Realitas yang sama dapat memiliki interpretasi dan interpretasi yang berbeda karena menggunakan kerangka politik yang berbeda. Masyarakat atau komunitas yang berbeda ideologi akan memaknai peristiwa yang sama dan menempatkannya dalam peta yang berbeda karena ideologi menempatkan nilai-nilai bersama yang dipahami dan diyakini dapat digunakan untuk menjelaskan berbagai realitas yang terjadi. Tak terkecuali, ideologi ini juga mempengaruhi penyajian realitas media, yang terkait dengan sudut pandang yang digunakan media. Ideologi dalam arti netral bergantung pada isinya kalau isinya baik, ideologi itu baik, kalau isinya buruk (misalnya membenarkan kebencian), dia buruk.

### **Program Televisi**

Menurut Edwin T Vane dan Lynne S Gross (Vane-Gross) dalam Morissan, terdapat lima tujuan penayangan suatu program di televisi komersial yaitu:

1. Mendapatkan audiens sebanyak mungkin, semakin banyak audiens yang dapat Anda tangkap, semakin mahal biaya yang akan Anda bayar untuk beriklan, semakin besar potensi pendapatan perusahaan Anda, dan semakin banyak keuntungan yang akan Anda peroleh.
2. Target audiens yang spesifik, biasanya pengiklan lebih bersedia memasang iklan pada program dengan audiens yang lebih sedikit. Vane-Gross menyebut program ini sebagai program yang menargetkan audiens tertentu dengan daya tarik terbatas, dan disebut program demografis karena menargetkan audiens tertentu berdasarkan usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan lainnya. Program



demografis dapat secara signifikan mengurangi ukuran pemirsas program pasca-lari yang membutuhkan khalayak umum. Risiko kehilangan pendapatan (kerugian) mungkin lebih besar daripada keuntungan yang diperoleh pengiklan dalam program demografis.

3. Prestise, menayangkan film-film sukses (blockbuster) di Indonesia dapat meningkatkan pamor stasiun TV. Untuk mendapatkan prestise itu, stasiun TV rela membayar harga tinggi untuk hak siar blockbuster.
4. Penghargaan, stasiun TV terkadang memproduksi program dengan tujuan untuk memenangkan penghargaan. Manajer TV yang menghasilkan program berkualitas tinggi sering juga ingin memenangkan penghargaan atas pekerjaan mereka
5. Kepentingan publik, Stasiun TV terkadang memproduksi program untuk memenuhi kepentingan atau kebutuhan publik. Setiap daerah memiliki orang-orang dengan situasi yang berbeda. Ini adalah peran stasiun TV untuk menyajikan program yang menjawab atau mengatasi situasi dan kebutuhan yang berbeda ini.

Selanjutnya Vane-Gross (Morissan, 2005) menjelaskan bahwa apapun tujuan dan daya tariknya, setiap program yang ditayangkan stasiun televisi memiliki dua bentuk.

1. Dominasi Format Dalam format ini, konsep program merupakan kunci keberhasilan program. Banyak reality show mengandalkan format ini.
2. Dominasi Bintang, Vane-Gross mengungkapkan, "Bintang adalah faktor kunci; format dirancang di sekitar keterampilan pemain utama." Misalnya, episode yang menyoroti kemampuan akting seorang aktor, atau yang menarik

banyak penonton dengan pemeran bintang.

3. Departemen program dan pengelola program stasiun memiliki posisi strategis yang sangat penting dalam mendukung keberhasilan stasiun. Memiliki kualitas tidak menjamin bahwa program akan berhasil, tetapi mengabaikannya hampir pasti akan menyebabkan program gagal. Morissan menyebutkan bahwa semua program yang sukses memiliki elemen berikut (Morissan, 2005):
  - a. Konflik
  - b. Durasi
  - c. Kesukaan
  - d. Konsistensi
  - e. Energi
  - f. Timing
  - g. Tren

#### **Lamaran atau peminangan**

Lamaran merupakan bentuk ikatan yang dilakukan dengan cara pertemuan antar perwalian calon mempelai sebagai pembicaraan awal sebelum terjadinya pernikahan. Seperti artian lamaran menurut istilah merupakan pinangan, atau permintaan untuk menikah yang ditunjukkan kepada seseorang yang dianggap calon, dan adanya penerimaan dari proses awal pernikahan (Takariawan, 2009).

Seperti keterangan di atas menurut etimologi, meminang adalah meminta untuk dijadikan istri (baik untuk diri sendiri ataupun orang lain). Menurut terminology peminangan ialah kegiatan upaya kearah terjadinya hubungan perjodohan antara seorang pria dan seorang wanita. Atau seorang laki-laki meminta kepada seorang perempuan untuk menjadi istrinya, dengan cara-cara yang umum yang berlaku ditengah-tengah masyarakat. Jika lamaran diterima, maka kedua belah pihak akan mulai mengurus segala persiapan pernikahan. Hal selanjutnya yang dilakukan adalah mempersiapkan pesta pernikahan.

#### **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian adalah teknik atau metode mencari, memperoleh, mengumpulkan, atau merekam data yang berupa data mentah dan data pembantu. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan pengujian mendalam dan terperinci dari suatu konteks, obyek, dokumen, atau suatu kejadian khusus untuk mendapat pemahaman yang mendalam. Oleh karena itu, melalui penelitian ini memberi gambaran keadaan yang aktual dengan cara mengumpulkan data berupa kata-kata, menyusun, menganalisis dan menginterpretasikannya.

Dalam penelitian ini digunakan pula landasan teoritis yang bisa mendukung penelitian kualitatif. Bogdan & Biklen dalam (Moleong, 2005) menyebut landasan teoritis sebagai paradigma. Dimana paradigma ini diartikan sebagai kumpulan logis tentang asumsi yang secara logis dianut bersama konsep atau proporsi yang mengarah cara berpikir dan cara penelitian. Dalam hal ini, peneliti menggunakan paradigma konstruktivis untuk menjawab masalah penelitian dengan jelas dan menggunakan metode Analisis kualitatif deskriptif tentang bagaimana lamaran dikonstruksikan dalam konten Program televisi dalam tayangan acara lamaran “Atta Halilintar & Aurel” di RCTI. Data penelitian ini diperoleh langsung dari lapangan. Adapun metode pengumpulan data yaitu dengan cara menonton program, membedah konten dan wawancara dengan *key Informan* dan narasumber pendukung.

## PEMBAHASAN

### Konstruksi Sosial Media Stasiun TV RCTI

Berdasarkan penelitian kualitatif yang dilakukan Peneliti, maka pada pembahasan ini dapat dianalisis dengan menggunakan teori konstruksi realitas sosial media. Sebelumnya telah diuraikan mengenai teori tersebut. Hal tersebut dimaksudkan agar Peneliti mampu menjawab rumusan masalah yang ada. Pada pembahasan ini Peneliti

akan menguraikan hasil temuan di lapangan dengan teori yang digunakan.

Berger dan Luckman (Bungin, 2015) mulai menjelaskan realitas sosial dengan memisahkan pemahaman ‘kenyataan dan pengetahuan’. Realitas diartikan sebagai kualitas yang terdapat di dalam realitas-realitas yang diakui sebagai memiliki keberadaan (*being*) yang tidak tergantung kepada kehendak kita sendiri. Pengetahuan didefinisikan sebagai kepastian bahwa realitas-realitas itu nyata (*real*) dan memiliki karakteristik yang spesifik.

Berger dan Luckman (Bungin, 2015) mengatakan terjadi dialektika antara individu menciptakan masyarakat dan masyarakat menciptakan individu. Proses dialektika ini terjadi melalui eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Dalam penelitian dalam mengkaji konstruksi sosial media lamaran artis dalam program TV Ikatan Cinta Atta dan Aurel di RCTI peneliti mengkaji eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi untuk menjawab rumusan masalah melihat bagaimana konstruksi sosial media pada tayangan program “Ikatan Cinta Atta & Aurel Special Lamaran” di RCTI sebagai berikut:

#### 1. Eksternalisasi “Ikatan Cinta Atta & Aurel Special Lamaran” di RCTI

Eksternalisasi adalah proses ketika sebuah produk sosial telah menjadi sebuah bagian penting dalam masyarakat yang setiap saat dibutuhkan dalam individu, maka produk sosial itu menjadi bagian penting dalam kehidupan seseorang untuk melihat dunia luar. Lamaran merupakan budaya manusia yang dibentuk dan dilakukan sebagai suatu kewajiban ketika sang laki-laki ingin meminta ijin menikahi seseorang perempuan kepada pihak keluarganya. Kegiatan tradisi lamaran merupakan suatu kebutuhan yang akan selalu dilakukan tiap individu dalam memenuhi kebutuhannya maka stasiun Televisi melihat peluang tersebut sebagai

meraih keuntungan dengan mengembangkan tradisi lamaran menjadi sebuah konten tayangan yang dapat dipublikasi dan dikonsumsi penonton dalam melihat lamaran dengan menghadirkan *Public Figure* sebagai daya tarik sebuah program dalam menaikkan minat menonton pada stasiun Televisi dan meraih keuntungan dari sponsor yang tertarik dengan penayangan program tersebut. Inilah yang dilakukan oleh Stasiun RCTI saat mendapatkan informasi dari *key informan* yang bekerja sebagai produser di MNC Group memberikan informasi terkait program tersebut dalam mengkonstruksi penontonnya dalam memandang tradisi lamaran artis yang di buat secara menarik dengan memvisualisasikan kemewahan yang artinya jika publik figur yang memiliki ketenaran harus melakukan prosesi lamaran dengan kemewahan. RCTI mengemas tayangan program lamaran dari public figure *atta* dan *aurel* dengan membuat tayangan siaran langsung dengan menayangkan prosesi lamaran di saat *Pandemic Covid-2019* masih berlangsung.

## 2. Objektivasi “Ikatan Cinta Atta & Aurel Special Lamaran” di RCTI

Obyektivasi ialah proses mengkristalkan kedalam pikiran tentang suatu obyek, atau segala bentuk eksternalisasi yang telah dilakukan dilihat kembali pada kenyataan di lingkungan secara obyektif. Jadi dalam hal ini bisa terjadi pemaknaan baru ataupun pemaknaan tambahan. Proses objektivasi merupakan momen interaksi antara dua realitas yang terpisahkan satu sama lain, manusia disatu sisi dan realitas sosiokultural disisi lain. Didalam konstruksi sosial momen ini terdapat realitas sosial pembeda dari realitas lainnya. Objektivasi ini terjadi karena adanya proses eksternalisasi. Ketika dalam proses eksternalisasi semua ciri-ciri dan simbol dikenal oleh masyarakat umum. Proses eksternalisasi yaitu

yang dibuat oleh Stasiun Televisi RCTI dalam menyiarkan program Lamaran Artis membentuk Objektivasi pemaknaan baru bahwa Lamaran artis pada masa pandemi harus dilakukan dengan cara mendokumentasikan prosesi lamaran di Stasiun Televisi dan disiarkan secara langsung. Dan informasi dari *key informan* yang bekerja sebagai produser di MNC Group memberikan informasi terkait konteks Lamaran Artis yang di siarkan di Televisi menjadi standarisasi bahwa artis papan atas jika ingin melakukan lamaran haruslah di siarkan di stasiun Televisi yang disesuaikan dengan segmentasi stasiun Televisi untuk mendapat *rating* dan *share* yang tinggi

## 3. Internalisasi “Ikatan Cinta Atta & Aurel Special Lamaran” di RCTI

Internalisasi adalah individu-individu sebagai kenyataan subyektif menafsirkan realitas obyektif. Atau peresapan kembali realitas oleh manusia, dan mentransformasikannya sekali lagi dari struktur-struktur dunia obyektif kedalam struktur-struktur dunia subyektif. Pada momen ini, individu akan menyerap segala hal yang bersifat obyektif dan kemudian akan direalisasikan secara subyektif. Internalisasi ini berlangsung seumur hidup seorang individu dengan melakukan sosialisasi. Pada proses internalisasi, setiap individu berbeda-beda dalam dimensi penyerapan. Ada yang lebih menyerap aspek ekstern, ada juga yang lebih menyerap bagian intern. Selain itu, selain itu proses internalisasi dapat diperoleh individu melalui proses sosialisasi primer dan sekunder. Proses internalisasi berdasarkan hasil objektivasi dalam membentuk pola penafsiran individu dalam melihat sesuatu, contohnya yang dilakukan RCTI dalam mengkonstruksi lamaran artis menjadi sebuah standarisasi prosesi lamaran artis yang harus di siarkan melalui stasiun televisi mempengaruhi individu dalam



melihat dari objektivitas yang dapat di realisasikan pada kehidupan.

Dalam penelitian ini peneliti melakukan pencarian data internalisasi melalui objek penelitian dengan melakukan wawancara kepada penonton yang melihat tayangan program Lamaran Artis “Ikatan Cinta Atta dan Aurel special lamaran di RCTI” peneliti mewawancarai dua orang penonton program tersebut yaitu seorang ibu rumah tangga dan pekerja. Sebagaimana hasil wawancara mengenai pendapat Rakhmiarti seorang pekerja kantoran dan juga ibu rumah tangga dan Lintang hanya seorang ibu rumah tangga mengenai program Lamaran Atta dan Aurel di RCTI mengenai ketertarikannya menonton program tersebut. Dari proses wawancara dengan informan yang merupakan penonton televisi mengenai proses Internalisasi pada program lamaran artis Atta dan Aurel di RCTI ada dua penafsiran berbeda dalam menangkap makna dan pesan dari program yang coba dibangun oleh RCTI dalam mengkonstruksi penonton tentang lamaran artis ada nilai positif dan negatif dalam program tersebut.

### **Faktor Konstruksi Sosial RCTI pada Program Lamaran Artis**

Dalam mengkonstruksi sebuah realitas banyak faktor yang mendukung mengapa realita dikonstruksi. Di antaranya adalah faktor ekonomi, politik, dan ideologi (Eriyanto, 2009). Untuk membedah faktor Konstruksi Sosial yang dibangun oleh RCTI dalam menayangkan program lamaran Artis melalui publik figur Atta Halilintar dan Aurel Hermansyah, peneliti melakukan wawancara dengan *Key Informan* merupakan Produser Program Televisi Agung Raharjo yang bekerja di MNC Group yang juga menaungi RCTI, yang mampu menjelaskan dan menjabarkan mengenai faktor yang mempengaruhi RCTI dalam mengkonstruksi penonton dengan membuat program lamaran yang ditayangkan secara langsung di televisi. Dalam membedah faktor konstruksi

sosial peneliti menjawab rumusan masalah mengenai faktor yang mempengaruhi konstruksi sosial lamaran artis pada program televisi di RCTI berdasarkan faktor Ekonomi, Politik, dan Ideologi.

### **1. Faktor Ekonomi Konstruksi Sosial RCTI pada Program Lamaran Artis**

Membuat konten tayangan program Televisi tentunya memiliki dasar alasan atau motif tertentu, dan tentu nya RCTI membuat program Lamaran Atta dan Aurel memiliki motif sehingga program tersebut dapat ditayangkan.

*“Kenapa program itu di tayangkan yang pertama sebenarnya itu hanya segmentasi kemudian, Kalau dari segi market program itu berpotensi adanya sponsor yang ingin menyelenggarakan program lamaran Atta dan Aurel Kemudian yang kedua potensi rating and share itu kan lebih tinggi. Mengingat bahwa fans kedua belah pihak itu sangat-sangat menunggu adanya program tersebut ditayangkan di televisi jadi tidak hanya berbentuk digital seperti YouTube tapi di televisi”*.  
Motif dasar utama dalam menayangkan program lamaran Atta dan Aurel adalah nilai keuntungan jika program tersebut ditayangkan dikarenakan adanya para pemangku kepentingan yang pada akhirnya program tersebut dapat di siarkan melalui televisi alih-alih menggunakan penggemar sebagai alasan utama. Jika program yang ditayangkan ada nilai keuntungan artinya para pemangku kepentingan seperti pemberi sponsor melihat dari peluang artis tersebut memiliki penggemar yang akan melihat tayangan tersebut mempengaruhi Rating dan Share. Terbukti dari pernyataan *key informan*:  
*“itu sangat sangat mempengaruhi untuk rating share-nya stasiun TV dan itu sangat dibenarkan karena alasannya ketika segmentasi ini diprogramkan dalam sebuah tayangan spesial ini akan membawa dorongan khususnya dorongan dalam rating dan share untuk program segmentasi seperti pernikahan atau royal wedding”*.

Dengan adanya kenaikan *Rating* dan *Share* akan mempengaruhi pemasukan yang di dapatkan oleh Stasiun Televisi dikarenakan minat menonton meningkat pesat dalam menyaksikan tayangan lamaran artis tersebut

*“Tentunya sangat berpengaruh sekali ya Dikarenakan program tersebut itu mempunyai potensi besar untuk meraih keuntungan dalam segmentasi program lamaran ini tercermin dari berbagai program-program televisi Ya seperti janji suci Raffi itu Ternyata selain rating and sharenya tinggi di mana stasiun televisi tersebut merauk keuntungan besar atau profit kepada stasiun TV akhirnya program seperti ini yang menjadi program umum yang sifatnya segmentasi dimana program ini menjadi program unggulan. unggulan yang ditunggu-tunggu oleh para pemirsa yang ingin tahu bagaimana proses lamaran pernikahan itu ditayangkan di televisi sehingga sponsor pun juga tidak segan-segan untuk memberikan biaya untuk produk-produknya ditayangkan di televisi RCTI khususnya”*

Dikarenakan program ini juga membawa nama media televisi RCTI tentunya banyak yang berspekulasi bahwa pihak artis yaitu Atta dan Aurel melakukan kerja sama dikarenakan mereka juga memiliki konten pada youtube pribadinya dan juga ingin mendapatkan keuntungan namun kenyataannya RCTI lah yang menawarkan kepada pihak artis untuk menayakan ke media yang ada di RCTI.

*“Di media-media MNC Group itu ada yang namanya platform RCTI+ nah disini bukan berarti kerjasama dengan YouTubanya Atta tapi kita sudah punya program digital ya tayangan digital yang melalui Platform RCTI+ untuk itu sendiri itu tidak kerja sama karena di MNC Group ini lebih kedepankan untuk menaikkan platform ya Jadi ada dua penayangan yang satu di stasiun TV nasional melalui RCTI Kemudian untuk digital nya itu lebih ke Platform RCTI+ Jadi kalau untuk kerja sama-sama YouTubanya dari Atta sendiri tidak ada kerjasama”*

Pembuatan program tersebut tentunya harus saling menguntungkan entah dari

pihak media itu sendiri yaitu RCTI ataupun dari pihak artis yaitu Atta dan Aurel pastinya harus berbagi keuntungan dari platform masing masing.

*“Kalau Meraup untung dari YouTube sendiri masing-masing Sisi kedua belah pihak kalau menayangkan platform masing-masing, Iya menayangkan. kalau dari RCTI juga ada YouTubanya namun tidak bekerjasama dengan YouTube dari Atta halilintar official Sehingga keuntungan profitnya masing-masing berbeda Jadi kalau untuk RCTI atau media MNC media itu lebih ke platfrom digital RCTI+ pasti kedua belah pihak ini ada saling menguntungkan yang sangat besar ya untuk untuk bermain di digital seperti RCTI+ kalau untuk YouTube sendiri Kita tidak kerja sama dengan YouTube dari Atta halilintar Namun kita terpadu dari stasiun nasional RCTI, RCTI+, YouTube dari MNC media ya khususnya youtube RCTI official.”*

## **2. Faktor Politik Konstruksi Sosial RCTI pada Program Lamaran Artis**

Bukan hanya sekedar faktor ekonomi yang dijadikan tujuan utama tentunya berbicara tentang para pemangku kepentingan juga merupakan faktor politik dalam konstruksi sosial yang dibangun oleh RCTI dalam menayangkan program lamaran arti Atta dan Aurel namun tidak telalu banyak yang jabarkan oleh *key informan* tentang faktor politik tersebut.

*“Kalau untuk kepentingan politik tidak ada ya karena ini lebih ke hiburan-hiburan untuk masyarakat sehingga fans dari atas sendiri ingin tahu khususnya yang tidak terjangkau oleh atau digital ya jadi televisi yang menyiarkan itu lebih mengetahui apa yang terjadi saat lamaran atau kegiatan apa saja seperti itu sih tidak ada unsur politik dan ini lebih murni hiburan”*

## **3. Faktor Ideologi Konstruksi Sosial RCTI pada Program Lamaran Artis**

Pada umumnya dapat diterima pandangan yang mengatakan bahwa teks

media mengartikulasikan secara terpadu (coherent) gagasan-gagasan tentang bagaimana cara memandang dan/atau memahami realitas. Media massa, melalui berbagai jenis sajian pesan, menawarkan cara pandang mengenai berbagai hal termasuk misalnya cara memandang kelompok etnis dan/ atau budaya tertentu, perempuan, pemimpin, atau masyarakat. Ditawarkan pula oleh media massa, melalui kandungan pesan yang disampaikan kepada publik, jalan yang telah ditempuh oleh figur atau tokoh-tokoh tertentu misalnya terkait dengan keputusan atau kebijakan penting tertentu yang diambil, cara mengejar dan/atau mempertahankan kekuasaan, pola makan tertentu dalam upaya menjaga kesehatan, dan gaya hidup yang ditempuh untuk dapat menikmati kehidupan. faktor ideologi juga merupakan konstruksi sosial yang dibangun RCTI dalam membentuk pola pengetahuan masyarakat yang dijadikan standarisasi dalam pengelolaan program kedepannya. Dengan adanya konten lamaran yang di siarkan di media masa ini membuka peluang bagi artis yang ingin lamarannya di siarkan di stasiun televisi untuk menjawab hal tersebut Key Informan menjabarkan secara gambalang tentang hal tersebut.

*“Untuk peluang banyak hanya saja dilihat dari nilai jualnya sih si artis tersebut Jadi tergantung Kalau bisa yang booming terus sesuai dengan strata sosial RCTI menengah ke atas maupun ke bawah itu Walaupun dia pengaruh celebrating itu artis banyak hal yang ingin diliput atau disiarkan secara langsung di stasiun TV enggak hanya di RCTI, MNCTV juga yang Ria ricis. Raffi ahmad di Trans TV yang ada janji suci jadi lebih terlihat siang lebih Siapa yang lebih boom atau yang lebih dikenal masyarakat terkini yang lebih disukai karena pengaruh rating sharing kemudian profit juga yang penting sih intinya dilihat dulu tergantung dari artisnya yang berpotensi untuk menaikkan rating share dan juga profit itu tadi baik itu skala nasional untuk iklan sponsor maupun di platform digital itu situasi pengaruh-pengaruhnya di situ tergantung dari si*

*artisnya yang berpotensi atau tidak”.* Agung juga menambahkan *“Kalau artis lain banyak yang ingin dibuatkan banyak Jadi sebenarnya mereka juga ingin disiarkan langsung banyak sekali”* Dapat di simpulkan bahwa dalam penayangan konten lamaran ataupun pernikahan artis juga tak hanya sembarangan pemilihan artis yang dapat di buatkan konten program, hanya artis yang memiliki banyak pengikut atau penggemar. Karena penayangan program lamaran artis yang disiarkan di Stasiun Televisi tentunya akan menibulkan persaingan antara stasiun Televisi lainnya dan kemungkinan besar kesuksesan awal media RCTI sebagai pionir dalam menyiarkan program lamaran Artis secara Live di televisi media lain akan melakukan hal yang sama.

*“Untuk media lain ya betul terpengaruh, Stasiun TV baik lokal maupun nasional dan juga digital. jadi itu sangat mempengaruhi buat media lain, Jadi pengen buat program seperti itu mungkin bisa dilihat dari sekala peluangnya ya. Kalau nasional digarap tv nasional kalo lokal di lokal tapi balik lagi juga dari potensi artisnya sih media lain juga kalau misalkan dilirik oleh sponsor seperti TV ini kayaknya berpotensi ya pasti sangat sangat berpengaruh dan acara ini jadi sebuah kayak apa ya namanya yang lebih menjamur ya”*

Dengan adanya keterbukaan media terhadap peluang dalam penayangan konten lamaran artis tentunya akan membentuk persepsi penonton melalui nilai positif mau pun negatifnya.

*“Persepsi terhadap lamaran artis pasti ada, ada positif dan negatifnya itu pernah ditegur oleh KPI sebenarnya acara lamaran ini nggak perlu disiarkan di televisi karena tidak mengedukasi Tidak berbentuk format hiburan hanya sekedar tayangan dokumentasi gitu tapi nggak perlu di disiarkan secara nasional namun karena ini industri jadi kepentingan rating dan share dan kepentingan profit juga sehingga televisi banyak yang melakukan itu walaupun dibilang bandel ya kasarnya gitu kasarnya ya tapi namanya industri*

*nggak bisa di ganjal dengan peraturan karena banyak yang seperti itu tapi disisi lain banyak yang perspektif positif Karena tayangan di masa sekarang tuh perlu yang namanya tayangan yang nggak hanya sekedar musik kuis drama Tapi perlu juga yang namanya Royal Wedding ternyata itu sangat mempengaruhi share dan rating jadi gitu perspektif lamaran artis kayaknya Nggak perlu lagi ngapain sih banyak seperti netizen dan juga para tokoh pers juga tokoh televisi juga para-para anggota DPR juga banyak yang mensomasi stasiun TV, Enggak boleh melakukan tayangan seperti itu ya. Namun karena potensial secara industri ya akhirnya banyak yang menilai dan memproduksi itu dan ini sesuatu gengaman berlian untuk cuannya para stasiun TV tersendiri khususnya ya. apa lagi artisnya itu berpotensi. Tapi balik lagi kalau memang KPI tegas stasiun TV pun juga gak akan menayangkan karena itu bukan bagian dari sebuah hiburan yang bener-bener menghibur masyarakat cuma hanya ingin masyarakat lebih dekat aja kepada idolanya”*

Sebagai pelaku pekerja diindustri media massa juga menyadari bahwa program lamaran artis atta dan aurel memang memiliki nilai positif dan negatif bahwa program lamaran artis seharusnya tidak perlu disiarkan di ranah media publik yang mengakibatkan pro dan kontra di khalayak banyak mau pun instansi yang merasa dirugikan dikarenakan tidak memiliki nilai yang informatif dan edukasi dalam penayangannya namun program tersebut memang menargetkan rating dan share untuk meraih keuntungan.

## **PENUTUP**

Hasil dari penelitian konstruksi sosial media yang dilakukan oleh Stasiun TV RCTI merepresentasikan lamaran artis dan terdapat proses Eksternalisasi yang merupakan penyesuaian diri dengan dunia sosiokultural sebagai produk manusia, terlihat dari tayangan yang di kemas RCTI bahwa Lamaran Artis merupakan suatu produk yang dapat

disajikan dalam sebuah tayangan di stasiun televisi. Sedangkan objektivasi merupakan interaksi sosial dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami proses institusionalisasi, dan internalisasi ialah individu mengidentifikasi diri di tengah lembaga-lembaga sosial atau organisasi sosial di mana individu tersebut menjadi anggotanya. Yang artinya RCTI mampu membuat standarisasi dalam pengemasan lamaran artis pada stasiun televisi. Dialektika tiga hal ini berjalan secara simultan. Artinya, ada proses menarik keluar (eksternalisasi) sehingga seakan-akan hal itu berada di luar (objektif) dan kemudian ada proses penarikan kembali ke dalam (internalisasi) sehingga sesuatu yang berada di luar tersebut seakan-akan juga merupakan sesuatu yang berada di dalam diri.

Masyarakat adalah produk individu sehingga menjadi kenyataan objektif melalui proses eksternalisasi dan individu juga produk masyarakat melalui proses internalisasi. Terlihat dari proses Internalisasi Penonton lamaran Artis Atta & Aurel bahwa Dari hal ini terlihat bahwa Individu adalah produk masyarakat, dan masyarakat adalah produk individu. Konstruksi sosial media massa menciptakan sebuah realitas sosial masyarakat. Menurut Berger dan Luckmann pengetahuan adalah realitas sosial masyarakat. Realitas sosial tersebut adalah pengetahuan yang bersifat keseharian yang hidup dan berkembang di masyarakat, seperti konsep kesadaran umum, wacana publik, sebagai hasil dari konstruksi sosial. Realitas sosial dikonstruksi melalui proses eksternalisasi, obyektivasi, dan internalisasi. Konstruksi sosial tidak berlangsung dalam ruang hampa, namun sarat dengan kepentingan-kepentingan.

Adapun faktor yang mempengaruhi Konstruksi sosial media lamaran artis di RCTI yaitu berdasarkan dominasi utama faktor ekonomi kemudian politik dan ideologi. Faktor ekonomi dari hasil penelitian bahwa program lamaran artis



di siarkan berdasarkan pencapaian rating dan share dikarenakan publik figur memiliki pengikut atau penggemar yang banyak membuat banyak pemodal atau pemberi sponsor tidak segan menginvestasikan pada program yang RCTI buat. Sebagai media televisi tentunya ingin meraih keuntungan yang besar melihat dari potensi publik figur yang di jadikan media pasarnya. faktor ideologi RCTI berhasil menjadi media yang mampu membuat standarisasi dalam konteks konten produksi tayangan lamaran artis sebagai role model media terbukti banyaknya stasiun televisi lainnya juga menayangkan konten yang sama mengenai lamaran artis papan atas yang memiliki potensi besar dan memiliki pengikut ataupun penonton yang banyak.

#### REFERENSI

- Astuti, L. D., & Budhi, A. (2021, Maret 15). *Lamaran Atta Aurel Tuai Pro Kontra, Pihak TV Nilai Tak Ada Pelanggaran*. (viva.co.id) Retrieved Desember 15, 2021, from viva.co.id: [https://www.viva.co.id/showbiz/gosip/1355923-lamaran-atta-aurel-tuai-pro-kontra-pihak-tv-nilai-tak-ada-pelanggaran?page=1&utm\\_medium=page-1](https://www.viva.co.id/showbiz/gosip/1355923-lamaran-atta-aurel-tuai-pro-kontra-pihak-tv-nilai-tak-ada-pelanggaran?page=1&utm_medium=page-1)
- Bungin, B. (2015). *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Eriyanto. (2009). *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: LkiS.
- Bungin, B. (2009). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi Ekonomi, Kebijakan Publik Dan Ilmu Sosial lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Fernando, E. (2021). *Konstruksi Sosial Realitas Masyarakat Indonesia Di Tengah Konten Penyiaran Televisi Yang Jakartasentris*. 2(1).
- Hawari, H. (2021, Maret 13). *Siaran Langsung Lamaran Aurel Hermansyah dan Atta Halilintar Diprotes KNRP*. Retrieved September 13, 2021, from hot.detik.com: [5492113/siaran-langsung-lamaran-aurel-hermansyah-dan-atta-halilintar-diprotes-krnp](https://hot.detik.com/tv-news/d-5492113/siaran-langsung-lamaran-aurel-hermansyah-dan-atta-halilintar-diprotes-krnp)
- IRA. (2021). *KPI Pusat Ingatkan RCTI dan Lembaga Penyiaran Televisi Agar Memperhatikan Kemanfaatan dan Kepentingan Publik pada Suatu Program Siaran*. Retrieved April 14, 2021, from kpi.go.id website: <http://www.kpi.go.id/index.php/id/umum/38-dalam-negeri/36166-kpi-pusat-ingatkan-rcti-dan-lembaga-penyiaran-televisi-agar-memperhatikan-kemanfaatan-dan-kepentingan-publik-pada-suatu-program-siaran>
- Kapanlagi.com. (2021, Maret 15). *Siaran Lamaran Atta Halilintar dan Aurel Hermansyah Diprotes, Ini Tanggapan RCTI*. Retrieved September 15, 2021, from Kapanlagi.com: <https://www.kapanlagi.com/showbiz/celebriti/siaran-lamaran-atta-halilintar-dan-aurel-hermansyah->
- Karman. (2015, Maret 01). *KONSTRUKSI REALITAS SOSIAL SEBAGAI GERAKAN PEMIKIRAN (Sebuah Telaah Teoretis Terhadap Konstruksi Realitas Peter L. Berger)*. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika*, 5(3), 11-23.
- Kapanlagi.com. (2021, Maret 15). *Siaran Lamaran Atta Halilintar dan Aurel Hermansyah Diprotes, Ini Tanggapan RCTI*. Retrieved September 15, 2021, from Kapanlagi.com: <https://www.kapanlagi.com/showbiz/celebriti/siaran-lamaran-atta-halilintar-dan-aurel-hermansyah-diprotes-ini-tanggapan-rcti-14696e.html>
- M.A, M. (2008). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Moleong, L. J. (2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif (1st ed.)*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nurfikria, I., & Tawulo, M. A. (2018). *Komodifikasi Konflik Dalam Tayangan Televisi (Kajian terhadap*



- Program Acara Pagi-Pagi Pasti Happy di Trans TV). Jurnal Riset Komunikasi, 1(1), 46–56.
- Puspasari, D. (2021, Maret 13). Atta dan Aurel Jawab Protes Lamarannya Disiarkan Langsung di TV Baca artikel detikhot, "Atta dan Aurel Jawab Protes Lamarannya Disiarkan Langsung di TV" selengkapnya <https://hot.detik.com/tv-news/d-5492293/atta-dan-aurel-jawab-protelamarannya-disiarkan-langsung-di-tv>. Download Apps Detikcom Sekarang <https://apps.detik.com/detik/>. Retrieved Desember 13, 2021, from detik hot: <https://hot.detik.com/tv-news/d-5492293/atta-dan-aurel-jawab-protelamarannya-disiarkan-langsung-di-tv>
- Saroh, N. I. (2021, Maret 14). *KPI Soroti Siaran TV Aurel-Atta Halilintar: Sisi Edukasinya Ada Nggak Sih?* (Ferdinan, Editor) Retrieved September 14, 2021, from voi.id: <https://voi.id/berita/38762/kpi-soroti-siaran-tv-aurel-atta-halilintar-sisi-edukasinya-ada-i-nggak-sih-i>
- Takariawan, c. (2009). *Izinkan Aku Meminangmu*. Solo: Era Intermedia.
- Wir, & Wng. (2019). Atta Halilintar named Southeast Asia's first YouTuber with 10 million subscribers.
- Sahid Jakarta. Hampir sepuluh tahun menekuni bidang kepariwisataan dan pemberdayaan perempuan. Selain menjalankan Tri Dharma Perguruan Tinggi, penulis juga aktif pada organisasi partai dan lembaga swadaya masyarakat dan sebagai founder Komunitas Perempuan Ungu ([www.komunitasperempuanungu.com](http://www.komunitasperempuanungu.com)) yang bergerak dibidang pemberdayaan orang tua tunggal.

## BIODATA PENULIS

**Venessa Agusta Gogali, MM, M.Ikom** aktif sebagai Dosen di Fakultas Ilmu Komunikasi & Bahasa Universitas Bina Sarana Informatika Jakarta program studi penyiaran dari tahun 2012 sampai dengan sekarang sebagai seorang staff pengajar dan freelancer sebagai penulis naskah dan creative content.

**Dr. Titi Widaningsih, Dra., M.Si** merupakan Wakil Rektor II Universitas Sahid Jakarta dan juga merupakan Dosen pengajar Pascasarjana Sahid.

**Dr. Hayu Lusianawati, M.Si** Aktivitas sehari-hari sebagai dosen tetap di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas