

HALAMAN PENGESAHAN NASKAH PUBLIKASI

Naskah Publikasi dengan Judul

**PENERIMAAN PENONTON TERHADAP TABLOIDISASI PERTIKAIAN
SELEBRITIS DALAM TAYANGAN INFOTAINMENT PAGI – PAGI PASTI HAPPY
DI TRANS TV
(STUDI PADA PENGIKUT AKUN INSTAGRAM @LAMBE_TURAH DI DIY)**

Oleh

Ardiska Mega Perwita

20140530172



Yang Disetujui,

Dosen Pembimbing

Dr. Filosa Gita Sukmono, S.I.Kom., MA.

**PENERIMAAN PENONTON TERHADAP TABLOIDISASI PERTIKAIAN
SELEBRITIS DALAM TAYANGAN INFOTAINMENT PAGI – PAGI
PASTI HAPPY DI TRANS TV**

(Studi pada Pengikut Akun Instagram @Lambe_Turah di DIY)

Ardiska Mega Perwita, Filosa Gita Sukmono

Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah

Yogyakarta, Jalan Brawijaya, Kasihan, Tamantirto, Bantul, Yogyakarta.

Ardiska.mega.2014@fisipol.umy.ac.id , filosa@umy.ac.id

ABSTRAK

Dewasa ini perkembangan *infotainment* semakin pesat dengan kehadiran media sosial yang sangat dekat dengan manusia. Penikmat *infotainment* semakin mempunyai ruang untuk memberikan umpan baliknya di media sosial. Sementara itu, di media televisi seakan tidak mau kalah, mereka juga menghadirkan program acara *infotainment* yang interaktif, media mengemas tayangan *infotainment* seperti *talkshow* dengan sentuhan sensasi dan gimmick yang berbeda di setiap episodenya. Adanya tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana penonton tayangan Pagi – Pagi Pasti Happy menerima dan memaknai tayangan-tayangan pertikaian selebritis berbalut tabloidisasi yang telah disampaikan oleh tayangan tersebut. Penelitian ini menggunakan teori Encoding dan Decoding milik Stuart Hall dengan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam bersama pengikut akun Instagram @Lambe_Turah. Hasil dari penelitian ini, meskipun seluruh informan menyukai *infotainment*, akan tetapi tidak ada informan yang sepenuhnya berada di posisi *dominant hegemonic*, namun terdapat beberapa informan yang sepenuhnya berada di posisi *oppositional*. Adanya perbedaan pandangan, status, pekerjaan, budaya, asumsi – asumsi khalayak sebelum membaca teks, hingga intensitas mengakses *infotainment* pun ikut mempengaruhi cara mereka membaca tabloidisasi pertikaian selebritis yang dikemas sebagai *talkshow infotainment*. Dalam hal ini, informan adalah penonton yang aktif, karena mereka tidak hanya menikmati tayangan ini secara gamblang, tapi mereka mampu membaca makna dari teks tayangan tersebut.

Kata Kunci : Penerimaan penonton, Enkoding dan Dekoding, Tabloidisasi Pertikaian Selebritis, *Infotainment*.

ABSTRACT

The development of infotainment is increasing rapidly with the presence of social media that is very close to people in this era. Audience who enjoy infotainment have much more spaces to give their feedback by using social media. As the response of this phenomenon, television industry tries to create significant number of interactive infotainment program formats which one of them is talk show. From many observed talkshows, *Pagi-Pagi Pasti Happy* here serves as the main discussion of this study. As an infotainment talk show, *Pagi-Pagi Pasti Happy* presents various cases about celebrities with various dramas, gimmicks and sensations. The purpose of this study is to find out how the audience of *Pagi-Pagi Pasti Happy* receive and interpret the tabloidization messages that have been delivered by the show. This study utilizes Stuart Hall's theory of Encoding and Decoding with data collection techniques using in-depth interviews with followers of the Instagram account, @Lambe_Turah. The findings imply, although all informants like infotainment, they are divided into several types, such as those who are not entirely in dominant hegemonic position and those who are fully identified as in oppositional positions. The differences in views, status, occupation, culture, audience assumptions before reading the text, and the intensity of accessing infotainment influence the way they read the tabloidization which packaged as an infotainment talk show. In this case, the informant is an active audience, because they not only enjoy this show clearly but also they are able to read the textual meaning.

Keywords : Audience Receptions, Encoding and Decoding, Tabloidizations of Celebrity Disputes, Infotainment.

Pendahuluan

Infotainment yang secara harfiah merupakan penggabungan dari kata “*information*” dan “*entertainment*” bermaksud sebagai penyampaian informasi yang dikemas secara menghibur. Pada dasarnya *infotainment* adalah jurnalisme ringan yang berkembang di Amerika Serikat, kategori ini bukan hanya menampilkan informasi dunia hiburan semata tapi beraneka ragam berita dari olahraga, politik sosial budaya dan kriminal yang dikemas menjadi lebih lunak dan menghibur (Syahputra, 2006:11).

Menyinggung persoalan *infotainment* di Indonesia, tak lengkap rasanya jika tidak membahas sensasi dan kontroversi, hal ini disebabkan karena sensasi dan kontroversi ini lah yang membuat rating *infotainment* semakin meroket. Layaknya logika tabloid, *infotainment* kerap membahas isu – isu yang kerap mengundang

drama dan sensasi. Pengikut logika tabloid ini dinamakan tabloidisasi, yang dimaksud dengan tabloidisasi adalah pemberitaan yang tidak begitu memperdulikan kedalaman jurnalistik, tapi lebih mengunggulkan berita-berita seputar seks, skandal, kriminal, yang dikemas dengan cara menghibur (Santosa, 2011 :9)

Persaingan yang ketat antar program acara di media massa menuntut para kreator media agar berpikir lebih kreatif untuk membuat program acara yang dapat menarik minat menonton masyarakat. Perkembangan kreativitas program acara di Indonesia semakin mengikuti dinamika zaman. Tidak hanya dari segi kualitas teknisnya, namun dari pengambilan ide – ide program yang akan ditayangkan juga semakin beragam. *Infotainment* di Indonesia juga dikemas dengan berbagai bentuk, mulai dari pembawaan semi formal, hingga dibawakan dengan santai bak *talkshow*. Menurut peneliti pembawaan *infotainment* yang dikemas sebagai *talkshow* ini lebih menarik karena pihak-pihak yang dibicarakan dapat dihadirkan langsung di studio, pembawa acara dapat langsung mendesak pihak terkait untuk menjawab pertanyaan yang ujanya mewakili “Masyarakat Indonesia” seolah berita ini merupakan berita penting yang harus segera mendapatkan klarifikasi dari selebnya. Tak heran jika *talkshow infotainment* kerap mendapatkan *rating* yang tinggi, karena konten acaranya banyak melibatkan emosi penontonnya.

Tayangan *talk Show infotainment* “Pagi-Pagi Pasti Happy” yang acaranya saat ini dipandu oleh presenter kondang Uya Kuya, Nikita Mirzani, dan Billy Syaputra merupakan salah satu acara yang banyak menuai kritik dari banyak kalangan. Pagi – Pagi Pasti Happy yang pada awalnya adalah program acara yang memuat tayangan games dan pencarian jodoh ini baru beralih ke ranah *infotainment* pada Bulan Oktober 2017, namun hingga pada Bulan Mei 2018 Pagi – Pagi Pasti Happy sudah mendapatkan beberapa teguran dari KPI lantaran telah melanggar aturan kode etik jurnalistik P3SPS. Konsep dari tayangan Pagi – Pagi Pasti Happy ini acap kali mengundang selebritis yang sedang ramai dibicarakan oleh khalayak, mengundang selebritis yang pernah memiliki permasalahan besar namun belum terselesaikan, mengundang sosok – sosok inspirasi, hingga mempertemukan

beberapa selebritis yang sedang berseteru untuk mengklarifikasi atau mendamaikan pihak-pihak tersebut.

Hal selanjutnya yang menarik dari tayangan ini adalah karena tayangan ini mengundang pakar pembaca ekspresi dan emosi yang dapat menganalisis perasaan maupun perkataan seseorang dari raut wajah maupun gerak tubuh. Namun, mereka juga turut mengundang admin salah satu akun gosip di Instagram, Lambe Turah untuk memperkuat image konten mereka yang beralih ke ranah infotainment. Admin Lambe Turah yang di dalam tayangan ini disebut sebagai “Mak Lambe” hingga pada bulan Agustus 2018 ini memiliki 5.2 juta pengikut yang juga banyak diikuti oleh *celebrity* di Indonesia. Tidak hanya itu, mereka juga kerap mengundang paranormal dan juga ustadz untuk meramal ujung permasalahan para selebritis atau untuk mengaitkan permasalahan selebritis tersebut ke hadist-hadist Al-Quran yang diakui oleh mereka untuk mengedukasi masyarakat maupun selebritisnya agar mereka tidak hanya melakukan kegiatan bergosip, namun juga mendapatkan pengetahuan soal analisis ekspresi dan pengetahuan tentang keagamaan.

Melihat beberapa kasus yang menjerat tayangan ini, dan upaya Pagi – Pagi Pasti Happy dalam menyajikan tayangan infotainment, membuat peneliti tertarik untuk menyandingkannya dengan konsep tabloidisasi, khususnya tabloidisasi pertikaian selebritis. Hal tersebut disebabkan karena pembahasan mengenai pertikaian selebritis adalah topik yang paling banyak di bahas oleh Pagi – Pagi Pasti Happy. Dari awal kemunculannya sebagai talkshow infotainment, Pagi – Pagi Pasti Happy telah menayangkan kasus petikaian selebritis kurang lebih sebanyak 185 kasus terhitung sejak Oktober 2017, hingga Mei 2018. Upaya Pagi – Pagi Pasti Happy sebagai “penengah” di dalam setiap kasus pertikaian selebritis tidak selalu berjalan mulus, ada beberapa kasus yang memang berakhir dengan baik, ada pula yang berakhir dengan tragis dan membuat konfliknya semakin menjadi-jadi.

Setelah adanya pemaparan diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana penerimaan penonton terhadap tabloidisasi pertikaian selebritis dalam tayangan infotainment Pagi-Pagi Pasti Happy di Trans TV? Adapun tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui penerimaan penonton terhadap

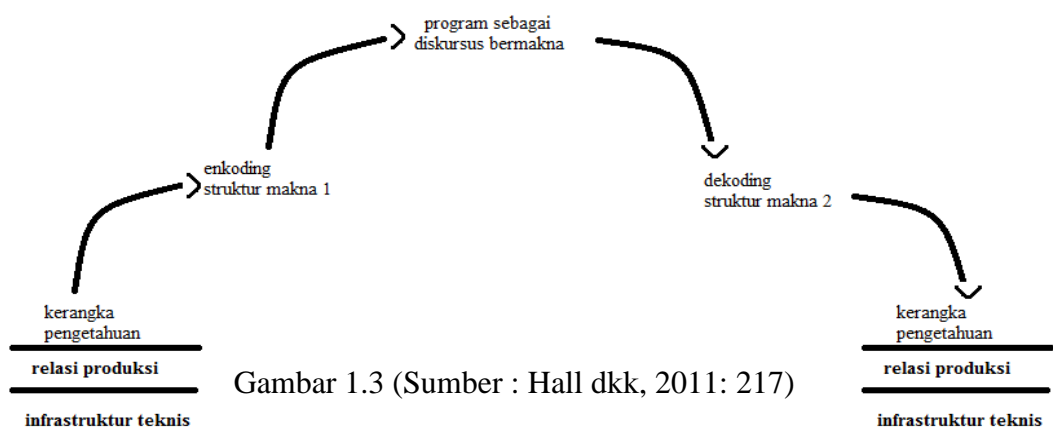
tabloidisasi pertikaian selebritis dalam tayangan *infotainment* “Pagi-Pagi Pasti Happy” di Trans TV.

Kerangka Teori

Peneliti menganalisis kasus tersebut menggunakan teori Encoding dan Decoding milik Stuart Hall, yang melihat khalayak Pagi – Pagi Pasti Happy adalah khalayak aktif dan akan melihat bagaimana penonton tayangan Pagi – Pagi Pasti Happy merepresentasikan tayangan tersebut menggunakan konteks kehidupan sehari – hari.

Menurut Stuart Hall riset khalayak itu mempunyai perhatian langsung terhadap (a) analisis dalam konteks sosial dan politik dimana isi media diproduksi (*encoding*); dan (b) konsumsi isi media (*decoding*) dalam konteks kehidupan sehari-hari. Analisis resepsi memfokuskan pada perhatian individu dalam proses komunikasi massa (*decoding*), yaitu pada proses pemaknaan dan pemahaman yang mendalam atas *media texts*, dan bagaimana individu menginterpretasikan isi media (Stuart Hall dalam Baran dan Davvis, 2003 : 269-270). Hal tersebut bisa dimaknai dengan khalayak dapat secara aktif memberikan makna terhadap teks media.

Gambar 1 1Enkoding dan Dekoding oleh Stuart Hall



Dalam skema 1.3 produsen media massa mengkodekan makna yang didasari oleh kerangka pengetahuan, relasi produksi dan infrastruktur teknis. Produk kodingan dari produsen tersebut adalah program acara yang hadir di media massa. Namun dalam teori ini, Stuart Hall berpendapat bahwa posisi penonton adalah aktif, artinya ketika berada di tahap dekoding, penonton tidak hanya

menikmati terpaan media saja, namun penonton dapat membaca makna dari teks media tersebut. Proses dekoding yang dilakukan oleh setiap penonton juga berbeda-beda. Hal tersebut didasari oleh kerangka pengetahuan, tingkat pemahaman dan kesalahpahaman (relasi produksi) dan infrastruktur teknis dari setiap penonton yang berbeda-beda.

Metode Penelitian

Berdasarkan hal diatas, metode penelitian yang tepat untuk digunakan penulis adalah kualitatif, dengan menggunakan analisis penerimaan penonton. Secara metodologi *reception analysis* merupakan sebuah cara yang menawarkan sesuatu yang dirasa lebih lengkap, terutama dalam mendekati suatu realitas sosial yang berkaitan dengan pemaknaan dan efek suatu acara televisi terhadap penerimaan penonton (Santosa, 2011:42).

Peneliti menggunakan analisis resepsi ini karena posisi penonton tidak hanya sebagai konsumen teks media melainkan sebagai produsen makna. Artinya, penonton tidak hanya menikmati acara televisi saja, melainkan penonton memiliki peran untuk memproduksi pesan-pesan baru. Terlebih, menurut Ang. Setiap penonton televisi mempunyai cara yang berbeda dalam bereaksi dan mengkonsumsi informasi yang disampaikan televisi (Ang dalam Santosa, 2011: 43)

Peneliti memilih wawancara mendalam yang dilakukan kepada enam orang informan agar terjadi kedekatan emosional antara peneliti dan juga informan karena proses penggalian makna dilakukan dengan lebih personal, tanpa terdistraksi oleh jawaban - jawaban dari informan lainnya. Informan yang peneliti pilih adalah masyarakat yang pernah menonton tayangan Infotainment Pagi - Pagi Pasti Happy, berjumlah sebanyak enam orang, namun sebagai bahan komparasi, peneliti membagi informan - informan tersebut menjadi informan yang sudah berumah tangga dan informan yang belum menikah.

Adapun objek dalam penelitian ini, peneliti memilih beberapa kasus-kasus pertikaian selebritis seperti, **Pertama**, episode “*Komentor Sarita Soal Putrinya Ngelabrak Jedunn*” diunggah pada tanggal 21 November 2017, yang memiliki 2.105.713 penonton.. **Kedua**, pertikaian selebritis dalam episode “*Vicky, Angel dan*

Vivi dipertemukan Langsung!!” diunggah pada 9 Januari 2018, dan memiliki 349.295 kali. **Ketiga**, Pertikaian antar keluarga besar, episode Keluarga Bahar “Juwita Buka Suara Tentang Perseteruan dengan Mama” diupload pada 26 Februari 2018, tayangan ini memiliki 514.275 penonton. Adapun subyek dalam penelitian ini, harus masuk ke dalam seluruh kategori seperti, menyukai/sering/pernah menonton tayangan infotainment, mengikuti akun Instagram @Lambe_Turah, berdomisili di DIY, menyukai/sering/pernah menonton tayangan infotainment Pagi – Pagi Pasti Happy.

Waktu pelaksanaan dari penelitian ini berbeda – beda berkisar pada tanggal 27 Oktober 2018 hingga 6 November 2018, hal tersebut dikarenakan peneliti mengikuti waktu senggang yang dimiliki oleh informan, mengingat setiap informan memiliki kesibukan yang berbeda-beda. Mengenai lokasi dilakukan wawancara ini pun beragam, seperti : Caffe, Rumah, maupun Kos. Penelitian ini terfokus kepada Daerah Istimewa Yogyakarta karena DIY adalah kota pendidikan yang memiliki latar belakang masyarakat yang berbeda-beda.

Pembahasan

Tabloidisasi Pertikaian Selebritis dalam Kerusakan Rumah Tangga

Dalam kasus kerusakan rumah tangga ini peneliti mengambil kasus dari tayangan perselingkuhan Faisal Harris dan Jennifer Dunn. Tim Pagi – Pagi Pasti Happy menghadirkan Sarita dan juga anaknya untuk memberikan klarifikasi soal perselingkuhan ayahnya tersebut. Secara teknis, tayangan ini banyak menggunakan teknik medium close up untuk mempertegas ekspresi dari Sarita dan juga Shafa.

Tim Pagi – Pagi Pasti Happy banyak menanyakan soal bagaimana perselingkuhan Faisal dan Jenifer terjadi? Sejak kapan hubungan gelap itu terjadi? Bagaimana perasaan Sarita ketika mengetahui hal tersebut? Saat sedang mewawancarai Sarita, tiba – tiba Shafa anak kandung dari Sarita datang. Ujar Host Pagi – Pagi Pasti Happy, Shafa datang secara tiba – tiba dan tidak diketahui oleh Sarita. Kepada Shafa, Host menanyakan soal bagaimana hubungan Shafa dengan ayah? Bagaimana sosok Ayah dimata Shafa? Dan apa yang ingin disampaikan oleh

Shafa kepada sang Ayah. Episode penuh isak tangis ini turut mengundang Poppy Amalia sebagai narasumber yang akan menganalisis bagaimana ekspresi Sarita dan Shafa saat sedang diwawancarai.

Tabloidisasi, Sensasi Selebritis

Tabloidisasi dalam pertikaian selebritis yang penuh sensasi kali ini peneliti memilih untuk menyorot kasus Vicky Prasetya, Angel Lelga dan juga Fifi yang mengaku pernah menikah siri dengan Vicky Prasetya. Tayangan pertikaian selebritis yang kali ini sangat heboh karena telah membahas dan mengundang pihak terkait selama 3 hari berturut – turut untuk mengklarifikasi permasalahan ini. Menurut pengakuan dari host – host Pagi – Pagi Pasti Happy, Farhat Abas yang merupakan pengacara Vivi sempat nekat hadir di studio meskipun tidak diundang oleh Pagi – Pagi Pasti Happy, hal tersebut sempat melibatkan Angel Lelga adu mulut dengan Vivi.

Episode yang kali ini dimulai dari kedatangan Fifi yang menuntut harta yang telah digelapkan oleh Vicky dikembalikan lagi kepadanya. Namun sebelum melangkah lebih lanjut, Angel Lelga ingin mendapatkan kebenaran seputar pernikahan Vicky prasetya dengan Fifi yang tidak dikonfirmasi secara lantang oleh Vivi. Tidak hanya itu, Tim Pagi – Pagi Pasti Happy mengundang keluarga Vicky yang turut menjadi saksi hubungan antara Vicky dan juga Fifi yang sebenarnya memang tidak pernah menjalani pernikahan. Host Pagi – Pagi Pasti Happy meminta ibunda Vicky memberikan pernyataan bagaimana perilaku bertamunya Fifi saat sedang menjalani hubungan dengan Vicky. Berbeda dengan gambar gambar yang sebelumnya, tayangan yang kali ini banyak menggunakan teknik long shot yang memiliki tujuan untuk memperlihatkan pertikaian dengan lebih jelas.

Tabloidisasi Pertikaian Selebritis dalam Perpecahan Keluarga

Seperti pada kasus perpecahan rumah tangga, episode kali ini banyak di sorot menggunakan teknik *medium close up* yang berupaya untuk mempertontonkan raut wajah dari selebritis yang sedang duduk di Kursi Curhat. Alunan musik naik turun, mengikuti emosi sang selebritis, beberapa penekanan kalimat seperti “permasalahan yang ada, lagi – lagi soal keluarga, keluarga, dan keluarga” (Juwita

Tohfani, 26/02/18) diiringi oleh alunan musik yang keras, begitu juga ketika Juwita menceritakan bagaimana keluarganya menghakimi dirinya, bagian yang satu ini diiringi oleh musik yang lembut, seolah berupaya untuk menggiring emosi penontonnya.

Poppy Ammlia sebagai pakar mikro ekspresi, seakan tidak mau diam, dalam episode Annisa Bahar dan Juwita Bahar ini ia duduk di samping narasumbernya, untuk melihat lebih dekat ekspresi – ekspresi yang diperlihatkan oleh Annisa dan juga Juwita, raut wajah Juwita dengan alis dan bibirnya yang menurun digambarkan oleh Poppy sebagai raut wajah yang takut dan sedih, air mata Annisa yang jatuh di sudut dalam mata menggambarkan kesedihan. Penjelasan dari Poppy seolah diamini oleh kedua informan yang selalu mengangguk ketika ditanyakan kebenaran dari penjelasan Poppy.

Dari ke tiga kasus tersebut, tayangan *Pagi – Pagi Pasti Happy* mengklaim program mereka sebagai mediator dari seluruh kasus selebritis yang sedang memiliki masalah dengan selebritis lainnya, mereka juga mengatakan bahwa mereka tidak memihak siapapun, jika ada kedua belah pihak yang hadir di waktu yang bersamaan, upaya tersebut bertujuan untuk mendamaikan kedua belah pihak yang sedang berseteru. *Pagi – Pagi Pasti Happy* juga turut mengundang pakar mikro ekspresi, Poppy Ammalia di beberapa kasus, khususnya kasus yang dapat menyayat hati seperti kasus perpecahan rumah tangga dan keluarga.

Analisis Posisi Hipotekal Penerimaan Penonton Terhadap Tabloidisasi dalam Tayangan Infotainment Pagi – Pagi Pasti Happy

Dari hasil penjabaran makna yang dilakukan oleh beberapa pengikut akun Instagram @Lambe_Turah yang menonton tayangan infotainment Pagi – Pagi Pasti Happy, peneliti menyimpulkan bahwa pemaknaan informan terhadap tayangan ini cukupimbang. Dari ke tiga sub bahasanya, terdapat satu informan yang mayoritas tergolong sebagai *Dominant Hegemonic* yaitu adalah Tata Terdapat empat informan yang berada di posisi *Opposite Position*, yaitu Tika, Gevina, Dhea dan juga Virli. Sementara Rizka berada di posisi *Negotiation Position*.

1. Melihat dari jawaban informan terhadap tablodisasi dalam kerusakan rumah tangga, kelompok yang memaknai tayangan ini secara *dominant* adalah karena adanya unsur subjektivitas antara informan dan Sarita yang dinilai sangat tegas. Selanjutnya pihak lawan yang menolak isi pesan dari tayangan ini menilai bahwa episode yang kali ini berlebihan, bahkan pihak Pagi – Pagi Pasti Happy tidak ragu untuk menghubungi Harris yang menurut mereka hanya akan memperkeruh suasana. Ada juga informan yang menempatkan dirinya sebagai dua sisi, yaitu sebagai penonton dan sebagai seorang kakak. Ia mengaku teringat akan adiknya saat ia menonton tayangan tersebut, terlebih adegan saat Sarita. Shafa dan Shakilla berpelukan.
2. Pembahasan selanjutnya adalah *Tablodisasi, Sensasi Selebritis*, dikuasai oleh pemaknaan *oppositional position* dengan perolehan suara sebanyak 4 orang, 1 *dominant*, dan satu *negosiasi*. Empat orang informan ini sudah banyak menonton tayangan *infotainment* sehingga sudah mengerti bagaimana siklus ketenaran seorang selebritis, mereka menganggap sensasi inilah yang dijadikan alat untuk mendongkrak nama selebritis yang sudah mulai ketika sudah mulai kehilangan “panggung”. Ada informan yang melihat tayangan ini memiliki kalimat-kalimat *sensitive* yang tidak bisa didengar oleh semua golongan usia, namun ia juga melihat sisi positifnya dari tayangan ini adalah tidak ada kekerasan fisik meskipun suasananya sudah semakin memanas.
3. Sub bahasan ke tiga adalah tentang *Tabloidisasi dalam Perpecahan Keluarga*, seluruh informan sepakat untuk berada di posisi *Oppositional*, karena bagi seluruh informan permasalahan selebritis ini tidak perlu diperbincangkan kepada media, karena akan semakin memperkeruh suasana.

Adapun Faktor – faktor yang dapat mempengaruhi pemaknaan dan juga pemahaman informan saat menonton tayangan ini adalah :

1. Kesibukan masing – masing informan. Semakin banyak kegiatan informan sehari-hari, semakin acuh juga sikap mereka terhadap isu – isu yang sedang hangat di media. Sebaliknya, ketika mereka memiliki tingkat kesibukan

yang relative kecil, memungkinkan mereka untuk mengakses infotainment lebih banyak, baik melalui televise maupun dari media sosial.

2. Seluruh informan mengaku memiliki kehidupan sosial yang baik, dalam artian sering bertemu dengan teman-temannya, aktif dalam kegiatan komunitas maupun organisasi, mengikuti arisan ataupun gemar berkumpul dengan tetangganya. Memiliki lingkungan keluarga yang baik dan aktif berkomunikasi dengan keluarganya. Oleh karena itu, beberapa informan mengaku mengakses infotainment agar mempunyai bahan yang bisa diobrolkan dengan rekan – rekannya. Berbeda dengan informan yang mengakses infotainment hanya untuk mencari hiburan yang hanya akan menikmati sisi entertaint dari infotainment akan lebih acuh dengan masalah selebritisnya, dan tidak akan mempengaruhi pandangan mereka di kehidupannya.

Penutup

Peneliti telah menganalisis posisi informan terhadap tabloidisasi pertikaian selebritis dalam tayangan Pagi – Pagi Pasti Happy yang terbagi menjadi tiga buah sub, yaitu, tabloidisasi dalam kerusakan rumah tangga, tabloidisasi sensasi selebritis, dan tabloidisasi dalam perpecahan keluarga. Berdasarkan dari hasil analisis peneliti, dapat dilihat bahwa enam informan yang merupakan pengikut dari akun Instagram @Lambe_Turah masing – masing menempati posisi hipotekal yang beragam.

Kajian khalayak sejatinya ingin membuktikan bahwa khalayak tidak pasif dalam membaca pesan yang ditawarkan oleh media. Seperti yang dikatakan oleh Ang dalam Santosa (2011:131) individu ketika menonton televisi pasti mempunyai cara yang berbeda dalam ber-reaksi dan mengkonsumsi informasi. Dapat dilihat pada pembahasan bahwa penonton tidak hanya menerima pesan yang diberikan oleh media secara cuma – cuma. Kedudukan posisi hipotekal khalayak Pagi – Pagi Pasti Happy sifatnya beragam, tergantung dari bagaimana proses informan tersebut dalam membaca pesan di media.

Para informan mampu menempatkan posisi mereka sebagai “seseorang” (seorang ibu, seorang tante, seorang kakak), mampu melihat konteks pesan yang berbeda – beda dari setiap sub bahasan yang tentunya hal tersebut melibatkan pengetahuan mereka seputar dunia selebritis, pengalaman mereka terhadap kasus – kasus tersebut, lalu dipadukan dengan latar belakang penonton yang berbeda-beda. Hal ini lah yang menyebabkan hasil dari pemaknaan mereka menjadi berbeda-beda, pada beberapa kasus ada yang mengenyam tayangan ini secara bulat-bulat yang disebabkan karena kurangnya pengalaman atau pengetahuan terhadap realitas yang sesungguhnya terjadi, ada informan yang melihat beberapa kasus dengan melibatkan beberapa pertimbangan, dan juga ada yang sepenuhnya menolak isi dari media tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Baran, S.J & Davvis D.K (2003). *Mass Communication Theory*. Belmont:Wadsworth
- Hall, dkk (2011). *Budaya, Media, Bahasa : Teks Utama Perancang Cultural Studies 1972-1979*. Yogyakarta : Jalasutra
- Santosa, Hedi Pudjo (2011). *Menelisik Lika-Liku Infotainment di Media Televisi*. Yogyakarta: Gapai Asa Media Prima
- Syahputra, Iswandi (2013). *Rezim Media ; Pergulatan Demokrasi, Jurnalisme, dan Infotainment dalam Industri Televisi*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama

Syahputra, Iswandi (2006). *Jurnalistik Infotainment*. Yogyakarta: Pilar Media

www.kpi.go.id (diakses pada 11/04/2018)