ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Public Relations

Ardiska Mega Perwita (20140530172)

Penerimaan Penonton terhadap Tabloidisasi Pertikaian Selebritis dalam Tayangan Infotainment Pagi – Pagi Pasti Happy di Trans TV (Studi pada Pengikut Akun Instagram @Lambe_Turah)

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.

ABSTRACK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Faculty of Social and Political Science
Departement of Communications Science
Concentration of Public Relations
Ardiska Mega Perwita (20140530172)

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 formatswhich 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 tabolidization 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, Tabloitations of Celebrity Disputes, Infotainment.