

SUMMARY PENELITIAN

Pemaknaan dalam Tayangan *Reality Show Minta Tolong*



Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan
Pendidikan Strata 1
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro

Penyusun

Nama : Asrul Arifin

NIM : D2C0606007

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2011**

BAB I

PENDAHULUAN

Minta Tolong adalah sebuah program *reality show* yang menguji kepekaan hati nurani orang-orang di sekitar kita. Melalui kamera tersembunyi, akan terlihat reaksi orang-orang ketika seseorang datang meminta pertolongan, yang sebagian besar menolak untuk menolong dan ada seseorang yang menolongnya.

❖ **Latar Belakang, kenapa memilih tayangan Minta Tolong?**

1. Maraknya Tayangan Reality Show di Indonesia.
2. Reality show Minta Tolong sebagai reality show yang bertahan untuk tetap tayang sampai sekarang sejak awal penayangannya di tahun 2009.
3. Rating Minta Tolong cukup tinggi dengan perkembangan rating menurun tetapi tidak signifikan, menunjukkan tayangan ini masih diminati dari tahun ke tahun.
4. Tayangan Minta Tolong mengangkat tema kemiskinan yang dekat dengan sebagian besar penduduk di Indonesia yang memiliki tingkat ekonomi bawah.
5. Terdapat dua pemahaman antara yang sejalan dengan media dengan yang berlawanan dengan media, meskipun media memiliki tujuan memberikan hikmah dalam tayangan Minta Tolong.
6. Istilah reality show yang berarti pertunjukan asli tanpa rekayasa, tetapi dalam reality show Minta Tolong terdapat banyak rekayasa dari skenario, pengambilan gambar dan tanda yang di rangkai menjadi cerita.
7. Reality show merupakan salah satu program televisi, di mana televisi adalah media yang populer dan dimiliki banyak masyarakat.
8. Genre reality show mampu mengalahkan sinetron yang sebelumnya mendominasi dunia pertelevisian.
9. Jam tayang genre reality show yang cukup tinggi membuat genre tersebut menarik untuk diteliti.
10. Tayangan yang disajikan terdapat adegan-adegan yang dapat dimaknai sebagai eksploitasi dan komodifikasi kemiskinan.
11. Tayangan reality show tidak sejalan dengan peraturan di daerah, seperti Jakarta. Karena menolong orang yang minta tolong di jalan akan membuat orang tersebut menjadi ketergantungan.

12. Acara televisi semakin meninggalkan fungsi pokoknya, yaitu fungsi pendidikan, informasi dan hiburan

❖ **Rumusan Masalah**

Bagaimana pemaknaan penonton mengenai tayangan *reality show Minta Tolong* di RCTI ?

❖ **Tujuan Penelitian**

Untuk mendeskripsikan bagaimana audiens televisi memberikan pemaknaan terhadap tayangan *reality show Minta Tolong*.

❖ **Signifikansi Penelitian**

1. *Teoritis*

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya berbagai riset komunikasi dalam kajian *Decoding-Encoding Theory* dan *Interpretive Theory*.

2. *Praktis*

Mendorong audiens agar dapat berperan sebagai audiens aktif dalam menelaah pesan media.

Masukan bagi para profesional media massa agar dapat memberikan hiburan yang memperhatikan unsur moral, mendidik dan berkualitas.

❖ **Kerangka Teori**

1. Menggunakan paradigma interpretive
2. Konstruksi sosial media massa
3. Teori decoding-encoding
 - Teori interpretasi dalam proses decoding pesan
4. Audiens
 - Sebagai sekumpulan orang (*mass society*)
 - Sebagai kelompok sosial (*community*)
 - social categories perspective* (pembedaan jenis kelamin, umur, pendidikan, dll)
 - Peer group* (kelompok kecil)
 - Interpretive communities* (komunitas kelompok yang selalu aktif dalam mempersepsi pesan dan memproduksi makna)
 - Sebagai individu (*individual difference perspective*)

Memiliki pemahaman yang berbeda-beda berdasarkan proses (pikiran, perasaan, dan tingkah laku).

❖ **Metode Penelitian**

1. Tipe penelitian deskriptif dengan sifat kualitatif dan menggunakan pendekatan analisis resepsi.
2. Subyek penelitian : audiens dari kelompok sosial yang berbeda yang menonton tayangan *Minta Tolong*, dan diutamakan audiens aktif yang selalu memberi komentar mengenai tayangan tersebut.
3. Unit Analisis : Individu penonton tayangan *Minta Tolong*.
4. Jenis dan Sumber data :
 - Primer : dari hasil wawancara mendalam
 - Sekunder : buku, artikel, referensi lain yang mendukung.
5. Teknik pengumpulan data : Wawancara mendalam
6. Analisis Data :
 - Identifikasi teks
 - Pengumpulan data
 - Analisis preferred reading
 - Analisis dan interpretasi data dari wawancara
 - Memunculkan tema
 - Tema yang muncul dibandingkan dengan preferred reading untuk di kelompokkan menjadi tiga (negotiated reading, oppositional reading, dominant reading).

BAB II

GAMBARAN *REALITY SHOW*

Bab ini mendeskripsikan mengenai *reality show*, baik dalam bentuk sejarah perkembangan maupun jenis-jenisnya yang ada dalam dunia pertelevisian. Selain itu juga dijelaskan secara rinci mengenai tayangan *Minta Tolong* beserta teks dan tanda yang disajikan oleh media kepada audiensnya (*preferred reading*). Teks dan tanda tersebut diambil dari cuplikan adegan-adegan yang mengandung makna dan

diterjemahkan oleh peneliti dengan berdasarkan pada pandangan umumnya, baik secara sejalan dengan tujuan media maupun berlawanan.

❖ **Reality Show Sebagai Program Televisi**

Karakteristik program televisi :

1. *fidelity or realism*, (Menggambarkan perwujudan asli dari suatu peristiwa)
2. *immediacy*, (Dapat melihat siaran langsung tentang suatu peristiwa)
3. *dynamic spacing*, (Memiliki feature yang memungkinkan pemirsa untuk menonton informasi yang ditayangkan secara lambat, cepat atau diulang-ulang)
4. *brings people, places, events that's could not be seen otherwise including magnification* (Merupakan informasi tentang orang, tempat atau peristiwa yang berada di luar jangkauan pemirsa)

❖ **Sejarah Reality Show Dunia**

1. Periode 1940-1950 (sederhana)
2. Periode 1960-an dan 1970-an (Modern dan kompleks)
3. Periode 1980-an dan 1990-an (game show)
4. Periode 2000-an (talent)

❖ **Perkembangan Reality Show di Indonesia**

1. Tema remaja
2. Hidden camera
3. Talent
4. Tema sosial

❖ **Jenis Televisi Realitas**

Minta Tolong termasuk dalam Formulated docusoap, karena membawa orang keluar dari dunia mereka sendiri dan menempatkan mereka di lingkungan yang diformulasikan untuk melihat bagaimana mereka berperilaku.

❖ **Feature Realitas Televisi**

1. *Real-life-participants* : mengambil pemain bukan aktor.
2. *Unscripted performance* : tanpa naskah, produser sengaja membuat situasi.
3. *Voice-over narration* : terdapat narasi yang dibacakan.
4. *Observation/surveillance* : pengamatan dengan hidden camera.
5. *Voyeurism* : emosi yang ditampilkan adalah nyata.
6. *Audience participation* : audiens berpartisipasi.

❖ ***Reality Show Minta Tolong***

1. *Gambaran Tayangan*

Program *reality show* yang menguji kepekaan hati nurani orang-orang di sekitar kita. Melalui kamera tersembunyi, akan terlihat reaksi orang-orang ketika seseorang datang meminta pertolongan.

2. *Durasi dan Jam Tayang*

Satu jam setiap hari Senin-Rabu, pukul 16.00 WIB di RCTI.

3. *Logo Minta Tolong*

logo tersebut menonjolkan kata “Tolong” dengan tanda seru (“!”), hal ini dimaksudkan bahwa minta tolong dalam kondisi yang mendadak dan benar-benar membutuhkan seperti orang yang berteriak minta tolong.

4. *Segmentasi Audiens*

Tidak ada batasan tertentu.

5. *Rating*

rating 3,1 dan share 26,5. Secara keseluruhan Minta Tolong ditonton oleh 1,2 juta audiens pada tiap episodenya.

❖ ***Preffered reading tayangan Minta Tolong***

1. Buruh cuci yang mengamen juga (semangat, kegigihan dan kerja keras)
2. Anak yang bekerja menyemir sepatu untuk sekolah (kedermawanan)
3. Anak yang bekerja, tanpa orang tua dan hidup dengan nenek yang sudah tua (realitas yang sering dalam masyarakat)
4. Anak kecil yang diolok-olok dengan teks yang lebih menonjol (komodifikasi)
5. Lansia yang kecapekan dengan teks “tua”, bukan “kerja keras”. (mengarahkan meski tampak real)
6. Anak kecil meminta tolong selama 10 jam (eksploitasi)
7. Anak yang meminta menukar piring tetapi ditendang piringnya oleh orang (kekerasan)
8. Menjual alat mengamen seharga Rp. 50.000,- (tidak rasional)
9. Kisah sedih penolong (menolong yang seharusnya tidak perlu diceritakan)
10. Orang yang mengetahui keberadaan tim Minta Tolong (mendidik menolong dengan imbalan)

11. Memasukkan lagu dan backsound agar lebih mendramatisasi suasana.

BAB III

INTERPRETASI TERHADAP TAYANGAN *REALITY SHOW MINTA TOLONG*

Temuan penelitian dari penelitian yang telah dilakukan diuraikan dalam bab ini, temuan tersebut merupakan hasil dari wawancara mendalam dengan tujuh informan. Para informan tersebut merupakan audiens tayangan reality show Minta Tolong yang berasal dari status sosial dan tingkat pendidikan yang berbeda.

1. Pengetahuan dan Penerimaan Audiens dalam Tayangan *Minta Tolong*

- Tayangan mengenai tolong menolong berdasarkan judulnya
- Memotret masyarakat yang sesungguhnya individual, tidak ikhlas
- Menyadarkan orang untuk berdermawan

2. Adegan Berkesan dalam Tayangan *Minta Tolong*

- Adegan anak kecil, lansia dan orang cacat
- Adegan berlatar belakang sama dengan audiens
- Adegan rela mengorbankan sesuatu untuk menolong
- Adegan meminta pertolongan yang diabaikan

3. Emosi Audiens dalam Tayangan *Minta Tolong*

- Terharu karena pemainnya anak kecil, lansia dan orang cacat
- Terharu karena meskipun tidak mampu masih menolong orang lain
- Marah ketika melihat orang tidak menolong, tetapi mencaci-maki

4. Fungsi Hiburan dalam Tayangan *Minta Tolong*

- Memberi hiburan moral
- Memberi hiburan ketauladanan
- Tidak memberi hiburan karena skenarionya mengada-ada
- Tidak memberi hiburan karena rawan peniruan untuk penipuan meminta-minta

5. Perasaan Iba dan Belas Kasihan dalam Tayangan *Minta Tolong*

- Kasihan terhadap anak kecil, lansia dan orang cacat yang dipekerjakan media
- Iba karena Terharu dengan cerita penolongnya
- Tidak kasihan karena cerita tidak masuk akal

6. Perasaan Simpati dalam Tayangan *Minta Tolong*

- Simpati kepada orang yang mau menolong tetapi kemampuannya terbatas
- Simpati terhadap cerita penolong yang serba kesulitan
- Simpati dengan kemiskinan yang masih tinggi

7. Perasaan Empati dalam Tayangan *Minta Tolong*

- Dengan selalu membantu orang yang membutuhkan selama mampu
- Dengan tidak membuang sia-sia apa yang dipunyai
- Dengan memberi tauladan terhadap orang disekitar

8. Fiktif atau Tidaknya Adegan dalam Tayangan *Minta Tolong*

- Fiktif karena belum pernah mendengar dan mengalaminya sendiri
- Fiktif karena tidak ada orang yang menjual sesuatu barang rendah dengan harga tinggi
- Nyata karena seperti para mengemis yang meminta bantuan
- Nyata karena pernah mengalami menolong orang dengan alasan seperti Minta Tolong

9. Kerja Keras dan Tindakan Meminta-minta dalam Tayangan *Minta Tolong*

- Kerja keras, karena orang miskin yang menolong selalu kerja keras dalam kelemahannya
- Pemeran giat berusaha meskipun dihina
- Memberi contoh meminta-minta dan pelaziman meminta-minta di masyarakat, bahkan sebagai pekerjaan

10. Kedermawanan dan Solidaritas dalam Tayangan *Minta Tolong*

- Memberi contoh kedermawanan dan solidaritas meski dalam masyarakat yang individualis
- Tidak memberi contoh kedermawanan dan solidaritas karena masyarakat menjadi kurang yakin menolong, karena curiga penipuan

11. Dramatisasi Skenario dalam Tayangan *Minta Tolong*

- Dramatisasi ada pada cerita yang berlebihan
- Dramatisasi peram meminta-minta yang malah kelihatan memaksa

12. Eksploitasi dalam Tayangan *Minta Tolong*

- Mengangkat derajat dan bukan eksploitasi karena membuat berpikir untuk maju dan membantu kehidupan ekonomi rendah yang menjadi pemeran
- Eksploitasi terhadap orang miskin yang tidak punya pilihan dan mudah dikelabui media untuk bekerja di dalamnya
- Membuat pandangan orang miskin yang malas
- Tidak meningkatkan derajat, tetapi minimal meningkatkan sedikit kesejahteraan meskipun diperoleh dengan susah payah.

13. Kemiskinan Sebagai Komoditas Tayangan *Minta Tolong*

- Setuju untuk diangkat sebagai tayangan publik, agar masyarakat dan pemerintah tahu keadaan sebenarnya di lingkungan sekitar, di mana kemiskinan masih tinggi
- Kemiskinan dikomodifikasikan untuk kepentingan baik dan tidak melanggar aturan tidak apa-apa
- Kemiskinan yang dikomoditaskan dan tertindas tidak baik, lebih baik konsep pemberian modal

14. Harapan audiens dalam Tayangan *Minta Tolong*

- Tidak terlalu didramatisasi
- Menggunakan bahasa lokasi agar tidak ketahuan
- Lokasi agar tidak di Jawa tengah saja, karena dapat membuat lebel Jawa Tengah sebagai daerah kurang berkembang dengan kemiskinan tinggi
- Tidak memaksakan kehendak ketika tidak ada yang menolong
- Hadiah lebih disesuaikan dengan pengorbanan
- Orang yang tidak mau menolong dan marah lebih baik tidak diekspose, karena dapat membuat citra yang buruk terhadap orang tersebut

15. Pengaruh Lingkungan dalam Jawaban Terhadap Tayangan *Minta Tolong*

- Sama dengan lingkungan dalam diskusi mengenai realitas yang tidak real sepenuhnya, mau menolong orang yang kesulitan dan tidak rasionalnya acara
- Tidak sama dalam diskusi menolong untuk imbalan

BAB IV
ANALISIS RESEPSI TERHADAP TAYANGAN *REALITY SHOW MINTA*
TOLONG

Bab ini mendiskripsikan mengenai analisis penelitian yang diperoleh dari temuan penelitian dengan disertai penjelasan-penjelasan teoritis. Tema-tema yang muncul akan dikelompokkan secara lebih sempit dan rinci agar memudahkan pembaca untuk mengetahui hasil penelitian secara maksimal. Pengelompokan tersebut berdasarkan open coding narasumber

- **Interpretasi Tayangan *Minta Tolong***

1. ***Citra Tayangan Minta Tolong***

- Sebagai tayangan yang menggambarkan rasa tolong menolong sesama meskipun dalam keadaan yang kesulitan juga dan dalam masyarakat yang individualis (ego kecil)
- Sebagai tayangan yang menunjukkan masyarakat yang menipis rasa kepedulian dan solidaritasnya (ego kecil)
- Sebagai tayangan yang merefleksikan kehidupan sosial secara nyata (ego kecil)
- Sebagai tayangan yang unreal dan terlalu didramatisasi serta campur tangan yang mengelola cerita, Sebagai tayangan yang tidak real karena mudah ditebak oleh korban (ciri-ciri bahasa yang digunakan dan cara minta tolong(ego tinggi, sulit dipengaruhi)

2. ***Emosi Audiens dalam Menonton Tayangan Minta Tolong***

- Perasaan terharu ditunjukkan sebagian besar penonton terhadap penolong dengan berbagai kesulitannya dalam hidup (melankolis)
- Rasa simpati dengan ikut seperti merasakan apa yang dialami dalam adegan muncul pada sebagian besar audiens. Ikut sedih ketika suasana mengharukan dan ikut marah ketika pemeran diperlakukan kasar dan dihina.
- Rasa empati diimplementasikan dengan jalan selalu membantu orang lain yang kesulitan menjadi dominan dalam audiens.

3. *Pesan Media dalam Tayangan Minta Tolong*

- Pesan yang disampaikan media adalah bekerja keras, dermawan dan membuat perasaan terharu yang di *encoding* kepada audiens. Tetapi sebagian audiens memaknai pesan berlawanan dengan media.
- Audiens melakukan *decoding* pesan dengan menghasilkan interpretasi yang beraneka ragam :
 - Pesan bahwa orang miskin yang tidak punya pilihan selain meminta pertolongan, sehingga minta tolong itu wajar atau sebuah pelaziman yang salah
 - Pesan yang menampilkan kesulitan pemeran Minta Tolong yang patut dipuji atau dikasihani
 - Hinaan dan kesulitan yang tidak diskenariokan, tetapi dikelola agar menarik atau justru merupakan sebuah eksploitasi kemiskinan.
 - Pesan sebagai hiburan rohani yang memberi berbagaimacam ketauladanan atau malah memberikan imitasi dalam penipuan.

4. *Dramatisasi Adegan dalam Tayangan Minta Tolong*

- Dramatisasi dibutuhkan dalam berbagai macam acara pertelevisian, tetapi apabila berlebihan akan menimbulkan kritik dari audiens, di mana reality show menjadi tidak terlihat nyata adegannya dan seperti dibuat-buat, misal minta pertolongan yang tidak masuk akal.
- Dramatisasi dengan mengekspose penolak pertolongan yang di stop sejenak untuk diekspose merugikan orang tersebut karena dapat merubah citra orang tersebut dalam masyarakat.

5. *Kemiskinan dalam Tayangan Minta Tolong*

- Sebagian besar audiens menganggap kemiskinan merupakan sebuah eksploitasi pemeran yang menggunakan anak kecil, lansia dan penyandang cacat untuk komersialisasi media. Sebagian kecil lainnya menganggap tidak eksploitasi.
- Kesusahan, kesedihan dan kesengsaraan dalam kemiskinan menjadi komoditas yang apabila semakin meningkat semakin layak jual.

- **Tipe Pemaknaan Audiens terhadap Teks Minta Tolong**

1. ***The Dominant Reading***

- Audiens menerima tayangan sebagai hiburan saja dan sejalan dengan tujuan media. Audiens kelompok ini tidak terlalu kritis karena sibuk dengan kesehariannya. Pendidikan menengah. (pedagang dan wiraswasta)

2. ***The Negotiated Reading***

- Audiens memaknai eksploitasi, komodifikasi dan dramatisasi itu kurang baik, tetapi audiens mengambil jalan tengah dengan menyetujui penggunaan dalam media, karena audiens biasa memandang kejadian dalam masyarakat dari dua sisi. Pendidikan bawah (buruh pabrik dan penjahit)

3. ***The Oppositional Reading***

- Audiens yang radikal dan selalu kritis terhadap media. Di mana tayangan dianggap mengandung eksploitasi, dramatisasi, memberi contoh buruk, dan komodifikasi. Audiens kelompok ini memiliki durasi yang lama dan menonton berbagai macam acara televisi, sehingga audiens membandingkan dengan tayangan lain dan pengalaman audiens. Pendidikan tinggi (perkantoran, pelajar, ibu rumah tangga)

BAB V

PENUTUP

❖ Kesimpulan

- Pesan media yang bertujuan mengandung hikmah dimaknai secara beraneka ragam. Yaitu :

1. ***The Dominant Reading***

Sebagai tayangan yang mengandung hikmah (contoh kerja keras, dermawan, memcerminkan realitas sesungguhnya dan membuat perasaan terharu) dan memberi hiburan

2. ***The Negotiated Reading***

Memaknai eksploitasi, komodifikasi dan dramatisasi sengaja dilakukan media untuk menghibur dan tujuan yang baik. Meskipun eksploitasi, komodifikasi dan dramatisasi adalah hal buruk.

3. *The Oppositional Reading*

Tayangan dianggap mengandung eksploitasi, dramatisasi, memberi contoh buruk, dan komodifikasi terhadap kemiskinan.

❖ **Saran**

1. Dapat digunakan untuk pengembangan penelitian selanjutnya dengan teori yang sama, yaitu decoding-encoding dan teori interpretive.
2. Berguna bagi audiens agar memberi pemaknaan yang kritis terhadap media, dan penelitian yang berkaitan dengan hal tersebut.
3. Penelitian membahas mengenai komersialisme yang memanfaatkan eksploitasi, komodifikasi dan dramatisasi, sehingga dapat di manfaatkan untuk penelitian selanjutnya yang berhubungan, terutama dalam ekonomi politik media massa.

Nama : Asrul Arifin
Nim : D2C606007
Judul Skripsi : Pemaknaan dalam Tayangan Reality Show Minta Tolong

Abstract

The mass media television has developed very rapidly, as evidenced marked by numerous people who consume it compared with other mass media. It make many television programs, one of this is social theme of reality show.

Minta Tolong is one program of social reality show theme. It very interesting to researching, because the media has claim to be the dominant programme that have meaning (preffered reading) as programme have of wisdom. However, some other spectators have a meaning that varies inversely with the purpose of displaying media in those programme. Therefore, this research aims to determine the meaning the audience about those programme. Interpretation of an audience can be explained by using an interpretive theory, the theory that explains the full understanding of audience and are subjective.

The study was a descriptive type of research with qualitative and approach to the reception analytical. In the reception analysis, research findings from the interviews will bring up the themes of meaning which can be classified into three groups. The theme of the research findings purport audience is dominant reading group that interpretation as programme of wisdom and entertainment. Oppositional reading groups have some interpretating to critically these programme contain the negative side and the exploitation of poverty. While the group negotiated reading interpreting programme from the two sides, which assumes that the exploitation and commodification of poverty is an act of bad. However, these group as not consistent with such opinion. This is because it has the opposite opinion allow the exploitation and commodification of poverty in the media.

Research on the interpretation of *Minta Tolong* programme can be used as a basis for further studies, especially in terms of political economy of media and the research is useful for the development of *decoding-encoding theory* and *interpretive theory*. It also can make the audience to become active audiens.

Key word : interpretation, reality show, exploitation, comodification

Nama : Asrul Arifin
Nim : D2C606007
Judul Skripsi : Pemaknaan dalam Tayangan Reality Show Minta Tolong

Abstraksi

Media massa televisi memiliki perkembangan yang sangat pesat, terbukti ditandai dengan banyaknya masyarakat yang mengkonsumsinya dibandingkan dengan media massa lainnya. Hal ini menyebabkan munculnya banyak program televisi, salah satunya adalah tayangan *reality show* yang bertemakan sosial.

Minta Tolong adalah salah satu program dari *reality show* yang bertemakan sosial. Tayangan tersebut sangat menarik untuk diteliti, karena media mengklaim sebagai tayangan yang memiliki makna dominan (*preffered reading*) sebagai tayangan yang mengandung hikmah. Akan tetapi, sebagian penonton lainnya memiliki pemaknaan yang berbanding terbalik dengan tujuan media dalam menayangkan tayangan tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemaknaan audiens tentang tayangan tersebut. Pemaknaan audiens dapat dijelaskan dengan menggunakan teori interpretif, yaitu teori yang menjelaskan pemahaman audiens secara utuh dan bersifat subyektif.

Penelitian ini adalah penelitian dengan tipe deskriptif yang bersifat kualitatif dan menggunakan pendekatan analisis resepsi. Dalam analisis resepsi, temuan penelitian dari wawancara akan memunculkan tema pemaknaan yang dapat dikelompokkan menjadi tiga kelompok. Tema temuan penelitian pemaknaan audiens tersebut adalah kelompok *dominant reading* yang memaknai tayangan sebagai tayangan yang mengandung hikmah dan hiburan. Kelompok *oppositional reading* yang memaknai secara kritis bahwa tayangan tersebut mengandung sisi negatif dan eksploitasi kemiskinan. Sedangkan kelompok *negotiated reading* lebih memaknai tayangan dari dua sisi, yaitu menganggap bahwa eksploitasi dan komodifikasi kemiskinan adalah tindakan yang buruk. Akan tetapi, kalangan ini seperti tidak konsisten dengan pendapatnya tersebut. Hal ini karena memiliki pendapat lain yang berlawanan, yaitu memperbolehkan eksploitasi dan komodifikasi kemiskinan di media.

Penelitian terhadap pemaknaan tayangan *Minta Tolong* dapat dijadikan dasar untuk penelitian-penelitian selanjutnya, terutama dalam hal ekonomi politik media. Selain itu juga dapat menambah kajian mengenai khalayak aktif dan memperkaya kajian dengan teori decoding-encoding dan teori interpretif.

Key word : pemaknaan, reality show, eksploitasi, komodifikasi

