

Menelisisik

Lika-Liku Infotainment Di Media Televisi



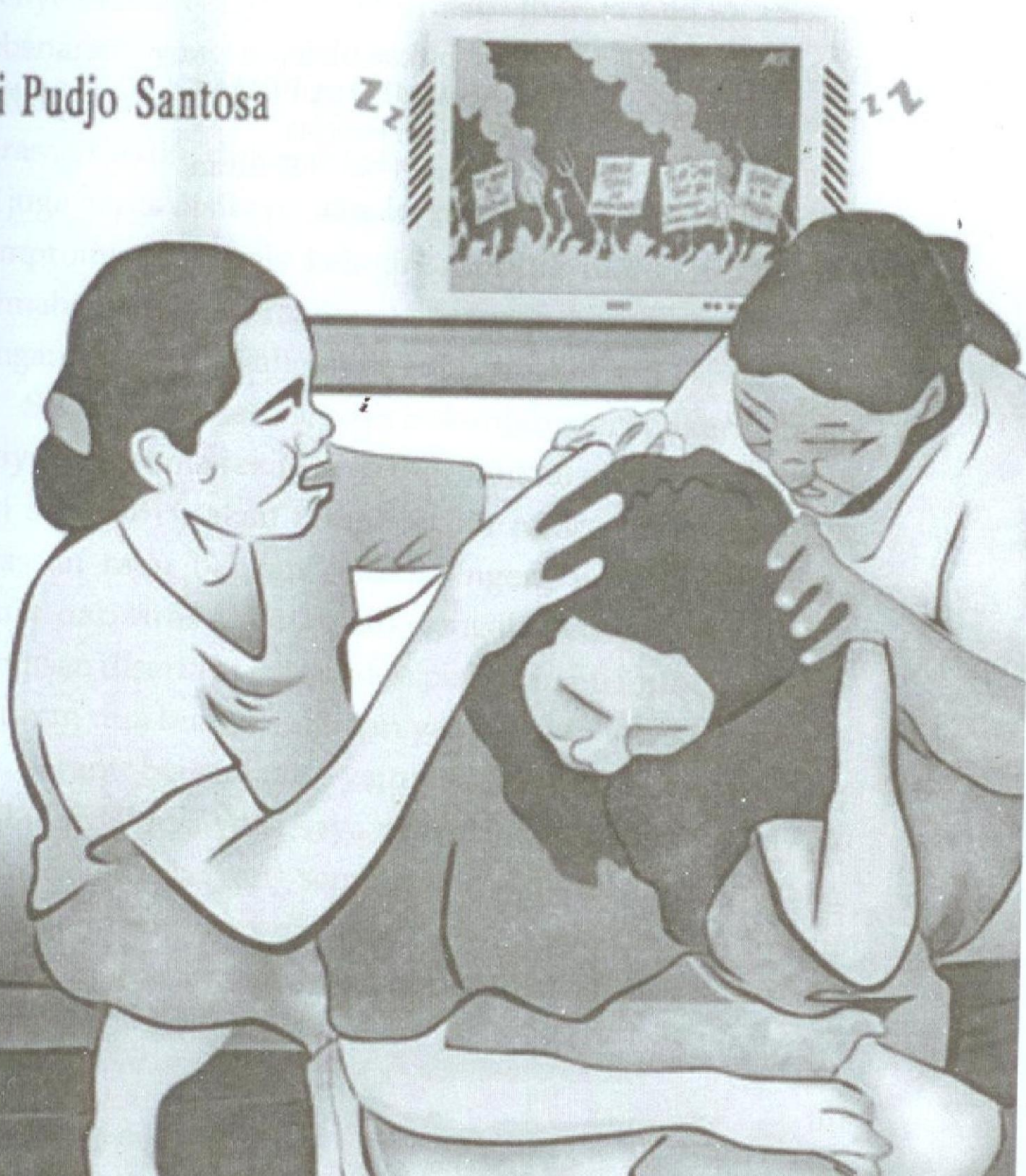
Hedi Pudjo Santosa

GapaiAsa
Media Prima

Menelesik

Lika-Liku Infotainment Di Media Televisi

Hedi Pudjo Santosa



Menelusik Lika-liku
INFOTAINMENT
di Media Televisi

Oleh : Hedi Pudjo Santoso

©all right reserved

Hak cipta dilindungi Undang-undang

Penata Letak : alvine_cg@yahoo.co.id

Perancang Sampul : Cahyo

Diterbitkan oleh :

GAPAI ASA MEDIA PRIMA

Alamat Penerbit

Jln. Kehutanan I No. 3 Seturan,

Yogyakarta

Daftar Isi

Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Invasi Televisi dan Masalahnya.....	1
B. Senjata Psikologi Televisi diterima Masyarakat dengan Senang Hati	6
C. <i>Infotainment</i> Mengusik Perlu Ditelisik.....	8
D. Kerangka Konseptual.....	9
E. Metoda Penelitian.....	42
BAB II PENONTON INFOTAINMENT	49
A. Karakteristik Sosial Masyarakat Penonton <i>Infotainment</i>	50
B. Pengertian Massa, Publik, <i>Audience</i> dan Penonton	57
C. <i>Infotainment</i> Sebagai Perpanjangan Ruang Publik	65
BAB IV KEJAYAAN HIBURAN LAYAR KACA.....	81
A. Media Selebritis Sebagai Media Hiburan Indonesia.....	86
B. Jurnalisme Tabloid: Warna Baru Perkembangan	

Tabloid Televisi di Indonesia	92
C. Sinetron dan Banjirnya Selebritis Baru di Media Televisi	99

BAB V GOSIP INFOTAINMENT DAN
PERBINCANGAN PUBLIK DI TELEVISI
INDONESIA.....

A. Isu, Gosip, <i>Ngrumpi</i> , Rumor Selebritis: Jualan Baru Media Televisi.....	108
B. Apakah Privasi Selebritis Perlu Dilindungi?	109
B. Dominasi Tragedi Rumah Tangga Dalam Tayangan <i>Infotainment</i>	119
D. Menghibur Diri dengan <i>Ngrumpi</i>	125
E. Gosip dan Perbincangan Publik	129
	133

BAB VI SIMULASI DAN TABLOIDISASI
INFORMASI HIBURAN DI TELEVISI

A. Realitas Simulasi dan Tabloidisasi dalam <i>Infotainment</i>	137
B. Pola Konsumsi dan Resepsi Penonton Terhadap Acara <i>Infotainment</i> di Televisi.....	138
C. Penonton <i>Infotainment</i> Terjebak Dalam Dunia Citraan.....	149
D. Memahami <i>Infotaimant</i> Sebagai Bagian Dari Industri Hiburan di Televisi.....	166
	175

BAB VII PENUTUP.....	192
DAFTAR PUSTAKA	205

Pemaknaan seseorang terhadap sebuah karya ilmiah pastilah sangat beragam. Ada yang membanggakannya bagai sebuah monumen penting yang diharapkan akan dianut generasi berikutnya, terkait dengan tawaran teoritik yang dirumuskannya, atau mereka yang mendewakan beragam metoda yang dipilihnya. Tentu tidak salah, bahkan sah-sah saja harapan dan keinginan yang dilakukan setiap orang tentang hal ini.

Penulis mempunyai pandangan yang sangat sederhana mengenai hal ini, sehebat apapun tawaran teori dan serumit apapun metoda yang ingin diterapkan, akan menjadi tidak bermakna apapun kalau karya kita hanya berhenti pada tataran wacana. Bagi penulis perdebatan tentang teori dan metoda "bisa dianggap" usai begitu sebuah karya ilmiah dinyatakan lulus oleh sebuah rejim kebenaran dalam sebuah sidang ilmiah. Sehingga penulis mengambil resiko untuk tidak terlalu memperbincangkannya dalam buku ini. Artinya, tujuan untuk mengingatkan cara konsumsi sehat terhadap informasi dari media televisi, mempunyai porsi yang lebih penting dibandingkan berdebat tentang seperangkat sistematika, masalah penelitian, sehingga kita tidak terjebak pada persoalan dengan cara berpikir apa ? (teori) serta bagaimana masalah yang akan diteliti diselesaikan ataupun bagaimana caranya ? (metoda).

Sekali lagi itu sebuah pilihan, tidak ada gunanya terlalu menyita perdebatan, jadi lihatlah buku ini sebagai sebuah upaya sederhana untuk mengingatkan kepada siapapun bahwa media mempunyai potensi menciptakan berbagai komunitas yang lebih berkonotasi buruk (*interpretative community*) dibandingkan berbagai tanggung jawab sosial yang disandangnya. Sekalipun demikian harus diakui muncul rasa frustrasi terhadap perilaku media ketika sebagian besar produk skripsi, tesis dan disertasi selalu berisi kritik untuk perubahan isi dan terutama merubah kebijakan media, ironisnya selalu berkakhir dengan perdebatan tentang pernak-pernik industri. Belum lagi banyak media secara institusional maupun personal telah menjadikan landasan etika profesi hanya sebagai tameng untuk berlindung dari berbagai kritik. Semoga rasa kefrustasian ini tidak berubah menjadi sebuah gerakan anti media yang masif

Profil: Dr. Hedi Pudjo Santosa

Alumnus ilmu komunikasi UGM, menyelesaikan S2 dan S3 pada Pasca Sarjana Sosiologi UGM dibidang Sosiologi Media, mulal tahun 1989- sekarang menjadi tenaga pengajar tetap jurusan ilmu komunikasi UNDIP dan S2 Magister ilmu Komunikasi Undip, serta pengajar tamu di S2 Kajian Budaya Dan Media UGM. Mengampu mata kuliah Sosiologi media, Sosiologi Komunikasi, Pengantar Ilmu-ilmu Sosial serta Industri Budaya dan Media. Menjadi tenaga peneliti tidak tetap Lespi (Lembaga Studi Pers dan Informasi Semarang).



Jln. Kehutanan I No. 3 Seturan,
Yogyakarta

