UNIVERSITAS DIPONEGORO

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

LINTANG RATRI RAHMIAJI

TELEVISI DAN FANTASI POPULARITAS

**ABSTRAKSI**

Permasalahan dalam penelitian ini muncul ketika ada keresahan tentang dampak pola industri sinetron di Indonesia terhadap pekerja anak. Hal ini karena televisi dicurigai membentuk konstruksi artis untuk mendukung kepentingannya semata, dimana konstruksi ini menciptakan kesadaran palsu bagi para orang tua anak yang berpotensi sebagai pekerja media, sebuah fantasi popularitas. Penelitian ini dilakukan berdasarkan paradigma kritis, berupa penelitian kualitatis denan metode analisis resepsi.

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa media sangat intens dalam membangun konstruksi artis cilik sesuai kepentingannya. Hal ini terbukti dengan porsi tayang artis cilik dalam program infotainment cukup banyak ditemui. Dominasi pemikiran ini dilakukan media dengan sempurna melalui hadirnya tayangan infotainment sehingga khalayak terhegemoni dengan fantasi popularitas artis cilik yang diciptakan oleh media.

 Ada tiga proses pemaknaan yang dilakukan khalayak terhadap konstruksi media televisi tentang pekerja anak, popularitas, artis cilik, dan orang tua artis cilik. Tipe khalayak pertama adalah menerima konstruksi media televisi. Khalayak yang menerima ini diduga intensitas menonton tayangan tinggi, tuntutan ekonomi yang tinggi berkaitan dengan SES yang rendah, pendidikan yang tidak cukup, membuat khalayak rentan terhadap penciptaan kesadaran palsu tentang fantasi popularitas yang dihadirkan media. Berbeda dengan tipe khalayak kedua yang menyadari adanya konsep baru, yang mereka yakini kebenarannya, namun tidak cukup kuat jika dinegosiasikan dengan konsep yang sudah dominan. Khalayak tipe negosiator ini, terpaan medianya sedang, tuntutan ekonomi yang tinggi karena faktor sosial dan SES yang rendah, namun pendidikannya cukup. Khalayak yang ketiga adalah khalayak yang menolak konsep yang dibawa media, Khalayak tipe ini memiliki SES tinggi dan latar belakang pendidikan yang tinggi, sehingga mereka lebih kritis terhadap media, serta memiliki kriteria hidup yang lebih baik untuk anak-anak. Fantasi popularitas rendah karena mereka bisa mencapai standar hidup baik tanpa harus berfantasi.

Kata Kunci : Pekerja Anak, Sinetron, Fantasi Popularitas, Industri Televisi

DIPONEGORO UNIVERSITY

FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCE

DEPARTMENT OF SCIENCE COMMUNICATION

LINTANG RATRI RAHMIAJI

TELEVISION AND FANTASY OF POPULARITY

**ABSTRACT**

Problems in this study appear when there is disquiet about the impact of the pattern of the soap opera industry in Indonesia against child labor. This is because television artist suspected of forming construction to support its interests alone, where construction is creating a false consciousness for the parents of children whose potential as a media worker , a fantasy popularity. This study was conducted based on the critical paradigm, a qualititave inquiry with reception analysis methods .

Based on the results of the study , it was found that the media is very intense in building construction in accordance young artists interests. This is evidenced by the portion of young artists through the infotainment program pretty much met . Dominance of this thinking is done perfectly by the presence of media infotainment to audiences hegemony child artist with the popularity of fantasy created by the media .

There are three processes of meaning construction that made ​​audiences on television about child labor , popularity , young artists , young artists and parents . The first audience is the type of construction received television media . The audience received allegedly watching high intensity , high economic demands associated with low SES , education is not enough , make the audience susceptible to the creation of false consciousness about the popularity of fantasy presented by the media . In contrast to the second type of audience that is aware of the new concept , which they believe is the truth , but not strong enough if negotiated with the concept that has been dominant . This type of negotiator audiences , media exposure medium , high demand due to economic and social factors that lower SES , but enough education . The third audience is the audience who reject the concept that brought the media , audiences of this type has a high SES and high educational background , so they are more critical of the media , as well as have the criteria of a better life for the children . Fantasy low popularity because they can achieve a good standard of living without having to fantasize .

Keywords : Child Labor , Soap Opera , Fantasy Popularity , Television Industry