

**ANALISIS RESEPSI JURNALIS DALAM PEMBERITAAN
INFOTAINMENT**



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana S1 Dalam Ilmu Dakwah Jurusan Jurnalistik**

Oleh:

Bellica Cameysi

NIM: 2030503107

**PROGRAM STUDI JURNALISTIK
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH
PALEMBANG 2024**

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul **Analisis Resepsi Jurnalis dalam Pemberitaan Infotainment**. Akan membahas bagaimana resepsi jurnalis dalam pemberitaan infotainment. Sedangkan sumber data dari penelitian ini adalah enam (6) orang Jurnalis yakni tiga jurnalis dari Sumatera Ekspres dan tiga lainnya dari Radio Republik Indonesia (RRI). Untuk pengumpulan data penulis menggunakan metode observasi, dokumentasi, studi pustaka dan wawancara. Setelah data terkumpul maka data tersebut dianalisis melalui Teori Analisis Encoding dan Decoding dari Stuart Hall yang mengklasifikasikan kedalam tiga kategori, yakni posisi dominan, negosiasi dan oposisi. Selanjutnya setelah dianalisis maka skripsi akan disajikan dalam bentuk deskriptif kualitatif. Sedangkan temuan dilapangan setelah penelitian ditemukan bahwa terdapat satu narasumber beradapada posisi dominan, sedangkan pada posisi oposisi terdapat satu narasumber, kemudian sebanyak empat narasumber berada pada posisi negosiasi.

Kata kunci: Analisis Resepsi, Jurnalis, pemberitaan, infotainment

ABSTRACT

This research is entitled Analysis of Journalists' Receptions in Infotainment Reporting. Will discuss how journalists respond to infotainment reporting. Meanwhile, the data sources for this research are six (6) journalists, namely three journalists from Sumatra Express and three others from Radio Republik Indonesia (RRI). To collect data, the author used observation, documentation, literature study and interviews. After the data was collected, the data was analyzed using Stuart Hall's Encoding and Decoding Analysis Theory which classifies it into three categories, namely dominant position, negotiation and opposition. Furthermore, after being analyzed, the thesis will be presented in qualitative descriptive form. Meanwhile, findings in the field after the research found that there was one source who was in a dominant position, while in the opposition position there was one source, then as many as four sources were in a negotiating position.

Keywords: Reception Analysis, Journalist, infotainment, reporting

DAFTAR PUSTAKA

Ali, Usman. 2007. Menguak 'Infotainment' secara terbuka. [Http://www.MediaIndonesia.com](http://www.MediaIndonesia.com)

David Marshall and Sean Redmonf (eds) *A Companionro Celebrity*, Wiley, 2016.

Garis, D U A, Biru Karya, and Gina S Noer. "PERSEPSI SISWA-SISWI TERHADAP NILAI DAKWAH PADA FILM DUA GARIS BIRU KARYA GINA S NOER (Studi Pada Siswa Kelas XI IPA SMA Negeri 22 Palembang)." *Tabayyun* 1, no. 1 (2020): 41–58.

<https://www.kompasiana.com/ombrill/infotainment-produk-jurnalistik-atau-bukan>
diakses pada 10 oktober 2023

Iswandi Syahputra. "Jurnalistik Infotainment: Kancan Baru Jurnalistik Dalam Industri Televisi, Yogyakarta, 2006." *Al-Din: Jurnal Dakwah Dan Sosial Keagamaan* 5, no. 1 (2020): 128–37. <https://doi.org/10.35673/ajdsk.v5i1.576>.

Juliastuti, Nuraini. "2002, Media Selebritis Di Indonesia." *Aristo* 7, no. 2 (2019): 296. <https://doi.org/10.24269/ars.v7i2.1757>.

Kovach, Bill & Tom Rossentiel. 2003. *Sembilan Elemen Jurnalisme: (Apa yang seharusnya diketahui wartawan dan yang diharpkan public)*

Kurniasari, D. "Resepsi Khalayak Terhadap Kasus Kh Zainuddin Mz Pada Go Spot Rcti," 2011. <http://eprints.undip.ac.id/29006/>.

Kuswandi, Wawan. 1996. *Komunikasi Massa; Sebuah Analisis Televisi*, Rineka Cipta Jakarta.

Mc Nair. "Penegrtian Jurnalisme" 4, no. 1 (2016): 1–23.

Morissan. "Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu (Jakarta: Kencana, 2010),h. 171." *Bandung Conference Series: Journalism 2*, no. 1 (2022): 28–31. <https://doi.org/10.29313/bcsj.v2i1.1274>.

Mc Nair. "Penegrtian Jurnalisme" 4, no. 1 (2016): 1–23.

Morissan. "Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu (Jakarta: Kencana, 2010),h. 171." *Bandung Conference Series: Journalism 2*, no. 1 (2022): 28–31. <https://doi.org/10.29313/bcsj.v2i1.1274>.

Santosa, Hedi Pudjo. "Menelisik Lika Liku Infotainment Di Media Televisi.," 2011, 9.

Saputra, Riko, Choiriyah, and Ahmad Harun Yahya. "Jurnalisme Infotainment Dalam Perspektif Etika Komunikasi Islam Pada Tayangan Brownis Trans TV." *Tabayyun:Journal of Journalism* 4, no. 1 (2023): 95–122. <http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/tabayyun/index>.

Srirahayu dan Anugrah, “The Interpretation of OPAC Service in the Library of Universitas Airlangga

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.

Syahputera, Iswandi, 2006, *Jurnalistik Infotainment: Kancan Baru Jurnalistik Dalam Industri Televisi*, Yogyakarta: Pilar Media.

Qudratullah, “Pemaknaan Khalayak Terhadap Konflik Selebriti Pada Tayangan Infotainment,” *Al-Din: Jurnal Dakwah Dan Sosial Keagamaan* 5, no. 1 (2020): 128–37, <https://doi.org/10.35673/ajdsk.v5i1.576>.

Widya Pujarama: Ika Rizki Yustisia, *Aplikasi Metode Analisis Resepsi Untuk Penelitian Gender dan Media* (Malang: UB Press, 2020)

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Harian Pagi Sumatera Ekspres (SUMEKS)

Harian Pagi Sumatera Ekspres awalnya didirikan sebagai Mingguan Trikora di Baturaja pada tanggal 2 Agustus 1962 oleh empat orang yang paham dan cukup berpengalaman dalam penerbitan pers. Alwi R Pandita, seorang wartawan dari Batanghari Sembilan, Palembang, adalah salah satu dari empat orang yang membidani pembentukan Mingguan Trikora, sebuah media cetak di Sumsel. Joni Mursalim, yang bekerja sebagai wartawan Batanghari Sembilan di Palembang, M Zaini Hamid, yang bekerja sebagai direktur PT Balantara Sakti di Baturaja, dan Erica Tannawi HJZ, yang merupakan ketua cabang Baturaja dari Persatuan Wartawan Muda Indonesia-PWMI. M Zaini Hamid sebagai Direksi, Joni Mursalim sebagai Pimpinan Umum. Adapun Pimpinan Redaksi/Penanggung Jawab dipercayakan kepada Erica Tannawi HJZ. Sedangkan Ketua Dewan Redaksi dipercayakan kepada Alwi R Pandita.

Penerbitnya kini CV Trikora Press (akte notaris Tan Tjwan Swie SH, Palembang), yang sebelumnya bernama PT Balantara Sakti Baturaja. Ini menyebabkan Harian Trikora pindah tempat tinggal dari Baturaja ke Palembang, ibu kota Provinsi Sumatera Selatan. Komposisi pimpinan juga mengalami perubahan. apalagi setelah Joni Mursalim berhenti. Tiga orang

bertanggung jawab atas Harian Trikora. M Zaini Hamid bertindak sebagai Direksi, Erica Tannawi HJZ bertindak sebagai Pimpinan Umum, dan Alwi R Pandita (alm) ditunjuk sebagai Pimpinan Redaksi dan Penanggung Jawab Penerbitan.

Selama perjalanan berikutnya, trikora terus mengalami perubahan. Harian Trikora diubah menjadi Harian Pagi Sumatera Ekspres karena dianggap tidak sesuai lagi pada tahun 1986. PT Citra Bumi Sumatera (CBS), penerbit, memiliki akte notaris yang terdaftar di Kantor Notaris/PPAT Aminus Palembang dengan registrasi nomor 11 dan tanggal 1 pada 4 Maret 1986. Helmi Matturi bertindak sebagai Komisaris, Erica Tannawi HJZ bertindak sebagai Direktur Utama, dan Alwi R Pandita bertindak sebagai Direktur.

Pada tahun 1990, Harian Pagi Sumatera Ekspres ditugaskan oleh pemerintah untuk terus melakukan pekerjaan pers dengan tujuan untuk menjadi kebanggaan masyarakat Sumatera Selatan. Surat Izin Usaha Penerbitan Pers (SIUPP) dengan nomor 293/Ditjen PPG/1990 dikeluarkan oleh Pemerintah Republik Indonesia untuk mendukung inisiatif ini. Koran juga mengalami perubahan. Harian ini sekarang dicetak di PT Siguntang Mahameru Palembang daripada sebelumnya dicetak di NV Rambang Palembang.

Meskipun Harian Sumatera Ekspres, yang dimiliki oleh Surya Persindo Group Jakarta dan diterbitkan setiap hari dengan 12 halaman,

harapan untuk tetap hadir di mata pembaca tidak berlangsung lama, alias tidak terbit. Manajemen akhirnya tidak dapat menyelesaikan masalah yang membelenggu perusahaan, sehingga masyarakat Sumsel mulai membaca Harian Pagi Sumatera Ekspres.

Harian Sumatera Ekspres dan Harian Media Indonesia di Jakarta hanya berkolaborasi selama dua puluh dua bulan. Hal ini ditunjukkan dengan pengumuman Wakil Direktur PT Surya Persindo Jakarta Hery Kuntoro, yang menutup penerbitan Harian Pagi Sumatera Ekspres di depan sekitar 135 karyawan Harian Sumatera Ekspres. Harian Sumatera Ekspres kembali dilirik oleh media nasional sekitar awal tahun 1995 setelah vakum selama beberapa tahun. Pada saat itu, penerbitan Jawa Pos memiliki sekitar 35 media cetak (koran, majalah, dan tabloid) di seluruh Indonesia.

Terakhir, impian untuk menerbitkan kembali Harian Pagi Sumatera Ekspres di bawah naungan Jawa Pos Group akhirnya terwujud berkat komitmen dan kesungguhan manajemen Jawa Pos Group. Salah satu contohnya adalah edisi pertama Harian Pagi Sumatera Ekspres, yang diluncurkan pada 1 Juni 1995 dengan motto "Koran Nasional Terbit di Daerah", yang dicetak oleh PT Sumex Intermedia dan berisi 12 halaman, berhasil dicetak sebanyak 3.500 eksemplar. Sejak saat itu, surat kabar ini telah mengikuti media lain di Sumatera Selatan.

2. Visi dan Misi Harian Pagi Sumatera Ekspres

Harian Pagi Sumatera Ekspres, sebagai media cetak yang independen, selalu mengadvokasi kebenaran dan keadilan dalam pekerjaannya. Karena itu, tujuan harian ini selain memberikan informasi yang jujur, menyebarkan keinginan masyarakat, dan menerapkan kontrol sosial yang konstruktif, juga diharapkan untuk digunakan sebagai hiburan dan pendidikan. Membangun bangsa adalah tujuan utama Harian Sumatera Ekspres.

3. Struktur Organisasi Harian Sumatera Ekspres

1. General Manager : Hj Nurseri Marwah.
1. Pemimpin Redaksi : Martha Hendratmo.
2. Wakil Pimpinan Redaksi : M Rian Saputra, H Andri Irawan
3. Redaktur Pelaksana : Gus Munir,
4. Koordinator Liputan : Rendi Fadhillah,.
5. Redaktur : Hj Srimulatsari, Martha Hendratmo, H Andri Irawan, M Rian Saputra,Englia Defini Rosemary, Muhammad Irfan Bahri, Gus Munir.
6. Staf Redaksi : Ibnu Kholdun, Neni, Ardila Wahyuni, Agustina, Novi Hariyanto,Kms Rivai, Adi Fatriansyah, Nanda SaputraWansah,Riyo Andika Pratomo.
7. Wartawan Jakarta : Kumaidi, A Reiza Pahlevi.
8. Wartawan Daerah : Abdul Khalid (Lubuklinggau-Musi Rawas),Zulkarnain(Muratara),Hendro(EmpatLawang),AlmiDiansyah

(Pagaralam), Agustriawan(Lahat),Berry Sunisu (OKU), Dian Cahyani (Prabumulih), Edwar Sagala (OKU Timur), Didi Indawan, Rendi Kurniawan (OKU Selatan), Quata Akda (Banyuasin), Sardinan Delisep (Ogan Ilir), Khairunnisa (OKI), Tomi Kurniawan (Muba), Heru Febrian (PALI), Gite Wijaya (Muara Enim). Sekretaris Redaksi/Humas: Doni Romadona.

9. Fotografer : Evan Zumarli, Kris Samiaji, Alfery Ibrohim. Budiman, Irwansyah.
10. Desain Grafis : Aftariansyah, M. Jehan Manggala.
11. Copy Editor : Kms Jon Faradilla, Burmansyah.
12. Pracetak : Almuhajir (Manajer), Febri Jaya Hasyim Chandra, Dandy Hendrias,Widhy Janeri, Irfan Rusdiansyah.

3. Logo Harian Sumatera Ekspres



4. Sejarah Radio Republik Indonesia (RRI) Palembang

a. Masa Penjajahan Belanda

Tidak ada siaran radio di daerah Sumatera Selatan. Hanya siaran Telkom yang diperlukan, tetapi hanya untuk siaran partai dan dimiliki oleh Belanda.

b. Masa Penjajahan Jepang

Radio adalah alat perang yang dimiliki oleh Jepang. Di Talang Semut, yang sekarang disebut jalan Joko, Jepang mendirikan stasiun radio Siaran, yang dioperasikan oleh radio Nippon Hoshiyoku, dengan jam tujuan untuk propaganda.

c. Radio Masa Kemerdekaan

Tanggal 17 Agustus 1945, Presiden Bung Karno menyebarkan proklamasi dari jalan Pengangsaan Timur dengan kurir khusus. Proklamasi tersebar dengan cepat dari mulut ke mulut. Dr. M. Amir, Mr. Teuku M. Hasan, dan Mr. Abbas tiba di Palembang pada tanggal 24 Agustus 1945. Mereka membawa surat keputusan yang menetapkan bahwa Palembang akan menjadi Resideb pertama Republik Indonesia. serta bulan maret tahun 1946, para pemuda Sumatra Selatan telah merebut alih penyiaran radio jepang dengan volum 25 watt, berkat adanya bantuan tenaga tehnik LIM dan ISA. Bersuara lah radio di udara dengan suara "Disini pemancar radio Palembang" volum gelombang 37M kekuatan 300 watt, tepatnya berada di 9 ilir tepat nya lorong kebangkan Palembang Pancarab rafio

saluran 44m , 66W di lorong kebangkan 9 ilir Palembang. Sedangkan di 32 ikir pancaran radio terdapat 85W dengan saluran 85m punya pegawai PTT atau asal pancaram radio jepang) yang berfungsi mempermudah menyampaikan penerangan atau informasi kepada masyarakat. Sedang pada bulan juli 1947, pancaran saluran 37m dan 44 m yang ada di muara enim kini pindah ke kota curup. Setelah itu CLASH kedua 1949 para pemuda yang bergabung di PTT dan AURI bekerjasama bersama tehnik untuk mengumpulkan alat alat dan mendirikan pancaran radio baru dengan volume 150W dengan calling "Disini Radio Perjuangan Bukit Barisan" yang berdomisili penduduk muara aman. Tahun 1949 tepatnya bulan Febuari hingga bulan april terjadinya priode perang siaran radio Bukit Barisan melawan Siaran Radio Resmi Palembang yang di naungan oleh Belanda. Radio Bukit Barisan dengn saluran gelombang 61,2 m selalu merecoki Radio Palembang yang di bawah naungan Belanda, sehingga belanda tidak senang dan mencari keberadaan siaran radio Bukit Barisan. Hingga membuat radio bukit barian di pindahkan lagi yang awal nya di mauar aman pindah ke kepras air batu Rejang lebong. Setelah hasil musyawarah di lebong, Tadai yang dulunya tempat tempat bekas penambangan emas, kini di bangun pemancaran radio yang di pimpin oleh kapten pattiasina sebagai pemimpin tehnis. Tandai tersebut di bentuk dengan cara telegrafi sampai keluar daerah seperti jambi, aceh, pulau jawa, dan pemerintah darurat RI dan Negara sumsel Bubar. Dengan dipindahkannya kedaulatan, maka seluruh aparat beserta peralatan di alih

kedaulatan termaksud pemancaran radio yang di luar kota, masuk kota dan resmi menjadi hak milik pemerintah Indonesia di sumsel. Perlatan, kantor, studio dan gedung yang berada di jalan talang jawa ni 7 Palembang di berikan kepada pemerintah RI, dan perwakilan pemerintah RI pusat, untuk menerima penyerahan itu, waktu dulu pemerintah RI masih ada kata serikat, hingga nama RRI masih RRIS, lalu di ubah menjadi RRI.

M.N. Supomo dipekerjakan di Stasiun RRI Nusantara III di Ujung Pandang, Sulawesi Selatan, pada tanggal 1 Februari 1970. R. Slamet Poediono BA akan menggantikan posisinya sebagai Kasi Siaran Stasiun RRI Reg. I Palembang.

Pada 1 Desember 1972, R. Slamet Poediono BA ditugaskan di Stasiun RRI Nusantara III Ujung kotaPandang. Diarahkan kembali kepada M. Arsyad Subik BA (instansi Kasi Siaran RRI Ujung Pandang) sebagai pemimpin baru di Palembang. Dengan waktu dan kemajuan, pada 3 Juli 1976, M. Arsyad Subik BA berpindah ke ujung kota Pandang dan menjabat sebagai Kepala Stasiun RRI Nusantara III, sebelum digantikan oleh Drs. H. Djamaluddin Syarief (RRI Jakarta) sebagai kepala stasiun RRI Reg. I Palembang. Tanggal 22 September 1983, Dr. H. Djamaluddin Syarief diganti sebagai pemimpin Kakanwil Departemen Penerangan Provinsi Sumatera Selatan oleh Dr. H. Suryatna Saleh dari RRI Pontianak, Kalimantan.

Pada 3 Februari 1987, Drs. Suryatna Saleh pindah ke RRI Jakarta. Pada 2 Maret 1989, Drs. Abdul Rochim pindah ke RRI Solo Surakarta, dan Iskandar Suradilaga BA menjadi kepala stasiun RRI Reg. I Palembang.

5. Visi dan Misi RRI Palembang

a. Visi Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia

Terwujudnya RRI Sebagai Lembaga Penyiaran Publik Yang Terpercaya Dan Mendunia

b. Misi Lembaga Penyiaran Publik Radio Indonesia

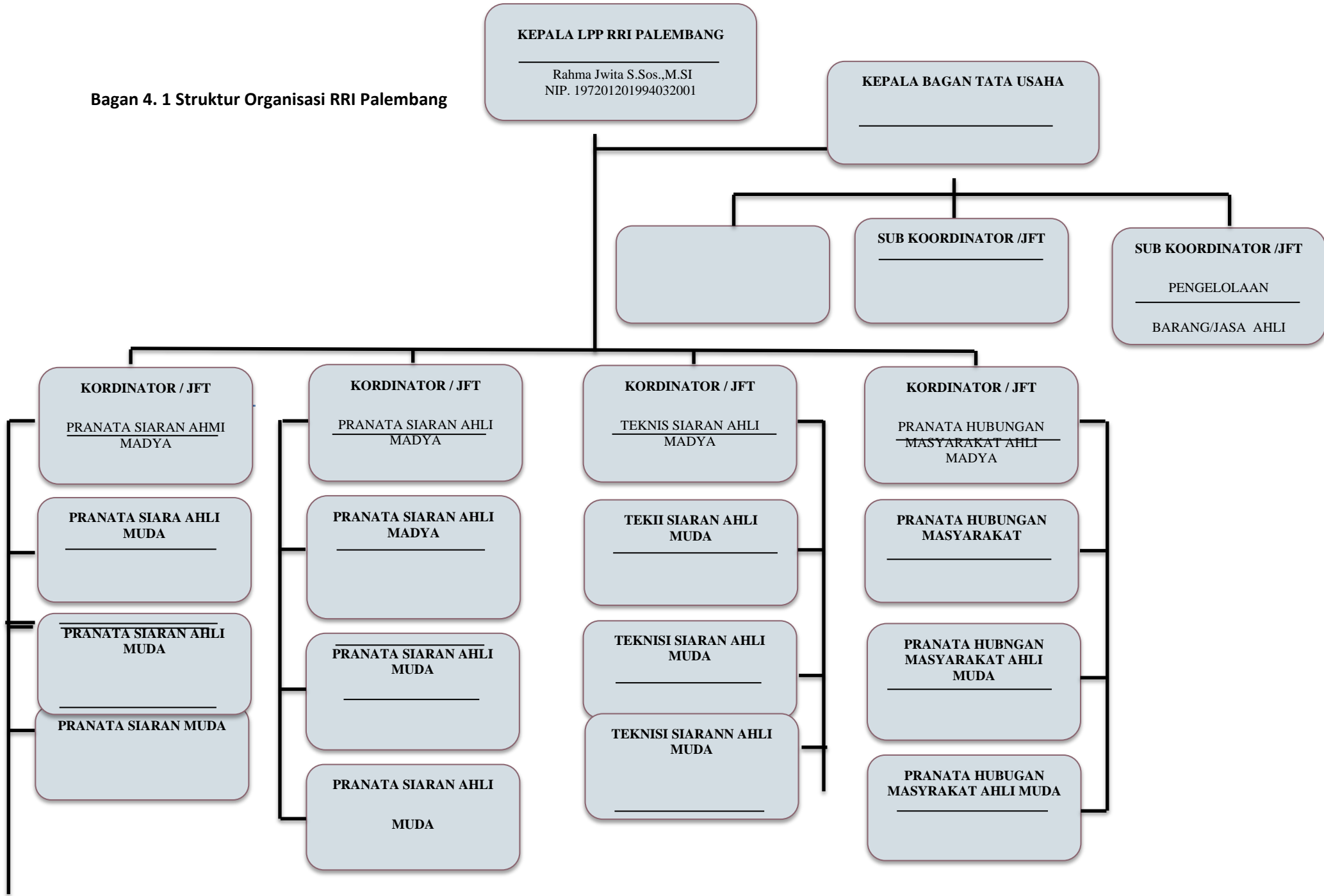
- 1) Menjamin bahwa hak warga Negara terhadap informasi yang objektif dan independen dipenuhi, sehingga warga Negara memiliki kepastian dan rasa aman, dan menjadi referensi untuk pengambilan keputusan.
- 2) Menjamin hak warga negara terhadap pendidikan melalui hiburan dan siaran yang mencerdaskan, serta memperhatikan kelompok rentan, seperti pengungsi, orang terlantar, pekerja migran, pribumi, anak, perempuan, minoritas, dan suku terasing, serta kelompok yang tidak memiliki kemampuan untuk menikmati pendidikan.
- 3) Memperkuat kebhinekaan melalui siaran budaya yang mencerminkan identitas bangsa.
- 4) Menjamin siaran yang mudah diakses sehingga kehadiran Negara dalam pelayanan Informasi dirasakan oleh seluruh warga Negara.

- 5) Menghadirkan siaran di daerah perbatasan, terpencil, terluar dan pesisir sebagai representasi Negara dalam konteks menjadikan daerah pinggiran sebagai pusat aktivitas kultural
- 6) Menyelenggarakan siaran luar negeri untuk mempromosikan budaya beserta Ideologi Indonesia dan menghadirkan kebudayaan dunia ke Indonesia.
- 7) Menjamin penyelenggaraan LPP RRI dengan tatakelola yang sesuai dengan prinsip good public governance.
- 8) Melibatkan partisipasi public dalam pengelolaan LPP RRI.
- 9) Mengembangkan SDM yang mendukung kebutuhan Lembaga Penyiaran Publik yang terpercaya dan termuka
- 10) Mengoptimalkan potensi yang dimiliki RRI sebagai sumber pendapatan yang dijamin oleh aturan perundangan untuk memperkuat keberadaan LPP RRI

6. Logo Radio Republik Indonesia (RRI) Palembang



Bagan 4. 1 Struktur Organisasi RRI Palembang



Hasil dan Pembahasan

1. Data dan Temuan Penelitian

a. Penyajian Data Wawancara

Temuan informasi dalam bagian ini merupakan hasil dari pengamatan dan pencatatan data, serta merupakan bagian dari langkah encoding yang menggunakan konsep analisis resepsi Stuart Hall sebagai alat analisis utama dalam penelitian ini. Proses encoding itu sendiri mencakup pembuatan pesan bermakna oleh produser media (encoder) yang kemudian disampaikan kepada audiens. Proses encoding ini dipengaruhi oleh kerangka pengetahuan yang dimiliki oleh produser media untuk menyandikan pesan, keputusan dari berbagai pihak yang terlibat dalam penyampaian pesan kepada audiens.¹ Maka dari itu, informasi yang terdapat dalam bagian ini secara keseluruhan mencakup aspek-aspek krusial yang memengaruhi pandangan jurnalis terhadap liputan *infotainment*. Selain itu, upaya observasi dan pencatatan data dilakukan untuk mengeksplorasi persepsi audiens terhadap suatu teks berita dalam konteks *infotainment* pada media televisi.

¹ Srirahayu dan Anugrah, “*The Interpretation of OPAC Service in the Library of Universitas Airlangga*”

1. Pemaknaan Jurnalis Pada Konteks Pemberitaan *Infotainment*

Berdasarkan hasil wawancara pada masing-masing narasumber baik dari Radio Republik Indonesia maupun Sumatera Ekspres. Maka dari ke enam narasumber yang peneliti wawancara terdapat resepsi yang berbeda-beda berkaitan dengan pemberitaan *infotainment*.

Dari hasil wawancara dengan narasumber ketika ditanyai mengenai tentang tanggapan tentang pemberitaan *Infotainment*.

Roky Pratama dari RRI:

“Menurut saya, pemberitaan infotainment sebagai informasi yang terfokus pada artis atau tokoh, yang cenderung memiliki unsur sensasional.”

Pandangan ini menunjukkan bahwa berita *infotainment* cenderung lebih memusatkan perhatian pada kehidupan pribadi dan peristiwa dramatis yang melibatkan tokoh terkenal.

Pendapat narasumber kedua dari RRI, yang disebut sebagai Agan:

“Bagi saya, pemberitaan infotainment dengan mencatat bahwa berita semacam itu bukanlah sesuatu yang terlalu penting namun setiap informasi harus memiliki unsur 5W+1H.”

Ia menyoroti pentingnya memenuhi unsur jurnalistik 5w+1h, menandakan bahwa integritas informasi dan pemahaman yang komprehensif tentang suatu peristiwa tetap menjadi pertimbangan penting dalam menilai kualitas berita *infotainment*.

Agan sejalan dengan Nova Aryana dari RRI:

“Menurut pandangan saya, bahwa pemberitaan infotainment cenderung kurang edukatif, namun lebih disukai oleh masyarakat.”

Pernyataan ini mencerminkan persepsi bahwa berita infotainment lebih berorientasi pada hiburan dan kurang memfokuskan pada aspek pendidikan atau penyampaian informasi yang mendalam.

Sedangkan menurut Karandas dari Sumatera Ekspres:

“Saya melihat bahwa berita infotainment seharusnya tidak layak untuk anak-anak.”

Pernyataan ini mencerminkan kekhawatiran terhadap konten berita yang mungkin mengandung unsur-unsur yang tidak sesuai atau tidak aman bagi audiens yang lebih muda.

Berbeda dengan Rian Saputra dari Sumatera Ekspres:

“pemberitaan infotainment dianggap wajar, selama tidak berlebihan.”

Pernyataan ini mencerminkan sikap moderatnya terhadap konten berita hiburan, menunjukkan bahwa dia mengakui eksistensi dan popularitas berita semacam itu, asalkan tetap berada dalam batas-batas etika dan norma-norma tertentu.

Kemudian Neni dari Sumatera Ekspres:

“Menurut saya, bahwa berita infotainment yang berkaitan dengan artis dianggap wajar dan bagus.”

Pernyataan ini mencerminkan pandangannya yang menerima eksistensi dan relevansi berita semacam itu dalam konteks hiburan dan informasi seputar kehidupan para tokoh terkenal.

Berikut hari hasil wawancara dengan narasumber, ketika ditanya mengenai *Infotainment* sebagai produk jurnalistik.

“Menurut Roky, status berita infotainment sebagai produk jurnalistik tergantung pada sejauh mana berita tersebut memenuhi unsur jurnalistik 5w+1h (who, what, when, where, why, dan how).”

Pemahaman ini menekankan pentingnya integritas informasi dan struktur berita dalam menentukan statusnya sebagai produk jurnalistik.

Sedangkan Agan menyatakan bahwa:

“Berita infotainment dapat dianggap sebagai produk jurnalistik, namun hal ini tergantung pada kepentingan yang terlibat.”

Pemahaman ini menekankan bahwa dalam penilaian status jurnalistik berita infotainment, yang mungkin terkait dengan pertimbangan etis atau profesional.

“Nova Aryana menyatakan bahwa status berita infotainment sebagai produk jurnalistik menjadi kontroversial. Hal ini tergantung pada sejauh mana berita tersebut memenuhi fungsi jurnalistik dan unsur edukatif.”

Pemahaman ini mencerminkan kesadaran akan dilema etis dalam mengategorikan berita infotainment sebagai produk jurnalistik atau bukan, dan mengakui potensi konflik antara hiburan dan tujuan pendidikan.

“Menurut Karandas, berita infotainment dapat dianggap sebagai produk jurnalistik asalkan informasinya akurat.”

Pemahaman ini mencerminkan standar etika dan keakuratan yang diinginkan dalam praktek jurnalisme, bahkan ketika menangani berita hiburan.

Sedangkan *“Menurut Rian Saputra, berita infotainment dianggap sebagai produk jurnalistik yang sesuai dengan fungsi dasar jurnalistik.”*

Pemahaman ini mencerminkan pandangannya bahwa, meskipun berada dalam konteks hiburan, berita infotainment tetap memenuhi kriteria-kriteria dasar sebagai sebuah bentuk penyampaian informasi.

Narasumber "*Neni, berpendapat bahwa berita infotainment dapat dianggap sebagai produk jurnalistik jika memenuhi unsur jurnalistik.*"

Pemahaman ini menekankan pentingnya menjaga standar etika dan keakuratan dalam menyajikan informasi, bahkan dalam konteks hiburan dan kehidupan selebritis.

Berikut hasil wawancara dengan narasumber, ketika ditanya mengenai daya tarik pemberitaan *Infotainment*.

"Roky mengemukakan bahwa daya tarik berita infotainment sangat bergantung pada segmentasi media. Berita ini memiliki pasar sendiri karena sifatnya yang sensasional, dan keberadaannya dapat disesuaikan dengan karakteristik pemirsa tertentu."

Pemahaman ini mencerminkan bahwa berita infotainment memiliki daya tarik yang signifikan bagi sebagian besar audiens yang tertarik pada aspek-aspek hiburan dan sensasional.

"Menurut Agan, berita infotainment memiliki daya tarik terutama bagi mereka yang menyukai gosip atau cerita ringan."

Pemahaman ini mencerminkan sifat relatif dari daya tarik berita infotainment, yang lebih ditekankan pada hiburan daripada pada kepentingan serius.

Sedangkan "*Menurut Nova Aryana, berita infotainment tidak dianggap terlalu penting untuk diberitakan.*"

Pemahaman ini mengindikasikan bahwa, meskipun berita semacam itu dapat disukai oleh sebagian masyarakat, namun tetap dianggap sebagai sesuatu yang bukan menjadi prioritas dalam ranah pemberitaan.

“Karandas menyatakan bahwa berita infotainment memiliki daya tarik yang sangat besar, terutama ketika melibatkan tokoh publik.”

Pernyataan ini mencerminkan pemahamannya tentang popularitas berita semacam itu, khususnya di kalangan mereka yang tertarik dengan kehidupan para tokoh terkenal.

Selanjutnya “Rian berpendapat bahwa, pemberitaan infotainment sangat menarik.”

Pemahaman ini menyatakan bahwa infotainment menjadi daya tarik yang tinggi dikalangan masyarakat.

Kemudian “Neni menyatakan bahwa berita infotainment memiliki daya tarik yang kuat, terutama karena berkaitan dengan kehidupan artis.”

Pemahaman ini mencerminkan popularitas berita semacam itu dalam memenuhi keinginan masyarakat yang tertarik dengan aspek-aspek pribadi dan kehidupan para selebritis.

Berikut hasil wawancara dengan narasumber, ketika ditanya mengenai pemberitaan *infotainment* menyentuh persoalan public atau kepentingan public.

“Menurut Roky menekankan bahwa berita infotainment tidak termasuk dalam kepentingan publik yang dianggap penting.”

Pandangan ini menyoroti bahwa meskipun berita infotainment mungkin memiliki popularitas dan pengikutnya, hal itu tidak memenuhi

kepentingan publik yang bersifat mendasar atau penting bagi kesejahteraan masyarakat.

Roky sejalan dengan Pandangan *“Agan menekankan bahwa berita infotainment dianggap tidak penting dan tidak termasuk dalam kepentingan publik.”*

Pemahaman ini mencerminkan pandangan bahwa berita infotainment cenderung bersifat lebih individualistik dan kurang relevan dalam konteks kepentingan masyarakat secara umum.

“Nova menyatakan bahwa berita infotainment dianggap sebagai hiburan dan tidak termasuk dalam kategori kepentingan publik.”

Pemahaman ini menggarisbawahi bahwa fokus utama berita infotainment adalah memberikan hiburan dan tidak memiliki relevansi signifikan terhadap masalah-masalah yang dianggap penting dalam kehidupan masyarakat secara umum.

Sedangkan *“Karandas menganggap berita infotainment tidak masuk ke dalam kategori kepentingan publik dan lebih dianggap sebagai hiburan semata.”*

Pemahaman ini menekankan bahwa berita semacam itu lebih bersifat individualistik dan tidak memiliki dampak yang signifikan pada masalah-masalah umum atau kepentingan masyarakat secara luas.

“Menurut Rian Saputra menilai bahwa berita infotainment tidak memiliki kaitan dengan kepentingan publik dan lebih berfungsi sebagai hiburan semata.”

Pemahaman ini menunjukkan pandangannya bahwa berita semacam itu lebih bersifat individualistik dan tidak secara langsung terlibat dalam isu-isu yang dianggap penting oleh masyarakat pada umumnya.

Kemudian *“Menurut Neni, berita infotainment dapat dianggap sebagai kepentingan publik, terutama karena mayoritas masyarakat menyukai berita selebritis.”*

Pemahaman ini menunjukkan pandangannya bahwa berita semacam itu mencerminkan preferensi dan keinginan masyarakat, meskipun fokusnya lebih ke arah hiburan.

Berikut hasil dari wawancara narasumber, ketika ditanya mengenai pemberitaan *infotainment* dapat mempengaruhi opini public.

“Roky menyatakan bahwa berita infotainment dapat mempengaruhi opini publik, terutama dalam konteks sosial budaya.”

Pemahaman ini mencerminkan bahwa pemberitaan infotainment tidak hanya memberikan informasi hiburan, tetapi juga dapat membentuk persepsi dan pandangan masyarakat terhadap isu-isu tertentu yang terkait dengan kehidupan selebriti.

“Menurut Agan, bahwa dampak pengaruh opini publik oleh berita infotainment belum diketahui.”

Pemahaman ini mencerminkan ketidakpastian terkait dengan efek jangka panjang atau dampak yang mungkin dimiliki oleh pemberitaan infotainment terhadap pandangan dan opini masyarakat secara keseluruhan.

Selanjutnya *“Nova Aryana menekankan bahwa berita infotainment bisa mempengaruhi opini publik, khususnya terkait dengan aspek sosial budaya.”*

Pemahaman ini mencerminkan pemahaman tentang potensi berita infotainment dalam membentuk opini dan pandangan masyarakat

terhadap isu-isu sosial dan budaya yang diangkat oleh pemberitaan tersebut.

“Karandas menyatakan bahwa berita infotainment mungkin mempengaruhi opini publik, terutama oleh mereka yang menerima informasi tanpa sikap kritis.”

Pemahaman ini menyoroti potensi risiko ketika masyarakat menerima berita tanpa kritis, yang dapat menghasilkan pemahaman yang tidak seimbang atau kurang objektif terhadap isu-isu yang dibahas.

“Menurut Rian Saputra, berita infotainment memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap opini publik, terutama karena sering menjadi pembahasan utama di kalangan masyarakat.”

Pemahaman ini mencerminkan kesadaran bahwa berita semacam itu dapat membentuk opini dan pandangan masyarakat terhadap isu-isu yang sedang dibahas, menunjukkan dampak yang signifikan dalam ruang percakapan publik.

Kemudian *“Neni menyatakan bahwa berita infotainment sangat mempengaruhi opini publik, terutama karena sering menjadi perbincangan luas di masyarakat.”*

Pemahaman ini mencerminkan kesadaran Neni akan peran berita infotainment dalam membentuk pandangan dan opini masyarakat, menjadi bagian integral dari percakapan publik.

b. Temuan Pro dan Kontra terhadap Pemberitaan *Infotainment*

Berdasarkan analisa pada hasil wawancara narasumber Radio Republik Indonesia dan Sumatera Ekspres. Maka saya menyimpulkan terdapat dua karakteristik pandangan pada pemberitaan *infotainment*. Terdapat jurnalis yang memiliki pandangan pro pada pemberitaan *infotainment*, namun pada sisi lain terdapat pula yang kurang setuju dengan alasan tidak memenuhi unsur jurnalistik dan juga dampak sosial yang diterima. Berikut analisa pada hasil wawancara narasumber Radio Republik Indonesia dan Sumatera Ekspres:

Temuan Pro sebagai berikut:

“Roky mengakui bahwa berita infotainment dapat mempengaruhi opini publik, terutama dalam konteks sosial budaya.”

Pemahaman ini mencerminkan bahwa pemberitaan *infotainment* tidak hanya memberikan informasi hiburan, tetapi juga dapat membentuk persepsi dan pandangan masyarakat terhadap isu-isu tertentu yang terkait dengan kehidupan selebriti.

“Menurut Nova Aryana, berita infotainment tidak terlalu penting untuk diberitakan, tetapi memiliki daya tarik bagi masyarakat.”

Dalam pandangannya, kontroversialitas berita *infotainment* dapat menciptakan ketertarikan di kalangan penonton.

“Menurut Rian Saputra, berita infotainment sangat menarik, terutama untuk tokoh publik.”

Ia mencatat bahwa berita semacam itu menjadi pembahasan luas di masyarakat, menunjukkan daya tariknya sebagai subjek pemberitaan.

“Neni berpendapat bahwa berita infotainment merupakan hiburan ringan dan memiliki daya tarik tinggi, terutama karena berkaitan dengan kehidupan artis.”

Dalam pandangannya, berita semacam itu menjadi daya tarik bagi banyak kalangan, terutama fans selebriti.

Adapun hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa keberpihakan pada nilai positif dari pemberitaan infotainment didasarkan pada tiga hal yakni: persepsi sosial budaya masyarakat, hiburan dan ekonomi.

Temuan Kontra sebagai berikut:

“Argani menyatakan bahwa berita infotainment bukan hal terlalu penting untuk diberitakan.”

Menurutnya, kepentingan berita lebih tergantung pada pemenuhan unsur 5w+1h dan relevansi dengan masyarakat.

“Karandas berpendapat bahwa berita infotainment tidak layak untuk anak-anak, terutama karena kontennya seringkali berkaitan dengan skandal artis.”

Poin ini menggambarkan keprihatinan akan dampak konten infotainment pada penonton yang lebih muda.

“Menurut Rian Saputra, berita infotainment tidak menyentuh persoalan publik atau kepentingan publik.”

Pandangannya menekankan bahwa berita semacam itu lebih bersifat hiburan daripada memberikan kontribusi pada masalah-masalah yang dianggap penting.

“Neni mengemukakan bahwa meskipun berita infotainment bisa dikategorikan sebagai produk jurnalistik, masih ada perdebatan apakah berita semacam itu memenuhi fungsi jurnalistik secara mendidik.”

Ini mencerminkan pandangan skeptis terhadap kebermaknaan berita infotainment dalam konteks jurnalistik.

Adapun hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa keberpihakan pada nilai negatif dari pemberitaan *infotainment* didasarkan pada tiga hal yakni: tidak bersifat kepentingan publik, dampak negatif unsur sensasional, dan tidak memenuhi unsur jurnalistik.

Analisis Resepsi Jurnalis dalam Pemberitaan Infotainment

Berdasarkan hasil wawancara pada masing-masing tiga jurnalis Radio Republik Indonesia, serta tiga jurnalis Sumatera Ekspres mengenai analisis pemberitaan *infotainment*. Maka berdasarkan teori Stuart Hall, saya melakukan klasifikasi dalam tiga posisi berbeda berupa dominan, oposisi, dan negosiasi:

1. Dominan

Rian Saputra dari Sumeks dapat dianggap mengambil posisi dominan terhadap pemberitaan *infotainment*. Ia menyatakan bahwa berita *infotainment* adalah wajar dan menarik, memberikan alasan bahwa informasi tersebut sangat diminati oleh masyarakat, terutama yang bersifat ringan dan menghibur. Dengan memberikan nilai positif terhadap daya tarik berita infotainment, Rian cenderung mendominasi dalam melihat relevansi dan pentingnya berita ini di dalam dunia media massa.

2. Oposisi

Nova Aryana dari RRI dengan tegas mengambil posisi oposisi terhadap pemberitaan *infotainment*. Ia menyatakan bahwa berita *infotainment* kurang mendidik dan mencerminkan kesadaran akan relasi produksi yang berkaitan dengan nilai edukasi dalam konteks pemberitaan. Dengan merinci bahwa meskipun bisa dianggap produk jurnalistik, masih terdapat perdebatan karena kurang mendidik, Nova Aryana memberikan pandangan kritis terhadap kualitas dan relevansi berita *infotainment*, menjauh dari dominasi unsur formal semata.

3. Negosiasi

Roky Pratama dari RRI menunjukkan posisi negosiasi terhadap pemberitaan *infotainment*. Meskipun ia mengakui bahwa berita *infotainment* bisa dianggap produk jurnalistik jika memenuhi unsur formal seperti 5W+1H, namun ia menyatakan bahwa sebenarnya terdapat perdebatan karena kurang mendidik. Meskipun berbicara tentang unsur formal, Roky tetap membuka celah untuk pertimbangan nilai edukasi dalam konteks pemberitaan. Ia juga memberi penekanan pada sifat segmentatif media dan bahwa berita *infotainment* memiliki pasar dan segmen sendiri yang besar.

Agan dari RRI, sejalan dengan Roky, menunjukkan posisi negosiasi terhadap pemberitaan *infotainment*. Meskipun ia menyatakan bahwa berita *infotainment* bisa dianggap sebagai produk jurnalistik jika memiliki unsur 5W+1H, tetapi ia menekankan pertanyaan,

"Kepentingannya untuk siapa?" Ini mencerminkan kesadaran akan tujuan dari pemberitaan tersebut dan apakah memang layak diberitakan. Dengan menunjukkan kehati-hatian dan pertimbangan, Agan tidak sepenuhnya mengambil posisi dominan terhadap relevansi dan kualitas berita *infotainment*.

Jurnalis lain Karandas dari Sumeks menunjukkan posisi negosiasi terhadap pemberitaan *infotainment*. Ia menyatakan bahwa berita *infotainment* bisa dianggap sebagai produk jurnalistik jika informasinya akurat, tetapi menyoroti pertimbangan etika terkait dengan audiens yang beragam, termasuk anak-anak. Dengan menekankan keakuratan informasi dan kehati-hatian dalam menilai relevansi dan dampak berita *infotainment*.

Neni dari Sumeks menunjukkan posisi negosiasi yang lebih berimbang terhadap pemberitaan *infotainment*. Ia mengakui bahwa berita ini termasuk produk jurnalistik jika memenuhi unsur formal, namun menyoroti bahwa keberitaan artis haruslah relevan dan memiliki nilai jual yang tinggi. Dengan memberikan penekanan pada unsur-unsur jurnalistik dan nilai jual, Neni menunjukkan bahwa ia cenderung berada di posisi tengah antara dominan dan oposisi terhadap pemberitaan *infotainment*.