

ABSTRAK

PERSEPSI IBU-IBU RUMAH TANGGA TENTANG ISU-ISU KONTROVERSIAL PADA TAYANGAN *INFOTAINMENT* PAGI-PAGI PASTI *HAPPY* TRANS TV

**Oleh
ORIGO HASIHOLAN**

Komunikasi massa merupakan proses penyampaian pesan kepada orang banyak melalui media salah satunya televisi. Televisi merupakan jaringan komunikasi dengan peran yaitu satu arah, menimbulkan keserempakan, dan banyak menyuguhkan program acara dalam beragam jenis salah satunya tayangan *infotainment*. Program acara *infotainment* yang paling banyak menarik perhatian adalah acara Pagi-Pagi Pasti *Happy* di TRANS TV. Acara *infotainment* yang menasar para ibu-ibu rumah tangga dapat menimbulkan persepsi tersendiri bagi mereka yang disebabkan oleh isu-isu kontroversial pada tayangan *infotainment* Pagi-Pagi Pasti *Happy*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan menggunakan teori S.O.R (*Stimulus-Organism-Response*) yang mengasumsikan bahwa kata-kata verbal, isyarat-isyarat nonverbal, gambar-gambar, dan tindakan-tindakan tertentu akan merangsang orang lain untuk memberikan respon dengan cara tertentu yang terdiri dari 3 aspek yaitu aspek kognitif, aspek afektif, dan aspek konatif. Hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa persepsi ibu-ibu rumah tangga tentang isu-isu kontroversial pada tayangan *infotainment* Pagi-Pagi Pasti *Happy* TRANS TV dinilai banyak memberikan dampak negatif karena terlalu banyak menampilkan hal-hal yang tidak sepatutnya ditayangkan sebuah acara *infotainment*. Hal tersebut diketahui atas dasar penggabungan teori S.O.R dengan tiga aspek pendukungnya yaitu aspek kognitif, aspek afektif, dan aspek konatif.

Kata Kunci : komunikasi massa, teori S.O.R, aspek kognitif, aspek afektif, aspek konatif

ABSTRACT

PERCEPTION OF HOUSEWIVES TOWARDS CONTROVERSIAL ISSUES IN INFOTAINMENT SHOW “PAGI-PAGI PASTI HAPPY TRANS TV”

By
ORIGO HASIHOLAN

Mass communication is the process of delivering messages to many people through the media, one of them is television. Television is a communication network with a role that is one direction, giving rise to simultaneity, and presenting many programs in various types, one of which is infotainment. The most interesting infotainment program is the “Pagi-Pagi Pasti Happy” on TRANS TV. Infotainment programs that target housewives can give rise to their own perceptions caused by controversial issues in “Pagi-Pagi Pasti Happy”. This study uses qualitative research method and SOR theory (Stimulus-Organism-Response) which assumes that verbal words, nonverbal cues, pictures, and certain actions will stimulate others to respond in certain ways which consist of 3 aspects, namely cognitive aspects, affective aspects, and conative aspects. The results of this study indicate that the perception of housewives on controversial issues in “Pagi-Pagi Pasti Happy” on TRANS TV is considered having a lot of negative effects because there are too many things that should not be aired by an infotainment program. The results are based on the incorporation of the theory of S.O.R with three supporting aspects, namely cognitive, affective aspects, and conative aspects.

Keywords : mass communication, S.O.R theory, cognitive aspects, affective aspects, conative aspects