



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

MERCU BUANA

Tria Amelia Agustina (4410412-012)

Kecenderungan Nilai & Etika Jurnalistik Pada Tayangan Infotainment Kroscek di Trans
TV Periode Juni 2006

Bibliografi .16 buku + 63; 8 lampiran (1989 – 2006)

ABSTRAKSI

Tayangan infotainment saat ini sudah menjadi bisnis tayangan hiburan yang semakin menggiurkan. Biaya produksi tayangan infotainment yang rendah, membawa pihak stasiun televisi untuk memproduksinya lebih banyak lagi. Trend yang muncul saat ini di stasiun televisi adalah tayangan infotainment ditayangkan tiga kali dalam satu hari dengan nama yang sama (Insert Pagi, Insert Siang dan Insert Sore). Budaya 'gosip' yang sudah menjadi keseharian masyarakat dimunculkan dalam bentuk tayangan berdurasi 30 menit. Jika selama ini tayangan infotainment belum dianggap sebagai kerja jurnalistik maka terjawab dengan masuknya infotainment dalam organisasi kewartawanan yakni PWI (Persatuan Wartawan Indonesia) pada tanggal 9 Februari 2005. Terlepas dari itu semua, Penulis ingin mengetahui lebih lanjut apakah tayangan infotainment Kroscek khususnya, memiliki nilai berita dan mematuhi etika jurnalistik. Tayangan Kroscek yang dijadikan penelitian oleh Penulis adalah tayangan infotainment pertama yang dilakukan secara stripping dan mampu bertahan hingga memasuki masa empat tahun keberadaannya.

Kerangka pemikiran dibangun mulai dari komunikasi, komunikasi massa, televisi sebagai saluran komunikasi massa, nilai jurnalistik, etika jurnalistik dan infotainment.

Tipe penelitian ini bersifat deskriptif melalui pendekatan secara kuantitatif. Penelitian lebih menyoroti kecenderungan nilai berita dan etika jurnalistik dengan mengumpulkan materi tayangan (berupa VCD). Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis isi dimana peneliti menganalisis materi penelitian secara audio dan visual.

Hasil penelitian yang dilakukan Penulis memperoleh kesimpulan bahwa Kroscek memiliki nilai berita dan mematuhi Kode Etik Jurnalistik dalam penayangan. Kroscek cenderung mengarah pada nilai ketenaran sebagai kekuatan nilai berita. Nilai ketenaran dalam tayangan Kroscek adalah narasumber yang berasal dari kalangan artis dan selebritis. Hal ini berkaitan dengan perkembangan tayangan infotainment di Indonesia yang tidak lagi mengarah hanya pada informasi dan hiburan secara umum namun lebih difokuskan pada informasi dan hiburan mengenai selebritis.