

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mewaspadaikan bentuk-bentuk retorik keaiban selebritis yang dikonstruksikan sebagai penanda utama dalam infotainment; (2) memahami dan memaknai dengan jeli politik media berbasis teknologi komunikasi dari realitas virtual (*virtual reality*) dan/atau virtualitas real (*real virtuality*) yang dihasilkan oleh bentuk-bentuk retorik keaiban selebritis dalam infotainment dan; (3) mengungkap dan menyebar-luaskan paham dan aksi dari paradigma budaya hasil kaji-ulang yang lebih manusiawi dan adil dari realitas dan/atau virtualitas infotainment yang menginspirasi gagasan tentang keaiban selebritis.

Penelitian ini menjadi penting dan mendesak untuk dilakukan mengingat posisi televisi di Indonesia sejak tahun 1998 semakin memainkan peran yang sedemikian menentukan bukan hanya dalam konteks perkembangan media massa, tetapi juga berkaitan dengan komodifikasi bidang ekonomi, politik dan budaya masyarakat pada umumnya seperti dalam Pilpres atau Pemilu DPR. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat dijelaskan mengapa dan bagaimana infotainment menjadi sebagai salah satu komoditi unggulan dari industri televisi yang mudah mengabaikan atau menopengi demokratisasi demi kebaikan bersama (*bonum commune*).

Sumbangan utama dari penelitian ini adalah menawarkan cara pandang yang berupaya untuk memahami dan menafsir serta mewaspadaikan tayangan infotainment dengan pendekatan simulasinya Baudrillard. Artinya, penelitian ini berusaha memperlihatkan realitas seperti apakah yang telah diciptakan melalui tayangan infotainment dengan retorik keaiban selebritisnya dan bagaimana dampak ironis yang ditimbulkannya.

ABSTRACT

This study is intended to: (1) become aware of celebrities rhetorical (im)morality forms which are constructed as a (floating) signifier in infotainment; (2) understand and interpreting the political media minutely based on communication technology of virtual reality and/or real virtuality that is produced by celebrities rhetorical (im)morality forms in infotainment; (3) reconstruction and disseminate the understanding and action of cultural paradigms based on the results of re-examine of reality and / or infotainment virtuality which inspired the idea of the (im) morality celebrities.

This study is important and urgent to be carried out due to the position of television in Indonesia that since 1998 it is increasingly play such a decisive role hopefully for democratization. It is not only in the context of the development of mass media, but also it is related to the economic, political and cultural society in general, especially in General Election. Through this study, it is expected to explain why and how infotainment becomes one of the leading commodities in television industry which mask or pervert the democratization for the sake of a common good (*bonum commune*).

The main contribution of this study is to offer a perspective that attempt to understand, interpret and become aware of infotainment show by Baudrillard simulation approach. This study attempts to describe the reality as what had been created through the infotainment show by its celebrity's rhetorical (im)morality and how ironic impact that is in our society.