



# JURNAL MUDABBIR

(Journal Research and Education Studies)

Volume 5 Nomor 2 Tahun 2025

<http://jurnal.permapendis-sumut.org/index.php/mudabbir>



ISSN: 2774-8391

## Efek Konten Sensasional pada Audiens dalam Tayangan “Pagi-Pagi Ambyar” TransTV

Nadhira Az'Zahra <sup>1</sup>, Najwa Najihah <sup>2</sup>, Natasya Putri Zanuba <sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Indonesia

Email: [dhirazahraaa@gmail.com](mailto:dhirazahraaa@gmail.com) <sup>1</sup>, [najihahnajwa2609@gmail.com](mailto:najihahnajwa2609@gmail.com) <sup>2</sup>,  
[pnatasya4567@gmail.com](mailto:pnatasya4567@gmail.com) <sup>3</sup>

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efek konten sensasional dalam tayangan *Pagi-Pagi Ambyar* TransTV terhadap persepsi dan respons audiens. Menggunakan pendekatan kualitatif dan metode deskriptif, data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap tiga informan perempuan di Jakarta Selatan. Hasil menunjukkan bahwa konten sensasional memicu emosi, membentuk opini terhadap tokoh publik, dan mendorong pola konsumsi media yang berfokus pada hiburan. Pemaknaan audiens dipengaruhi oleh latar belakang sosial, pendidikan, dan kebutuhan informasi masing-masing. Berdasarkan Teori Resepsi, audiens menunjukkan posisi penerimaan yang beragam: dominan, negosiasi, dan oposisi. Sementara itu, Teori Uses and Gratifications menjelaskan bahwa motivasi utama menonton adalah hiburan dan pelarian dari rutinitas. Penelitian ini menyimpulkan bahwa audiens bersifat aktif dalam menafsirkan tayangan dan menekankan pentingnya literasi media untuk menyaring konten secara kritis.

**Kata kunci:** Audiens, Infotainment, Konten Sensasional, *Pagi-Pagi Ambyar*, Resepsi Media.

### ABSTRACT

*This study aims to analyze the effects of sensational content on TransTV's "Pagi-Pagi Ambyar" on audience perceptions and responses. Using a qualitative approach and descriptive methods, data were obtained through in-depth interviews, observation, and documentation with three female informants in South Jakarta. The results indicate that sensational content triggers emotions, shapes opinions about public figures, and encourages media consumption patterns focused on entertainment. Audience interpretations are influenced by their social background, education, and information needs. Based on Reception Theory, audiences exhibit diverse*

*reception positions: dominant, negotiating, and oppositional. Meanwhile, Uses and Gratifications Theory explains that the primary motivations for watching are entertainment and an escape from routine. This study concludes that audiences actively interpret broadcasts and emphasizes the importance of media literacy to critically filter content.*

**Keywords:** Audience, Infotainment, Sensational Content, Early Morning Ambyar, Media Reception.

## PENDAHULUAN

Program Pagi-Pagi Ambyar yang ditayangkan di TransTV merupakan salah satu tayangan infotainment pagi yang populer di Indonesia. Program ini menyajikan berbagai isu seputar selebritas, konflik personal, dan gosip viral yang dikemas secara dramatis dan sensasional. Format penyajiannya yang mengedepankan emosi, konflik, dan narasi heboh telah menjadi daya tarik utama bagi sebagian pemirsa. Dalam lanskap media televisi Indonesia, tayangan semacam ini menjadi representasi dari praktik infotainment yang mengutamakan aspek hiburan ketimbang kedalaman informasi. Fenomena ini menunjukkan bahwa tayangan sensasional memiliki posisi tersendiri dalam budaya konsumsi media masyarakat Indonesia.

Sensasi dan drama dalam infotainment terbukti memiliki daya pengaruh yang kuat terhadap cara audiens memahami dan menilai informasi. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa media memiliki potensi membentuk persepsi publik secara tidak seimbang, terutama ketika aspek dramatis lebih ditonjolkan dibandingkan konteks fakta yang menyeluruh. Tayangan seperti Pagi-Pagi Ambyar dapat memicu simpati, antipati, hingga kebencian terhadap figur publik yang disorot, bahkan membentuk opini yang belum tentu sesuai realitas. Kondisi ini menjadi perhatian tersendiri mengingat audiens televisi di Indonesia sangat beragam dari sisi usia, pendidikan, hingga nilai budaya dan agama. Sensasionalisme media dapat menciptakan persepsi tidak proporsional terhadap suatu isu karena dominasi unsur dramatis dibandingkan informasi objektif (Ristiana & Tawulo, 2018).

Penelitian ini berangkat dari asumsi bahwa audiens bukanlah penerima pesan yang pasif, melainkan subjek aktif yang menafsirkan pesan media berdasarkan pengalaman, budaya, dan nilai pribadi. Kerangka teoritis yang digunakan adalah Teori Resepsi dari Stuart Hall, yang membedakan pembacaan pesan media ke dalam tiga

posisi: dominan, negosiasi, dan oposisi. Selain itu, pendekatan Uses and Gratifications juga digunakan untuk memahami alasan audiens secara sadar memilih tayangan tersebut, baik untuk hiburan, pelarian dari rutinitas, maupun sekadar pengisi waktu. Audiens memaknai pesan media secara aktif berdasarkan kerangka pengalaman dan kebutuhan pribadi mereka (Hall, 1980; Katz, Blumler, & Gurevitch, 1974).

Tidak dapat dimungkiri, tayangan infotainment yang terlalu mengeksploitasi konflik personal juga mendapat sorotan dari lembaga pengawas seperti Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Tayangan Pagi-Pagi Ambyar pernah dipanggil KPI karena dianggap menampilkan figur kontroversial dan membahas konflik pribadi secara vulgar pada jam tayang pagi, yang seharusnya ramah keluarga. Kasus ini memperkuat urgensi evaluasi terhadap isi tayangan yang memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi publik, terutama anak-anak dan remaja yang mungkin belum memiliki kemampuan menyaring informasi secara kritis. KPI pernah memberikan teguran kepada TransTV atas konten Pagi-Pagi Ambyar yang dinilai tidak sesuai dengan norma penyiaran publik, khususnya pada jam tayang pagi (KPI, 2022).

Penelitian ini berfokus pada bagaimana audiens dengan latar belakang sosial yang berbeda memaknai dan merespons konten sensasional dalam tayangan tersebut. Objek yang dikaji adalah program Pagi-Pagi Ambyar, sementara subjek penelitian adalah tiga orang informan perempuan dari wilayah Jakarta Selatan, yang secara aktif menonton tayangan tersebut. Pendekatan kualitatif digunakan untuk menggali lebih dalam proses interpretasi audiens terhadap elemen dramatis seperti konflik artis dan gosip personal yang dikemas secara intens di layar kaca. Studi kualitatif memungkinkan pemahaman mendalam atas proses interpretasi audiens terhadap isi media, termasuk preferensi emosional dan sosial mereka (Miles, Huberman, & Saldaña, 2014).

Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas tayangan infotainment dan persepsi penonton, seperti studi oleh Anggraini dkk. (2020) yang menilai program Pagi-Pagi Pasti Happy sebagai tayangan informatif dan inspiratif, serta studi Hasiholan (2019) yang menunjukkan adanya respons negatif dari ibu rumah tangga terhadap tayangan yang sarat kontroversi. Namun, penelitian-penelitian tersebut belum menyoroti secara spesifik efek emosional dan sosial dari konten sensasional serta

bagaimana audiens secara aktif menafsirkan pesan berdasarkan latar belakang mereka. Penelitian terdahulu banyak menyoroti persepsi umum terhadap infotainment, tetapi belum secara mendalam menggali aspek resepsi audiens dengan pendekatan kritis dan reflektif (Anggraini et al., 2020; Hasiholan, 2019; Agustina, 2017).

Dengan demikian, penelitian ini menjadi penting untuk memahami pengaruh tayangan sensasional secara holistik, baik secara kognitif, emosional, maupun sosial. Harapannya, temuan dari penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap literasi media masyarakat Indonesia serta menjadi masukan bagi industri televisi dalam merancang tayangan yang tidak hanya menarik secara emosional tetapi juga bertanggung jawab secara etis dan sosial. Literasi media menjadi penting dalam era banjir informasi untuk membekali masyarakat agar mampu menilai, menyaring, dan merespons konten media secara kritis.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan konstruktivis untuk memahami bagaimana audiens memaknai konten sensasional dalam tayangan *Pagi-Pagi Ambyar* TransTV (Sugiyono, 2019). Subjek penelitian dipilih secara purposif, yaitu individu berusia 25–35 tahun yang berdomisili di Jakarta Selatan dan memiliki pengalaman menonton tayangan tersebut. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, untuk menggali persepsi subjektif audiens terhadap isi tayangan (Assingkily, 2021). Analisis data dilakukan secara deskriptif menggunakan teknik analisis tematik dengan tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber dan metode, serta *member checking* untuk memverifikasi temuan dengan informan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

*Persepsi Audiens terhadap Konten Sensasional dalam Tayangan Pagi-Pagi Ambyar*

Penelitian ini menemukan bahwa tayangan *Pagi-Pagi Ambyar* dipersepsi oleh audiens sebagai tayangan infotainment yang cenderung mengedepankan unsur sensasional, dengan konten yang menampilkan gosip selebritas, konflik personal, dan pertunjukan emosi secara dramatis. Ketiga informan Dina, Nurlaela, dan Nabilla menyebut bahwa tayangan ini menghibur, tetapi terlalu fokus pada isu-isu pribadi yang disajikan secara berlebihan. Konten tersebut dianggap menarik karena menyajikan konflik tokoh publik secara terbuka, namun pada saat yang sama, menimbulkan ambivalensi atas nilai informatif dan etis tayangan tersebut.

Dalam perspektif Teori Resepsi (Reception Theory), audiens tidak hanya menerima pesan secara pasif, melainkan aktif membangun makna berdasarkan pengalaman, nilai, dan latar sosial mereka (Hall, S. 1980). Sebagaimana dijelaskan oleh Stuart Hall, audiens dapat berada pada tiga posisi decoding: *dominant*, *negotiated*, dan *oppositional*. Dalam konteks ini, ketiga informan cenderung berada pada posisi *negotiated reading*, yakni menerima tayangan sebagai hiburan tetapi secara bersamaan menyadari kelemahan isi tayangan yang terlalu berorientasi pada drama dan konflik.

Salah satu contoh adalah ketika Nurlaela menyatakan bahwa tayangan ini sering kali "mengumbar hal pribadi yang sebenarnya tidak pantas untuk dibahas secara publik". Ini menunjukkan adanya sikap kritis meskipun ia tetap mengonsumsi tayangan tersebut. Hal ini sejalan dengan pandangan Hall bahwa interpretasi media dipengaruhi oleh struktur sosial dan ideologi yang dianut oleh audiens.

Melalui pendekatan *Uses and Gratifications Theory* (UGT), dapat dijelaskan bahwa tayangan ini dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan afektif, seperti hiburan dan pelarian dari rutinitas. Tayangan *infotainment* seperti *Pagi-Pagi Ambyar* menjadi sarana *emotional escape*, di mana penonton mencari hiburan ringan yang mampu membangkitkan emosi tanpa harus berpikir terlalu dalam. Informan Nabilla, misalnya, menyebut bahwa ia menonton tayangan ini sebagai cara untuk "melepas stres dan mengisi waktu kosong saat sarapan".

### ***Pengaruh Tayangan Sensasional terhadap Cara Berpikir, Sikap, dan Respons Emosional Audiens***

Tayangan sensasional seperti *Pagi-Pagi Ambyar* terbukti mampu memengaruhi respons emosional audiens. Hasil wawancara menunjukkan bahwa audiens merespons

tayangan dengan beragam emosi, mulai dari terhibur, gregetan, hingga merasa risih. Emosi ini muncul karena tayangan menampilkan konflik secara frontal, membingkai tokoh publik sebagai korban atau pelaku secara sepihak, dan sering kali menimbulkan empati atau antipati.

Dari sisi kognitif, tayangan ini juga membentuk atau mengubah opini audiens terhadap figur publik tertentu. Sebagaimana diungkapkan oleh Dina, “Saya kadang jadi simpati, kadang berubah pendapat terhadap artis setelah tahu masalahnya”. Hal ini menunjukkan bahwa framing media terhadap tokoh publik mampu menggeser persepsi publik, meskipun penonton menyadari kemungkinan adanya rekayasa atau penggiringan opini.

Pendekatan resepsi menunjukkan bahwa makna media tidak bersifat tunggal, dan audiens memiliki kapasitas untuk menolak atau mengubah makna tersebut. Nabilla, yang berlatar pendidikan tinggi, bahkan menunjukkan kecenderungan *oppositional reading* dengan mengatakan bahwa ia “tidak serta-merta percaya isi tayangan” dan merasa tayangan ini “lebih menghibur daripada memberi informasi”. Posisi ini mencerminkan adanya resistensi terhadap pesan media dan kesadaran akan bias penyajian informasi.

Pendekatan *UGT* juga menjelaskan bahwa meskipun tayangan tidak selalu informatif, audiens tetap menontonnya karena memberi gratifikasi tertentu, terutama di tingkat afektif. Dalam konteks ini, kepuasan yang diperoleh lebih bersifat emosional daripada intelektual. Namun, perlu dicatat bahwa kepuasan ini bersifat subjektif dan bergantung pada motivasi masing-masing individu.

### ***Pengaruh Latar Belakang Sosial dan Kebutuhan Informasi terhadap Pemaknaan Konten***

Penelitian ini juga menemukan bahwa latar belakang sosial, seperti tingkat pendidikan dan aktivitas harian, berpengaruh besar terhadap cara audiens memaknai tayangan sensasional. Informan Dina dan Nurlaela, yang berprofesi sebagai ibu rumah tangga, cenderung melihat tayangan ini sebagai hiburan ringan yang tidak perlu terlalu dikritisi. Sebaliknya, Nabilla yang merupakan karyawan swasta lulusan S1 menunjukkan sikap yang lebih reflektif dan kritis terhadap isi tayangan.

Hal ini memperkuat temuan dalam literatur sebelumnya bahwa audiens dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi cenderung memiliki kemampuan literasi media yang lebih kuat dan melakukan proses penyaringan informasi secara aktif. Pemaknaan tayangan tidak terlepas dari nilai, pengalaman hidup, dan kerangka budaya yang membentuk cara berpikir seseorang (Schroder, K. C. 2000).

Semua informan menyatakan bahwa mereka menyadari bahwa tayangan ini kadang menampilkan hal-hal yang tidak sesuai dengan nilai agama, seperti membuka aib orang lain atau memperkeruh konflik pribadi di ruang publik. Kesadaran ini menunjukkan adanya pertimbangan etis dalam menonton media, meskipun tetap diiringi dengan kebutuhan emosional akan hiburan. Dengan demikian, tayangan yang sama dapat dimaknai berbeda oleh setiap individu tergantung pada konteks sosial, nilai, dan tujuan menontonnya.

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa tayangan *Pagi-Pagi Ambyar* dipersepsi audiens sebagai hiburan sensasional yang menonjolkan gosip dan konflik selebriti secara dramatis. Meskipun dinikmati, audiens menunjukkan sikap selektif dan menyadari bahwa konten bersifat berlebihan serta tidak sepenuhnya mendidik. Tayangan ini juga memengaruhi emosi dan opini audiens terhadap tokoh atau isu tertentu, meskipun tidak selalu berdampak langsung pada perubahan sikap. Latar belakang sosial dan tingkat pendidikan turut membentuk cara audiens memaknai tayangan: mereka dengan pendidikan lebih tinggi cenderung lebih kritis dan reflektif, sementara yang lain lebih menikmati sebagai bentuk hiburan dan pelarian dari rutinitas. Artinya, pemaknaan terhadap tayangan dipengaruhi oleh kebutuhan, nilai, dan pengalaman masing-masing individu, sehingga menunjukkan bahwa audiens tidak pasif, melainkan aktif dalam membentuk makna dari konten yang mereka konsumsi.

## REFERENSI

- Assingkily, M. S. (2021). *Metode Penelitian Pendidikan: Panduan Menulis Artikel Ilmiah dan Tugas Akhir*. Yogyakarta: K-Media.
- Astuti, S. (2015). Motif menonton tayangan infotainment di kalangan ibu rumah tangga. *Jurnal Komunikasi*, 9(1), 45–55.
- Nabiha, N. (2022). Audience reception and emotional framing in sensational talk shows. *Journal of Media and Society*, 14(2), 89–103.
- Nurhasanah, A. (2022). Motivasi audiens dalam mengakses tayangan infotainment di televisi: Kajian uses and gratifications. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 19(1), 11–23.
- Ristiana, R., & Tawulo, T. (2018). Media dan sensasionalisme: Antara tuntutan pasar dan etika jurnalistik. *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 97–106.
- Ristuti, N., & Junaedi. (2011). Dampak tayangan infotainment terhadap remaja: Studi pada remaja di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 23–35.
- Schroder, K. C. (2000). Making sense of audience discourses: Towards a multidimensional model of mass media reception. *European Journal of Cultural Studies*, 3(2), 233–258.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Trans TV. *Pagi-Pagi Ambyar*. Diakses pada 10 Juli 2025 <https://www.transtv.co.id/program/153/pagi-pagi-ambyar>
- Wikipedia. *Pagi-Pagi Ambyar*. Wikipedia Bahasa Indonesia. Diakses pada 10 Juli 2025 [https://id.wikipedia.org/wiki/Pagi-Pagi\\_Ambyar](https://id.wikipedia.org/wiki/Pagi-Pagi_Ambyar)
- Komisi Penyiaran Indonesia. (2021). *Peringatan untuk program Pagi-Pagi Ambyar Trans TV*. Diakses pada 9 Juli 2025, dari <https://www.kpi.go.id/>.