

## ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian yang memaparkan pola menonton tayangan infotainment pada perempuan. Fokus penelitian ini adalah melihat bagaimana kecenderungan pola menonton tayangan infotainment pada perempuan secara keseluruhan dan pada perempuan ketika mereka dibagi berdasarkan dua kelompok kelas sosial, yaitu kalangan menengah bawah dan kalangan menengah atas. Infotainment telah menjadi suatu tayangan yang sangat fenomenal di televisi di mana kehadirannya bisa mencapai lebih dari 10 jam/hari. Sehingga akan sangat menarik untuk melihat bagaimana perempuan sebagai objek dalam penelitian ini menonton tayangan infotainment di tengah aktivitas kesehariannya.

Untuk bisa melihat bagaimana pola menonton tayangan infotainment pada perempuan, peneliti menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif deskriptif yang bertujuan untuk bisa menggambarkan dan mendeskripsikan suatu fenomena yang terjadi di masyarakat. Metode yang digunakan oleh peneliti adalah metode survey dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian.

Objek dalam penelitian ini adalah perempuan berusia 20-39 tahun di Surabaya. Perempuan berusia 20-39 tahun dipilih karena mereka adalah kelompok yang paling banyak menonton tayangan infotainment. Sedangkan sampel yang digunakan adalah perempuan berusia 20-39 tahun di kelurahan Gubeng. Nantinya sampel yang ada akan dikelompokkan lagi menjadi dua kelompok yaitu perempuan dari kalangan menengah bawah dan perempuan dari kalangan menengah atas untuk melihat kecenderungan dari masing-masing kelompok kelas sosial dalam menonton tayangan infotainment. Teknik yang digunakan oleh peneliti untuk menentukan sampel yaitu secara *random* dengan menggunakan teknik *multi stage sampling*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan pola menonton antara perempuan dari kalangan menengah bawah dan perempuan dari kalangan menengah atas. Berbagai faktor seperti kelas sosial, pendidikan dan pekerjaan ternyata ikut mempengaruhi perbedaan pola menonton antara perempuan dari dua kelompok kelas sosial tadi. Hasilnya menunjukkan perempuan dari kalangan menengah bawah ternyata akan menghabiskan waktu yang lebih lama untuk menonton tayangan infotainment dalam sehari jika dibandingkan dengan perempuan dari kalangan menengah atas.

Kata kunci : pola menonton televisi, infotainment, perempuan