

# KOMODIFIKASI PROGRAM SIARAN DI BALIK IDEOLOGI EKONOMI POLITIK MEDIA PADA TAYANGAN INDONESIA LAWYERS CLUB

RENI SAFITRI<sup>1</sup>, MUHAMMAD THARIQ<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, <sup>2</sup>Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (Jl. Kapten Muchtar Basri No.3, Glugur Darat II, Kec. Medan Tim., Kota Medan, Sumatera Utara 20238)

[renisafitri@gmail.com](mailto:renisafitri@gmail.com)  
[muhhammadthariq@gmail.com](mailto:muhhammadthariq@gmail.com)

## ABSTRAK

*Penelitian ini menjelaskan mengenai komodifikasi isi program siaran Indonesia Lawyers Club TvOne episode Anies Tak Putus Dirundung Tuduhan edisi 12 November 2019. Menggunakan teori ekonomi politik media Vincent Mosco, komodifikasi isi yaitu Proses mengubah pesan dan sekumpulan data ke dalam sistem makna sedemikian rupa sehingga menjadi produk yang bisa dipasarkan. Tujuan dilakukan penelitian ini ialah Untuk mengetahui bagaimana media mengkomodifikasi isi program siaran untuk menarik perhatian pemirsa pada tayangan Indonesia Lawyers Club pada tema tersebut, membuka tabir bagaimana media menjadikan isi pesan program siaran sebagai komoditas utama untuk dijual ke pasar. ILC hadir dengan format diskusi yang berbeda dengan talkshow lainnya. Program ini menghadirkan narasumber-narasumber berkompeten dan setiap tema yang diangkat selalu berdasarkan isu yang sedang hangat terjadi. Episode Anies Tak Putus Dirundung Tuduhan menjadi tema sentral ILC untuk mengupas segala perdebatan akan isu tidak transparan pengalokasian dana APBD DKI Jakarta yang dilakukan oleh Gubernur Anies Baswedan. Hasil dari penelitian ini melihat bagaimana ILC mengkomodifikasi isi pesan dengan memanfaatkan momentum dari isu yang sedang hangat, menghadirkan narasumber dan pembawa acara yang berkompeten dibidangnya menjadikan point utama untuk menarik perhatian masyarakat agar menonton tayangan tersebut sehingga dapat mengait pengiklan sebagai sponsor program talkshow ILC.*

**Kata kunci:** TvOne, Talkshow ILC, Komodifikasi Isi

# COMMODIFICATION OF BROADCASTING PROGRAMS BEHIND POLITICAL ECONOMIC IDEOLOGY MEDIA ON SHOWING INDONESIA LAWYERS CLUB

## ABSTRACT

*This study describes the commodification of the content of the Indonesian Lawyers Club TVOne broadcast program Anies Tak Putus Dirundung Tuduhan edition 12 November 2019. Using the political economy theory of Vincent Mosco's media, commodification of content is the process of converting messages and a set of data into a meaning system in such a way that it becomes a product that can be used. The purpose of this research is to find out how the media commodifies the content of broadcast programs to attract viewers' attention to the Indonesia Lawyers Club broadcast on that theme, to unmask how the media makes the content of broadcast program messages the main commodity to be sold to the market. ILC comes with a discussion format that is different from other talk shows. This program presents competent resource persons and each theme raised is always based on issues that are currently happening. The episode of Anies Undeterred by accusations became the central theme of ILC to explore all the debates over the issue of the non-transparent allocation of DKI Jakarta APBD funds carried out by Governor Anies Baswedan. The results of this study see how ILC commodifies message content by taking advantage of the momentum of hot issues, presenting resource persons and presenters who are competent in their fields, making it the main point to attract people's attention to watch the program so that it can hook advertisers as sponsors of the ILC talk show program.*

**Keywords:** *TvOne, Talkshow ILC, Commodifying the content*

## **PENDAHULUAN**

Media massa adalah sarana utama yang dapat menghubungkan antara media dengan khalayak untuk menyebarkan informasi atau pesan secara luas dan cepat, serta merupakan sarana utama untuk melakukan kegiatan komunikasi massa. Media massa adalah sarana utama yang dapat menghubungkan antara media dengan khalayak untuk menyebarkan informasi atau pesan secara luas dan cepat, serta merupakan sarana utama untuk melakukan kegiatan komunikasi massa. Sajian dalam berbagai program siaran televisi dikemas secara menarik. Subjek utama dalam penelitian ini ialah program siaran Indonesia Lawyers Club di TvOne. Salah satu program talkshow yang cukup populer dikalangan masyarakat hadir dengan forum diskusi ILC menampilkan konsep semacam “warung kopi eksklusif”.

Vincent Mosco mengemukakan kerangka kerja (Frame Work) teoritik yaitu komodifikasi, spasialisasi, dan strukturasi ketiganya saling berkaitan dan kajian komodifikasi menjadi titik masuk (Entry Point) dalam kajian ekonomi politik. Namun dalam penelitian ini akan meneliti komodifikasi isi yang berhubungan dengan bagaimana proses transformasi barang dan jasa beserta nilai gunanya menjadi suatu komoditas yang mempunyai nilai tukar di pasar. Pada program siaran ILC episode “Anies Tak Putus Dirundung Tuduhan” edisi 12 november 2019. Teori ekonomi politik memiliki kekuatan pada tiga hal yang berfokus pada bagaimana media dibangun dan dikendalikan, menawarkan penyelidikan empiris mengenai keuangan media dan mencari hubungan antara proses

produksi konten media dan keuangan media ( Yulianti, 2016)

Indonesia Lawyers Club banyak mendapatkan perhatian masyarakat pada setiap episode yang ditayangkan. Salah satunya pada saat pemberitaan kasus Anies Baswedan yang menghadapi masalah mengenai APBD DKI Jakarta ramai diperbincangkan diberbagai media, TVOne mengambil momen dan perhatian masyarakat dengan melakukan pembahasan khusus terkait masalah tersebut, mengangkat tema “Anies Tak Putus Dirundung Tuduhan” edisi 12 November 2019. Permasalahan tersebut ialah mengenai rencana anggaran DKI Jakarta yang tertuang dalam dokumen Kebijakan Umum Anggaran- Plafon prioritas Anggaran Sementara (KUA-PPAS) Untuk Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) 2020.

Selama ini publik ketika menyaksikan sebuah tayangan yang di sajikan media hanya sebatas melihat tanpa mengetahui sesuatu hal tersembunyi yang dilakukan media untuk mempengaruhi dan menaikkan rating dari tayangan tersebut padahal siaran tv tidak hanya menyangkut rating tetapi juga bagaimana seharusnya media memberikan informasi berimbang, sesuai fakta dan seharusnya terbebas dari unsur-unsur komersil/ suatu hal yang dapat diperdagangkan. Karena hal tersebut penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana ekonomi politik media berpengaruh terhadap setiap tayangan yang ada untuk memberikan keuntungan tersendiri terhadap pemilik media.

## **METODE**

Jenis penelitian yang digunakan di dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan

kualitatif bersifat deskriptif, yaitu data yang terkumpul berbentuk kata-kata, gambar dan bukan angka-angka. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan oleh peneliti sendiri. Peneliti pada penelitian ini bekerja sebagai perencana. Perencana pengumpulan data, analisis, penafsiran dan pada akhirnya menjadi pelopor hasil penelitiannya. Data primer didapatkan dari objek penelitiannya langsung yaitu dengan menonton program tayangan Indonesia Lawyers Club episode Anies Tak Putus Dirundung Tuduhan (12 November 2019). Dan data sekunder yaitu dari dokumen, catatan dan dari data- data ataupun literatur lain yang berhubungan dengan penelitian ini. Analisis data dilakukan dengan mengamati tayangan Indonesia Lawyers Club episode Anies Tak Putus Dirundung Tuduhan (12 November 2019). Kemudian menerapkan teori ekonomi politik media Vincent Mosco dengan bentuk komodifikasi isi pada tayangan tersebut.

## **HASIL**

### **Profil TvOne**

TvOne merupakan salah satu stasiun televisi swasta yang ada di Indonesia mengudara untuk pertama kalinya pada tanggal 14 Februari 2008 pukul 19.30 WIB diresmikan langsung pada saat itu oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono. Sebelumnya bernama Lativi yang didirikan pada tanggal 30 Juli 2002 oleh Abdul Latief dan dimiliki oleh A Latief Corporation dan sejak tahun 2006, sebagian sahamnya juga dimiliki oleh Grup bakrie ( Nutrotalla, 2010). Program TvOne lebih besar mengarah kepada program berita (news) dan muatan non entertainment sebesar 70 % dan untuk olahraga serta hiburan sebesar 30 %. Tergabung

dalam group viva news seluruh program siaran mengarah kepada berita, menjadikan TvOne lebih mudah untuk mempengaruhi audiens agar menyaksikan program siaran berita ( Azmy, 2017). Stasiun penyiaran selalu merencanakan programnya secara strategis, yaitu merancang sebaik dan semenarik mungkin untuk menarik perhatian audiens (khalayak) dan siap untuk berkompetisi dengan stasiun penyiaran lainnya. Serta menyajikan informasi berdasarkan data dan fakta yang ada. Begitu juga dengan TvOne terlebih dahulu melakukan riset untuk merancang suatu program yang dapat menyajikan informasi secara faktual kepada penonton (Djamal dan Fachruddin, 2013: 127).

Indonesia Lawyers Club (ILC) mengalami perubahan nama pada tahun 2010, sebelumnya bernama Jakarta Lawyers Club (JLC) tayang perdana pada tahun 2010 di TvOne. Indonesia Lawyers Club ialah salah satu program talkshow TvOne yang dikemas berbeda dari talkshow lain, menampilkan dialog mengenai permasalahan terbaru mengenai hukum, politik, sosial, dan kriminalitas selama 210 menit. Acara yang di pandu oleh karni Ilyas ini selalu menampilkan narasumber yang berkompeten pada setiap penayangannya.

Semakin banyak penghargaan dan respon positif dari masyarakat terhadap program ILC menjadikannya sebagai salah satu talkshow yang patut untuk dipertimbangkan dan dapat bersaing dengan berbagai talkshow lain seperti Kick Andy, Mata Najwa, Indonesia Bicara, Indonesia Morning Show dll. Hadir sejak tahun 2010 dan berdurasi selama 210 menit pada sekali penayangan serta menghadirkan narasumber yang

berkompeten menjadikan talkshow ini selalu ditunggu oleh penggemarnya untuk mendapatkan informasi terbaru, karena hal tersebut ILC masih tetap bertahan hingga saat ini. Terbukti berdasarkan rating yang dilansir oleh Viva.co.id Komisi Penyiaran Indonesia yang meluncurkan hasil survei indeks kualitas program siaran televisi pada kategori talkshow periode I tahun 2017 program ILC mendapatkan indeks tertinggi yakni 3,08 dan diikuti oleh program Mata Najwa dari Metro TV dengan indeks 3,05.

Program ILC tetap diminati oleh masyarakat dan selalu menjaga eksistensi dengan menghadirkan tema-tema yang menarik dan kontroversi untuk diulas dengan pembawaan khas ILC, seperti halnya pada tema Anies Tak Putus Dirundung Tuduhan tayang 12 November 2019 kasus yang menimpa Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan, talkshow ILC dibuka oleh Karni Ilyas sebagai pemandu acara dengan memperkenalkan terlebih dahulu para narasumber yang hadir di studio TvOne diantaranya, William Aditya Sarana (Anggota Komisi A DPRD DKI Jakarta), Djarot Saiful Hidayat (Mantan Gubernur DKI Jakarta), Roy Salam (Peneliti Politik Indonesia Budget Center), Yustinus Prastowo (Pengamat Kebijakan Fiskal), Muhammad Qodhari (Pengamat Politik), Ridwan Saedi (Budayawan), Taufiqurrahman (Mantan Anggota DPRD DKI Jakarta), Bestari Barus (Mantan Anggota DPRD DKI Jakarta), Inggard Joshua (Wakil Ketua komisi A DPR DKI Jakarta), Amin Subekti (Ketua TGUPP DKI Jakarta), Saefulah (Ketua Tim Anggaran Pemda DKI Jakarta), dan Atika Nur Rahmania (Kadis Kominfo DKI Jakarta). Namun

Gubernur Anies baswedan tidak dapat hadir pada acara ILC untuk di mintai keterangan mengenai masalah tersebut.

Perkembangan teknologi khususnya teknologi dan informasi, memberikan dorongan pada media untuk mengubah strategi bisnisnya. Dengan perkembangan teknologi konvergensi, media dituntut untuk menyesuaikan diri dengan mendistribusikan konten melalui banyak platform dalam waktu yang bersamaan. Bergitu halnya yang dilakukan program ILC tidak hanya tayang secara live di TvOne namun diunggah pada platform jejaring media sosial yang lain agar dapat disaksikan dan diakses setiap saat seperti diunggah pada chanel youtube Indonesia Lawyers Club dengan jumlah 3,29 juta pengikut dan twitter resmi ILC @ILCtv1 dengan jumlah sebanyak 592,7 ribu pengikut. Memanfaatkan teknologi menjadi salah satu strategi untuk mendapatkan keuntungan lebih dari hanya sekedar menayangkan pada stasiun televisi. Seperti pada episode ILC Anies Tak Putus Dirundung Tuduhan diunggah pada chanel youtube ILC dengan penonton sebanyak 299 ribu ditonton 1,6 ribu disukai dan 2,3 ribu komentar masyarakat dan pada potongan video pendapat narasumber pengamat politik M Qodhari ditonton sebanyak 2,2 juta penonton Twitter ILC disiarkan tayangan ulang pada tanggal 05 Januari 2020 dengan dilihat sebanyak 34,2 ribu penonton.

## **PEMBAHASAN**

Komodifikasi berkaitan dengan proses transformasi barang dan jasa dari nilai gunanya menjadi komoditas yang berorientasi pada nilai tukarnya di pasar dan mempelajari tentang hubungan-

hubungan sosial, terutama hubungan kekuasaan yang saling menguntungkan antara sumber-sumber produksi, distribusi dan konsumsi termasuk di dalamnya sumber-sumber yang terkait dengan komunikasi. Proses komodifikasi pada komunikasi selalu melibatkan transformasi pesan, mulai dari mengubah data ke sistem pemikiran, transformasi pesan menjadi produk yang bisa diterima pasar menjadi konsep kunci teori Vincent Mosco (Yulianti, 2016).

Konten media selalu mencerminkan kepentingan mereka yang membiayainya, kenyataan ini dapat disimpulkan bahwa penguasa sumber-sumber media televisi adalah pengusaha. Ideologi dari aktivitas pengusaha adalah menjual sesuatu untuk mendapatkan profit atau keuntungan. sangatlah mudah bagi talkshow ILC untuk menghadirkan konten yang dapat mempengaruhi masyarakat dan mengambil keuntungan. Citra positif yang dibangun seperti pembawa acara dan narasumber yang berkompeten, stasiun televisi yang terpercaya dan permasalahan dengan perhatian masyarakat yang tinggi menjadi modal utama untuk mengkomodifikasi isi program siaran Indonesia Lawyers Club. Meskipun tidak menjadi trending pada saat penayangan tema Anies Tak Putus Dirundung Tuduhan Edisi 12 November 2019 berhasil menggait penonton di youtube sampai 299 ribu kali di saksikan dan ditayangkan ulang pada tanggal 05 Januari 2020 pukul 19.30 WIB karena kasus banjir DKI Jakarta berita ini naik kembali dan ditayangkan di TvOne & streaming TvOne connect serta diunggah kembali di twitter disaksikan 34,2 ribu penonton, serta menggait pengiklan yang mensponsori pada episode tersebut

yaitu dari Le-mineral, Luwak white coffe, Chocolatos, dan wadimor primer iklan tersebut menjadi sumber keuntungan bagi pemilik media.

Penonton adalah sasaran akhir program siaran yang disebut pasar. Semakin banyak yang menonton sebuah program peluang untuk mendapatkan keuntungan semakin besar. Dalam proses desain program, target penonton program sudah dianalisis disesuaikan dengan materi program. Melihat target penonton dilakukan bersamaan dengan analisis program televisi lain (pesaing) untuk menetapkan target penonton (Latief & Utud, 2017: 98).

Penonton hanya disajikan tayangan diskusi yang mendebat namun karena yang berdebat adalah tokoh politik sehingga tayangan ini terkesan bermutu dan memiliki nilai pada setiap perkataan yang diucapkan. Pembawa acara yang sudah berkecimpung lama dalam dunia jurnalis dan sudah banyak dikenal orang menjadi salah satu modal utama untuk menggait penonton untuk menyaksikan tayangan tersebut. Menaikan rating acara sehingga pengiklan bersedia mensponsori program dan menguntungkan pemilik media hal ini merupakan tujuan utama dari mengkomodifikasi isi pesan suatu program siaran.

## **KESIMPULAN**

Pada tayangan tersebut komodifikasi isi pesan terjadi ketika ILC mengangkat tema tersebut ditengah pemberitaan mengenai Gubernur DKI Jakarta sedang memanas dan menimbulkan konflik pro-kontra ditengah masyarakat. ILC menghadirkan tokoh politik sebagai narasumber dan pembawa acara yang memiliki latar belakang sebagai tokoh pers senior semakin

menambah kepercayaan masyarakat akan informasi yang disajikan. Media memiliki kekuatan besar untuk mempengaruhi masyarakat. Teori Mosco membuka tabir bahwa sebenarnya media dalam menyangankan atau menyebarkan informasi kepada masyarakat memiliki tujuan lain dari hanya sekedar memberikan informasi, yaitu untuk kepentingan bisnis dan keuntungan. Makna komodifikasi isi itu sendiri ialah transformasi pesan menjadi produk yang bisa diterima pasar atau yang lebih sederhana diartikan sebagai perlakuan atas pesan media sebagai komoditas yang bisa diterima pasar.

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **BUKU**

- Azis, Azmy. (2017). Kesenjangan Antara motif Dan Tingkat Kepuasan Penonton Terhadap Tayangan Talkshow Indonesia Lawyers Club (ILC) Di TV ONE. Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi. Universitas Islam Negeri Hidayatullah. Jakarta
- Djamal, Hidajanto dan Fachruddin, Andi. (2011). Dasar-Dasar Penyiaran Sejarah, Organisasi, Operasional dan Regulasi. Jakarta: Pranadamedia Group.
- Latief, Rusman dan Utud, Yusiatie. (2017). Kreatif Siaran Televisi. Jakarta: Prenadamedia Group
- Morissan. (2008). Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi. Jakarta: Kencana
- Mufid, Muhamad. (2010). Komunikasi dan Regulasi Penyiaran. Jakarta: Kencana
- Yulianti, Tika. (2016). Komodifikasi Media Cetak Analisis Ekonomi Politik Pada Media Indonesia. Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta

### **WEBSITE**

- Nutrotalla, Gesta Semeru. (2010). Analisis Kebijakan Redaksi TvOne Dalam Memublikasikan Berita Dari TV Ke Online Di WWW.TVONE.CO.ID Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta

### **JURNAL**

- Anshori, A. (2016). Berita Pilkada Dalam Bingkai Media Cetak.
- Khairani, L. (2020). [BUKU] Sejarah Politik dan Kekuasaan. KUMPULAN BERKAS KEPANGKATAN DOSEN
- Nasution, N. (2018). Strategi Manajemen Penyiaran Radio Swasta Kiss Fm Dalam Menghadapi Persaingan Informasi Digital. Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi, 2(2), 167-178.
- Santoso, P. (2021). [Sertifikat HaKI] \_Opini Wartawan Terhadap Kebebasan Pers\_ Studi Kasus Aliansi Jurnalis Independen dan Persatuan

Wartawan Indonesia. KUMPULAN BERKAS KEPANGKATAN DOSEN

- Sinaga, C. N. A. (2019). Peningkatan Pengetahuan Jurnalistik Siswa SMA Kota Medan Melalui Pemanfaatan Smartphone. Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi, 3(2), 169-179.
- Wulandari, Linda Ayu. 2018. Strategi Retorika Verbal dan Nonverbal Karni Ilyas dalam Acara Indonesia Lawyers Club. Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya. Jawa Timur Vol. 2, No.2