

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada saat ini media massa memiliki peran penting sebagai satu bentuk kemajuan teknologi dalam bidang informasi dan komunikasi. Media massa sangat dibutuhkan oleh seluruh lapisan masyarakat di seluruh belahan dunia, baik lapisan atas, tengah dan bawah. Media massa sangat berperan penting dalam mempengaruhi kehidupan khalayak, khususnya dimensi komunikasi. Khalayak dengan mudah menerima informasi dari media massa karena faktor intensitas munculnya sajian-sajian dalam media massa.

Macam-macam media massa yaitu media televisi, media cetak dan media radio. Dengan berkembangnya zaman ini mempengaruhi media massa salah satunya adalah media televisi. Televisi pada hakikatnya adalah media yang paling utama dalam pemberian sumber informasi, maka dari itu terpaan dari media televisi sangat berpengaruh besar dalam kehidupan sosial bagi khalayak yang mengkonsumsi media televisi ini. Maka tidak heran penyalur informasi dengan menggunakan system audio visual ini sangat berperan aktif dalam mendukung berkembang pesatnya dunia pertelevisian. Di bandingkan dengan media elektronik lainnya seperti media radio dan internet, televisi ini menjadi media semua kalangan jadi segmentasi yang di berikan oleh media televisi ini sangat luas.

Televisi pertama di Indonesia muncul pada tahun 1962, yaitu stasiun televisi TVRI. Stasiun televisi ini menjadi tonggak pertelevisian Indonesia. TVRI menjadi salah satu alat yang sangat strategis bagi pemerintahan dalam banyak kegiatan pada saat itu, mulai dari kegiatan sosial hingga kegiatan – kegiatan politik. Selama beberapa dekade TVRI memegang monopoli penyiaran di Indonesia dan menjadi corong pemerintah. Sejak awal keberadaan TVRI, siaran berita menjadi salah satu andalannya. Bahkan Dunia Dalam Berita dan Berita Nasional di tayangkan pada jam utama. Pada awalnya, persetujuan untuk

mendirikan televisi hanya dari telegram pendek presiden Soekarno ketika sedang melawat ke Wina, 23 oktober 1961 (Sudibyo, 2009:280).

Media televisi selalu tayang setiap hari dan menyajikan tayangan yang update dan aktual. media televisi menjadi salah satu faktor yang sangat mempengaruhi kehidupan manusia dalam segi ekonomi, sosial, dan budaya serta agama. Dengan berjalannya waktu dan sebagaimana kita ketahui bersama media televisi sekarang telah menjadi kebutuhan yang paling utama dalam penyalur informasi, edukasi dan hiburan, yang kini telah tumbuh hebat juga di kota Surabaya. Hal ini ditandai dengan berdirinya stasiun televisi swasta yang sangat berkembang hebat yaitu JTV yang dinaungi oleh PT Jawa Pos.

Jawa Pos Media Televisi, adalah anak dari perusahaan Koran ternama di tanah air, Jawa Pos. secara resmi perusahaan yang berbadan hukum dengan nama PT Jawa Pos Media Televisi ini mengudara sejak tanggal 8 November 2001. Mengawali eksistensi siaran di awal-awal tahun, JTV sempat menggebrak dunia pertelevisian nasional karena kiprahnya yang bisa dibilang sebagai pelopor tumbuh dan berkembangnya industri televisi lokal di tanah air. Kini dalam perkembangannya secara regional, JTV menjadi perekat budaya Jawa Timur yang beragam mulai dari ujung timur propinsi hingga perbatasan Jatim-Jateng dan secara nasional JTV berhasil menginspirasi lahirnya TV-TV lokal lainnya, khususnya dalam naungan *group* Jawa Pos (Company Profile JTV).

Media televisi seperti JTV, merupakan media penyalur informasi dan sebagai sarana hiburan khususnya masyarakat Jawa Timur. Di dalam itu semua, JTV menjadi wadah dalam pengolahan informasi dan sebagai bentuk dari kreatifitas-kreatifitas dalam penyajian tayangan yang akan disampaikan kepada publik khususnya masyarakat Jawa Timur dalam bentuk tayangan yang sifatnya hiburan. Di dalam konteks-konteks tersebut JTV sebagai media televisi tetap memegang teguh kode-kode etik penyiaran, jadi sebagai sarana media yang dikonsumsi publik, JTV masih bisa memetakan tayangan yang layak ataupun yang tidak layak dari segi segmentasi yang di tuju maupun dalam segi hal-hal yang berbau negatif.

Tayangan-tayangan yang akan di publikasikan membuat *crew-crew* dituntut untuk membuat ide-ide kreatif yang membuat minat khalayak untuk menonton tayangan yang di sajikan oleh JTV. Kreatifitas dan kredibilitas *crew-crew* dapat dilihat dari tayangan-tayangan yang di sajikan, karena dari tayangan-tayangan tersebut akan meningkatkan eksistensi JTV dan mendapatkan apresiasi dari publik, khususnya juga meningkatkan rating dari tayangan itu sendiri ataupun stasiun televisi yang menaunginya. Salah satu tayangan JTV yang menjadi icon dan sangat diminati khalayak yaitu Program berita Pojok Kampung.

Program berita Pojok Kampung bisa menjadi alternatif pilihan pemirsa khususnya masyarakat jawa timur yang lekat dengan bahasa daerahnya begitu pula dengan masyarakat jawa timur yang berada diluar jawa timur yang merindukan bahasa dan informasi daerahnya. Dari membanjirnya berita bahasa Indonesia, berita Pojok Kampung sebagai alternatif tontonan berita yang di suguhkan sangat menarik yang diselingi parikan di akhir segment beritanya. Keunikan tersebut yang menjadi dorongan JTV untuk menghadirkan boso suroboyonan yang akan menarik pemirsa sehingga rating di program berita Pojok Kampung tersebut naik dan sering sekali menduduki rating tertinggi di media televisi JTV. Hal itu yang menjadikan minat para sponsorship datang untuk memasang iklan di Program tersebut. Acara pojok kampung ini di jadikan acara dengan pemikiran inovasi yang cukup hebat karena acara berita ini di kemas dengan bahasa khas suroboyonan yang menjadi cirri khas orang jawa timuran, dan juga acara menjadi syimbol bagi lahirnya acara yang ada di jawa timur.

Dalam sajian program berita pojok kampung tersebut tidak terlepas dari kajian studi ekonomi politik media. Menurut Surochiem dalam lailiyah (2011) Ekonomi politik bisa dibedakan dalam pengertian sempit dan luas. Dalam pengertian sempit berarti kajian relasi sosial, khususnya relasi kekuasaan, yang bersama-sama membentuk produksi, distribusi dan konsumsi sumber daya termasuk sumber daya komunikasi. Dalam pengertian luas kajian mengenai kontrol dan pertahanan kehidupan sosial. Terdapat 3 konsep penting yang ditawarkan oleh Moscow untuk mengaplikasikan pendekatan ekonomi politik

pada kajian komunikasi. Yang pertama yaitu Komodifikasi, berkaitan dengan proses perubahan barang dan jasa dari nilai gunanya menjadi komoditas yang berorientasi pada nilai tukarnya dipasar. Kedua yaitu Spasialisasi, berhubungan dengan proses pengatasan batasan ruang dan waktu dalam kehidupan sosial. Ketiga yaitu Strukturasi, berkaitan dengan hubungan antara gagasan agency, proses sosial dan praktek sosial dalam analisis struktur.

Menurut Syaiful Halim (2013) Komodifikasi merupakan kegiatan produksi dan distribusi komoditas yang lebih mengandalkan daya tarik agar bisa dipuja oleh orang sebanyak-banyaknya, tanpa mempertimbangkan konteks sosial, selain aktualisasi tanpa henti di areal pasar bebas, yang diimplementasikan dalam tiga aspek yaitu isi, khalayak dan pekerja.

Dengan penelitian ini penulis ingin membahas tentang bagaimana komodifikasi itu menjadi hal yang paling menonjol di program berita pojok kampung yang di tayangkan oleh stasiun televesi lokal JTV. Bagaimana komodifikasi menjadi hal lebih di peruntunkan untuk menarik sponsorship untuk acara pojok kampung. Dengan menggunakan inovasi dan tayangan berita yang di kemas dengan cara yang berbeda yang tidak seperti acara berita pada umumnya, acara pojok kampung mampu menarik rating yang paling tinggi dari acara – acara lainnya di JTV. Dan sampai pada akhirnya kepuasan khalayak dan tingginya rating pojok kampung yang terus meningkat menarik minat sponsorship untuk memasukan brandnya ke dalam acara pojok kampung, dan dari situlah komodifikasi menjadi hal tepat untuk penelitian ini. Mampunya pojok kampung menjadi target utama para sponshorship membuat pemasukan pojok kampung menjadi bertambah dan di situlah pojok kampung dapat mengkomoditaskan acaranya yang telah berorientasi pada nilai tukar di dunia media masa.

Channel	Target	Market	Activity		Week 07		
JTV	Total Individuals	Surabaya	Non Bedtime Viewing		15/02/2015- 21/02/2015		
Counter	Description	Date	Start time	Durati on	000s	(r) TVR	Shar e
1	POJOK KAMPUNG BERITA	19/02/2015	21:00	00:58	55,129	0.7	3.4
2	POJOK PITU	19/02/2015	19:00	00:59	54,306	0.7	3.4
3	POJOK KAMPUNG BERITA	17/02/2015	21:03	00:58	42,434	0.5	2.5
4	POJOK KAMPUNG BERITA	21/02/2015	21:00	00:59	36,407	0.4	2.2
5	STASIUN DANGDUT	16/02/2015	11:59	01:25	33,599	0.4	4.0
6	ANEH-ANEH E JAGAD(J10)	19/02/2015	11:33	00:01	33,117	0.4	5.2
7	POJOK KAMPUNG BERITA	18/02/2015	20:59	01:00	32,434	0.4	1.8
8	BERITA GRES	19/02/2015	13:27	00:01	31,993	0.4	4.2
9	JATIM AWAN	17/02/2015	11:38	00:24	28,371	0.3	4.9
10	STASIUN DANGDUT	21/02/2015	12:02	01:25	26,449	0.3	2.7
11	BAKIAK	21/02/2015	20:01	00:58	24,649	0.3	1.4
12	POJOK KAMPUNG BERITA	20/02/2015	21:03	00:59	24,637	0.3	1.5
13	STASIUN DANGDUT	17/02/2015	12:02	01:26	24,289	0.3	3.9
14	POJOK PITU	18/02/2015	19:00	01:01	24,103	0.3	1.4
15	KABAR APIK	21/02/2015	11:59	00:02	23,979	0.3	3.0

Alasan penulis memilih pojok kampung sebagai objek penelitian karena penulis ingin mengetahui bagaimana proses komodifikasi yang terjadi di acara pojok kampung, dan mengapa pojok kampung menjadi tujuan utama para sponshorsip menaruh brandnya padahal banyak acara JTV yang lain yang mempunyai nilai tukar yang lebih bagus seperti acara – acara hiburan yang ada di JTV. Contohnya acara hiburan seperti stasiun dangdut yang memiliki rating bagus yang selalu bersaing dengan pojok kampung dan kenapa peneliti tidak memilih stasiun dangdut dikarenakan acara hiburan itu sudah biasa menjadi media

komoditas bagi sponosorship, sedangkan pojok kampung adalah program news yang jarang di tempatkan sebagai media komoditas. Selain itu peneliti juga ingin mencari motif-motif dalam suatu produksi acara tersebut, apakah masih pada tujuan awalnya atau tidak.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah proses komodifikasi program berita pojok kampung di JTV?
2. Apa motif pekerja pojok kampung untuk menarik minat sponsorship ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui proses komodifikasi program berita pojok kampung JTV
2. Ingin mengetahui apa motif pekerja pojok kampung untuk menarik minat sponsorship

1.4. Manfaat penelitian

Setiap penelitian yang dilakukan pasti memiliki manfaat. Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

I. Secara Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan ilmu tentang ilmu komodifikasi program berita pojok kampung di PT Jawa Pos Media Televisi. Serta bisa menjadikan referensi untuk penelitian berikutnya.

II. Secara Praktis

Studi Ekonomi Politik Media masih tergolong sedikit peminatnya di Universitas Trunojoyo Madura, diharapkan bisa menjadi tambahan referensi untuk penelitian selanjutnya