

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Media massa berfungsi sebagai media informasi yang menjadi penghubung antar komunikator dengan komunikan. Mulai dari media elektronik seperti televisi dan radio, media cetak seperti koran dan majalah dan media online seperti wikipedia, google, gmail, facebook, whatsapp, line, BBM, instagram, path dll. Media berfungsi sebagai media informasi, edukasi dan kontrol sosial. Dengan demikian media mampu masuk dalam segala aspek kehidupan masyarakat. Sesuai dengan salah satu fungsi tersebut, media juga berisikan informasi yang dibutuhkan oleh khalayak.

Media informasi dapat diakses dengan mudah, oleh karenanya fungsi media itu tidak dapat dilepaskan dari isi media (*content*). Program di televisi, radio, koran, majalah dan online berisikan informasi yang dibutuhkan oleh komunikan/khalayak. Dari media, warga biasa atau yang memiliki nama bisa memberikan informasi bahkan menambah popularitas mereka sendiri. Dengan begitu, media saat ini hanya berfungsi sebagai media hiburan saja. Isi dari tayangan tersebut tidak lagi memberi informasi yang baik dan sesuai dengan yang ada.

Stasiun Televisi PT. Jawa Pos Media Televisi (JTV), yang merupakan sumber berita audio-visual untuk kawasan Jawa Timur dan sekitarnya. Televisi swasta lokal yang tergabung di PT. Jawa Pos Multimedia Corporation yang memiliki tujuan sebagai salah satu televisi swasta lokal yang dapat menyajikan informasi yang berkualitas secara lengkap dan akurat sehingga menjadi media massa televisi yang berkualitas di kota Surabaya. (Company Profile JTV : 2016)

Media televisi JTV merupakan televisi lokal pertama di Indonesia yang tayang perdana pada tanggal 8 November 2001

dengan durasi tayang 10 jam sehari. Sampai pada tahun ke enam, JTV bertambah waktu siarnya menjadi 22 jam sehari dengan presentasi sebanyak 95% merupakan tayangan hasil produksi sendiri atau in house. Awal mula JTV berlokasi di dalam Gedung Graha Pena lantai 21 yang terletak di jalan Ahmad Yani nomor 88 Surabaya. Gedung ini merupakan sentral produksi PT. Jawa Pos Group seperti kantor redaksi dan produksi koran Jawa Pos, Tabloid Nyata, Koran Radar Surabaya dan beberapa yang lainnya. (Company Profile JTV : 2016)

Tayangan-tayangan yang ada dalam JTV dapat dilihat dengan konten acara yang menggunakan tiga bahasa lokal utama yang ada di Jawa Timur, yakni bahasa Suroboyoan, bahasa Madura, dan bahasa Mataraman. Hal ini dilakukan guna mengangkat dinamika yang ada di Jawa Timur. Seiring dengan perkembangan dan kemajuannya, JTV berangsur menempati tempat baru yang dibuat khusus untuk redaksi dan juga sebagai kebutuhan produksi JTV, tempat ini dinamakan Plasa JTV dan berada tepat didepan gedung Graha Pena dengan bangunan empat lantai. (Company Profile JTV : 2016)

Pada tahun 2007, JTV membentuk jaringan televisi grup Jawa Pos lainnya yang dinamai Jejaring Televisi Lokal Indonesia atau sering disingkat dengan “JETLI”. Anggotanya waktu itu terdiri dari JTV dan SBO TV dari Jawa Timur, Pajajaran atau PJTV dari Jawa Barat, RTV dari Riau, Batam TV dari Batam, Fajar TV dari Sulawesi Selatan, PAL TV dari Sumatera Selatan, Padang TV dari Sumatera Barat dan Pontianak TV dari Kalimantan Barat. (Company Profile JTV : 2016)

Dengan eksistensinya sebagai televisi yang mempunyai ciri khas berbeda, maka dalam perjalanannya, JTV sering membuat acara yang bertujuan untuk menggugah antusias masyarakat Jawa Timur. Lahirnya nama JTV menurut Dahlan Iskan yang pada saat itu menjabat sebagai CEO dari Jawa Pos group adalah sebagai identitas

dan simbol bahwa sekarang masyarakat Jawa Timur dan Surabaya khususnya sekarang ini bisa mendapatkan kesempatan untuk dapat mengekspresikan kelebihan yang luar biasa dalam hal budaya dan seni dalam bentuk hajat rakyat dan juga pagelaran. (Company Profile JTV : 2016).

Stasiun Dangdut termasuk kategori hiburan yang artinya adalah segala sesuatu, baik yang berbentuk kata-kata, tempat, benda maupun perilaku yang dapat menjadi penghibur ketika susah atau sedih. Hiburan bersifat subjektif, bergantung pada penikmatnya. Apabila subjek tersebut merasa terhibur terhadap sesuatu hal, maka hal itu dapat dikatakan suatu hiburan, sehingga disimpulkan bahwa hiburan mencakup musik, film, opera, drama, permainan, olahraga, dan lain sebagainya.

Program “Stasiun Dangdut” di JTV dikemas musik dangdut masa kini yang masih menjadi kontroversi sebagian masyarakat karena terdapat gerakan erotis dan seksual yang banyak menonjolkan bagian-bagian tubuh. Dan tanpa disadari, dari waktu ke waktu penampilan perempuan di layar kaca kerap kali bersinggungan dengan dengan nilai-nilai yang cenderung destruktif di masyarakat yaitu ideologi gender, terutama yang paling menonjol adalah terkait dengan eksploitasi wanita, sehingga tak jarang mengundang kritik dan hujatan. Dibalik dari kesuksesan acara Stasiun Dangdut di JTV, yang sebagian besar masyarakat kurang memahami dari eksploitasi yang terkandung di program acara tersebut.

Program acara Stasiun Dangdut, tanpa disadari terdapat sejumlah eksploitasi wanita yang dijadikan lahan untuk meraih rating tertinggi dalam program acara Stasiun Dangdut. Eksploitasi wanita yang dimaksud berkaitan dengan tubuh, wajah, gerakan. Sangat mendominasi di layar kaca, hal itu dimungkinkan adanya anggapan bahwa penyanyi wanita mampu menarik perhatian pemirsa televisi dengan menonjolkan nilai sensualitas. Sehingga wanita hanya dianggap sebagai citra pigura pada acara Stasiun Dangdut.

Media yang digunakan, yaitu: Televisi, Radio, Media cetak dan Media online. Program Stasiun Dangdut ini ada pada tahun 2005, program ini ada karena dulu musik dangdut diremehkan sehingga musik dangdut itu sendiri tidak berani on air di televisi. Namun, stasiun dangdut saat ini menjadi contoh di televisi swasta, memang secara teknis dan perlengkapan lebih maju dan mendukung di swasta. Meskipun kalah, musik dangdut tetaplah ciri khas masyarakat Jawa Timur dan stasiun ini tetap dicontoh oleh televisi swasta meskipun JTV sendiri hanya televisi lokal.

Jawa Timur Televisi merupakan televisi lokal yang paling diminati daripada yang lain. Stasiun Dangdut ditayangkan Senin-Minggu pukul 12.00-13.30 dengan menyajikan bintang tamu penyanyi dangdut yang sudah memiliki nama maupun yang hanya kelas Jawa Timur saja. Tayangan ini mengandung unsur komodifikasi erotisme dan seksualitas dalam isi (content), pada spesial ulang tahun Surabaya yang ke 723 pada tanggal 17 Mei mengandung unsur komodifikasi karena mereka mengundang bintang tamu Inul Daratista sehingga khalayak yang hadir sangat banyak, merupakan keuntungan bagi pemilik saham tersebut tidak hanya itu Inul Daratista yang terkenal dengan goyang ngebornya pada episode ini dianggap mengandung unsur erotisme dan seksualitas karena memang pakaian yang digunakan sangat seksi dan dengan goyangan erotis.

Unsur ekonomi politik media ada pada saat spesial ulang tahun Surabaya yang didalamnya mengundang artis dangdut pertama di Indonesia yang kebetulan juga asli Surabaya yaitu Inul Daratista, fans Stasiun Dangdut atau bisa di panggil Family Stasiun Dangdut ini datang dengan sendirinya karena mengingat bintang tamunya Inul Daratista. Kemudian sisi ekonomi politik media mengingat banyak khalayak yang datang, banyak juga iklan yang masuk yang akan memberikan pemasukan bagi pemilik media. Diperayaan seperti ini, program Stasiun Dangdut berupaya untuk menaikkan rating dengan mengundang penyanyi kelas atas agar sponsor yang masuk banyak karena mengingat program ini memiliki rating paling tinggi di antara program televisi lokal yang lain.

Kapitalisme yang terjadi di sini, pemilik media berusaha meraih keuntungan dengan maksimal yaitu dengan mengundang bintang tamu kelas atas yaitu Inul Daratista. Dengan begitu, banyak sekali khalayak yang datang dan banyak iklan yang masuk. Pemilik media meraih keuntungan maksimal dengan banyaknya nominal uang yang masuk dari pengiklan tersebut tanpa membayar khalayak. Karena memang khalayak ini akan datang apabila bintang tamunya menarik, dan karena program musik stasiun dangdut ini memiliki rating yang tinggi dan memiliki fans khusus stasiun dangdut sehingga khalayak datang dengan sendirinya tanpa diundang.

Pada spesial ulang tahun JTV yang ke 15 pada tanggal 8 November 2016 unsur komodifikasi yang dimunculkan adalah komodifikasi pekerja yang sangat kuat, dimana crew dan beberapa yang berperan penting dalam JTV seolah-olah disetting bahwa bekerja di JTV sangat amat menyenangkan disegmen 1 muncul bagian depan kantor JTV yang kemudian disusul oleh shot crew JTV dan di akhir memunculkan beberapa pemimpin yang bergerak di JTV shot mengenai ulang tahun JTV. Dengan beberapa bintang tamu penyanyi dangdut jawa timur dan orkes yang sudah terkenal yaitu Monata sehingga khalayak yang hadir sangat banyak, merupakan keuntungan bagi pemilik saham tersebut.

Unsur ekonomi politik media ada pada saat spesial ulang tahun JTV yang didalamnya mengundang penyanyi dangdut Jawa Timur yang memiliki banyak fans, fans Stasiun Dangdut atau bisa di panggil Family Stasiun Dangdut ini datang dengan sendirinya karena mengingat bintang tamunya idolanya yaitu Leny. Kemudian sisi ekonomi politik media mengingat banyak khalayak yang datang, banyak juga iklan yang masuk yang akan memberikan pemasukan bagi pemilik media. Diperayaan seperti ini, program Stasiun Dangdut berupaya untuk menaikkan rating dengan mengundang penyanyi kelas atas agar sponsor yang masuk banyak karena mengingat program ini memiliki rating paling tinggi di antara program televisi lokal yang lain.

Kapitalisme yang terjadi di sini, pemilik media berusaha meraih keuntungan dengan maksimal yaitu dengan mengundang bintang tamu Jawa Timur yang sudah memiliki banyak fans yaitu Leny. Dengan begitu, banyak sekali khalayak yang datang dan banyak iklan yang masuk. Pemilik media meraih keuntungan maksimal dengan banyaknya nominal uang yang masuk dari pengiklan tersebut tanpa membayar khalayak. Karena memang khalayak ini akan datang apabila bintang tamunya menarik, dan karena program musik Stasiun Dangdut ini memiliki rating yang tinggi dan memiliki fans khusus Stasiun Dangdut sehingga khalayak datang dengan sendirinya tanpa diundang.

Ekonomi Politik Media adalah istilah "ekonomi politik" diartikan secara sempit oleh (*Vincent Mosco*) sebagai studi tentang hubungan-hubungan sosial, khususnya hubungan kekuasaan yang saling menguntungkan antara produksi, distribusi dan konsumsi, termasuk didalamnya sumber yang terkait dengan komunikasi. Pengertian ekonomi politik secara sederhana adalah hubungan kekuasaan (politik) dalam sumber-sumber ekonomi yang ada di masyarakat. (Mosco, 1996:23)

Ekonomi politik media adalah media sebagai institusi politik dan institusi ekonomi yang mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi khalayak. Satu prinsip yang harus diperhatikan di sini adalah dalam sistem industri kapitalis media massa harus diberi fokus perhatian yang memadai sebagaimana institusi-institusi produksi dan distribusi lain. Kondisi-kondisi yang ditemukan pada level kepemilikan media, praktik-praktik pemberitaan, dinamika industri dan radio, televisi, perfilman, dan periklanan, mempunyai hubungan yang saling menentukan dengan kondisi-kondisi ekonomi-politik spesifik yang berkembang di suatu negara, serta pada gilirannya juga dipengaruhi oleh kondisi-kondisi ekonomi-politik global. (Mosco, 1996:23)

Komodifikasi adalah memanfaatkan barang dan jasa dilihat dari kegunaannya yang kemudian ditransformasikan ke dalam komoditas yang dinilai dari apa maknanya di pasar. Upaya mengubah apapun menjadi

komoditas atau barang dagangan sebagai alat mendapatkan keuntungan. Tiga hal yang saling terkait adalah: Isi media, khalayak dan pekerja. Berita atau isi media adalah komoditas untuk menaikkan jumlah khalayak merupakan komoditas yang dapat dijual pada pengiklan. Uang yang masuk merupakan profit dan dapat digunakan untuk ekspansi media. Ekspansi media menghasilkan kekuatan yang lebih besar lagi dalam mengendalikan masyarakat melalui sumber-sumber produksi media berupa teknologi, jaringan dan lainnya. Selain itu tentunya profit bagi pengusaha (Mosco, 1996:129).

Program atau acara yang disajikan adalah faktor yang membuat Khalayak tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan stasiun penyiaran televisi. Analisis komodifikasi program musik “Stasiun Dangdut” JTV, dilihat dengan *critical discourse analisis* menggunakan teori mikro, meso dan makro. Karena entertainment yang berarti hiburan. Maka, di program ini tidak ada unsur pendidikan, murni hiburan terlebih ditayangkan di jam yang semua orang bisa menontonnya.

Stasiun Dangdut JTV pernah di tegur oleh pihak KPI dikarenakan penyanyinya menggunakan pakaian yang seksi atau cenderung terbuka, kemudian host sering mengucapkan kata kasar : goblok, bodoh dll ketika berbincang dengan sesama host atau bahkan menyapa penonton studio. Dikarenakan, Stasiun Dangdut bahasa yang digunakan sehari-hari adalah bahasa jawa sehingga panggilan tersebut dianggap sebagai panggilan akrab, dan juga ketika berbicara dangdut identik dengan penyanyi wanita yang menggunakan pakaian seksi atau cenderung terbuka agar menarik penonton. Sehingga tayangan ini mengandung unsur erotisme dan seksualitas baik segi pakaiannya maupun lagunya, sehingga pihak KPI sering menegur pihak Stasiun Dangdut. Stasiun Dangdut memiliki potensi melanggarnya ada pada oknum artisnya yang terkadang berbusana sensual dan goyangan yang seronok. Pada program Stasiun Dangdut JTV selama aksi sensual selama tayangan acara tersebut sangat membangkitkan selera seksual dan termasuk kedalam katagori erotis apalagi porno.

Beberapa Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) Daerah bahkan telah melarang penayangan beberapa lagu dangdut yang liriknya berkonotasi seksual. Sementara dari Persatuan Artis Musik Melayu Dangdut Indonesia (PAMMI) sendiri, menyadari kehadiran lagu-lagu seperti itu sebenarnya menghancurkan identitas dangdut Indonesia. Permasalahan atau fenomena komunikasi tentang penerimaan PAMMI terhadap program acara Stasiun Dangdut di JTV yang terkait di penelitian ini adalah televisi membentuk suatu realitas dari sebuah program acara yang ditayangkan, melalui program acara tersebut siapapun dapat melihat program acara Stasiun Dangdut di waktu *prime time* yang dimana waktu tersebut merupakan waktu yang digunakan sebagian besar masyarakat untuk melihat televisi bersama keluarga, sedangkan acara Stasiun Dangdut tersebut adalah program acara yang penuh akan dengan eksploitasi sensualitas wanita. (Weintraub. 2012:179)

Tayangan tersebut mampu menyebabkan peniruan dari pemirsanya yang dapat mengarahkan perubahan perilaku masyarakat. Tubuh manusia ternyata tidak semata organ biologis. Tubuh bisa menjadi sumber kekuasaan dan sumber wacana. Terlebih lagi tubuh perempuan. Karena keindahannya, tubuh perempuan mudah mengundang birahi. Tubuh dan wajah perempuan saat ini juga menjadi komoditas penting dalam industri hiburan, termasuk media yang mengeksploitasi seksualitas perempuan atau yang umum disebut sebagai pornografi. Daya tarik seksual bisa menjadi sumber kekuasaan yang mengontrol perilaku banyak orang. Karena itu tubuh perempuan tidak sekedar raga tapi sumber kekuasaan sosial, ekonomi dan politik. Untuk mengaturnya dikonstruksi wacana tentang seks yang diharapkan dapat mengendalikan perilaku seksual masyarakat.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan menggunakan teknik observasi tayangan tersebut, wawancara dengan beberapa narasumber, dokumentasi tayangan beberapa episode dan studi pustaka dari berbagai buku. Penelitian terdahulu dengan judul wacana terpaan media massa dalam acara Stasiun Dangdut JTV, penelitian ini

bertujuan untuk mengetahui apa yang direpresentasikan pelaku dan penikmat musik dangdut koplo pada saat pertunjukan diacara Stasiun Dangdut JTV. Menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan analisis wacana kritis. Penelitian ini melihat psikologi komunikasi penonton dan perubahan perilaku media (JTV) dalam memproduksi ditentukan oleh ritme dangdut koplo, instruksi penyanyi dan emosional goyang penonton di studio.

Berbeda dengan penelitian sebelumnya, peneliti menggunakan metode *teks* (mikro) yaitu peneliti melihat dokumentasi beberapa episode dan diteliti, kemudian peneliti menggunakan level *discourse practice* (meso). Pada level ini peneliti mewawancarai executive produser dan produser, karena mereka sangat berperan penting dalam pemilihan penyanyi, kostum dan pengambilan gambar. Selain itu, di level ini peneliti juga mewawancarai beberapa khalayak yang selalu menonton tayangan Stasiun Dangdut. Mengingat program musik Stasiun Dangdut ini mengandung unsur erotisme dan seksualitas dalam tayangannya baik dari segi penyanyi, kostum maupun lirik lagunya. Terakhir peneliti menggunakan *social culture* (makro) disini peneliti memasukan sejarah dangdut di televisi lokal dan juga regulasi tentang erotisme.

Penelitian ini penting dilakukan karena program Stasiun Dangdut melakukan banyak pemanfaatan media merubah nilai guna menjadi nilai tukar, melihat rating stasiun dangdut yang tinggi, membuat produser Stasiun Dangdut ini memanfaatkan situasi yang ada, yang diminati oleh khalayak maka itu yang selalu digali dan digunakan oleh produser, khalayak menyukai program ini karena penyanyinya yang menggunakan pakaian yang sexy dan terbuka sehingga meningkatkan nafsu. Sehingga tayangan ini mengandung unsur erotis dan seksualitas. Oleh karena itu, pihak KPI terus menegur program ini namun karena produser melihat ratingnya yang tinggi sehingga produser terus mengangkat program ini. Banyaknya komodifikasi, ekonomi politik media dan kapitalisme dalam program ini sehingga penelitian ini penting dilakukan.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan dari latar belakang yang dijelaskan diatas, rumusan masalah yang akan diteliti ialah :

1. Bagaimana proses komodifikasi erotisme dan seksualitas ditampilkan dalam teks program Stasiun Dangdut di JTV?
2. Bagaimana proses komodifikasi erotisme dan seksualitas di tampilkan dalam produksi dan pengemasan program Stasiun Dangdut JTV?
3. Bagaimana proses komodifikasi erotisme dan seksualitas ditampilkan dalam konteks sosial ekonomi politik media pemaknaan dangdut?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini ialah :

1. Untuk mengetahui bagaimana proses komodifikasi erotisme dan seksualitas ditampilkan dalam teks program Stasiun Dangdut di JTV.
2. Untuk mengetahui bagaimana proses komodifikasi erotisme dan seksualitas di tampilkan dalam produksi dan pengemasan program Stasiun Dangdut JTV.
3. Untuk mengetahui Bagaimana proses komodifikasi erotisme dan seksualitas ditampilkan dalam konteks sosial ekonomi politik media pemaknaan dangdut.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Manfaat yang diharapkan dari dilakukannya penelitian ini ialah :

1.4.1 Secara Teoritis

Memberikan pemahaman tentang Ekonomi Politik Media di Universitas Trunojoyo Madura mengingat Ekonomi Politik Media jarang diminati oleh mahasiswa, diharapkan bisa menjadi referensi untuk penelitian berikutnya

1.4.2 Secara Praktis

Riset penelitian ini akan berguna bagi perbaikan program musik TV Lokal untuk mengetahui proses komodifikasi supaya tidak bertentangan dengan UU Penyiaran.