

Upaya penciptaan ruang publik dalam bentuk parodi politik di televisi :Kajian ekonomi politik terhadap ?Republik BBm? di Indosiar

Adri Firmansyah Ponsen, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=107861&lokasi=lokal>

Abstrak

Republik BBM merupakan sebuah program parodi politik mula-mula format fit and proper test . Acara ini memiliki karakteristik yang hampir sama dengan negara Indonesia. Negara ini juga memiliki Lembaga, pejabat, dan tokoh hampir sama, hanya saja namanya berbeda. Uniknya, di Republik BBM presidennya amat demokratis, berbagai hujatan. Kritik dan demo marak dimana-mana, tetapi beliau selalu mencermati dengan ringan kocak dan bijaksana. Kesan angker tidak terlihat, tetapi kharisma tetap terjaga. Setiap orang babas berbicara kepada beliau, namun rasa segan tetap terjaga bukan karena penjagaan Parpampres tetapi faktor kredibilitas yang menaikkan wibawanya.

Pada keduapuluh enam episode yang terjadi adalah sebuah bentuk upaya tarik menarik kepentingan antara pihak Indosiar dan pihak-pihak di dalamnya yang merupakan sebuah pembelajaran studi dari ekonomi politik media dan studi mengenai ruang publik. Menurut Golding dan Murdock selalu terdapat proses dinamika interplay antara struktur dan agensi antara pihak pemilik televisi (sebagai pihak pemodal) dan pengisi acara (sebagai pihak yang mewakili publik) dalam Republik BBM.

Metode yang dipakai oleh peneliti adalah studi kasus. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui studi literatur (kepuustakaan), wawancara mendalam dan observasi terhadap tayangan program Republik BBM. Tujuan peneliti adalah untuk mengamati interaksi antara penguasa dan pengusaha dalam mengintervensi ruang publik dalam tayangan televisi, Republik BBM. Kedua adalah menyingkap pertalian hubungan antara studi ekonomi politik media dan studi ruang publik media dalam sebuah program tayangan. Hasil penelitian ini menunjukkan terjadi intervensi pemilik modal televisi yang akan berdampak pada ranah media yang seharusnya netral. Implikasi secara praktis dari penelitian ini bagaimana praktisi komunikasi dapat merancang sebuah tayangan yang informatif dan demokratis. Implikasi secara teoritis, bagaimana keterkaitan yang sangat erat antara komunikasi politik dalam media (mediated political communication) dalam praktek demokrasi dan demokratisasi penyiaran media di Indonesia.

<hr><i>Republic BBM was a political parody television programme at Indosiar which originated from the fit and proper test of the Legislatives and executives personnel. The strong characteristic of this programme is a miniature of a real time situation and condition of the neighboring country, Indonesia. The Republic of BBM (which is derivation of 'Benar-Benar Mabo' means literally 'chaotic' form of government.) has the same government principle systems. They have the same factual finding of what situations and conditions of the executives, legislatives or in even the judicative with the exact same figured though they explicitly changed the name for the purpose of the parody. The uniqueness of this country was pretty much well democratic, even with millions of mocking criticizing his government. Mr Presiden himself always response the political mocking and the demonstration with fair and easy toward the situation and condition happening.

The twenty six episodes on air in Indosiar, the journey of the television programme has overcome several turbulence. The essence of this type of programme is mainly to reach a public sphere for everybody to talk and to express. As we discussed the media public sphere, we have to reconsider to discuss the political economy of the media itself. As Golding and Murdock redefined the political economy as, " a study that interrelated various elements that interconnected in the social sphere, specifically the power relation that produced production, distribution and consumption of resources). (Masco, 25:1996).</i>