

## Ekonomi politik media penyiaran (televisi): komodifikasi tayangan kriminalitas TKP TV7

Yorita L.S. Bernadetta, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=109099&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Pasca Reformasi 1998 stasiun-stasiun televisi bermunculan di Indonesia. Mereka bersaing untuk dapat tetap eksis. Maraknya program-program bertema kriminalitas di sejumlah besar stasiun televisi swasta nasional telah menciptakan suatu keadaan yang memprihatinkan bagi dinamika perkembangan pertelevisian Indonesia itu sendiri. Kritikan demi kritikan dilontarkan berbagai kalangan terhadap maraknya tayangan kriminalitas yang selalu hadir di ruang-ruang keluarga. Ironisnya, walaupun banyak pandangan yang tidak setuju dengan hadirnya berbagai bentuk tayangan kriminalitas, pada kenyataannya tayangan seperti itu terus berkembang dengan berbagai bentuknya. TV7 sebagai pendatang baru dalam industri televisi swasta tidak mau ketinggalan dalam memproduksi dan mendistribusikan (praktek komodifikasi) program sejenis, yang disebut dengan Tajuk Kriminal dan Perkotaan (TKP) yang saat ini dihadirkan setiap hari dua kali sehari dalam satu minggu (kecuali hari Sabtu hanya satu kali, yaitu pada siang hari).

Fokus tesis ini adalah berusaha menjelaskan bagaimana TV7 mengemas berita kriminalitas dalam program TKP, menggambarkan banyaknya pendapatan yang diperoleh stasiun televisi TV7 melalui tayangan TKP, menggambarkan audience profile tayangan TKP Siang, TKP Sore maupun TKP Malam dan mengevaluasi atau mengkritisi tanggungjawab sosial TV7 terhadap khalayaknya melalui tayangan kriminalitas TKP.

Dalam mengkritisi fenomena program bertema kriminalitas, tesis ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan paradigma kritis dan bersifat deskriptif. Sementara metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan melalui studi literatur (kepustakaan), wawancara mendalam terhadap sejumlah narasumber yang berkompeten di TV7, serta melakukan observasi langsung terhadap tayangan program TKP tersebut.

Dari hasil penelitian ditemukan bahwa dengan semakin ketatnya persaingan antar industri televisi swasta di Indonesia saat ini, dimana seluruh stasiun televisi swasta nasional yang ada menayangkan program kriminalitas, mendorong para pengelola stasiun televisi untuk menciptakan peluang bisnis tertentu dengan menciptakan strategi programming yang disukai khalayak. Industri televisi adalah sebuah industri yang modalnya sangat besar, otomatis juga membutuhkan biaya operasional yang tidak sedikit, oleh sebab itu para pengelola stasiun televisi berusaha untuk mendapatkan keuntungan dengan menjual program yang "disukai" penonton dan seolah "memaksa" mereka untuk berargumentasi bahwa selama pemirsan dan pengiklan menyukai tayangan bertema kriminalitas ini, maka selama itu pula mereka akan memproduksi dan menayangkan (mendistribusikan) ke layar kaca pemirsan.

Bukti yang ditemukan juga menunjukkan bahwa membanjirnya iklan ke program TKP mendorong manajemen TV7 untuk terus menambah frekuensi penayangannya, dari yang semula sekali dalam satu hari

menjadi dua kali dalam satu hari dalam seminggu. Ironisnya, program yang semula diklaim memiliki ciri khas karena ada segmentasi untuk iklan layanan masyarakat dalam program sore/malam hari ternyata dalam perjalanannya tak lebih dari sekedar bagian dari tekno kapitalis.

Implikasi hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa studi terhadap masalah-masalah isi program televisi bagi pemirsanya, khususnya studi ekonomi-politik yang terkait dengan komodifikasi program kriminalitas di televisi swasta, pada dasarnya perlu dikaji lebih lanjut secara kritis dan holistik dengan menyertakan dua entry point lainnya, yaitu spasialisasi dan strukturasi.