

# Ekonomi-Politik Program Televisi Swasta di Indonesia: Suatu Kajian Kritisal Pada Komodifikasi Program Dunia Lain TransTV = Political Economy Of Private Television Program In Indonesia: A Critical Study in Commodification of Program Dunia Lain TransTV

Zulham, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=83222&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

Maraknya program-program bernuansa hantu dan alam gaib atau yang lebih dikenal dengan "dunia lain" (supranatural) di sejumlah besar stasiun televisi swasta nasional di tanah air dalam pasca reformasi 1998 lalu, telah menciptakan suatu kondisi yang cukup memprihatinkan bagi dinamika perkembangan media penyiaran Indonesia itu sendiri. Tiada hari tanpa hantu (mistis) di layar kaca pemirsa kita. Demikian kritikan sejumlah kalangan masyarakat di berbagai kesempatan dan diekspos di berbagai media massa, yang memprihatinkan mengapa tontonan semacam ini begitu tumbuh subur. Ironisnya, walau pandangan miris terus berkembang, toh program-program bernuansa penampakan makhluk-makhluk halus dari "dunia lain" itu justru kian bertambah. Makin dihujat, malah makin bertambah-tambah. TransTV sebagai pendatang baru dalam industri televisi swasta pun tak mau ketinggalan memproduksi dan mendistribusikan (praktik komodifikasi) program sejenis, yang disebut dengan Program Dunia Lain, yang saat ini bahkan ditayangkan sebanyak 3 (tiga) kali seminggu: Selasa, Kamis dan Sabtu malam.

Menyikapi kondisi program-program televisi swasta bertemakan nuansa kegaiban ini (yang oleh sebagian kalangan kerap disebut sebagai cerminan tontonan yang berselera rendah, mudah memproduksinya dan murah dalam pembiayaannya), peneliti terdorong untuk melakukan penelitian tentang apa yang sesungguhnya menjadi latar belakang televisi swasta kita itu (TransTV) mengkomodifikasinya ke dalam programnya, dan pertimbangan-pertimbangan ekonomi politik seperti apa yang dijadikan landasan.

Merujuk pada hal ini, ke-concern-an tesis ini adalah untuk berusaha "membongkar" dan mengkritisi praktik-praktik komodifikasi dalam perspektif ekonomi-politik komunikasi media, dan mencoba mengungkapkan "motif tersembunyi" di balik argumentasi bahwa program semacam ini yang tengah digandrungi stasiun televisi dan oleh sebagian besar pemirsa kita sebagai refleksi dari selera masyarakat kita. Bukan karena persoalan rating dan iklannya.

Dalam mengkritisi fenomena program bernuansa hantu dan alam gaib (dunia lain) ini, tesis ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, dengan paradigma kritis, dan bersifat deskriptif. Sementara metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui studi literatur (kepuustakaan), wawancara mendalam sejumlah narasumber yang berkompeten di TransTV, serta melakukan observasi langsung terhadap tayangan Program Dunia Lain tersebut.

Hasilnya ditemukan bahwa dengan semakin ketatnya persaingan antar industri televisi swasta nasional saat ini (yang notabene hampir seluruhnya mengkomodifikasi program semacam ini, kecuali MTV Indonesia, Global TV dan TVRI, mendorong para pengelola stasiun televisi untuk menciptakan peluang-peluang bisnis

tertentu melalui rating dengan menciptakan strategi programming yang disukai pemirsanya. Alibi bahwa media televisi yang merupakan industri bisnis yang luar biasa investasinya, seolah "memaksa" mereka untuk berargumentasi bahwa selama pemirsa dan pengiklan menyukai tayangan bemuansa kegaiban ini, maka selama itu pula mereka akan memproduksi dan menayangkan (mendistribusikan) ke layar kaca pemirsanya.

Bukti yang ditemukan menunjukkan bahwa membanjirnya iklan (sold out) ke Program Dunia Lain, mendorong manajemen TransTV untuk terus menambah frekuensi penayangannya, dari yang semula sekali kini telah menjadi tiga kali dalam seminggunya. Ironisnya, program yang semula diklaim memiliki ciri khas dengan sentuhan teknologi kamera dan audionya itu, ternyata dalam perjalanannya tak lebih hanya sekedar sebagai 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-program mistik atau supranatural di stasiun televisi swasta kita, pada dasarnya perlu dikaji lebih lanjut secara kritis dan holistik dengan menyertakan dua entry point lainnya, yakni spesialisasi dan strukturasi.

Apa yang pernah diungkapkan oleh Ishadi SK sebagai kondisi vicious circle (lingkaran tak berujung), dikotomis antara bisnis dan idealisme dalam kehidupan media (di mana dalam derajat tertentu para perencana program karena terlalu mengacu pada rating, terdorong untuk melupakan, mengesampingkan, bahkan cenderung meremehkan idealisme dalam arti tidak mempertimbangkan sisi pengaruh jelek dari program yang ditayangkannya), kini pun menimpa stasiun televisi TransTV yang sekarang dipimpinnnya. Komitmen untuk bertanggungjawab sosial seolah sekedar retorika, ada tapi tiada mirip dengan substansi program semacam ini.

*The flourishing ghost and supernatural nuance programs or known as "the other world" program in a number of national private television stations after the reformation era 1998, has created a condition which caused a concern for the dynamic development of broadcasting media itself in Indonesia. There is no day without ghost (mystic) in the screen our viewers. The criticism of some people in various occasions is exposed in various mass media. The thing, which caused the concern, is why such views grow abundantly. Ironically, even though such a concern continue to increase, however, the programs that have a nuance of supernatural creatures from "the other world" is even more increasing. The more people condemn it, the more it grows. TransTV as a new corner in the private television industry also produces and distributes similar programs (commodification practices) which is called as Program Dunia Lain, and currently it even casts 3 (three) times a week: on Tuesday, Thursday and Saturday night.*

In anticipating the private television programs that have the topics of supernatural world (which is often called by some people as the reflection of the low taste of the viewers which is easy to produce and inexpensive in its financing), researcher encouraged to perform a research regarding what is actually the reason of our private television (TransTV) to commodification such a program and what political and economical considerations that they have in mind.

Referring to this problem, This thesis concern to attempt to "reveal" and criticize the commodification practices in the economical and political perspective of media communication, and attempt to reveal the

"hidden motive" behind the argumentation of such program which is preferred by the television stations and most of the viewers reflect the taste of our people. It is not because of the problem of rating and the advertising.

In criticizing the phenomena of ghost-nuances and supernatural programs, this thesis use a qualitative approach, with a critical paradigm, and descriptive in nature. While the data collection method in this research is done through literature study (bibliography), in-depth interview and a number of competent resource person in TransTV, and direct observation towards such casting of the Program Dunia Lain.

The results indicates that with the increasingly severe competition between the current national private television stations (almost all of the stations perform such corn modification, except MTV Indonesia (Global TV) and TVRI), has encouraged the television station managers to create a programming strategy that the viewers like. The reason that the television media is a high investment industry forced them to argument that as long as the viewers and the advertisers like the supernatural nuance casting, they will produce and cast (distribute) it to the screen for the viewers.

The evidence that found out indicates that the increasing advertising (sold out) to the Program Dunia Lain, has encouraged the management of TransTV to continue to increase its casting frequency from once into three times a week. Ironically, the program, which claims that it has a special characteristic with a high tech camera touch and its audio, it turned that it is only a part of the capitalistic technology.

The implication of this research indicates that the study towards the content of television programs on the viewers is needed. Especially the political economy study related to commodification of mystic or supernatural program in our private television stations, basically must be further studied critically and in an holistic manner, by including two other entry points, namely spatialization and structuration.

What has been said by Ishadi SK as a vicious circle condition, a dichotomy between business and idealism in the media aspect (in which to some extent the program planners is very much oriented to the rating, which caused them to overlook and set aside, even tend to undervalue the idealism, in the sense they do not consider the negative impacts of the casting of the programs), now it is taking place at the TransTV television station which is now under his supervision. The commitment for social responsibility is only lip service, it is there but doesn't exist which is similar to such kind of programs.