

**Komodifikasi dalam Proses Produksi *Talkshow X tvOne*
(Kasus Ferdy Sambo)**

TESIS



DWI ANGGIA RITMADHINI

2221013025

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

Maret 2024

Komodifikasi dalam Proses Produksi *Talkshow X tvOne*

(Kasus Ferdy Sambo)

TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Magister Ilmu
Komunikasi**



DWI ANGGIA RITMADHINI

2221013025

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

Maret 2024

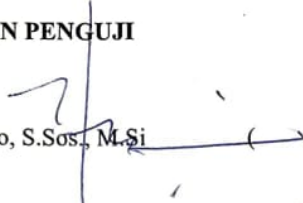
HALAMAN PENGESAHAN


Tesis ini diajukan oleh:

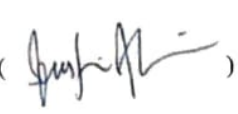
Nama : Dwi Anggia Ritmadhini
NIM : 2221013025
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Judul Tesis : **Komodifikasi dalam Proses Produksi *Talkshow X tvOne*
(Kasus Ferdy Sambo)**

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Ilmu Komunikasi pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Aryo Subarkah Eddyono, S.Sos., M.Si ()

Penguji 1 : Dr. Bambang Sukma Wijaya, S.Sos., M.Si. ()

Penguji 2 : Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos., M.Si., CICS ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 20 Mei 2024

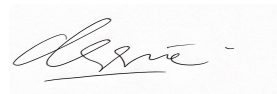
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Dwi Anggia Ritmadhini

NIM : 2221013025

Tanda Tangan:



Tanggal : 20 Mei 2024

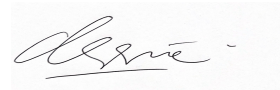
UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat- Nya, penulis dapat menyelesaikan Tesis ini. Penulisan Tesis ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister Komunikasi Program Studi Magister Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tesis ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Dr. Aryo Subarkah Eddyono, S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan tesis ini;
- 2) Dr. Bambang Sukma Wijaya, S.Sos., M.Si dan Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos., M.Si., CICS selaku dosen penguji;
- 3) Pihak tvOne yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang saya perlukan;
- 4) Orang tua, suami dan anak-anak saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral; dan
- 5) Sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan tesis ini.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tesis ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, Mei 2024



Dwi Anggia Ritmadhini

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dwi Anggia Ritmadhini
NIM : 2221013025
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Jenis Tesis : Kualitatif

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Komodifikasi dalam Proses Produksi *Talkshow X tvOne* (Kasus Ferdysambo)”

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 20 Mei 2024

Yang menyatakan



(Dwi Anggia Ritmadhini)

**“Komodifikasi dalam Proses Produksi *Talkshow X* tvOne
(Kasus Ferdy Sambo)”**

Dwi Anggia Ritmadhini

Abstrak

Industri televisi menjadi komoditas yang tak lepas dari peran kapitalis di dalamnya. Sehingga media massa mengesampingkan peran dan fungsi sesungguhnya untuk memberikan tayangan edukatif, menghibur dan bermanfaat bagi penonton. Masifnya praktik komodifikasi tayangan TV mempertajam praktik ekonomi politik media. Inilah yang terjadi pada proses produksi tayangan *talkshow X* di tvOne yakni adanya praktik komodifikasi isi, penonton serta komodifikasi pekerja media khususnya para penanggung jawab *talkshow X*. Penelitian ini bertujuan melihat bagaimana praktik komodifikasi isi, komodifikasi khalayak dan komodifikasi pekerja pada proses produksi *talkshow X*, khususnya berkaitan dengan tema pembunuhan Brigadir Yoshua Hutabarat. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kualitatif paradigma kritis. Paradigma kritis digunakan untuk membongkar ketiga praktik komodifikasi dalam proses produksi *talkshow X* tvOne. Metode pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam serta observasi dokumen. Narasumber utama dalam penelitian ini adalah penanggung jawab program *talkshow X*, yakni manajer, produser, asisten produser *talkshow X* serta manajer programing tvOne. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tayangan dan data penonton *talkshow X* dijadikan komoditas yang memiliki nilai jual dan mendatangkan keuntungan. Eksploitasi pekerja media terutama penanggung jawab program *talkshow X* juga terjadi. Riset ini terbatas pada praktik ekonomi politik dalam proses produksi *talkshow X* saja dengan tema terkait kasus pembunuhan Brigadir Yoshua Hutabarat yang melibatkan petinggi Polri Irjen. Pol. Ferdy Sambo.

Kata Kunci: ekonomi politik media, Ferdy Sambo, komodifikasi, produksi talkshow televisi, Vincent Mosco

“Commodification in the Production Process of Talkshow X tvOne (The Ferdy Sambo Case)”

Dwi Anggia Ritmadhini

Abstract

The media industry has become a commodity that is inseparable from the role of capitalism within it, including the television industry. As a result, mass media neglects its true role and function to provide educational, entertaining, and beneficial broadcasts to the audience. The mass commodification practice of TV broadcasts sharpens the practice of media political economy. This is what happens in the production process of talkshow X on tvOne, namely the practice of commodifying content, audience, and media workers, especially the stakeholders of talkshow X. This research aims to examine how the commodification practices of content, audience, and workers occur in the production process of talkshow X, especially related to the theme of the murder of Brigadier Yoshua Hutabarat. This research was conducted using a qualitative approach with a critical paradigm. The critical paradigm is used to uncover the three commodification practices in the production of talkshow X. Data collection methods were conducted through in-depth interviews and document observation. The main informants in this study were stakeholders of the talkshow X program, including the manager, producer, assistant producer of talkshow X, and the programming manager of tvOne. The results show that the broadcasts and audience data of talkshow X are commodified commodities that have commercial value and bring profits to the company. Exploitation of media workers also occurs towards stakeholders of the talkshow X program. This research is limited to the political economy practices in the production process of talkshow X only, with a theme related to the case of the murder of Brigadier Yoshua Hutabarat involving the senior Indonesian National Police official, Inspector General Ferdy Sambo.

Keywords: media political economy, Ferdy Sambo, commodification, TV talkshow production, Vincent Mosco

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI TESIS	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	ix
1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	7
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	8
2. TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Konsep Yang Relevan	9
2.1.1 Ekonomi Politik Media	9
2.1.2 Komodifikasi, Spasialisasi dan Strukturasi ...	14
2.2.3 Komodifikasi Isi	17
2.1.4 Komodifikasi Khalayak	19
2.1.5 Komodifikasi Pekerja	21
2.1.6 Program Talkshow Berita	23
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan	27

2.3.	Model Kerangka Penelitian	38
3.	METODE PENELITIAN	39
3.1.	Desain dan Pendekatan	39
3.2.	Objek dan Subjek Penelitian,	40
3.3.	Pengumpulan Data	42
3.4.	Analisis Data	44
3.5.	Triangulasi Data	45
4.	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1.	Perkembangan Televisi	46
4.2.	Sejarah <i>Talkshow</i> Dunia	48
4.3.	Tren <i>talkshow</i> Indonesia	53
4.4.	<i>Talkshow</i> tvOne	56
4.5.	<i>Talkshow X</i> tvOne	62
5.	PRAKTIK KOMODIFIKASI TALKSHOW X.....	67
5.1.	Komodifikasi Isi	68
5.2.	Komodifikasi Khalayak	82
5.3.	Komodifikasi Pekerja	85
5.4.	Diskusi dan Pembahasan	94

6.	KESIMPULAN, KETERBATASAN & SARAN.....	108
6.1.	Kesimpulan	108
6.2.	Kendala & Keterbatasan	111
6.3.	Saran & Implikasi.....	112
6.3.1	Saran	112
6.3.2	Implikasi.....	114
	DAFTAR PUSTAKA	115
	LAMPIRAN.....	124

DAFTAR TABEL

Table 1. Penelitian Terdahulu	27
Table 2. Rating dan Share Program Talkshow tvOne Pada Dua Tahun Pertama	56
Table 3. Table 3. Tema talkshow X July 2022	68
Table 4. Tema talkshow X Agustus 2022	69
Table 5. Tema talkshow X September 2022	69
Table 6. Tema talkshow X Oktober 2022	70
Table 7. Tema talkshow X November 2022	70
Table 8. Performa tayangan talkshow X. Sumber: programming tvOne	73
Table 9. Revenue tayangan Youtube talkshow X tvOne. Sumber: tim digital service tvOne	74
Table 10. Profile Penonton talkshow X	76
Table 11. Revenue talkshow X periode Januari – November 2022. Sumber: Div. Sales tvOne	76
Table 12. Perbandingan revenue talkshow X tahun 2021 dan 2022. Sumber: Div. Sales tvOne	77
Table 13. Perbandingan Biaya Produksi dan Revenue Jan-Nov 2022. Sumber: Div. Finance tvOne	77
Table 14. Revenue talkshow X periode Januari – November 2022. Sumber: Div. Sales tvOne	90
Table 15. Perbandingan Revenue talkshow X Tahun 2021 dan 2022. Sumber: Div. Sales tvOne	91
Table 16. Perbandingan Biaya Produksi dan Revenue Jan-Nov 2022. Sumber: Div. Finance tvOne	91

Table 17. Revenue tayangan Youtube talkshow X tvOne. Sumber: tim digital service tvOne 92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran Penelitian (Sumber: diolah oleh peneliti)	34
Gambar 2. Proses Pengumpulan dan Analisis Data Miles & Huberman (1992)	41
Gambar 3. Corporate Culture tvOne	53
Gambar 4. Tangkapan Layar Program Apa Kabar Indonesia Pagi (2008).	54
Gambar 5. Tangkapan Layar Program Apa Kabar Indonesia Malam (2008).	55
Gambar 6. Alur Proses Produksi talkshow X. (sumber: diolah peneliti)	61
Gambar 7. Tangkapan Layar Berita Polisi Tembak Polisi. Sumber: CnnIndonesia Juli 2022.	65
Gambar 8. Tangkapan Layar Berita Kejanggalaan Kematian Brigadir Yoshua. Sumber: detiksumut Juli 2022.	66
Gambar 9. Tangkapan Layar Youtube tvOne. Sumber: youtube tvOne	74
Gambar 10. Tangkapan Layar Instagram talkshow X tvOne. Sumber: Instagram talkshow X tvOne	75
Gambar 11. Alur Praktik Komodifikasi Dalam Proses Produksi talkshow X tvOne. (diolah: oleh peneliti).	88