

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Perkembangan dunia media di era digitalisasi sangat pesat, hal ini menjadikan para pemilik media berlomba-lomba dalam menyajikan tayangan yang menarik perhatian masyarakat. Sebagian besar media mengikuti arus untuk mengejar rating dan jumlah pelanggan, dibandingkan dengan isi kreativitas dan inovasi, atau yang biasa disebut dengan *diversity of content*.³ Era digitalisasi membawa perubahan pada masyarakat yang beragama Islam, dimana dalam memperoleh informasi keagamaan dan kebudayaan merujuk pada media digital dan media massa. Salah satunya adalah media pertelevisian yang memiliki daya tarik tersendiri dibandingkan dengan radio maupun media cetak. Televisi dengan paduan gambar dan suara secara langsung dimanfaatkan oleh pelaku bisnis media untuk memberikan beragam informasi kepada masyarakat, seperti informasi ekonomi, politik, hukum, sosial dan budaya. Sehingga hal inilah yang menjadi salah satu penyebab televisi lokal berlomba-lomba menyajikan program tentang kajian budaya.

Program siaran klinong-klinong merupakan salah satu program siaran di KSTV, Televisi lokal di Kota Kediri, yang menampilkan *content* dengan mengangkat tema budaya. Program acara klinong-klinong ini membahas

³ Ellyda Retpitasi, "Komodifikasi Kyai Pesantren dalam Program Kiswah TV9", (Tesis, UINSA, Surabaya, 2020), 01.

tentang sejarah, budaya, adat dan legenda yang ada di Kediri dan Sekitarnya. Pengadaan program klinong-klinong ini mengandung unsur komodifikasi budaya. Yakni dengan mengemas nilai budaya yang sifatnya non-economis, menjadi sebuah konten yang sifatnya ekonomis dan memiliki nilai jual. Tujuannya adalah untuk meningkatkan penghasilan komersial. Namun, sebagai televisi lokal, tujuan meningkatkan penghasilan komersial melalui komodifikasi budaya tersebut tidaklah mudah. Problem ini terjadi karena sulitnya menyaingi tayangan-tayangan televisi nasional dengan kelebihan memiliki jangkauan siar luas dan opsi konten yang lebih beragam dibanding televisi lokal. Kelebihan tersebut yang membuat rating dan jumlah penonton televisi nasional jauh lebih tinggi daripada televisi lokal. Padahal untuk meningkatkan penghasilan komersial dibutuhkan pihak sponsor yang notabene sangat memperhatikan rating dan jumlah pemirsa dari televisi yang akan dikontraknya. Dengan kata lain, proses komodifikasi budaya yang dilakukan oleh KSTV menjadi tugas yang berat untuk mencapai tujuan dan mendapatkan hasil yang maksimal.

Pada program siaran wisata budaya seperti program Breware Banten, On The Spot dan lainnya sebenarnya sudah ada sejak sepuluh tahun terakhir. Dari berbagai televisi swasta nasional menggunakan kesempatan ini untuk menayangkan program siaran religi dengan permintaan pasar masyarakat Indonesia yang haus akan mengenal budaya namun mudah dikonsumsi, dan gampang dicerna. Hal ini juga diikutsertakan pengusaha (investor) dalam perolehan nilai ekonomi pada program siaran budaya. Budaya dan televisi menjadi

bagian yang tidak dapat dipisahkan dari individu dan masyarakat, program siaran budaya menjadi tempat untuk meraih keuntungan dan keberlangsungan media. Dengan demikian program siaran kebudayaan menjadi peluang besar dalam industri pertelevisian saat ini. Hadirnya program budaya dalam televisi ini merupakan sebuah usaha untuk mengenalkan dengan mudah terkait sejarah dan kebudayaan kita kepada khalayak dengan segmentasi yang lebih luas.

Berdasarkan survey dari Alvara Rearch Center membuktikan bahwa masyarakat dalam mencari pengetahuan tentang kebudayaan dari media televisi sebesar 68,40%, program kajian di sekitar tempat tinggal 54%, broadcast melalui media sosial 17%, artikel di internet 14,1%, dan ebook sebesar 13,9%.⁴ Indeks Kualitas Program Siaran TV Periode 2 Tahun 2017.⁵ Adapun pada tahun 2017, survey indeks kualitas program siaran televisi wisata budaya menduduki posisi pertama⁶ Sudah banyak penelitian-penelitian mengenai komodifikasi budaya, seperti yang diteliti oleh Ronny Yudhi Septa Priana yang berjudul Komodifikasi Budaya Pada Program Berita Televisi dari hasil penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat upaya komodifikasi budaya baik secara material dan kultural. Komodifikasi kultural mengacu pada proses dimana budaya atau seni diubah menjadi produk yang dapat diperdagangkan. Contohnya adalah dalam industri musik dan film, di mana produksi dan distribusi musik dan film dianggap sebagai produk yang dapat

⁴ Nur Syam, "Moderation of Religion In Indonesia: Preaching the Friendly Islam in Millenial Era. International Seminar "Islam and Knowledge Production in Modern Society" UIN Sunan Ampel, (Oktober 30-31, 2019).

⁵ Survei Komisi Penyiaran Indonesia & Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia (ISKI), Indeks Program Siaran Televisi Periode II tahun 2017. 5

⁶ Retpitasari, "Komodifikasi Kyai Pesantren", 02.

diperjualbelikan. Dalam hal ini, musik dan film bukan hanya diproduksi untuk memenuhi kebutuhan budaya atau artistik, tetapi juga untuk menghasilkan keuntungan finansial bagi perusahaan. Namun, sisi positif dari komodifikasi kultural adalah bahwa dapat membantu memperkenalkan budaya lokal kepada masyarakat luas, dan pada saat yang sama membuka peluang untuk seniman dan budayawan untuk memperoleh penghasilan lebih.

Di sisi lain, komodifikasi material merujuk pada proses dimana benda-benda yang sebelumnya tidak diperdagangkan atau dianggap bernilai budaya, diubah menjadi barang yang dapat diperjualbelikan. Contohnya adalah barang-barang antik atau seni yang dianggap bernilai budaya dan sejarah, tetapi kemudian dijual sebagai koleksi atau investasi finansial. Hal ini terjadi dalam proses produksi, distribusi, dan konsumsi. Secara keseluruhan, komodifikasi kultural dan material merupakan fenomena yang terus berubah dalam ekonomi global yang berkembang. Namun, sisi positif dan negatif dari kedua bentuk komodifikasi ini harus dipertimbangkan secara hati-hati untuk memastikan bahwa nilai budaya dan artistik dari suatu benda tidak hilang dalam proses komodifikasi. Hal ini seperti yang dikatakan dalam kaidah

المُحَافَظَةُ عَلَى الْقَدِيمِ الصَّالِحِ وَالْأَخْذُ بِالْجَدِيدِ الْأَصْلَحِ

Artinya: “memelihara yang lama yang masih baik dan mengambil yang baru yang lebih baik”.

“Kaidah ini sesungguhnya menuntut adanya keseimbangan antara merawat tradisi dan upaya inovasi. Namun, dalam implementasinya, bobot merawat tradisi dan budaya lebih besar sehingga porsi untuk melakukan inovasi pemikiran seperti dalam

komodifikasi budaya kurang memadai, karena dapat menghilangkan nilai budaya dan artistik dari suatu benda”.⁷

Adapun hal yang membedakan yakni terletak pada sisi objek penelitian. Sehingga penelitian ini bersifat melengkapi dari penelitian-penelitian sebelumnya, dan tujuan utamanya adalah untuk mengetahui bagaimana proses komodifikasi budaya pada program klinong-klinong, serta mengetahui alasan dibalik layar pembuatan program klinong-klinong. Dengan dasar tersebut, peneliti merasa penting untuk mengkaji topik yang berjudul “Komodifikasi Budaya Pada Media Lokal: Studi kasus Program Klinong-klinong di KSTV”.

B. Fokus Penelitian

Adapun fokus penelitian ini, sesuai dengan konteks penelitian di atas, maka fokus penelitian ini adalah:

1. Bagaimana proses produksi komodifikasi budaya pada program siaran di KSTV?
2. Mengapa KSTV melakukan komodifikasi budaya dalam program klinong-klinong?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan penelitian diatas tujuan penelitian ini adalah:

⁷ K.H Ma,ruf Amin,nuonline, <https://tinyurl.com/3juurcha>, diakses pada 08 Agustus 2023

1. Untuk mengetahui proses produksi komodifikasi budaya pada media lokal di KSTV.
2. Untuk mengetahui alasan KSTV melakukan proses komodifikasi budaya pada program klinong-klinong.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat dari hasil penelitian ini yaitu:

1. Secara Teoritis

Komodifikasi budaya merujuk pada proses dimana elemen-elemen budaya seperti seni, musik, mode, atau tradisi dianggap sebagai objek yang dapat diperjualbelikan dan dimasukkan ke dalam pasar. Hal ini terjadi ketika elemen budaya tersebut diubah menjadi bentuk-barang yang dapat diproduksi secara massal dan dijual sebagai produk konsumsi. Contohnya adalah industri musik dan film, di mana seniman dan karya mereka dianggap sebagai barang yang dapat dijual, diperdagangkan, dan dipasarkan.

Penelitian ini dapat membantu mengetahui bagaimana cara melakukan komodifikasi dengan melalui budaya yang ada sehingga tentu dengan mudah memahami seperti apa budaya yang ada disekitar kita khususnya di daerah kota kediri. Penelitian ini secara teori diharapkan dapat menjadi sumbangsih pengetahuan secara global, sesuai dengan judul utamanya “Komodifikasi Budaya Pada Media Lokal: Studi Kasus Program Klinong-klinong di KSTV”.

1. Secara Praktis

Ada beberapa macam komodifikasi yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari. Salah satunya adalah komodifikasi barang. Dalam proses ini, barang dianggap sebagai objek yang dapat diperjualbelikan di pasar dan dianggap memiliki nilai ekonomi. Contohnya adalah komodifikasi pangan, di mana makanan yang semestinya merupakan kebutuhan dasar manusia diubah menjadi produk yang dapat dijual dengan harga yang lebih tinggi.

Selain itu, terdapat juga komodifikasi jasa. Dalam proses ini, jasa dianggap sebagai objek yang dapat diperjualbelikan dan dianggap memiliki nilai ekonomi. Contohnya adalah komodifikasi pendidikan, di mana pendidikan diubah menjadi industri dan dianggap sebagai barang yang dapat dijual. Komodifikasi juga terjadi dalam sektor tenaga kerja, dimana tenaga kerja dianggap sebagai objek yang dapat dijual dan dibeli di pasar. Contohnya adalah praktik perdagangan manusia, di mana individu dianggap sebagai objek yang dapat dipasarkan untuk mendapatkan keuntungan ekonomi.

Selain itu, proses komodifikasi juga dapat terjadi pada elemen-elemen budaya seperti musik, film, atau seni. Dalam proses ini, budaya dianggap sebagai barang yang dapat diperdagangkan dan dipasarkan. Dalam kehidupan Modern, proses komodifikasi seringkali diterapkan dalam berbagai sektor dan dapat memicu dampak ekonomi dan sosial yang kompleks. Oleh karena itu, perlu adanya upaya untuk

memperhatikan dan meminimalkan dampak negatif dari proses komodifikasi.

a. Bagi keluarga

Sebagai bahan dan masukan serta informasi bagi keluarga dalam rangka menambah kecintaan serta turut menjaga terhadap budaya.

b. Bagi peneliti

Dapat menambah wawasan dan pengetahuan baru khususnya dalam bidang penelitian tentang Komodifikasi Budaya Pada Media Lokal: Studi Kasus Program Klinong-klinong di KSTV.

c. Bagi Dosen

Dapat menambah pengetahuan baru dalam penelitian Komodifikasi Budaya Pada Media Lokal: Studi Kasus Program Klinong-klinong di KSTV.

E. Definisi Oprasional

1. Komodifikasi

Menurut Vincent Mosco *commodification is the process of transforming use value into exchange value*. Komodifikasi adalah perubahan dari nilai guna menjadi nilai tukar. Komoditas adalah sesuatu yang tujuan utamanya adalah untuk dijual ke pasar. Pariwisata menjadi komoditas yang pesat dalam perkembangan pada budaya sehingga

mengikuti kebutuhan dari pasar. Budaya menjadi komoditas yang diperjual belikan oleh masyarakat karena memiliki nilai jual yang tinggi dan begitu diminati oleh masyarakat sehingga muncul destinasi pariwisata budaya. Destinasi pariwisata budaya mendatangkan keuntungan bagi masyarakat karena mampu menjadi sumber ekonomi selain itu sebagai upaya pelestarian kebudayaan yang telah diwarisi⁸. Dalam kaitannya dengan kebudayaan adalah guna tradisi-tradisi yang merupakan aktivitas ritual kebudayaan kini berubah menjadi tradisi yang mengikuti kebutuhan pasar sehingga mampu menghasilkan keuntungan. Komoditas muncul karena adanya kebutuhan sosial dan ekonomi. Perkembangannya begitu pesat dan merata karena budaya tumbuh bersama masyarakat. Upaya komersialisasi budaya merupakan pelestarian budaya dan mampu memperoleh manfaat bagi masyarakat. Namun dari komersialisasi budaya tersebut, tentunya perlu dipegang teguh agar nilainya tidak luntur seiring dengan perkembangannya. Destinasi wisata budaya tentunya dituntut untuk mengikuti kebutuhan pasar karena diminati oleh wisatawan adalah tujuannya.

2. Budaya

Budaya adalah cara hidup yang berkembang dan dimiliki bersama oleh sekelompok orang dan diwariskan dari generasi ke generasi. Budaya terdiri dari banyak elemen yang kompleks, termasuk sistem agama dan politik, adat istiadat, bahasa, alat, pakaian, bangunan, dan karya seni.

⁸ Muh. Ali Azhar, I Nyoman Fizal Tri Lazuardi, I Ketut Putra Erawan Komodifikasi Tradisi Omed-Omedan, Universitas Udayana, *Denpasar*. 2021. 3.

Budaya bersifat dinamis, termasuk budaya lokal, budaya lokal yang telah menjadi hasanah bagi masyarakat etnik tertentu, telah melahirkan unsur-unsur dalam budaya lokal, yang dapat berupa berbagai produk budaya, nilai dan kepercayaan yang melahirkan Kearifan Lokal dan lembaga sosial tertentu.⁹ Bahasa, seperti halnya budaya, merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari manusia sehingga banyak orang cenderung beranggapan bahwa bahasa merupakan warisan genetik. Ketika seseorang mencoba untuk berkomunikasi dengan orang-orang dari budaya yang berbeda dan menyesuaikan diri dengan perbedaan tersebut, hal itu membuktikan bahwa budaya itu dipelajari.

Sejawaran Ibnu Khaldun dalam kitabnya yang berjudul Muqaddimah menjelaskan:

أَنَّ أَحْوَالَ الْعَالَمِ وَالْأُمَمِ وَعَوَائِدَهُمْ وَنَحْلَهُمْ لَا تَدُومُ عَلَى وَتَبِيرَةٍ وَاحِدَةٍ وَمِنْهَا جِ مُسْتَقَرٌّ. إِنَّمَا هُوَ اِخْتِلَافٌ عَلَى الْأَيَّامِ وَالْأَزْمِنَةِ. وَانْتِقَالٌ مِنْ حَالٍ إِلَى حَالٍ. وَكَمَا يَكُونُ ذَلِكَ فِي الْأَشْخَاصِ وَالْأَوْقَاتِ وَالْأَمْصَارِ. فَكَذَلِكَ يَقَعُ فِي الْأَفَاقِ وَالْأَقْطَارِ وَالْأَزْمِنَةِ وَالْأَدْوَالِ سُنَّةُ اللَّهِ الَّتِي قَدْ حَلَّتْ فِي عِبَادِهِ.

Artinya: “Sungguh keadaan dunia, bangsa-bangsa, adat istiadat dan keyakinan mereka tidak selalu mengikuti satu model dan sistem yang tetap, melainkan selalu berbeda-beda (berubah) seiring perjalanan hari dan masa, berpindah dari satu kondisi menuju kondisi lainnya. Sebagaimana hal itu

⁹ Widodo Muktiyo, “Komodifikasi Budaya dalam Kontruksi Realitas Media Massa”, Vol.31, No.1 (Juni, 2015), 116.

terjadi pada manusia, waktu, dan Kota, di berbagai kawasan, zaman, dan negeri juga terjadi Sunnah Allah (sunnatullah) yang telah terjadi pada hamba-hamba-Nya.”

Kebudayaan merupakan kompleks yang mencakup pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat dan kebiasaan-kebiasaan yang dilakukan oleh sekumpulan anggota masyarakat.¹⁰ Merumuskan sebagai semua hasil karya, rasa, dan cipta masyarakat. Karya masyarakat menghasilkan teknologi dan kebudayaan kebendaan atau kebudayaan jasmaniah (material culture) yang diperlukan oleh manusia untuk menguasai alam sekitarnya agar kekuatan serta hasilnya dapat diabdikan untuk keperluan masyarakat.¹¹

Menurut Ki Hajar Dewantara kebudayaan berarti buah budi manusia adalah hasil perjuangan manusia terhadap dua pengaruh kuat, yakni zaman dan alam yang merupakan bukti kejayaan hidup manusia untuk mengatasi berbagai rintangan dan kesukaran didalam hidup dan penghidupannya guna mencapai keselamatan dan kebahagiaan yang pada lahirnya bersifat tertib dan damai.¹² Kebudayaan terdiri dari segala sesuatu yang dipelajari dari pola-pola perilaku yang normatif.

¹⁰ Soerjono, Soekanto. *Sosiologi suatu Pengantar* (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), 150-151.

¹¹ Selo Soemardjan dan Soelaeman Soemardi, *Setangkai Bunga Sosiologi* (Jakarta: Yayasan Badan Penerbit Fakultas Ekonomi UI, 1964), 115.

¹² Ki Hajar Dewantara, *Kebudayaan Yogyakarta: Majelis Luhur Persatuan Taman siswa*, 1994.

3. Komodifikasi Budaya

Komodifikasi erat kaitannya dengan produk dan proses komersialisasi segala bentuk dari yang bernilai dan buatan manusia. Komodifikasi digambarkan oleh Vincent Mosco sebagai cara kapitalisme dengan membawa akumulasi tujuan kapitalnya atau mudahnya dapat digambarkan sebagai sebuah perubahan nilai fungsi atau guna menjadi sebuah nilai tukar.¹³

Komodifikasi budaya *the commodification of culture* adalah proses mengubahnya nilai pakai menjadi nilai tukar yang tidak lepas dari konstruksi historis dan kultural yang kompleks maka media memproduksi sebagai komoditas. Dalam bukunya Idy S, Komodifikasi budaya adalah hal yang paling menantang dan membangkitkan minat yang muncul dari prespektif kajian media dan budaya kritis. Pandangan ini mengkhususkan diri dalam produksi dan distribusi komoditas budaya¹⁴.

4. Media Lokal

Media lokal dalam tulisan ini merujuk pengertian media yang dikelola, terbit, atau beroperasi di daerah. Artinya kantor pusat berlokasi di daerah tertentu dan mayoritas berita yang dimuat adalah berita mengenai daerah tersebut karena aspek kedekatan (*proximity*). Dalam konteks surat kabar, dapat dilihat dari sisi distribusi, surat kabar daerah biasanya tidak

¹³ Ronny Yudhi Septa Priana, "Komodifikasi Budaya pada Program Berita Televisi (Studi Kasus Televisi Lokal di Kota Serang Provinsi Banten)", *Jurnal Sosial Ekonomi dan Humaniora*, 4, no.1, (2014): 21.

¹⁴ Idi Subandy Ibrahim dan Bachruddin Ali Akhmad, *Komunikasi dan Komodifikasi: Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi* (Jakarta: Pustaka Obor Indonesia, 2014), 14.

dapat dibeli di daerah-daerah lain, kecuali secara berlangganan. Konsep ini sedikit berbeda dengan televisi regional dengan skala distribusi nasional sebagaimana fenomena televisi lokal.

Media lokal juga berfungsi sebagai wadah untuk mengungkapkan perspektif dan kepentingan yang mungkin tidak mendapatkan perhatian yang cukup dalam media nasional atau internasional. Dalam hal ini, media lokal mampu mewakili suara-suara minoritas, kelompok marginal, dan komunitas-komunitas yang sering kali terabaikan. Selain itu, media lokal memiliki peran penting dalam membentuk opini publik, mempengaruhi kesadaran politik, dan memfasilitasi partisipasi masyarakat dalam proses demokrasi. Dalam konteks ini, media lokal bertindak sebagai pengawas terhadap pemerintah, mengungkapkan kebijakan publik, dan memberikan ruang untuk diskusi yang konstruktif.

Media lokal merupakan komponen vital dalam ekosistem informasi suatu masyarakat. Dalam peranannya sebagai pilar kebebasan berekspresi, agen perubahan sosial, dan penjaga keberagaman budaya, media lokal memainkan peran yang tidak dapat diabaikan dalam membangun masyarakat yang inklusif, berbudaya, dan demokratis. Media regional semacam ini terbit di daerah (biasanya di ibukota provinsi) dan disebarkan ke daerah lain, bahkan ke seluruh Indonesia. Sedangkan media lokal mencerminkan aspek pemberitaan yang lebih sempit dan lebih bersifat kedaerahan.

Gazali menyebutkan, definisi lokalisme yang paling tradisional bersifat spatial emphasis dan berdasarkan pada pemahaman geografis terhadap sebuah komunitas.¹⁵ Prinsip filosofis yang ada di belakangnya menunjuk pada market place yang merupakan pusat kehidupan komunitas sebelum tumbuhnya urbanisasi. Baik sirkulasi komoditi maupun diskursus publik berlangsung di pasar.

5. Program Acara

Dalam Buku *Menjadi Sutradara Televisi* karya Naratama menjelaskan bahwa, "Format acara atau program adalah perencanaan dasar dari konsep program yang akan menjadi landasan kreativitas dan desain produksi yang akan dibagi menjadi berbagai kriteria utama yang disesuaikan dengan tujuan dan target penonton pertunjukan."¹⁶

Dalam susunan program acara, kegiatan dirancang untuk mencapai tujuan tertentu, baik itu untuk menghibur, memberikan informasi, atau mempromosikan produk atau layanan. Dalam merancang program acara, ada beberapa langkah yang harus dilakukan, mulai dari perencanaan, persiapan, pelaksanaan, hingga evaluasi.¹⁷ Perencanaan meliputi penentuan tema, tujuan, target audiens, dan anggaran yang tersedia. Persiapan tersebut meliputi menyiapkan rundown acara, Pemilihan venue dan vendor, hingga pengadaan peralatan dan lomba. Pelaksanaan merupakan tahapan dimana

¹⁵ Effendi Ghazali, "Menuntut Kelengkapan Peran Media: Tidak Hanya Membawa Tetapi Juga Membongkar Pencitraan", *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 14, no. 3, (Maret, 2011): 7.

¹⁶ Naratama "Menjadi Sutradara Televisi"(2004;63)

¹⁷ Herry Kuswita, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Esa Unggul, *Jurnal Komunikologi* Volume 11 No.2, September 2014

segala persiapan dilakukan, baik itu dengan mengatur logistik dan peralatan, pengarahan Tim dan relawan, hingga kelancaran acara. Evaluasi dilakukan setelah acara selesai dengan melihat keberhasilan program, baik dari segi pengunjung, respon, maupun dampak positif yang dihasilkan.

6. Program Klinong-klinong KSTV

Program atau acara yang disajikan merupakan faktor yang membuat khalayak tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan oleh stasiun penyiaran, baik radio maupun televisi. Dalam buku Morrison, program dapat dianalogikan dengan produk atau barang atau jasa yang dijual kepada pihak lain, dalam hal ini adalah penonton dan pengiklan.¹⁸ Dengan demikian, program adalah produk yang dibutuhkan orang sehingga mereka bersedia mengikutinya. Klinong-klinong merupakan program siaran religi yang ada dalam KSTV dengan memberikan materi budaya yang bersumber dari sejarah, dengan mengupas tuntas adat istiadat dan tempat-tempat yang bernilai sejarah.

KSTV merupakan TV lokal dengan genre budaya dan kearifan lokal, maka acara klinong-klinong juga tidak jauh dari yang namanya budaya. Program acara klinong-klinong ini membahas tentang sejarah, budaya, adat dan legenda yang ada di Kediri dan Sekitarnya. Setiap manusia pasti meninggalkan sejarah, tinggal bagaimna caranya agar sejarah tersebut tidak mudah pupus ditelan oleh bumi, hal inilah sangat penting dalam proses

¹⁸ Retno Intani, Implementasi Manajemen Komisi Penyiaran Indonesia Dalam Mengawal Isi Siaran Televisi Jurnal Pustaka Komunikasi, Vol. 1, No. 2, (September 2018), 376.

mengkomoditikan atau pengemasan budaya dalam suatu program siaran agar sesuatu yang sudah bernilai akan semakin besar nilai sejarahnya.

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu sangat penting untuk dilakukan oleh peneliti. Maka hasil penelusuran peneliti dari beragam riset karya tulis ilmiah yang membahas perihal komodifikasi dari berbagai aspek menjadi bahan pertimbangan dan sebagai referensi bagi peneliti, diantaranya:

1. Penelitian tentang komodifikasi budaya. Judul Komodifikasi Budaya Pada Program Berita Televisi (Studi Kasus Televisi Lokal di Kota Serang Provinsi Banten), Program Berware Banten merupakan program berita yang diproduksi oleh Baraya TV sebagai representasi identitas televisi lokal dengan menggunakan bahasa Jawa Serang sebagai bahasa pengantar presenternya, Program ini didistribusikan pada masyarakat Propinsi Banten. Identifikasi khalayak diperlihatkan melalui penggunaan kata Banten setelah kata Beware.¹⁹

Bahasa Jawa Serang yang digunakan merupakan representasi dari ideologi daerah yang terkandung dalam program tersebut. Kodifikasi khalayak dapat dilihat melalui penggunaan bahasa daerah yang digunakan dalam program berita. Sehingga dapat diketahui adanya klasifikasi dan pengelompokan masyarakat yang mengkonsumsinya yaitu masyarakat yang berlatar belakang bahasa Jawa Serang. Adanya

¹⁹ Priana, "Komodifikasi Budaya", 45.

upaya komodifikasi budaya dalam program berita Beware Banten. Berdasarkan hasil analisis komodifikasi yang terdapat pada isi berita yang diproduksi dengan menggunakan bahasa penyampaian penyaji bahasa Serang Jawa, siaran berita merupakan peristiwa yang terjadi di suatu daerah yang merupakan lokalitas berita sehingga orisinalitas berita diutamakan. Komodifikasi khalayak terlihat melalui penggunaan bahasa Jawa Serang yang kemudian merepresentasikan khalayak pemirsa program berita tersebut yaitu masyarakat Provinsi Banten yang akhirnya menjadi nilai-nilai jual. Menjualnya ke stasiun televisi yang memiliki program tersebut. Pekerja media, dalam hal ini kru yang bertanggung jawab atas proses produksi program, merupakan komoditas ketiga terkandung dalam program berita ini. Hal ini terlihat dari optimalisasi kerja yang dilakukan oleh seluruh awak media agar program ini dapat diproduksi, didistribusikan dan kemudian dikonsumsi oleh masyarakat.²⁰ Perbedaan pada penelitian ini peneliti pada karya ilmiah ini menggunakan komodifikasi khalayak, sehingga terfokus pada perubahan khalayak yang menjadi sebuah komoditas, Hal yang sama dengan penelitian tersebut adalah sama-sama mengalami perubahan komoditas.

2. Penelitian tentang komodifikasi budaya judul Komodifikasi Budaya dalam Ritual Yaa Qowiyyu Pada Masyarakat Jatinom, Klaten.

²⁰ Santi Susanti dan Reksa Anggia Ratmita, "Manajemen Produksi Program Berita di iNews TV Bandung", *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi*, 10, no.2 (2020): 32.

Membahas tentang Ritual Yaa Qowiyyu dikemas sebagai bentuk pariwisata yang digunakan sebagai sumber ekonomi masyarakat. Pengelolaan ritual tradisi yang berdasarkan pada kebijakan pariwisata berimplikasi luas pada proses komodifikasi budaya.²¹ Komodifikasi budaya dalam ritual Yaa Qowiyyu merupakan *secondary activity* yang mampu menjadi penggerak perekonomian masyarakat. Selain itu, ritual Yaa Qowiyyu secara tidak langsung menunjukkan bahwa ritual tersebut menjadi ruang terbuka yang mengakomodir setiap orang dengan kepentingan masing-masing sehingga setiap orang memiliki makna atas ritual tersebut.

Tulisan ini dibatasi pada kajian Yaa Qowiyyu dari perspektif budaya dan ekonomi. Kajian lainnya pada dasarnya dapat dilihat pada fenomena Yaa Qowiyyu dalam hubungan antara agama dengan budaya lokal masyarakat Klaten. Oleh karena itu, dibutuhkan kajian lanjutan yang melihat hubungan agama dengan budaya lokal dalam tradisi Yaa Qowiyyu sehingga akan melahirkan penelitian yang lebih komprehensif. Perbedaan dalam penelitian ini, Peneliti ini menggunakan komodifikasi konten dan khalayak, akan tetapi berdasarkan penelitiannya yang menjadi titik utama dalam penelitiannya terfokus pada tradisi agama yang menjadi daya tarik

²¹ Nur Quma Laila dan Saifuddin Zuhri, "Strategi Komodifikasi Budaya dalam Ritual Yaa Qowiyyu pada Masyarakat Jatinom, Klaten", *Jurnal Studi Agama*, 4, no. 1 (2021): 24.

pariwisata atau khalayak sehingga memiliki sumber pertukaran nilai uang.

3. Penelitian tentang komodifikasi budaya dengan judul Komodifikasi Budaya di Era Ekonomi Global (Studi Kasus Eksistensi Industri Pariwisata dan Kesenian Tradisional di Jawa Tengah), membahas kesenian tradisional yang semula sebagai subjek pengetahuan, kebijakan, dan kearifan lokal masyarakat pendukungnya, berkat adanya industri pariwisata kemudian berubah menjadi objek berupa benda yang harus diperjualbelikan melalui proses produksi budaya. Melalui proses industri itulah, eksistensi kesenian tradisional dikemas menjadi benda budaya yang harus mengikuti aturan pasar.²²

Dengan masuknya globalisasi keIndonesia, seni tradisional menghadapi tantangan global, karena globalisasi juga merupakan bentuk penetrasi nilai-nilai baru yang melahirkan alat praktis. Lahirnya perangkat praktis berbasis informasi, komunikasi dan teknologi melahirkan industrialisasi yang selalu mengarah pada orientasi pasar. Dengan kekuatan industrialis dan kapitalistik, proses produksi massal tak terhindarkan, termasuk komodifikasi seni tradisi yang selama ini menjadi identitas budaya dan kearifan lokal masyarakat pendukungnya. Bagi masyarakat yang mencoba mengembangkan seni tradisional menjadi bagian dari kehidupan modern, tentu akan terus berupaya

²² Agus Maladi Irianto, "Komodifikasi Budaya di Era Ekonomi Global terhadap Kearifan Lokal: Studi Kasus Eksistensi Industri Pariwisata dan Kesenian Tradisional di Jawa Tengah", *Jurnal Theologia*, 27, no. 1, (2016):9.

memodifikasi bentuk-bentuk seni yang masih berpolakan masa lalu untuk dijadikan komoditi yang dapat dikonsumsi masyarakat modern. Dengan globalisasi yang memudahkan manusia dalam kehidupan, tetapi eksistensi budaya daerah harus tetap dipertahankan.²³

Ketiga penelitian diatas meneliti tentang komodifikasi khalayak dalam ranah pendekatan kritis, akan tetapi yang membedakan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu jika ketiga penelitian tersebut komodifikasi pendekatan kritis yang mengarah ke fokus sosial, maka peneliti melakukan penelitian komodifikasi pendekatan kritis dengan teori ekonomi politik media Vincent Moskow.

G. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan dalam memahami keseluruhan isi skripsi ini, maka sistematika penulisan akan disusun sebagai berikut:

Bab I: Berisi pendahuluan yang memuat tentang berbagai informasi dengan berbagai ketentuan formal sebuah penelitian ilmiah yang terdiri dari (A) Konteks Penelitian, (B) Fokus Penelitian, (C) Tujuan Penelitian, (D) Kegunaan Hasil Penelitian, (E) Definisi Oprasional, (F) Sistematika Penulisan.

Bab II: Merupakan (G) Kajian Pustaka, yang memuat tentang Komodifikasi Budaya Pada Media Lokal: Studi Kasus Program Klinong-klinong di Kstv

²³ Sri Suneki, "Dampak Globalisasi terhadap Eksistensi Budaya Daerah", *Jurnal Ilmiah CIVIS*, 2, no.1, (2012): 19.

Bab III: Metode Penelitian berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, kehadiran peneliti, Lokasi Penelitian, Sumber Data, Prosedur Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data, Pengecekan Keabsahan Data, dan Tahap-tahap Penelitian.

Bab IV: Menjelaskan tentang Paparan Data, Temuan Penelitian, dan Pembahasan.

Bab V: Menjelaskan bagian Penutup diantaranya Kesimpulan dan Saran.²⁴



²⁴ Ibrahim & Bachruddin Ali Akhmad, *Komunikasi dan Komodifikasi*, 17.