

## KATA PENGANTAR

Pendekatan ekonomi politik komunikasi menjadi sangat relevan dan makin meningkat saat ini dengan adanya kecenderungan industri media dan teknologi komunikasi yang berkembang pesat. Media televisi merupakan sebuah industri yang berkembang dan menjadi aspek utama dalam menyedot perhatian masyarakat khususnya bagi yang memiliki kepentingan politik dan bisnis. Hingga kini media televisi masih menjadi industri atau institusi bisnis yang besar, meski dihadapkan oleh perkembangan media berbasis internet. Televisi menyajikan berbagai kemasan program yang sangat variatif disajikan dengan menyesuaikan pada kebutuhan pasar di Indonesia. Tidak dapat dinafikan sinetron adalah salah satu program unggulan bagi sebagian besar stasiun televisi di Indonesia untuk menyasar khalayaknya.

Komodifikasi sebagai salah satu aspek utama dalam pendekatan tulisan buku ini, merupakan titik masuk untuk memahami praktik-praktik komunikasi dalam industri televisi. Ada tiga tipe komodifikasi yang penting bagi komunikasi yaitu komodifikasi isi, komodifikasi khalayak dan komodifikasi tenaga kerja. Komodifikasi ini berupaya untuk mengungkap bentuk beroperasinya praktik dan ideologi kapitalisme dalam ranah kehidupan masyarakat khususnya dalam industri televisi.

Keprihatinan penulis terhadap pemanfaatan simbol agama dan budaya untuk kepentingan komersial dalam sinetron menjadi fokus kajian. Agama dan budaya semestinya menjadi hal yang sangat penting bagi rujukan dan pedoman hidup manusia ke jalan kebenaran dan kebaikan. Faktanya banyak simbol agama Islam dan budaya khususnya etnik Betawi dikomodifikasi, dieksploitasi, dipolitisasi bahkan dikaburkan maknanya untuk kepentingan industri televisi yang kapitalis dan kepentingan politik pemilik media. Keberadaan simbol tersebut telah dikomersialkan dan dimanipulasi melalui penggunaan kata-kata dan kalimat serta tayangan yang sensasional, provokatif dan hiperbola untuk menghibur khalayak dan menarik pengiklan. Sinetron genre religi seperti sinetron *Tukang Bubur Naik Haji* (TBNH) terus diproduksi dan ditayangkan tidak hanya dijadikan komoditas untuk mengakumulasi modal, namun sinetron (media) ini juga dijadikan sebagai komoditas politik untuk meraih kekuasaan.

Demikian pula pekerjaannya, mereka tidak saja diperas keringat, keahlian dan kreativitasnya, namun juga dimanfaatkan untuk kepentingan ekonomi dan politik kekuasaan pemilik media bersangkutan. Dengan kata lain mereka hanya menjadi budak dan pelayan bagi pemilik modal media

tersebut. Di sisi lain pemilik televisi, melalui sinetron tersebut telah memanfaatkan khalayak, caranya adalah dengan menjadikan khalayak sebagai komoditas dan sekaligus buruh yang berkerja untuk mengkonsumsi produk sinetron. Dengan kata lain, khalayak berkerja untuk memproduksi rating agar industri televisi tetap berjalan lancar dan mereka yang memiliki medianya dapat tetap terus menghasilkan uang. Struktur rezim media yang didukung kekuasaan ekonomi, politik dan budaya yang terpusat di Jakarta memperkuat bentuk industri sinetron yang mengeksploitasi simbol agama dan budaya, khalayak dan pekerja. Realitas ini adalah hilir dari permasalahan yang ada di hulu yaitu yang terkait dengan regulasi pertelevisian, sistem politik dan ekonomi di Indonesia.

Dengan semangat pendekatan kajian kritis terhadap proses dan praktik komodifikasi yang berlangsung dalam industri televisi ini diharapkan buku ini bisa menjadi pengantar dan sumbangan dalam memahami perkembangan industri media dan juga budaya populer. Tidak hanya itu implikasi bagi isi media, khalayak dan pekerja industri media juga penting untuk menjadi perhatian agar mendapatkan perubahan yang lebih baik ke depannya. Selain itu diharapkan buku ini dapat menjadi bentuk dialog dan upaya untuk menumbuhkan sikap kritis bagi setiap praktik komunikasi masyarakat dalam kehidupan sehari-hari.

Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada Prof. Dr Almasdi Syahza, SE., MP, ketua LPPM yang telah memberi masukan dan membantu menerbitkan karya tulis ini. Ucapan terimakasih penulis sampaikan juga kepada semua pihak yang sudah membantu dan menginspirasi terbitnya buku ini, terutama rekan-rekan dosen dan mahasiswa S1 dan S2 di Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Riau. Ucapan terimakasih dengan cinta yang tiada habis buat istri Dini Pusmaita, ananda Almer Majid Yasir dan Hamizan Malik Yasir yang selalu menjadi inspirasi dan penyemangat hidup penulis.

Akhirnya, sebagai sebuah karya manusia yang memiliki kelemahan dan kekurangan, penulis menyadari sepenuhnya bahwa buku ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, karya tulis ini masih membutuhkan masukan dan kritikan dari para pembaca untuk melengkapi kekurangan dan kelemahan buku ini. Penulis berharap semoga buku ini dapat bermanfaat dalam mencerdaskan kita semua.

Pekanbaru, Juni 2017  
Penulis,

Yasir

# DAFTAR ISI

	halaman
Kata Pengantar .....	v
Daftar isi.....	vii
Daftar Tabel.....	ix
Daftar Gambar.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Ekonomi Politik Sinetron.....	1
B. Paradigma dan Metode .....	10
C. Kerangka Penulisan.....	13
BAB II PENDEKATAN TEORITIS.....	17
A. Kajian Penelitian.....	17
1. Pendekatan Positivistik.....	18
2. Pendekatan Konstruktivis atau Interpretif.....	19
3. Pendekatan Kritis.....	22
B. Kajian Teoritis.....	25
1. Teori Kritis.....	25
2. Teori Ekonomi Politik Komunikasi.....	29
3. Ideologi, Hegemoni dan Kapitalisme .....	35
4. Eksploitasi dalam Industri Televisi.....	40
BAB III TELEVISI DAN SINETRON.....	45
A. Televisi.....	45
B. Sinetron.....	48
C. Televisi sebagai Industri Budaya Populer.....	53
BAB IV GRUP MNC, RCTI DAN SINEMART.....	57
A. Grup Media Nusantara Citra (MNC).....	57
B. Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI).....	65
C. SinemArt.....	69
D. Sinetron <i>Tukang Bubur Naik Haji; The Series</i> .....	73
BAB V EKSPLOITASI SIMBOL DALAM SINETRON.....	81
A. Eksploitasi Simbol dalam Kata.....	82
B. Eksploitasi Simbol dalam Kalimat.....	91
C. Eksploitasi Simbol dalam Tayangan dan Adegan.....	96

<b>BAB VI EKSPLOITASI PEKERJA DAN KHALAYAK .....</b>	<b>121</b>
<b>A. Produksi Teks dan Eksploitasi Pekerja.....</b>	<b>121</b>
1. Mekanisme Produksi Sinetron TBNH.....	121
2. Standar Mutu Sinetron Sinemart.....	133
3. Eksploitasi Pekerja.....	141
<b>B. Konsumsi Teks dan Eksploitasi Khalayak.....</b>	<b>151</b>
1. Pola Konsumsi Sinetron TBNH.....	151
2. Konsumsi Sinetron Cepat Saji.....	157
3. Eksploitasi (Buruh) Khalayak.....	165
<b>C. Budaya Kerja RCTI dan Karakter Industri Sinetron.....</b>	<b>170</b>
1. Sistem Kerja, Distribusi Sinetron dan Rating.....	170
2. Karakteristik Industri Sinetron.....	176
3. Eksploitasi Media dan Sumber Daya Lain.....	186
<b>BAB VII SPASIALISASI DAN STRUKTURISASI.....</b>	<b>195</b>
A. Spasialisasi dan Perluasan Kekuasaan Grup MNC.....	195
B. Strukturisasi dan Perebutan Kekuasaan.....	208
<b>BAB VIII KAPITALISME, KONGLOMERASI MEDIA DAN KEPENTINGAN PUBLIK.....</b>	<b>219</b>
<b>A. Kapitalisme dalam Sinetron dan Industri Televisi     di Indonesia.....</b>	<b>219</b>
1. Sinetron dan Kekuasaan Kapitalisme yang Terpusat di Jakarta.....	221
2. Hegemoni Televisi Kapitalis Pembentuk Sinetron TBNH dan Budaya Islam Populer.....	236
<b>B. Konglomerasi Media Grup MNC dan Kepentingan     Publik.....</b>	<b>249</b>
1. Kelompok Konglomerasi Media di Indonesia.....	249
2. Konglomerasi Grup MNC dan Kepentingan Politik Pemilik Media.....	259
3. Konglomerasi Media Versus Kepentingan Publik....	269
<b>BAB IX MASYARAKAT MELEK MEDIA TELEVISI.....</b>	<b>275</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>292</b>
<b>INDEKS.....</b>	<b>300</b>
<b>BIODATA PENULIS.....</b>	<b>304</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1: Pangsa Pasar TV FTA dan Konten Unggulannya.....	4
Tabel 2: Sepuluh Sinetron dengan Rating Tertinggi di RCTI tahun 2013.....	68
Tabel 3: Konstruksi Komodifikasi Teks Sinetron TBNH.....	116
Tabel 4: Lima Program Terpopuler – Sinetron ( <i>Drama Series</i> ).....	155
Tabel 5: Strategi dan Modus Eksploitasi dalam Sinetron TBNH....	191
Tabel 6: Kelompok Media utama di Indonesia.....	251

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: Kerangka Penulisan.....	14
Gambar 2: Model Keterkaitan Antarwilayah dalam Studi Televiisi.....	47
Gambar 3: Kategorisasi Sinetron.....	50
Gambar 4: Sirkuit Budaya.....	54
Gambar 5: Struktur Organisasi Global Mediacom.....	61
Gambar 6: Pendapatan dan Laba Bersih MNC tahun 2013.....	64
Gambar 7: Adegan Konflik di Masjid.....	98
Gambar 8: Adegan di Rumah Ustadz Zakaria.....	101
Gambar 9: Adegan Haji Muhidin Stres Ditinggal Istri.....	103
Gambar 10: Adegan Kesedihan Rumana terkait Masalah Keluarga.....	105
Gambar 11: Adegan Ustadz Terpesona dan Jatuh Cinta.....	108
Gambar 12: Adegan Gotong Royong dan WIN-HT .....	111
Gambar 13: Rata-rata Rating Total Berdasarkan Paruh Waktu.....	154
Gambar 14: Beberapa Setting Lokasi Syuting TBNH.....	179
Gambar 15: Properti Masjid Kampung Duku dalam Sinetron TBNH.....	183
Gambar 16: Karakteristik Industri dan Irisan Kepentingan dalam Sinetron TBNH.....	185
Gambar 17: Eksploitasi dalam Sumber Daya Media MNC Group...	188
Gambar 18: Tingkat Wilayah Eksploitasi dalam Sinetron TBNH di RCTI.....	190
Gambar 19: Kontrol dan Pengaruh Kapital dalam Sistem Produksi, Distribusi dan Konsumsi Sinetron TBNH.....	193
Gambar 20: Sirkuit Modal Kapitalisme dalam Industri Sinetron.....	233
Gambar 21: Kegairahan Beragama dalam Televiisi.....	239
Gambar 22: Modal komunikatif dan Pembentukan Budaya Islam Populer.....	242
Gambar 23: Pangsa Pasar <i>Primetime</i> .....	255
Gambar 24: Pemanfaatan Frekuensi publik oleh Pemilik Media.....	260
Gambar 25: Konglomerasi Media dan Kepentingan Publik.....	273