

KOMODIFIKASI BUDAYA PADA PROGRAM BERITA TELEVISI (STUDI KASUS TELEVISI LOKAL DI KOTA SERANG PROVINSI BANTEN)

Ronny Yudhi Septa Priana

Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
ronnyyosp@gmail.com

Abstrak Perkembangan teknologi dan informasi mendorong semua pihak untuk dapat menerima informasi yang seluas-luasnya. Televisi merupakan media massa yang dapat memberikan kontribusi terhadap kehausan informasi publik. Semenjak reformasi dan diberlakukannya otonomi daerah serta berdasarkan pada undang-undang tentang kebebasan pers dan penyiaran maka mulai bertaburan pula media massa terutama televisi lokal dengan keragaman programnya. Begitu pula di Kota Serang Provinsi Banten setidaknya terdapat dua televisi lokal yaitu Banten TV dan Baraya TV. Pada prakteknya komponen budaya khususnya bahasa daerah dimanfaatkan oleh televisi lokal dalam materi program yang ditayangkannya. Yang menjadi kajian dalam tulisan ini bagaimanakah penggunaan bahasa daerah direpresentasikan dan dimanfaatkan sebagai komoditas dalam program siaran khususnya program berita pada televisi lokal di Kota Serang. Metode yang digunakan adalah analisis wacana kritis (*critical discourse analysis*) dari Norman Fairclough (1995). Analisis wacana kritis Fairclough dilakukan dalam tiga tahap yaitu analisis teks, praktik wacana (*discourse practice*) dan praktik sosiokultural (*sociocultural practice*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat upaya komodifikasi budaya baik secara material dan kultural. Komodifikasi baik secara material maupun kultural terjadi dalam proses produksi, distribusi, dan konsumsi.

Kata Kunci: Komodifikasi budaya, Bahasa Daerah, Televisi Lokal dan Analisis Wacana Kritis

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Masalah

Era globalisasi dengan berkembang pesatnya media informasi dan komunikasi menuntut media informasi khususnya media massa untuk dapat memberikan informasi yang aktual kepada khalayak penggunanya. Kebutuhan informasi selayaknya dapat dipenuhi melalui pelayanan informasi melalui media yang kemudian disesuaikan dengan kebutuhan pengguna media itu sendiri.

Televisi merupakan media informasi *audio visual* yang menyampaikan setiap peristiwa dan informasi melalui *frame- frame* yang ditayangkannya. Televisi memiliki fungsi yang sama dengan media lainnya yakni memberikan informasi dan menghibur. Dalam penyampaian informasi dan hiburan pada khalayaknya, televisi meramunya melalui kemasan program yang dibuat untuk khalayak maupun pengiklan.

Kreatifitas media televisi melalui program yang dibuat dan ditayangkan merupakan satu bentuk pelayanan media untuk memenuhi kebutuhan khalayaknya. Keragaman dan kreatifitas program televisi baik informasi maupun hiburan dapat kita lihat melalui program *News*, kuis, *Talk Show*, *Variety Show*, Gosip yang dikemas dalam *Infotainment*, Musik dan Sinetron. Ide-ide kreatif dalam kemasan program bertujuan untuk menarik minat khalayak untuk menyaksikannya. Program-program tersebut kemudian menjadi komoditas yang diproduksi, didistribusikan serta dikonsumsi oleh khalayaknya.

Lahirnya Undang-Undang nomor 32 tahun 2002 tentang penyiaran memberikan peluang lahir dan berkembangnya televisi lokal. Untuk mendapatkan khalayak, televisi lokal kemudian harus bersaing dengan televisi nasional. Dengan demikian televisi lokal harus membuat program yang tidak ditemukan pada televisi nasional. Salah satu cara untuk menarik minat khalayak adalah melalui kemasan kearifan lokal sebagai acuan programnya. Kearifan lokal yang kemudian menjadi daya tarik televisi lokal adalah penggunaan bahasa daerah dalam tayangan programnya. Begitu pula dengan Baraya TV yang merupakan stasiun televisi swasta lokal yang berdomisili di Kota Serang Propinsi Banten.

Dengan daya jangkau melingkupi Kota Serang, Kabupaten Serang, Kota Cilegon, Kabupaten Pandeglang, Kabupaten Lebak dan sebagian Kabupaten dan Kota Tangerang. Baraya TV hadir untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat di Propinsi Banten khususnya informasi yang bersifat kedaerahan yang tidak ditemui di televisi swasta nasional. Keunikan dalam program acara Baraya TV ditampilkan melalui penggunaan bahasa Jawa Serang dalam Program Beware. Beware merupakan program berita yang memberikan informasi serta menampilkan peristiwa yang terjadi di Propinsi Banten dan nasional yang disuguhkan dengan menggunakan bahasa Jawa Serang mulai dari *presenter, daber* sampai teks.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik meneliti komodifikasi budaya pada program berita di televisi khususnya televisi lokal. Televisi lokal yang dimaksud peneliti dalam penelitian ini adalah Baraya TV.

1.2 Rumusan Masalah

”Bagaimanakah penggunaan bahasa daerah direpresentasikan dan dimanfaatkan sebagai komoditas dalam program siaran khususnya program berita pada televisi lokal di Kota Serang?”

2. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui proses produksi, distribusi dan konsumsi program berita di televisi lokal di Kota Serang khususnya Baraya TV.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat komodifikasi budaya dalam proses produksi, distribusi dan konsumsi program berita di televisi lokal di Kota Serang khususnya Baraya TV.

2. Kerangka Teori

2.1 Televisi

Televisi merupakan media masa yang menggabungkan *audio* dan *visual*. Televisi sebagai salah satu bentuk perkembangan teknologi komunikasi massa yang canggih yang merupakan sumber informasi yang memiliki keunikan dalam penyampaian pesannya. Hal ini karena televisi menggunakan teknik produksi yang menyajikan gambar-gambar visual secara khusus serta membutuhkan indera penglihatan dan pendengaran. Mulyana (2003:3) menyatakan bahwa televisi adalah perkembangan medium berikutnya setelah radio dengan karakter yang spesifik yaitu *audio* dan *visual*. Dampak siarannya menyebabkan seolah-olah tidak ada lagi batas satu negara dengan negara lain.

Menurut Effendy (1993:21) televisi merupakan media dari jaringan komunikasi dengan ciri-ciri yang dimiliki komunikasi massa yaitu berlangsung satu arah komunikatornya melembaga, pesannya bersifat umum, sasarannya menimbulkan keserempakan dan komunikannya heterogen. Hal ini memperlihatkan bahwa khalayak televisi tidak memiliki batasan tertentu.

Televisi dianggap sebagai media yang lebih memenuhi kebutuhan informasi dan hiburan dibanding radio dan media cetak. Subakti (2008) menyatakan bahwa televisi merupakan medium komunikasi massa yang paling akrab dengan masyarakat karena kemampuannya mengatasi faktor jarak dan waktu.

2.2 Program Berita Televisi

Berita merupakan laporan tentang suatu peristiwa atau informasi menyangkut kepentingan umum berupa fakta yang mengandung nilai berita dan dipublikasikan melalui media massa cetak dan elektronik. Effendy (1989) menyatakan bahwa berita adalah laporan mengenai hal atau peristiwa yang baru saja terjadi menyangkut kepentingan umum dan disiarkan secara cepat oleh media massa seperti surat kabar, majalah, siaran radio, dan televisi. Sejalan dengan Effendy, Wahyudi (1997) mengungkapkan bahwa berita merupakan uraian tentang peristiwa, pendapat, realitas, fakta, atau informasi yang mengandung nilai berita dan sudah disajikan melalui media massa secara periodik (surat kabar, radio, televisi). Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa program berita televisi merupakan rancangan tayangan penyiaran produksi siaran televisi yang menampilkan laporan mengenai peristiwa aktual yang menarik bagi khalayaknya.

2.3 Komodifikasi

Komodifikasi erat kaitannya dengan produk dan proses komersialisasi segala bentuk nilai dari dan buatan manusia. Komodifikasi digambarkan oleh Vincent Mosco (1996) sebagai cara kapitalisme dengan membawa akumulasi tujuan kapitalnya atau mudahnya dapat digambarkan sebagai sebuah perubahan nilai fungsi atau guna menjadi sebuah nilai tukar.

Terkait dengan komodifikasi yang terjadi di media, Mosco memformulasikan tiga bentuk komodifikasi, yakni komodifikasi isi, komodifikasi khalayak, dan komodifikasi pekerja. *Pertama*, komodifikasi isi (*content*) menjelaskan bagaimana konten atau isi media yang diproduksi merupakan komoditas yang ditawarkan. Konten media dibuat sedemikian rupa sehingga agar benar-benar menjadi kesukaan publik meski hal itu bukanlah fakta dan kebutuhan publik. Pengesahan segala cara demi mendapat perhatian audiens yang tinggi.

Kedua, komodifikasi khalayak dimana khalayak dijadikan komoditi oleh media untuk mendapatkan iklan dan pemasukan. Dengan memakai wacana yang dipopulerkan oleh Smythe (1977) dalam *the audience commodity*, komodifikasi khalayak ini menjelaskan bagaimana sebenarnya khalayak tidak secara bebas hanya sebagai penikmat dan konsumen dari budaya yang didistribusikan melalui media. Khalayak pada dasarnya merupakan entitas komoditi itu sendiri yang bisa dijual. Dalam industri media massa saat ini, dicontohkan Smythe dengan berbagai program acara di industri pertelevisian, ada tiga entitas yang saling mempengaruhi yakni perusahaan media, pengiklan, dan khalayak itu sendiri. Khalayak mendapatkan program tayangan yang dapat menghibur hingga memberikan informasi secara gratis dari perusahaan televisi. Perusahaan media membuat program untuk disaksikan oleh khalayak dan selanjutnya jumlah khalayak yang menonton dan juga waktu yang disediakan untuk menonton inilah yang dijual kepada pihak pengiklan. Sementara pengiklan membayar biaya iklan

produk mereka dan menayangkan melalui media dengan harapan mendapatkan perhatian khalayak yang pada akhirnya khalayak akan menggunakan produk tersebut.

Ketiga, komodifikasi pekerja (*labour*). Bahwa perusahaan media massa pada kenyataannya tak berbeda dengan pabrik-pabrik. Para pekerja tidak hanya memproduksi konten dan mendapatkan penghargaan terhadap upaya menyenangkan khalayak melalui konten tersebut, melainkan juga menciptakan khalayak sebagai pekerja yang terlibat dalam mendistribusikan konten sebagai sebuah komoditas (Mosco, 1996:158)

3. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian yang bersifat kualitatif. Penelitian ini dilakukan dengan cara mengolah dan menginterpretasikan sumber data yang diambil dari isi konten siaran program berita “Beware” di Baraya TV.

Untuk memperoleh data penelitian, peneliti melakukan observasi terhadap tayangan program berita “beware” di Baraya TV dan untuk melengkapi data dilakukan wawancara terhadap pekerja media untuk mengetahui proses produksi, distribusi dan konsumsi program berita tersebut. Data penelitian dianalisis berdasarkan teori komodifikasi yang diungkapkan oleh Vincent Mosco tentang bentuk komodifikasi di media. Analisis lebih lanjut dilakukan berdasarkan analisis wacana kritis Norman Fairclough dengan menganalisis hubungan teks, praktik wacana, dan praktik sosial budaya dari hasil observasi dan wawancara.

3.1 Sumber Data

Sumber data penelitian ini adalah hasil produksi program berita “beware” di Baraya TV. Data penelitian adalah hasil observasi dan wawancara yang dilakukan langsung peneliti dan data berita.

3.2 Manfaat penelitian

Manfaat penelitian ini adalah untuk memberikan sumbangsih terhadap penelitian isi media dan menjadi dasar dalam penelitian selanjutnya

3.3 Pembahasan

Sebagai sebuah televisi lokal yang berdomisili di Kota Serang Propinsi Banten , Baraya TV berusaha untuk menunjukkan identitas serta lokalitasnya melalui penggunaan bahasa daerah dalam hal ini bahasa Jawa Serang sebagai bahasa pengantar dalam program berita yang diproduksinya. Pembahasan dalam penelitian mengungkapkan bagaimana Baraya Tv sebagai televisi lokal memanfaatkan bahasa daerah dalam hal ini bahasa Jawa Serang dimanfaatkan sebagai komoditas dalam program siaran khususnya program berita. Pertama-tama analisis akan dilakukan terhadap program berita berdasarkan analisis wacana kritis dari Norman Fairclough (1995). Analisis wacana kritis Fairclough dilakukan dalam tiga tahap yaitu analisis teks, praktik wacana (*discourse practice*) dan praktik sosiokultural (*sociocultural practice*). Tahap selanjutnya pembahasan akan dilanjutkan dengan cara menganalisis proses produksi, distribusi dan konsumsi dengan menggunakan teori komodifikasi Vincent Mosco (1996) untuk mengetahui apakah terdapat komodifikasi dalam program acara dengan melihat isi program, khalayak, dan pekerja .

3.4 Data Penelitian

3.4.1 Sinopsis Program Berita Baraya TV

Jenis Program : Berita

Nama Program: Beware Banten

Durasi : 30 Menit

Tayang : Senin – Jumat (Hari Kerja)

Gaya siar : Live

Tempat : studio News Baraya TV

Bahasa : Jawa Serang

Sumber berita : Seluruh peristiwa yang terjadi di Propinsi Banten

Karakter : *Hard News*

3.4.2 Visi dan Misi Program

- Memberikan informasi kepada pemirsa seputar peristiwa yang terjadi di wilayah Propinsi Banten;
- Meningkatkan pengetahuan dan kewaspadaan pemirsa terhadap berbagai hal menyangkut keselamatan melalui informasi yang disampaikan dan;
- Pemirsa dapat mengambil intisari dari informasi yang diberikan

3.4.3 Target Pemirsa (audiens)

Audiens : Remaja dan Dewasa

SES : *All Audience (a,b,c,d Class)*

3.4.4 Daya Jangkau

Kota Serang, Kab. Serang, Kota Cilegon, Kab. Pandeglang, Kab. Lebak, serta sebagian Kota dan kab. Tangerang.

3.4.5 Tahapan Penayangan

Bewara Banten ditayangkan secara langsung (*live*) dari studio 1 Baraya TV, disetiap episodenya terbagi atas 3 *segment* dan 2 kali *break* jeda iklan.

4. Analisis Data

4.1 Representasi Teks

Nama program berita di Baraya TV adalah *Beware Banten*. Kata “*Beware*” berasal dari bahasa Jawa Serang yang artinya berita atau informasi, kata ini digunakan dalam program berita di Baraya TV untuk dapat merepresentasikan isi program yaitu berita dan informasi. Kata ini kemudian ditambahkan dengan kata Banten yang kemudian menjadi gabungan kata *Beware Banten* yang mengandung arti berita Banten atau secara luas dapat diartikan berita dari Banten. Melalui kata *Beware Banten* dapat direpresentasikan bahwa program ini merupakan program berita dan informasi serta peristiwa yang berasal dari berbagai wilayah Propinsi Banten. Penggunaan kata *Beware* dapat merepresentasikan bahwa bahasa pengantar dalam program ini menggunakan bahasa Jawa Serang. Dari sudut pandang tata bahasa program *Beware Banten* ditampilkan dalam bentuk partisipan yakni menyatakan kelompok masyarakat budaya Jawa Serang.

Relasi yang terbentuk dari program ini adalah hubungan antara *presenter* berita dan khalayak dengan latar belakang budaya Jawa Serang. Hal ini diperlihatkan dengan penggunaan kata *Beware* yang membentuk kodefikasi bahwa program ini diperuntukan bagi masyarakat yang berlatar belakang budaya Jawa Serang. Partisipan program ini ditampilkan sebagai sosok *presenter* berita. Identitas *Beware Banten* ditampilkan dan dikonstruksi dalam sebuah program berita, namun identitas *presenter* tidak hanya

mengidentifikasi masyarakat yang berlatar belakang Jawa Serang namun mengidentifikasi masyarakat Propinsi Banten. Identitas ini terbentuk berdasarkan pada penggunaan kata Banten setelah kata *Beware*.

4.2 Praktik Wacana

Praktek wacana menentukan bagaimana program *Beware* Banten diproduksi. Program ini memiliki pola atau alur *Bumper* program – *Opening* – *Opening tune* program - topik berita – *Teaser* - *Bumper* program/*closing tune* program. Program ini memiliki alur yang sama untuk setiap segmen. Pola yang diperlihatkan kepada khalayak mengisyaratkan bahwa pihak stasiun TV dalam hal ini Baraya TV sebagai produsen ingin mengangkat identitas masyarakat Propinsi Banten khususnya Masyarakat dengan latar belakang bahasa Jawa Serang melalui tampilan awal *Bumper* program.

Dipihak konsumen dalam hal ini penonton memandang pola ini sebagai pengelompokan identitas masyarakat dan khususnya program. Konsumen yang berlatar belakang bahasa Jawa Serang akan menganggap tayangan program ini sebagai sajian yang ditayangkan untuk mereka, sedangkan khalayak yang berlatar belakang budaya selain bahasa Jawa Serang beranggapan bahwa program ini merupakan program yang dikhususkan untuk konsumen yang berlatar belakang bahasa Jawa Serang saja. Alur ini akan memarjinalkan suatu kelompok masyarakat karena latar belakang bahasa yang digunakan dalam produksi program. Hal ini menunjukkan kodefikasi bahwa alur yang ditampilkan oleh program tersebut memang diperuntukan untuk kalangan masyarakat tertentu.

4.3 Praktik Sosial-Budaya

Praktik sosial-budaya memperlihatkan bahwa konteks sosial yang ada diluar media mempengaruhi bagaimana wacana muncul dalam media. Berdasarkan hasil analisis, tingkat situasional dapat dilihat bahwa program *Beware* Banten merupakan program berita yang menggunakan bahasa Jawa Serang. Bahasa Jawa Serang dipilih sebagai bahasa pengantar untuk merepresentasikan masyarakat Propinsi Banten karena dianggap mewakili latar belakang budaya melalui penggunaan bahasa Jawa Serang. Keberadaan Baraya TV yang berlokasi di Kota Serang yang sebagian besar masyarakatnya menggunakan bahasa Jawa Serang sebagai bahasa pengantar sehari-hari kemudian memberikan pengaruh terhadap pemilihan penggunaan bahasa dalam produksi program berita tersebut. Selain itu, diketahui bahwa Baraya TV merupakan televisi swasta lokal yang tergabung dalam Jawa Post group yang kemudian mengharuskan mengusung kearifan budaya lokal termasuk bahasa daerah dalam program yang diproduksi. Sehingga dipilihlah bahasa Jawa Serang sebagai bahasa pengantar dalam program *Beware* Banten. Penggunaan bahasa Jawa Serang dalam program *Beware* Banten dianggap dapat memenuhi kebutuhan masyarakat khususnya mereka yang berdomisili di Kota Serang akan informasi dalam lingkup kedaerahan sehingga dapat menarik minat khalayak untuk menyaksikan program tersebut. Ideologi yang nampak dalam program ini adalah ideologi kedaerahan dimana program menyuguhkan berita tentang peristiwa yang berlangsung di wilayah Propinsi Banten dan penggunaan bahasa Jawa Serang sebagai bahasa pengantar yang digunakan *Presenter* Program. Hal tersebut dapat dilihat dari teks dan tuturan yang terdapat dalam *opening tune* program “*Assalamualaikum warohmatullahiwarokatuh, pemirse Baraya TV kepetuk malih sareng kule Lilik Hulawatul Nikmah ning acare Beware Banten edisi ahad sawelas november rongewurolas selame telung puluh menit kule ayun*”

ngehadirakeun kumpulan beware selame telung dinten sing terjadi ning sejumlah daerah sing Banten”. “Asalamualaikum warohmatullahiwarokatu, pemirsa Baraya TV bertemu lagi dengan saya Lilik Hulawtul Nikmah dalam acara Bewara Banten edisi minggu sebelas Nopember duaribuduabelas selama tigapuluh menit kedepan saya akan menghadirkan kumpulan informasi selama tiga hari yang terjadi di sejumlah daerah di Banten.”

4.4 Komodifikasi

Untuk melihat komodifikasi yang terdapat dalam program berita *Beware Banten* dapat menggunakan formulasi Mosco (1996) yakni komodifikasi isi, komodifikasi khlayak, komodifikasi pekerja.

Program *Beware Banten* diproduksi Baraya TV sebagai representasi media lokal yang mengusung identitas masyarakat Propinsi Banten dengan menggunakan bahasa Jawa Serang sebagai bahasa pengantarnya. Isi berita yang terdapat dalam program ini merupakan peristiwa yang terjadi di wilayah Propinsi Banten yang disajikan untuk memenuhi kebutuhan informasi kepada khalayak khususnya tentang informasi bersifat kedaerahan yang tidak mungkin didapatkan dalam pemberitaan televisi nasional. Berita yang disuguhkan merupakan sebuah produk yang disuguhkan pada khalayak terlebih lagi dengan penggunaan bahasa Jawa Serang atau bahasa Jawa dialek Banten yang merupakan bahasa daerah yang berlaku di Kota Serang, Kota Cilegon dan sebagian Kabupaten Serang. Sehingga khalayak yang memiliki latar belakang budaya dengan menggunakan bahasa daerah tersebut merasa terpenuhi kebutuhannya. Hal inilah yang menyebabkan program *Beware Banten* menjadi program berita unggulan yang membedakan Baraya TV dengan Televisi swasta Lokal lain yang berada di wilayah Propinsi Banten. Konten berita yang disuguhkan dengan kekhasannya melalui penggunaan bahasa Jawa Serang sebagai bahasa tuturan *presenter* menjadi komoditas yang unggulan Baraya TV sebagai televisi swasta lokal di Propinsi Banten.

Penggunaan bahasa Jawa Serang dalam program *Beware Banten* dapat merepresentasikan bahwa program ini diperuntukan bagi masyarakat Propinsi Banten khususnya Kota Serang dan Kota Cilegon yang sebagian besar masyarakatnya menggunakan bahasa Jawa sebagai bahasa pergaulan sehari-hari. Penggunaan bahasa daerah ini kemudian akan menimbulkan minat khalayak khususnya mereka yang memiliki latar budaya dan bahasa yang sama untuk menyaksikan tayangan program tersebut sehingga hal inilah yang menjadi nilai jual bagi Baraya TV terhadap pengiklan. Setidaknya terdapat empat sampai lima iklan produk dan jasa yang hadir dalam program ini.

Produksi program *Beware Banten* melibatkan beberapa komponen pekerjaan diantaranya, tim kreatif, *camera person*, *screeper writer*, *Presenter*, *editor*, *Program Director*, *distributor*, *make up dan kostum*, *properti*, dll. Yang seluruhnya secara profesional tergabung dalam proses produksi hingga program ini dapat dinikmati oleh khalayak. Hal ini diketahui melalui hasil wawancara dengan salah satu kru program *Beware Banten* yang menyatakan bahwa mereka bekerja secara optimal dengan seluruh tenaga dan pikiran serta dengan senang hati bekerja untuk memenuhi kebutuhan khalayak Baraya TV akan informasi walaupun kadang upah belum sesuai dengan apa yang diharapkan.

5. Penutup

Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa:

1. 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*. Bahasa Jawa Serang yang digunakan merupakan representasi ideologi kedaerahan yang terdapat dalam program acara. Kodifikasi khalayak dapat terlihat melalui penggunaan bahasa daerah yang digunakan dalam program berita tersebut. Sehingga dapat terlihat adanya klasifikasi dan pengelompokan masyarakat yang mengkonsumsinya yakni masyarakat yang memiliki latar belakang bahasa Jawa Serang.
2. Terdapat upaya komodifikasi budaya dalam program berita *Beware Banten*. Berdasarkan hasil analisis komodifikasi terdapat dalam isi (*content*) berita yang diproduksi dengan menggunakan bahasa Jawa Serang sebagai bahasa penghantar *presenternya*, berita yang ditayangkan merupakan peristiwa yang terjadi di daerah yang merupakan lokalitas berita sehingga originalitas berita lebih diutamakan. Yang kedua komodifikasi khalayak dapat terlihat melalui penggunaan bahasa Jawa Serang yang kemudian merepresentasikan khalayak penonton program berita tersebut yakni masyarakat Propinsi Banten yang akhirnya kemudian menjadi nilai jual bagi stasiun televisi pemilik program tersebut. Pekerja media dalam hal ini kru yang bertugas dalam proses produksi program merupakan komoditas ketiga yang terdapat dalam program berita ini. Hal ini dapat terlihat dari optimalisasi kerja yang dilakukan oleh seluruh awak media sehingga program ini dapat diproduksi, didistribusikan dan kemudian dikonsumsi oleh khalayak.

Daftar Pustaka

- Eriyanto, 2001. *Analisis Wacana; Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta : Lkis
- Mosco, Vincent. 1996. *The Political Economy of Communication: Rethinking and Renewal*. Sage Publications
- Mulyana, Deddy. 2008. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Sumadiria, Haris. 2005. *Jurnalistik Indonesia*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Sobur. Alex. 2001. *Analisis Teks Media*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Subakti. 2008. *Awat Tayangan Televisi*. Jakarta: PT. Elex Media Komputerindo
- Wahyudi, J.B. 1997. *Dasar-Dasar Jurnalistik Radio dan Televisi*. Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti