

BAB III

PEMBAHASAN

Dalam bab III ini, peneliti akan memaparkan hasil dari penelitian tentang kontestasi antara kepentingan pasar vs kepatuhan terhadap hukum. Data tersebut didapatkan peneliti dari hasil wawancara dengan beberapa informan, observasi, dan dokumentasi yang dilakukan. Selain itu, dalam bab III ini peneliti juga akan memaparkan analisis data temuannya dengan teori yang telah dibahas pada bab I sebelumnya.

Penelitian ini telah mengumpulkan data melalui teknik wawancara mendalam kepada Presiden Direktur RBTW Wahyu Sudarmawan pada tanggal 25 November 2019 dan wawancara mendalam kepada Komisioner Bidang Isi Siaran KPID, Agnes Dwirusjiyati pada tanggal 25 November 2019. Serta melakukan observasi dan pengumpulan data-data yang diperlukan dalam penelitian ini.

Data yang diperoleh kemudian dianalisis dan dikaitkan dengan teori yang sudah ada guna untuk mengetahui lebih dalam fakta di lapangan apakah bertentangan atau sesuai dengan teori yang sudah ada. Dalam penelitian ini akan fokus pada pembahasan mengenai ekonomi politik komunikasi, menekankan dalam teori Komodifikasi dan spesialisasi yang dilakukan oleh RBTW, kemudian untuk mengetahui bagaimana mekanisme berjejaring yang memberikan dominasi Kompas TV terhadap RBTW.

A. Temuan Penelitian

1. Komodifikasi RBTB

a. Komodifikasi Konten oleh RBTB

Dalam pembahasan peneliti akan menjelaskan terkait komodifikasi konten yang dilakukan oleh RBTB. RBTB melakukan kerjasama berjejaring dengan Kompas TV, dalam berjejaring ada pembagian jatah untuk tayangan program siaran. Kompas TV mengisi program siaran untuk nasional sedangkan RBTB mengisi untuk jatah program siaran lokal.

Tabel 3.1

Rangkaian Program Acara yang Tayang di RBTB (Kompas TV)

Rekapitan Data SILONAS Perbulanan Program Acara RBTB (Kompas TV) Selama Tahun 2019 Pantauan KPID DIY								
No.	08-Jan-19	25-Jun-19	03-Jul-19	04-Agt-19	19-Sep-19	16-Okt-19	21-Nov-19	05-Des-19
1	Kilas Kompas	Kilas Kompas	Kilas Kompas	Kompas Dunia	Kompas Dunia	Kompas Dunia	Kompas Dunia	Kompas Dunia
2	Rumah Pemilu	Rumah Pemilu	Rumah Pemilu	Kilas Kompas	Kilas Kompas	Kilas Kompas	Kilas Kompas	Kilas Kompas
3	Zona Pria	Zona Pria	Zona Pria	Zona Inspirasi	Zona Inspirasi	Indonesia Update	Indonesia Update	Indonesia Update
4	Kompas Dunia	Kompas Dunia	Kompas Dunia	Kompas Dunia	Rumah Pemilu 2019	Kompas Malam	Kompas Malam	Lagu Indonesia Raya
5	Lagu Tanah Airku	Tanah Airku	Lagu Tanah Airku	Lagu Tanah Airku	Tanah Airku	Berita Utama	Berita Utama	Kompas Malam
6	Kompas Malam	Kompas Malam	Kompas Malam	Kompas Malam	Kompas Malam	Kompas Sport Pagi	Kompas Sport Pagi	Berita Utama
7	Stand Up Comedi Indo	Stand Up Comedi Indo	Stand Up Comedi Indo	Kilas Kompas	Berita Utama	Lagu Indonesia Raya	Lagu Indonesia Raya	Kompas Sport Pagi
8	Sviar Svair	Sviar Svair	Sviar Svair	Sviar - svair	Kompas Sport	Embun Hati	Embun Hati	Lagu Indonesia Raya
9	Kompas Sport	Kompas Sports	Kompas Sport	Kompas Sport	Indonesia Raya	Inspirasi Dapur	Inspirasi Dapur	Embun Hati
10	Embun Hati	Tanah Airku	Lagu Indonesia Raya	Lagu Indonesia Raya	Embun Hati	Leyeh-leyeh	Leyeh-leyeh	Inspirasi Dapur
11	Info Seniman	Cermin Hati	Embun Hati	Embun Hati	Inspirasi Dapur	Kabar Yogya	Kabar Yogya	Leyeh-leyeh
12	Leyeh Leyeh	Info Seniman	Morning Beat	Klip RBTB	Leyeh-Leyeh	Sapa Indonesia Pagi	Sapa Indonesia Pagi	Kabar Yogya
13	Kabar Jogja	Leyeh - Leyeh	Leyeh-leyeh	Leyeh - leyeh	Kabar Jogja	Kompas update	Kompas update	Sapa Indonesia Pagi
14	Sapa Indonesia Pagi	Kabar Jogja	Kabar Jogja	Kabar Jogja	Sapa Indonesia Pagi	Liputan Khusus	Liputan Khusus	Kompas update
15	Ragam Info	Sapa Indonesia Pagi	Sapa Indonesia Pagi	Sapa Indo Akhir Pekan	Kompas Update	Obrolan Pagi	Obrolan Pagi	JAMU
16	RBTB Klip	Ragam Info	Kompas Update	Depo Bangunan	Impian Negeri Kabut	Video Klip Vidi Aldiano	Video Klip Vidi Aldiano	Obrolan Pagi
17	Obrolan Pagi	Obrolan Pagi	Startup Klinik	Inspirasi Dapur	Obrolan Pagi	Kompas update	Kompas update	Kompas update
18	Kompas Siang	Kompas Siang	Obrolan Pagi	Cerdas	Breaking News	Kompas Siang	Kompas Siang	Kompas Siang
19	Sapa Indonesia Siang	Sapa Indonesia Siang	Sony Music	Pelangi Jogja	Kompas Update	Sapa Indonesia Siang	Sapa Indonesia Siang	Sapa Indonesia Siang
20	Bincang Sehat	Zona Inspirasi	Kompas Update	News or Hoax	Kompas Siang	Kompas update	Kompas update	Kompas update
21	Indonesia Update	Bingkai Inspirasi	Kompas Siang	Click	Sapa Indonesia Siang	Zona Inspirasi	Zona Inspirasi	Jajak Kasus
22	Rumah Pemilu	Indonesia Update	Sapa Indonesia Siang	Kompas Siang	Kompas Update	Bingkai Inspirasi	Bingkai Inspirasi	Target
23	Kompas Petang	Rumah Pemilu	Kompas Update	Breaking News	Zona Inspirasi	Kompas update	Kompas update	Kompas update
24	Berita Utama	Kompas Petang	Zona Inspirasi	Muslimah Diary	Kompas Update	Indonesia Update	Indonesia Update	Singkap
25	Sapa Indonesia Malam	Berita Utama	Kompas Update	Super	Indonesia Update	Kompas update	Kompas update	Indonesia update
26	Ngopi	Sapa Indonesia Malam	Indonesia Update	Berkas Kompas	Kompas Update	Rumah Pemilu 2019	Rumah Pemilu 2019	Kompas Petang
27	Kompas Malam	Ngopi	Kompas Update	Kompas Spekan	Rumah Pemilu 2019	Kompas Petang	Kompas Petang	Video Klip Run ft Yunita
28	Berkas Kompas	Kompas Malam	Rumah Pemilu	Kompas Petang	Breaking News	Berita Utama	Berita Utama	Berita Utama
29	Jajak Kasus	Berkas Kompas	Kompas Petang	Cerita Militer	Kompas Petang	Kompas update	Kompas update	Kompas update
30	Kompas Sport	Jajak Kasus	Berita Utama	Sapa Indonesia Malam	Berita Utama	Sapa Indonesia Malam	Sapa Indonesia Malam	Sapa Indonesia Malam
31	Kompas Dunia	Kompas Sports Malam	Kompas Update	Gelar Perkara	Kompas Update	Kompas update	Kompas update	Kompas update
32	Kilas Kompas	Kompas Dunia	Sapa Indonesia Malam	Kompas Malam	Sapa Indonesia malam	Rosi	Rosi	Rosi
33		Kilas Kompas	Kompas Update	TRVA	Kompas Update	Kompas Malam	Kompas Malam	Kompas Malam
34			Satu Meja The Forum	Kompas Sport	Rosi	Kata Netizen	Kata Netizen	Kata Netizen
35			Kompas Malam	Kompas Dunia	Kompas Malam	Kompas Sport	Kompas Sport	Kompas Sport
36			Target		Kata Nitizen			
37			Kompas Update		Kompas Sport			
38			Singkap		Kompas Dunia			
39			Kompas Sort					
40			Kompas Dunia					

Sumber: Arsip dari KPID DIY

Keterangan : Program Acara Kompas TV Warna putih
Program Acara RBTB Warna Biru

Tabel 3.2
Program Acara yang di Tayangkan oleh RBTv

08-Jan-19	25-Jun-19	03-Jul-19	04-Agt-19	19-Sep-19	16-Okt-19	21-Nov-19	05-Des-19
Embun Hati	Cermin Hati	Embun Hati	Embun Hati	Embun Hati	Embun Hati	Embun Hati	Embun Hati
Info Seniman	Info Seniman	Leyeh-leyeh	Klip RBTv	Inspirasi Dapur	Inspirasi Dapur	Inspirasi Dapur	Inspirasi Dapur
Leyeh Leyeh	Leyeh - Leyeh	Kabar Jogja	Leyeh - leyeh	Leyeh-Leyeh	Leyeh-leyeh	Leyeh-leyeh	Leyeh-leyeh
Kabar Jogja	Kabar Jogja	Startup Klinik	Kabar Jogja	Kabar Jogja	Kabar Yogya	Kabar Yogya	Kabar Yogya
Ragam Info	Ragam Info	Obrolan Pagi	Inspirasi Dapur	Impian Negri Kabut	Obrolan Pagi	Liputan Khusus	JAMU
RBTv Klip	Obrolan Pagi		Cerdas	Obrolan Pagi	Video Klip Vidi Aldiano	Obrolan Pagi	Obrolan Pagi
Obrolan Pagi			Pelangi Jogja			Video Klip Vidi Aldiano	Video Klip Run ft Yunita

Sumber: Arsip dari KPID DIY

Rekapan data SILONAS perbulan program acara yang tayang pada RBTv (Kompas TV) dari bulan Januari, Juni, Juli, Agustus, September, Oktober, November, dan Desember menunjukkan program acara di dominasi oleh Kompas TV. Program acara RBTv dalam sehari maksimal hanya 7 program. Dalam program acara RBTv yang selalu di tayangkan setiap harinya adalah Leyeh-leyeh, Embun Hati, dan Kabar Jogja.

Tabel 3.3
Rekapitulasi Pantauan Program Siaran Lokal Berbahasa Jawa (Perda Diy No. 13 Tahun 2016, Pasal 15 Ayat 3) Bulan Januari S/D Desember 2019

Stasiun TV	08-Jan-19	25-Jun-19	03-Jul-19	04-Agt-19	19-Sep-19	16-Okt-19	21-Nov-19	05-Des-19
RBTv	Leyeh-Leyeh	Leyeh-Leyeh, Ragam Info	Leyeh-Leyeh	Leyeh-Leyeh	Leyeh-Leyeh	Leyeh-Leyeh	Leyeh-Leyeh	Leyeh - Leyeh, JAMU (Saking Wingking Mengajeng)

Sumber: Arsip dari KPID DIY

RBTv sebagai televisi lokal yang seharusnya sering mengaplikasikan budaya lokal yang ada di Yogyakarta justru hanya sedikit sekali penerapannya. Untuk segi penggunaan bahasa hanya program acara leyeh-leyeh yang sering menggunakan bahasa jawa. Hal ini menjadikan RBTv kurang dalam menerapkan kelokalan yang seharusnya ada sebagai televisi lokal di Yogyakarta.

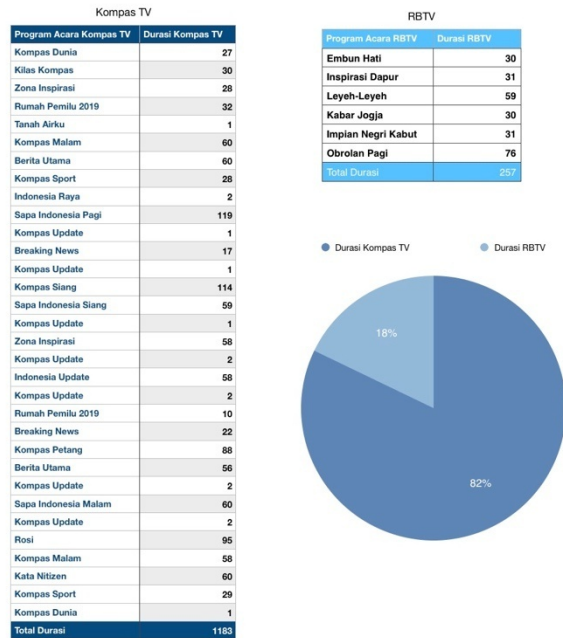
Tabel 3.4
Barometer SILONAS RBTV (Kompas TV) 19 September 2019

BAROMETER PANTAUAN SILONAS BULAN SEPTEMBER 2019									
NAMA STASIUN TV: RBTV		TANGGAL PANTAUAN: 19 SEPTEMBER 2019			NAMA PEMANTAU: FANADYA EVA NOVIANA				
JAM TAYANG: 00.00 - 24.00 (1440 menit)									
NO.	NAMA PROGRAM	FORMAT ACARA	JAM TAYANG	DURASI PROGRAM (Menit)	KATEGORI PROGRAM SIARAN			Program Berbahasa Jawa (✓)	KETERANGAN
					LOKAL	NASIONAL (Jakarta)	ASING		
1	Kompas Dunia	News	00.00 - 00.27	27			27		
2	Kilas Kompas	News	00.27 - 00.57	30		30			
3	Zona Inspirasi	Talkshow Kesehatan	00.57 - 01.25	28		28			
4	Rumah Pemilu 2019	News	01.25 - 01.57	32		32			
5	Tanah Airku	Lagu Nasional	01.57 - 01.58	1		1			
6	Kompas Malam	News	01.58 - 02.58	60		60			
7	Berita Utama	News	02.58 - 03.58	60		60			
8	Kompas Sport	News Sport	03.58 - 04.26	28		28			
9	Indonesia Raya	Lagu Wajib	04.26 - 04.28	2		2			
10	Embun Hati	Ceramah Agama	04.28 - 04.58	30		30			
11	Inspirasi Dapur	cooking	04.58 - 05.23	31		31			Halaman 3
12	Leyeh-Leyeh	Music	05.23 - 06.28	59		59		✓	
13	Kabar Jogja	News	06.28 - 06.58	30		30			
14	Sapa Indonesia Pagi	News	06.58 - 08.57	119		105	14		
15	Kompas Update	News	08.57 - 08.58	1			1		
16	Impian Negri Kabut	Feature	08.58 - 09.29	31	31				
17	Obrolan Pagi	Talkshow	09.29 - 10.45	76	76				
18	Breaking News	News	10.45 - 11.02	17		17			
19	Kompas Update	News	11.02 - 11.03	1		1			
20	Kompas Siang	News	11.03 - 12.57	114		114			
21	Sapa Indonesia Siang	News	12.57 - 13.56	59		59			
22	Kompas Update	News	13.56 - 13.57	1			1		
23	Zona Inspirasi	Talkshow Kesehatan	13.57 - 14.55	58		58			
24	Kompas Update	News	14.55 - 14.57	2		2			
25	Indonesia Update	News	14.57 - 15.55	58		58			
26	Kompas Update	News	15.55 - 15.57	2		2			
27	Rumah Pemilu 2019	News	15.57 - 16.07	10		10			
28	Breaking News	News	16.07 - 16.29	22		22			
29	Kompas Petang	News	16.29 - 17.57	88		86	2		
30	Berita Utama	News	17.57 - 18.53	56		56			
31	Kompas Update	News	18.53 - 18.55	2		2			
32	Sapa Indonesia malam	News	18.55 - 19.55	60		60			
33	Kompas Update	News	19.55 - 19.57	2		2			
34	Rosi	Talkshow	19.57 - 21.32	95		95			Kompas Update (21.01 - 21.02)
35	Kompas Malam	News	21.32 - 22.30	58		58			
36	Kata Nitizen	Talkshow	22.30 - 23.30	60		60			
37	Kompas Sport	News Sport	23.30 - 23.59	29		22	7		
38	Kompas Dunia	News	23.59 - 24.00	1			1		
					1440	257	1130	53	
Kesimpulan				Keterangan					
Program Lokal	257 menit = 4 jam 17 menit		Program siaran lokal MEMENUHI durasi 10% (144 menit) dari seluruh waktu siaran berjarangan per hari (SPS Ps. 68 ayat 1)		17,85%				
	225 menit = 3 jam 45 menit		Program siaran lokal disiarkan antara pukul 05.00 s/d pukul 22.00 WIB (Perda DIY No. 13 Tahun 2016, Pasal 16 ayat 2)		15,63%				
Program Nasional	1130 menit = 18 jam 50 menit		-						
Program Asing	53 menit		Program siaran asing TIDAK MELEBIHI 30% (432 menit) dari waktu siaran per hari (SPS Ps. 67)		00-Jan-00				

Sumber: Arsip dari KPID DIY

38 program acara yang ada di RBTV hanya 6 program acara yang produksi sendiri oleh RBTV, 32 program acara sisanya dari Kompas TV. Penayangan program acara dari RBTV yang masuk kategori lokal yang seharusnya menurut Perda No. 13 Tahun 2016 Pasal 16 (2) ditayangkan dari jam 05.00 – 22.00. Akan tetapi faktanya RBTV justru menayangkan program acara lebih awal yaitu sekitar jam 04.30 pagi.

Tabel 3.5
Persentase Pembagian Durasi Tayangan



Sumber: Arsip dari KPID DIY di Olah Data Peneliti

RBTV jika dilihat dari waktu untuk memenuhi konten lokal sesuai dengan Perda Penyiaran memang sudah sesuai, akan tetapi jadwal penayangan yang seharusnya dimulai dari jam 05.00-22.00 justru dimajukan lebih dini hari. Jelas jam penayangan RBTV untuk konten lokal tidak sesuai. Dilihat dari persentasenya pada pemantauan tanggal 19 September 2019 hanya 18 % total siaran lokal dari RBTV dan 82% siaran dari Kompas TV. RBTV lebih mengutamakan program siaran dari Kompas TV, hingga bisa memungkinkan ini adalah salah satu efek integrasi yang dilakukan oleh Kompas TV terhadap RBTV.

Wahyu Sudarmawan, menyampaikan bahwa:

“Jadi saya tidak terlalu memahami integritas tetapi intinya bahwa kita mempunyai kesamaan visi bahwa itu televisi yang mewartakan, bahwa masyarakat Jogja itu membutuhkan warta bukan hiburan” (Hasil wawancara, 25 November 2019).

Anggapan di atas jika ditelisik lebih luas masyarakat bukan tidak membutuhkan hiburan, akan tetapi jika dilihat dari persentase Kompas TV yang program acaranya mayoritas berita dan dalam sehari hanya ada satu program hiburan maka tidak heran jika RBTV juga melakukan hal yang sama.

Implikasi dari dominasi program acara Kompas TV dalam RBTV serta merta mengubah pandangan masyarakat bahwa RBTV itu hanya sebatas program lokalnya Kompas TV. Ketidaktahuan masyarakat akan makna berjejaring menimbulkan spekulasi tersendiri pada masyarakat.

Gambar 3.1

Cuitan Masyarakat Akan Keberatan Pemindehan Waktu Tayang Saat Kompas Sport Menjadi Siaran Lokal AKJ



Sumber: Facebook Olah Data Peneliti

Cuitan dalam facebook sebagai salah satu bentuk protes yang dilakukan oleh masyarakat akan ketidaknyamanan yang dilakukan oleh

RBTV mengganti waktu tayang. Indikasinya Kompas TV lebih diminati masyarakat, sebab program RBTV dirasa kurang berbobot.

Berdasarkan data dari program acara yang tayang di RBTV setiap harinya *diversity of content* tidak berjalan. Program acara dari RBTV sendiri tidak lebih dari 7 program setiap harinya, sedangkan sisa keseluruhan diisi oleh Kompas TV. Kompas TV tidak memproduksi siaran lokal karena memang untuk lokal diisi oleh RBTV, program Kompas TV kebanyakan di produksi di Jakarta lalu di *relay* di daerah. Dominasi ini mengakibatkan tidak berjalannya *diversity* di RBTV, sebab program acara kebanyakan di isi oleh berita. RBTV pun juga kurang menayangkan program acara tentang kerifan budaya lokal di Yogyakarta. Perda No. 13 Tahun 2016 Pasal 15 ayat 2 (b) menyebutkan bahwa harus ada seni budaya, ekonomi kreatif, wisata, produk unggulan, dan potensi lokal.

Agnes Dwirusjiyati, menyampaikan bahwa:

“Yang jelas di Jogja ini secara khusus DIY kita mempunyai UU Keistimewaan, lalu kemudian UU itu di turunkan kepada Perda salah satunya Perda Penyiaran, Perda tentang budaya, bahasa daerah, pakaian jawa. Jogja untuk penyiaran salah satu perda terkait apa budaya yang di Jogja perlu di publikasikan. Yang mempublikasikan siapa? lembaga penyiaran. Maka lembaga penyiaran harus mempunyai rambu-rambu dalam arti nilai budaya seperti apa yang kemudian harus kita tayangkan. Kalau sampai tidak menayangkan, tidak memberikan edukasi kepada masyarakat bahwa di Jogja ada seperti ini tentu juga kesadaran lembaga penyiaran menjadi penopang kemajuan wilayah termasuk pemberitaan informasi, pendidikan, terus sarana hiburan untuk masyarakat sampai bisa dinikmati sampai masyarakat bawah. Perlu Perda Penyiaran untuk memperkuat legalitas mereka sebagai lembaga penyiaran dan pemerinta DIY bahwa di Jogja selain menggunakan frekuensi di Jogja ada

kewajiban Perda juga mengingat kewajiban untuk menyiarkan konten sesuai dengan Perda” (Hasil wawancara, 25 November 2019).

Gambar 3.2
Program Acara Liputan Khusus RBTv



Sumber: Channel Youtube RBTv

Konten lokal yang ada di RBTv seperti gambar di atas jelas program acara tersebut bukan program acara yang membahas tentang kelokalan Jogja walaupun penyelenggaraan acara tersebut berada di Sleman, Yogyakarta. Acara tersebut lebih mengarah ke advertorial yang dikemas menjadi liputan khusus.

Wahyu Sudarmawan, menyampaikan sebagai berikut :

“Konten lokal itu yang terpenting kedekatan media dengan audiensnya yang penting itu. Kita berikan masyarakat tampil di televisi kita kesempatan. Supaya bisa tampil bagaimana itu lewat ilmu *programming* dan *production*.” Hasil wawancara, 25 November 2019).

Sedangkan Agnes Dwirusjiyati, menyampaikan bahwa:

“Konten lokal di Jogja definisinya atau hal-hal yang kemudian dapat dikategorikan seperti konten lokal, yang pertama

memenuhi unsur kelokalan yang ada di DIY Yogyakarta. kelokalannya seperti apa tentu disini harus tidak berseberangan UU Keistimewaan, harus ada muatan terkait UU Keistimewaan, secara khusus di Jogja dituangkan dalam Perda Penyiaran. Dalam Perda Penyiaran konten lokal dituangkan dalam 7 hal yang pertama terkait Pancasila, Bhinneka Tunggal Ika, NKRI, UU 45, yang pertama. Yang kedua ada bermuatan informasi tentang pembangunan di DIY, nilai dan tradisi di DIY, unsur keberagaman agama dan keyakinan, informasi kebencanaan, pembangunan termasuk di dalamnya rencana program pemerintah DIY terkait APBD itu harus diberitakan, unsur hiburan tentu harus sesuai dengan budaya lokal yang tercantum UU Keistimewaan, itu termasuk kelokalan di DIY dan harus berpedoman dengan perda penyiaran, Perda Penyiaran turunan UU Keistimewaan termasuk penggunaan bahasa Jawa bagian dari pengembangan tradisi yang ada di DIY” (Hasil wawancara, 25 November 2019).

Berkaitan dengan keistimewaan Yogyakarta yang harus ditampilkan oleh seluruh lembaga penyiaran yang ada di Yogyakarta untuk menjalankan *diversity of content* karena RBTv sebagai televisi komersil bukan televisi publik, tentu RBTv akan menayangkan jika berpotensi mendapatkan keuntungan.

Wahyu Sudarmawan, menyampaikan sebagai berikut :

“Jadi itu semua sudah diatur dalam UU Penyiaran sudah diatur, P3 diatur, Perda Gubernur itu sebenarnya sama semua, yang beda cuma dari Keraton, Mataram, dan Pakualaman untuk diberikan waktu siaran beberapa menit atau beberapa jam kami gak apa-apa tak kei wes (tidak apa-apa) tapi ada uangnya gak? Kan kita televisi komersial bukan televisi publik. Artinya kalo kita diminta ada yang membiayai akan kami lakukan kalo tidak ya kami minta maaf, tapi kalo ada yang mensponsori akan kami lakukan” (Hasil wawancara, 25 November 2019).

Cara pandang RBTv dan KPID dalam konten lokal berbeda, jika RBTv memandang konten lokal itu lebih memberi kesempatan kepada masyarakat untuk tampil namun harus melalui prosedur. Tetapi

KPID menjelaskan konten lokal harus berisikan semua unsur budaya yang ada di Jogja dan juga keistimewaannya harus ditonjolkan. Perbedaan cara pandang ini ternyata berkaitan dengan program acara yang dibuat oleh RBTv dengan maksud dan tujuan tertentu.

b. Komodifikasi Audiens

RBTv sebagai televisi lokal satu-satunya yang memutuskan berjejaring demi mempertahankan eksistensi mereka dalam pertelevisian lokal di Yogyakarta. Berdasarkan observasi peneliti memang RBTv lebih unggul dari televisi lokal yang lain di Yogyakarta, baik dari segi program acaranya, kualitas gambar dan alat yang dipakai.

Wahyu Sudarmawan, menyampaikan sebagai berikut :

“Alhamdulillah sejak bekerjasama dengan Kompas TV penonton kami sangat luar biasa karena teknologi saya dari 20 KW menjadi 30 KW gambar kami lebih terang, program kami gambar kualitasnya lebih bagus menggunakan kamera yang baik, produser-produser yang berpengalaman bukan *fresh graduet*, dampaknya alhamdulillah penonton RBTv Jogja itu audinesernya 4 memberikan keuntungan yang baik, karyawannya lebih sejahtera, ownernya juga senang” (Hasil wawancara, 25 Novemver 2019).

Keuntungan yang didapat setelah bekerjasama menjadikan RBTv semakin bagus kualitasnya. Hingga menjadikan RBTv mendapat *rating* 4 audiensnya. Hal tersebut sangat menguntungkan dimana *rating* itu nantinya akan dijadikan RBTv sebagai acuan untuk memperoleh iklan. Keuntungan ini disambut gembira, sebab dapat

memberikan banyak perubahan dalam finansial untuk semua aspek yang ada di RBTV.

Wahyu Sudarmawan, menyampaikan sebagai berikut :

“Jadi saya melakukan riset audiens, bahwa hasil riset saya masyarakat Jogja itu yang mereka kerjakan dimunculkan di media awal mulanya. Beda lagi sekarang ada sosmed beda lagi ya. Tapi konteksnya televisi itu ditayangkan masyarakat pengen tampil Ibu-bu PKK, Pak Camat, Bu Kades, Pak Bupati, Kapolda, Kapolres, jangan itu lomba desa saja masyarakat semua berkumpul pengen wajahnya muncul di televisi. Nah, konteks itu yang saya bawa sehingga saya kemas dalam jurnalisem, ada *softnews* dan *hardnews*, ada *feature*, dokumenter, *talkshow*. *Talkshow* itu seperti pejabat yang ingin tempel untuk mendengarkan dia. Pemerintah daerah direkam sampaikan sudah saatnya menjadi kepala dinas, kan mereka membutuhkan portofolio. Namanya juga liberalisasi televisi siapa yang memanfaatkan siap dimanfaatkan. Zaman sekarang tidak ada yang murni” (Hasil wawancara, 25 November 2019).

Pernyataan dari Wahyu Sudarmawan yang menjelaskan fakta bawah RBTV menyediakan program yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat untuk memperoleh keuntungan. Akan tetapi justru fakta ini dipandang baik oleh KPID.

Agnes Dwirusjiyati, menyampaikan bahwa:

“Kalo kita melihat secara lokal yang kita amati RBTVnya ya. RBTV cukup memberikan ruang diwaktu pagi kepada masyarakat dengan berbagai *talkshow* yang mereka punya. Kita masih melihat mereka membuka ruang dan kesempatan kepada publik seluas luasnya dijam pagi bisa memanfaatkan kanal itu untuk kemudian informasi dan hiburan. Secara kelokalan mereka memberikan kesempatan baik kepada pemerintah daerah untuk menyampaikan program-program, kemudian komunitas apa untuk menyampaikan apa kerja mereka. Itu mereka cukup terbuka dalam hal itu” (Hasil wawancara, 25 November 2019).

Seperti yang sudah dijelaskan oleh Wahyu Sudarmawan, bahwa televisi lokal untuk benar-benar murni itu tidak bisa. Sebab, televisi lokal pemasukannya hanya dari iklan. Jika televisi lokal menginginkan untuk membuat program sendiri seperti sinetron yang ada di televisi nasional jelas tidak mempunyai modal. Sehingga televisi lokal sering membuat program acara dari iklan dengan durasi yang lama.

RBTV mengakali regulasi dengan cara membuat program acara tidak sesuai dengan format acara, RBTV pun demikian namun dikemas dengan cara yang beda dibanding televisi lokal yang lain. Memang televisi hidup berkat iklan yang masuk tetapi tidak semestinya televisi lokal mengemas iklan menjadi program acara advertorial. Televisi lokal yang seharusnya menyajikan program kelokalan daerah, SDM, SDA dan semua hal informasi tentang daerah justru dijadikan sebagai ajang untuk promosi baik produk, maupun aparat pemerintah.

Wahyu Sudarmawan, menyampaikan sebagai berikut :

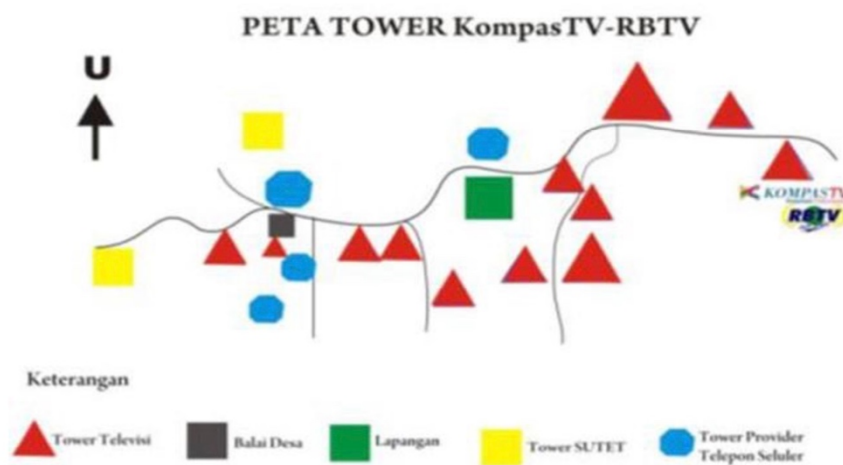
“Dalam media ada media publik dan komersial. Media publik semuanya gak bayar mbak karena semuanya transparan apa adanya. Masyarakat kita kan butuh menyampaikan informasi Tapi media publik kita TVRI dan RRI kan gak jalan sama aja komersial. Media komersial jadi otomatis masyarakat jangan sering mengatakan media komersial itu sering bohong, kan memang dalam komunikasi mengikuti siapa yang memberikan uang jadi ketika kita membuat *realityshow* ya jangan marah. Ketika kita kenyataannya sosialisasi apapun pemerintah swasta, bisnis, kecantikan ketika itu masuk dalam ranah komersial itu harus bayar. Dan ketika bayarpun belum tentu apa adanya. Pasti ada editingnya Kan kelihatan dari kreativitasnya dibumbui begini- gini akhirnya ditunggu-tunggu masyarakat karena tujuannya melihat seberapa banyak penonton. Bukan semata-mata informasi ini bisa diterima karyawan apa enggak gak tapi kan informasi yang bisa diterima

oleh karyawan sesuai dengan yang dimaksud perusahaan” (Hasil wawancara, 25 November 2019).

RBTV memproduksi program acara promosi dengan *realityshow* yang mengikuti kemauan dari narasumber terkait informasi apa yang akan disampaikan pada masyarakat nantinya dan itu berbayar.

Secara teknis dan gambar RBTV lebih unggul dibanding ADI TV, Jogja TV, dan Krisna TV. Karena berkat kerjasama bersejaring RBTV mendapatkan fasilitas penuh dari Kompas TV. Setelah bekerjasama pemancar RBTV dipindahkan ke Ngoro-oro sehingga jangkauan RBTV semakin luas.

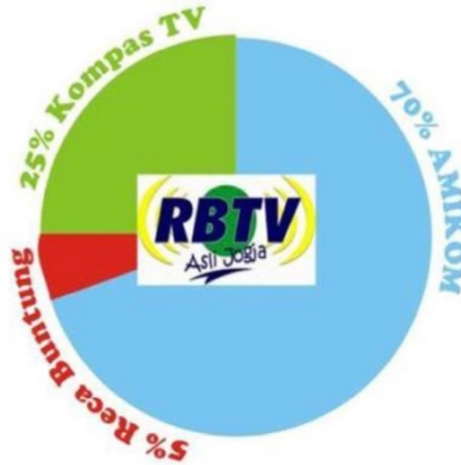
Gambar 3.3
Peta Tower Pemancar RBTV dan Kompas TV



Sumber: Hidayanto dalam Utamidan Oktaviani, 2015: 27

2. Spasialisasi Kompas TV terhadap RBTB

Gambar 3.4
Pemilik Saham RBTB



Sumber : Danisa dalam Utami dan Oktaviani, 2015: 23

RBTB merupakan salah satu stasiun televisi lokal di bawah naungan Kompas TV. RBTB ialah satu-satunya televisi lokal di Yogyakarta yang pemiliknya bukan dari anggota elit politik artinya dimiliki asli oleh sipil. Dilihat dari sisi *diversity of ownership*, RBTB memang sudah beragam kepemilikannya akan tetapi hanya dimiliki oleh beberapa orang saja. Saham kepemilikan RBTB paling tinggi 70% dimiliki oleh AMIKOM, kemudian 25% dimiliki Kompas TV, dan paling kecil 5% dimiliki oleh Redjo Buntung.

Redjo Buntung FM merupakan salah satu radio swasta yang sudah mengudara sejak 1967 di Yogyakarta. Mengudara pada frekuensi FM 99,4 Mhz yang bersiaran selama 24 jam, bisa dinikmati melalui radio *streaming*. Redjo Buntung FM mempunyai jaringan radio hampir di seluruh kota-kota

besar Indonesia. Redjo Buntung atau PT Redjo Buntung FM pemilik saham paling kecil di RBTv yaitu hanya 5%, dimana pada awalnya justru PT Redjo Buntung dan AMIKOM yang mempunyai gagasan mendirikan televisi lokal RBTv.

AMIKOM mempunyai saham paling banyak di RBTv, dari 70% saham masih dibagi kepemilikannya. Saham paling banyak dimiliki oleh Suyanto selanjutnya Wahyu Sudarmawan, walaupun begitu mereka masih dalam satu instansi AMIKOM. AMIKOM merupakan instansi yang bergerak dalam dunia pendidikan dan mempunyai lembaga pendidikan sendiri. Keberadaan AMIKOM sebagai entitas bisnis pendidikan sangat menguntungkan RBTv untuk media promosi yang mana rangkaian kegiatan produksi RBTv sendiri berada di AMIKOM, tepatnya di gedung A lantai 3. Kebanyakan semua produksi RBTv dilakukan di gedung tersebut, baik dari ruang produksi program sampai ruang sinema. Hal serupa juga dirasakan oleh AMIKOM, yang mana dipandang oleh masyarakat bahwa AMIKOM sebagai lembaga pendidikan mampu memproduksi televisi sehingga juga semakin banyak dikenal oleh masyarakat.

Agnes Dwirusjiyati, menyampaikan bahwa:

“RBTv sudah punya kampus yang memang mencetak orang-orang berkualitas dalam bidang penyiaran kemudian mereka mempunyai lembaga penyiaran untuk sarana belajar istilahnya mereka perlu tempat mengaplikasikannya teori yang mereka dapat dari kampus dengan mereka punya lembaga penyiaran” (Hasil wawancara, 25 November 2019).

Kompas TV memiliki saham sebesar 25% dalam RBTv. Kompas TV merupakan stasiun televisi yang menampilkan kekayaan alam di

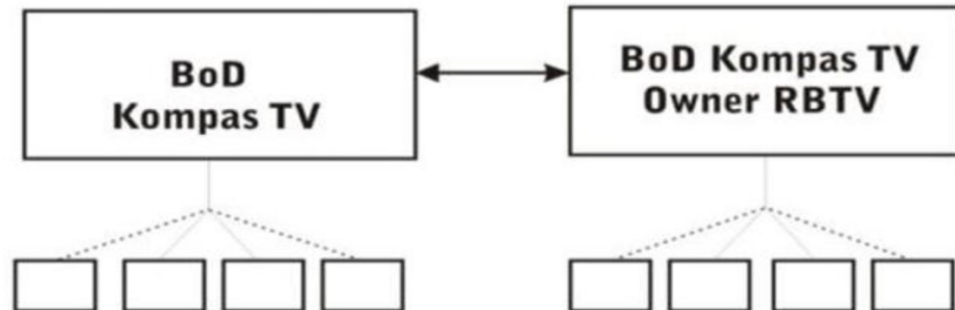
Indonesia. Televisi ini penuh inspiratif dan berusaha untuk mencerdaskan bangsa dengan program-program yang edukatif. Sebenarnya Kompas TV ini hadir menggantikan stasiun televisi yang pernah dimiliki oleh Kompas Gramedia, yaitu TV7. Semenjak semua saham TV7 dibeli oleh pihak Trans Corp yang berdiri di bawah kepemimpinan Chairul Tanjung pada tahun 2006 dan nama TV7 diganti menjadi Trans7, maka Kompas Gramedia tidak lagi memiliki perusahaan televisi. Namun pada tahun 2011, Kompas Gramedia meluncurkan kembali stasiun televisi yang selama ini diinginkan oleh pendiri Kompas Gramedia, Jakob Oetama. Ada 10 televisi lokal berjejaring dengan Kompas TV, yaitu KTV (Jabodetabek), STV (Bandung), TV Borobudur (Semarang), BCTV (Surabaya), MOSTV (Palembang), Khatulistiwa TV (Pontianak), ATV (Malang-Batu), Dewata Bali TV (Denpasar), RBTV (Yogyakarta), dan Makassar TV (Makassar) (Simamora, 2016: 107).

Kompas TV memang mempunyai 25% saham, namun Kompas TV tidak mempunyai wewenang dalam menentukan kebijakan. Semua Kebijakan yang menentukan adalah Direktur RBTV.

Wahyu Sudarmawan, menyampaikan sebagai berikut:

“Sebetulnya tidak ada dulu, jadi ada pemegang saham yang mengundurkan diri lalu dibeli Kompas TV tapi jumlahnya kecil. Artinya dia tidak menentukan keputusan dan pemilik saham Kompas TV itu hanya takut kehilangan *wes tak tukune wae* (sudah saya beli saja) tapi tidak berpengaruh apa apa” (Hasil wawancara, 25 November 2019).

Gambar 3.5
Struktur Kedudukan RBTV dan Kompas TV



Sumber : Danisa dalam Utami dan Oktaviani, 2015: 23

Kesepakatan kerjasama berjejaring menjadikan pemimpin Kompas TV memiliki kedudukan yang sama dengan pemilik RBTV. Kerjasama ini tidak membatasi arah perkembangan dalam memproduksi siaran. Produksi dilakukan sesuai dengan visi misi dari kedua belah pihak. Program siaran dibuat sendiri-sendiri, namun ada beberapa kesepakatan untuk keseragaman untuk menampilkan logo kerjasama berjejaring. Seperti pemasangan logo RBTV pada saat Kompas TV bersiaran.

RBTV pada awalnya berangkat dari kelokalan yang ada di Yogyakarta dengan semua ragam budaya yang ada, namun sekarang RBTV sudah menjadi televisi lokal berjejaring dengan Kompas TV.

Wahyu Sudarmawan, menyampaikan sebagai berikut :

“Kerjasama dengan Kompas yang pertama membangun sinergitas dalam hal banyak aspek yang pertama masalah komersial, yang kedua aspek teknis, yang ketiga aspek pembiayaan. Saya mencoba bertahan selama 8 tahun untuk tetap mengedepankan kelokalan Jogja, saya melakukan riset penonton Jogja. Lalu ketika saya dibenturkan oleh biaya kita berhenti, ketika saya dibenturkan oleh teknologi saya menggunakan pemancar 20 watt 20 ribu kilo meter gambarnya kepyur ya gak menarik. Fenomena inilah yang membuat

idealisme saya harus dipindahkan, bahwa nek *aku carane ngene* (kalo begini caranya) kapan saya bisa membiayai perusahaan, membiayai karyawan bagaimana, produksinya bagaimana. Akhirnya saya negosiasi dengan banyak televisi Jakarta ada ANTV, Jawa Pos Surabaya, RCTI dengan Inewsnya pernah nawarin kesaya, ada banyaklah televisi Jakarta. Karena banyak tidak ada kesamaan visi misinya, akhirnya kita memilih Kompas TV. Kenapa? Karena dulu Kompas TV orientasinya dokumentari, jadi konsep awalnya dulu 7 tahun lalu lebih ke orientasinya pendidikan, seperti nasional *geographic* dsb. Kita bekerjasama dengan Kompas TV sejak 1 Maret 2012 sampai sekarang” (Hasil wawancara, 25 Novemver 2019).

Kerjasama berjejaring ini menguntungkan kedua belah pihak, dari sisi *diversity of ownership* Kompas TV diberikan kesempatan oleh RBTv untuk menanam saham mereka serta menjalankan *diversity*. Selain itu, Kompas TV sebagai televisi yang baru berkembang pada saat itu dapat memperkenalkan diri kepada khalayak luas, sementara untuk RBTv sebagai televisi lokal yang memutuskan berjejaring mendapatkan alat untuk produksi, pemasukan iklan yang bertambah, dan juga *rating* yang terus meningkat dari kerjasama berjejaring ini.

Berjejaring itu tidaklah mudah, sebab jika ingin mendirikan televisi berjejaring juga mempunyai persyaratan khusus. Sehingga sebelum Kompas TV memutuskan berjejaring dengan RBTv harus memenuhi persyaratan yang sudah ditentukan.

Agnes Dwirusjiyati, menyampaikan bahwa:

“Kalo televisi berjejaring di Jogja sesuai Perda harus punya kantor di Jogja, studio disini, SDM dari sini. Agar mereka memberikan tayangan yang memang dari sini. Sebagai upaya dalam kelokalannya” (Hasil wawancara, 25 Novemver 2019).

Bekerjasama mengharuskan RBTV dan Kompas TV saling memenuhi hak dan kewajiban yang sudah ada, agar kerjasama ini berdampak baik untuk kedua belah pihak. Adapun kewajiban dan hak yang harus dijalankan serta didapatkan dalam kerjasama berjejaring ini sebagai berikut :

Tabel 3.6
Kewajiban dan Hak RBTV dan Kompas TV

	Kewajiban	Hak
Kompas TV	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyediakan program siaran untuk slot jam tayang sebesar 70% dari waktu siaran perhari. 2. Membayar penggunaan slot jam tayang RBTV. 3. Mengadakan peralatan pemancar baru dengan kekuatan 30 KW di Dusun Ngoro-oro, Kecamatan Patuk, kabupaten Gunung Kidul. 4. Mengadakan peralatan kepada pihak RBTV dengan status investasi Kompas TV. 5. Mengadakan tower pemancar yang baru dengan kekuatan 30 KW. 6. Memperbaiki infrastruktur akibat kerusakan diluar . 7. Menjembatani pengiklan nasional yang ingin beriklan di RBTV. 8. Menggunakan logo bersama saat bersiaran nasional. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dapat bersiaran dengan kanal RBTV pada jam telah disepakati bersama. 2. Mendapatkan keuntungan dari pemasukan iklan program siaran nasional. 3. Mendapat keuntungan dari saham RBTV. 4. Mendapatkan keuntungan dari <i>charge</i> peralatan yang ada di RBTV.

RBTV	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyediakan kanal frekuensi untuk Kompas TV agar dapat bersiaran di wilayah Yogyakarta, Solo, dan magelang. 2. Memproduksi tayangan lokal dengan durasi total 30% dari saluran jam tayang perhari. 3. Bersiaran pada slot jam tayang yang telah ditentukan. 4. Menyiarkan program khusus <i>Breaking News</i> dijam tayang nasional maupun lokal. 5. Merawat pemancar yang ada di Dusun Ngoro-oro, Kecamatan Patuk, kabupaten Gunung Kidul. 6. Merawat dan membayar <i>charge</i> peralatan yang diinvestasikan Kompas TV kepada RBTV. 7. Menggunakan logo RBTV saat bersiaran lokal. 8. Membagi keuntungan sesuai besarnya saham masing-masing. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mendapatkan keuntungan dari pemasukan iklan program lokal. 2. Mendapatkan kemudahan bagi investor yang ingin memasang iklan di RBTV melalui Kompas TV. 3. Mendapatkan perbaikan kualitas siaran yang lebih baik. 4. Mendapatkan hak sewa penggunaan frekuensi oleh Kompas TV 5. Mendapat bantuan inventaris Kompas TV yang dapat digunakan oleh RBTV 6. Mendapatkan keuntungan dari saham RBTV.
------	--	---

Sumber: Arsip Kesepakatan Bekerjasama RBTV dan Kompas TV

Hasil dari kewajiban dan hak yang harus dipenuhi selain berkaitan dengan pembagian slot penayangan, pemenuhan kebutuhan alat untuk produksi dan pemancar, ada pula kewajiban yang harus dilakukan oleh Kompas TV untuk menunjukkan bahwa mereka benar berjejaring dengan RBTV. Kesepakatan kerjasama mengharuskan

Kompas TV menyematkan logo RBTV di sebelah kanan untuk menunjukkan bahwa Kompas TV berjejaring dengan RBTV. Selain itu minoritas saham yang dimiliki Kompas TV tidak bisa mengubah Logo RBTV menjadi Kompas TV Yogyakarta seperti yang sudah terjadi pada SSJ Kompas TV yang lainnya. Mayoritas saham yang dimiliki menjadikan RBTV mempertahankan eksistensi mereka.

Gambar 3.6
Penempatan Logo RBTV pada Saat Waktu Tayang di KompasTV (Foto Kiri) dan RBTV (Foto Kanan)



Sumber : Arsip Kompas dalam Utami dan Oktaviani, 2015: 32

Melihat posisi penempatan Logo RBTV pada saat siaran berlangsung di Kompas TV dan RBTV berbeda. Ketika memasuki jam tayang Kompas TV penempatan logo dari RBTV ditempatkan pada sisi sebelah kanan dan sisi kiri diisi oleh logo Kompas TV, hal ini menunjukkan bahwa yang sedang bersiaran dari kanal Kompas TV. Namun berbeda dengan RBTV, ketika RBTV bersiaran penempatan logo berada di sisi kanan tanpa menyematkan logo Kompas TV.

B. Analisis Komodifikasi dan Spasialisasi

RBTV berangkat dari semangat untuk mendirikan televisi lokal yang penuh dengan kebudayaan yang ada di Yogyakarta. Sejak berdiri sampai usia 8 tahun RBTV mencoba mempertahankan kelokalannya. Namun ketika dibenturkan dengan biaya produksi yang tidak cukup, kegagalan dalam membuat program sinetron layaknya pada televisi nasional, tidak bisa membayar gaji karyawan akhirnya meruntuhkan idealisme direktur RBTV sehingga memutuskan untuk berjejaring. Dilain sisi Kompas TV berkebutuhan menjalankan Sistem Siaran Jaringan (SSJ) seperti yang sudah ditetapkan dalam UU Penyiaran No. 32 Tahun 2002, Kompas TV juga memperluas jaringan khalayaknya.

Sebagai salah satu televisi lokal, tidak mudah bagi RBTV menghadapi persaingan dengan televisi lokal lainnya untuk merebutkan iklan agar RBTV tetap hidup. RBTV sebagai televisi lokal berada pada zona kontestasi antara memenuhi kepentingan pasar atau mematuhi hukum penyiaran yang sudah ada. Dalam berjejaring dengan Kompas TV secara tidak langsung juga mengubah pola acara yang ada di RBTV.

1. Komodifikasi Konten, dan Komodifikasi Audiens RBTV

Dalam pembahasan analisis komodifikasi konten dan audiens ini yang terjadi pada program acara dari RBTV. Akibat berjejaring kelokalan yang seharusnya ada di setiap program acara di RBTV semakin berkurang, padahal dalam televisi lokal jelas bahwa siaran mereka harus memuat tentang unsur kearifan lokal. Darmastuti dalam (Setyaningsih, 2017: 121)

kearifan lokal (*local wisdom*) merupakan gagasan masyarakat setempat yang bersifat bijaksanaan, penuh dengan kearifan, bernilai baik yang tertanam nilai-nilai dan diikuti masyarakatnya. Harusnya nilai-nilai itulah yang harus dimunculkan oleh RBTv. Namun, faktanya hanya satu program acara yang mencerminkan kebudayaan yang ada di Yogyakarta, yaitu program acara Leyeh-leyeh.

Komodifikasi dilakukan oleh RBTv dengan membuat program untuk dimanfaatkan oleh kalangan tertentu tentunya RBTv akan mendapatkan keuntungan. Komodifikasi mengacu pada proses mengubah nilai pakai menjadi nilai tukar (Mosco, 2009: 132). Komodifikasi menjelaskan bagaimana kapitalisme menjalankan tujuan mereka untuk memperoleh kapital. Komodifikasi sebagai cara melihat proses transformasi suatu barang atau jasa menjadi nilai jual.

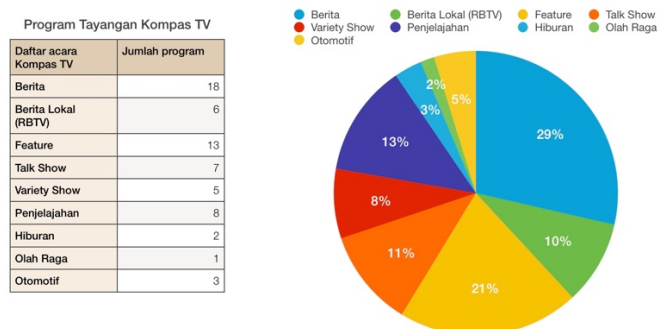
a. Komodifikasi Konten

Konten yang diproduksi oleh media layaknya cerminan diri dari kepentingan para pemilik modal. Faktanya pemilik usaha media televisi ialah para pengusaha yang selalu menginginkan keuntungan. Pemberitaan yang diolah walaupun naratif pasti erat kaitannya dengan ideologi pemiliknya.

Sebelum bekerjasama program-program acara yang ada di RBTv sering membuat acara sinetron layaknya pada televisi nasional namun tidak diminati masyarakat dan berakhir merugi. Setelah

bekerjasama program acara yang ada di RBTV pada awalnya belum sesuai standar seperti yang ada di program siaran Kompas TV. Program acara lebih banyak diisi seperti: program Plat AB, QAH, ALBI SEFT *Talk Show*, dll. Dimana program-program tersebut lebih mengarah ke advertorial pengobatan. 3-4 tahun belakangan ini program acara lebih banyak diisi informasi, program khusus, serta pendidikan seperti: Apa Kabar Jogja, Inspirasi Dapur, Obrolan Pagi, *Feature*, Liputan Khusus, Ragam Info, Pelangi Jogja, *Star Up* Klinik, Pelangi Jogja. Sedangkan untuk hiburan hanya beberapa seperti, Klip RBTV, Leyeh-Leyeh, dan Resensi Film. Sama dengan Kompas TV yang menempatkan program hiburan dengan persentase yang sedikit dari keseluruhan program acara yang dimiliki.

Tabel 3.7
Format program acara Kompas TV dalam Sehari yang Ditayangkan oleh RBTV



Sumber: Olah Data Peneliti

Dilihat dari pembagian persentase program tayangan konten yang ada di Kompas TV lebih banyak diisi program berita, *feature*, *penjelajahan*, *talk show*, *variety show* yang berisikan informasi dan

pendidikan dibanding dengan hiburan hanya ada satu program acara, sesuai dengan cita-cita Jakob Oetomo yang menginginkan perubahan dalam pertelevisian di Indonesia. Dalam setiap program di Kompas TV sering membahas isu-isu terbaru dan mengundang narasumber yang berpengaruh di Indonesia atau sosok inspiratif.

Implikasi berjejaring menjadikan RBTv mengikuti pola program yang ada di Kompas TV, dimana program mereka juga lebih mengarah ke informasi dan jurnalistik. Sebab RBTv beranggapan bahwa masyarakat Jogja lebih membutuhkan warta, sehingga berdampak pada tidak berjalan *diversity of content*.

Gambar 3.7
Konglomerasi Kompas Gramedia



Sumber: Romeltea.com

Implikasi dari konglomerasi ini menjadikan pemberitaan atau arus informasi dari semua lini bisnis yang dimiliki oleh Kompas Gramedia mempunyai karakter yang sama. Bahkan untuk lini bisnis televisi Kompas TV bisa sampai dengan televisi jaringan yang ada di televisi lokal. Memang konglomerasi ini menyebabkan *power* dominan untuk mengontrol semua bisnis yang ada. Kompas Gramedia group

melakukan komodifikasi yakni mentransformasi nilai guna menjadi nilai tukar (Simammora, 2016: 101). Jadi tidak heran jika RBTV program dan informasinya mengikuti pola Kompas TV.

Program-program acara lokal RBTV memang informatif, namun sayang RBTV melakukan komodifikasi konten dengan cara membuat program acara yang dapat dimanfaatkan oleh pihak tertentu. RBTV sering kali menayangkan program yang jika ditelaah programnya mengarah ke advertorial yang dikemas dengan *talkshow*. Sehingga selain menarik audiens, program tersebut juga mendatangkan keuntungan dari segi pemasukan iklan. Hal ini sejalan dengan teori dari Vincent Mosco (2009: 132) komodifikasi isi/konten dilakukan ketika media mengubah teknologi menjadi pesan menjual untuk menarik perhatian pada audiens. Dalam hal ini pesan menjual yang dilakukan RBTV ialah seperti program liputan khusus yang berisi liputan jasa suatu produk sehingga menarik perhatian audiens.

Gambar 3.8
Program Acara “Obrolan Pagi” di RBTV



Sumber: Instagram RBTV

Gambar di atas program acara “Obrolan Pagi” yang mengundang narasumber dari Garden Keisha Hotel Yogyakarta. Dalam program acara tersebut menyampaikan pesan menjual yang menarik audiens untuk tetap menyaksikan program acara mereka.

b. Komodifikasi Audiens

Konten-konten yang ada di Kompas TV banyak yang menarik. Konten Kompas TV mudah diterima oleh audiens dan banyak digemari semua kalangan. Sehingga ketika *chanel* berpindah ke RBTv audiensnya pun tetap banyak, karena masyarakat banyak beranggapan konten RBTv termasuk konten Kompas TV.

Program acara yang ada di RBTv mengikuti pola yang sama diterapkan dalam Kompas TV, akan tetapi tidak dipungkiri bahwa televisi itu hidup berkat iklan yang masuk sehingga RBTv menyiasati program acara yang berisi informasi ini dimanfaatkan oleh pihak pemerintah daerah atau para pemilik usaha untuk menyampaikan promosi mereka melalui program-program yang ada di RBTv. Mereka beranggapan karena Jogja sebagai replika mini Indonesia dan banyak pelajar datang ke Jogja lebih membutuhkan informasi dibanding hiburan. Masyarakat awam menilai bahwa apa yang mereka tonton itu informasi, namun nyatanya itu strategi promosi iklan dari narasumber yang datang dalam program *talkshow* atau liputan khusus yang dimiliki oleh RBTv. Hal ini selaras dengan teori Vincent Mosco (2009: 132),

konten kemudian dijadikan sebagai promosi iklan karena audiens banyak mengikuti program tersebut, sehingga terjadi komodifikasi audiens dalam bentuk *rating* dan *share* kepada pengiklan. Dari konten-konten yang dibuat RBTv dari program advertorial itu banyak digemari masyarakat sehingga mendapat *rating* tinggi.

Rating menentukan nilai jual program kepada para pengiklan. Semakin tinggi *rating* sebuah acara, semakin besar pula minat para pengiklan untuk mensponsori acara meskipun dengan harga yang tinggi. Akibatnya, semua stasiun televisi berlomba-lomba membuat acara semenarik mungkin dan bisa menyedot sebanyak mungkin pengiklan (Yusuf & Utami, 2007: 222).

Wahyu Sudarmawan tidak menampik bahwa televisi lokal komersil itu tidak bisa murni “siapa yang memanfaatkan siap dimanfaatkan”. Dengan *rating* audiens 4 yang dimiliki oleh RBTv sekarang ini, setiap iklan lokal yang masuk akan dikelola langsung oleh RBTv. Jadi kerjasama berjejaring ini sangat menguntungkan RBTv dari segala aspek. Komodifikasi audiens dengan *rating* 4 menjadikan RBTv dipercaya pengiklan, karena jaminan pasti akan banyak ditonton sekalipun tayangan mereka berada pada jam-jam pagi hari. *Rating* 4 yang dimiliki RBTv sangat jauh lebih unggul dibanding Jogja TV yang hanya 0,3 dan Adi TV 0,2. Walaupun RBTv tayang hanya pada jam pagi hari para pengiklan sudah dijamin akan banyaknya audiens yang menyaksikan.

Rumus menghitung *rating* televisi di Yogyakarta dengan sederhana. Untuk menghitung menggunakan jumlah penduduk di Yogyakarta sebagai sampel. Tujuannya untuk melihat seberapa banyak penonton dari data *rating* yang sudah ada. Populasi penduduk secara keseluruhan di Yogyakarta menurut data Bapeda Provinsi Yogyakarta sebesar 3.842.932 juta di tahun 2019. Peneliti akan menjabarkan dengan bahasa sederhana rumus menghitung *rating* televisi menurut Kriyantono dalam Yusuf & Utami, 2007 : 228). Untuk melihat berapa banyak audiens jika sudah diketahui posisi *rating*.

Diketahui Universe/Jumlah Penduduk Yogyakarta = 3.842.932 juta, rating RBTV = 4, rating Jogja TV = 0,3, rating Adi TV = 0,2,. Pertanyaanya berapa jumlah penonton televisi di RBTV, Jogja TV, dan Adi TV?.

$$\text{Rating} = \text{Jumlah Penonton TV} / \text{Universe} \times 100\%$$

Jawabannya:

a. RBTV

$$\text{Rating} = \text{Jumlah Penonton TV (X)} / \text{Universe} \times 100\%$$

$$4\% = x / 3.842.932 \times 100\%$$

$$x = 3.842.932 / 100 \% \times 4\%$$

$$x = 153.717,28 \text{ Ribu}$$

b. Rating = Jumlah Penonton TV (X) / Universe X 100%

$$0,3\% = x / 3.842.932 \times 100\%$$

$$x = 3.842.932 / 100 \% \times 0,3 \%$$

$$X = 11.528,796 \text{ Ribu}$$

$$c. \text{ Rating} = \text{Jumlah Penonton TV (X)} / \text{Universe} \times 100\%$$

$$0,2\% = x / 3.842.932 \times 100\%$$

$$X = 3.842.932 / 100 \% \times 0,2 \%$$

$$X = 7.685,864 \text{ Ribu}$$

Melihat dari perhitungan jumlah penonton dari RBTv, Jogja TV, dan Adi TV perbedaannya sangat jauh. RBTv lebih unggul di banding Jogja TV dan Adi TV. Sehingga tidak heran jika RBTv lebih sering dipercaya para pengiklan.

2. Spasialisasi RBTv Pasca Kerjasama dengan Kompas TV

Kompas TV adalah stasiun televisi pertama yang melakukan Sistem Stasiun Jaringan (SSJ). Untuk melakukan sistem berjejaring Kompas TV mempunyai pertimbangan dari mulai kesamaan visi dan misi dengan televisi lokal yang diajak kerjasama, sudah memiliki surat Izin Penyelenggaraan Penyiaran (IPP) dari KEMKOMINFO untuk mengadakan kegiatan penyiaran, berada pada kota dengan tingkat ekonomi tinggi. Pertimbangan itulah yang menjadikan Kompas TV memilih RBTv sebagai anggota dari berjejaring yang dilakukan oleh Kompas TV. Selain pertimbangan sebelumnya di Yogyakarta sudah habis jatah kanalnya.

Dilihat dari sudut pandang ekonomi politik yang menekankan spasialisasi Kompas TV melakukan konglomerasi media dengan berjejaring dengan RBTv. Masyarakat mempunyai hak atas keberagaman isi tayangan

dan informasi atau istilahnya dalam media *diversity of content*. Akan tetapi akibat dari integrasi vertikal yang dilakukan oleh Kompas TV terhadap RBTv mengakibatkan kesamaan sudut pandang. Dalam menyampaikan informasi seringkali hanya menampilkan yang menarik saja tanpa benar-benar memberikan informasi yang penting bagi audiens. Kesamaan pola program acara menjadikan RBTv sudah semakin berkurang kelokalannya.

a. Integrasi Horizontal

Bisnis penyiaran di Indonesia memasuki beberapa babak dari awal kemunculannya hingga saat ini. Mulai dari Orde Lama yang menjadi corong pemerintah, Orde Baru dengan pemberian izin penyelenggaraan televisi swasta namun dalam cengkraman keluarga Cendana, dimana televisi swasta tidak boleh memberitakan sebuah kritik terhadap pemerintah, televisi swasta hanya diperbolehkan menayangkan siaran hiburan, hingga akhirnya setelah reformasi lahir UU No. 32 Tahun 2002 tentang penyelenggaraan penyiaran yang dibuat oleh pemerintah untuk mengatur sistem penyiaran.

Pada saat ini bisnis penyiaran di Indonesia dikuasai oleh orang-orang yang bukan berasal dari pers, akan tetapi bisnis ini penyiaran dikuasai oleh para konglomerat. Secara manajemen bisnis bukan dipegang oleh orang pers namun dikendalikan oleh konglomerat. Baru secara manajemen produksi dikendalikan oleh orang pers.

Lahirnya UU No. 32 Tahun 2002 diwarnai dengan pergulatan beberapa kepentingan yang terbagi dalam tiga kubu yaitu pemerintah, swasta dan sipil. Pemerintah menginginkan lembaga penyiaran tetap terkontrol oleh pemerintah, sedangkan swasta tetap pada orientasi mereka untuk memaksimalkan keuntungan yang mereka dapat. Dilain sisi pihak sipil menginginkan tetap adanya demokratisasi dalam penyiaran.

Keputusan akan UU Penyiaran menimbulkan banyak konflik dan keberatan dari pihak-pihak swasta, yang mana televisi swasta sudah tidak bisa lagi melaksanakan siaran nasional dan diharuskan melakukan siaran lokal. Hal tersebut dijelaskan dalam Pasal 6 (3) yang menyatakan bahwa, dalam sistem penyiaran nasional terdapat lembaga penyiaran dan pola jaringan yang adil dan terpadu yang dikembangkan dengan membentuk stasiun jaringan dan stasiun lokal.

Regulasi yang ada mau tidak mau memaksa televisi swasta harus memiliki stasiun biro di daerah atau melakukan sistem siaran jaringan (SSJ) dengan televisi lokal yang bersedia berbagi slot tayangan. Selain itu guna menjaga *diversity of content dan diversity of ownership*.

Kemunculan Kompas TV sebagai televisi swasta yang merupakan perluasan bisnis dari Kelompok Kompas Gramedia (KKG) membawa semangat menginginkan perubahan dalam pertelevisian di Indonesia yang lebih informatif dan mendidik. Dari awal

kemunculannya Kompas TV karena tidak mendapatkan IPP untuk siaran nasional harus melakukan SSJ di daerah agar siaran mereka bisa *me-relay* siaran nasional. RBTV menjadi salah satu yang berjejaring dengan Kompas TV.

Selaras dengan Vincent Mosco Integrasi horizontal terjadi ketika perusahaan di satu jalur media membeli minat besar pada operasi media lain yang tidak terkait langsung dengan bisnis asli (Mosco, 2009:15). Ekspansi yang dilakukan oleh Kompas TV terhadap RBTV merupakan upaya untuk meningkatkan dan meluaskan khayak serta jangkauan jaringan yang dimiliki oleh media mereka.

RBTV berada di Yogyakarta yang masuk dalam salah satu dari sembilan kota basis pengambilan sampel AGB Media *Research* Nielson (Sunarto, 2009: 93). Selain sebagai kota wisata Yogyakarta merupakan mini Indonesia karena banyak pelajar yang datang ke Yogyakarta untuk mengenyam pendidikan, sehingga semua suku adat dan budaya ada di sini tanpa menghilangkan *culture* asli dari Jogja Istimewa sendiri. Jadi dengan Kompas TV berjejaring RBTV sangat dimudahkan menjangkau masyarakat dari semua kalangan.

b. Integrasi Vertikal

Implikasi dari kerjasama berjejaring menjadikan Kompas TV dan RBTV harus mempunyai standar program yang sama untuk menjaga citra baik kedua belah pihak. Sejalan dengan pemikiran

Vincent Mosco (2009:15) integrasi vertikal menggambarkan penggabungan perusahaan dalam lini bisnis yang memperluas kendali perusahaan atas proses produksi. Pola RBTv yang semula menayangkan konten sangat lokal tentang Yogyakarta dengan semua unsur budaya yang melekat, semenjak berjejaring RBTv mengikuti pola Kompas TV dengan program acara yang lebih mengarah ke informasi seperti berita dan *talk show*. Beberapa acara RBTv seperti, Obrolan Pagi, Ragam Info, Kabar Jogja, program dokumenter itu semua lebih mengarah ke informasi dibanding hiburan.

Kompas TV berkantor pusat di Jakarta, proses produksi program siaran untuk disiarkan nasional juga di Jakarta. Proses pendistribusiannya agar dapat dinikmati oleh seluruh masyarakat Indonesia diberbagai daerah dengan penayangan di stasiun jaringan di setiap daerah.

Gambar 3.9
Kewenangan Kompas TV terhadap RBTv



Sumber: Danisa dalam dalam Utamidan Oktaviani, 2015: 30

Dengan pola yang sama menjadikan RBTB dalam kontrol Kompas TV, terlebih ada hak dan kewajiban yang harus ditanggung oleh kedua belah pihak. Kontrol termasuk dalam integrasi vertikal Kompas TV terhadap RBTB.

Terjadinya dominasi program acara yang setiap hari tayang di RBTB sekitar 80% diisi program acara dari Kompas TV sedangkan sisanya baru diisi oleh RBTB. RBTB sebagai pemilik kanal saluran justru hanya mempunyai jam tayang sangat sedikit. Selain itu tayangan RBTB hanya bersiaran pada dini pagi hari. Semua slot *prime time* diisi oleh Kompas TV, hingga seakan RBTB itu dikalangan masyarakat perannya sudah tergantikan oleh Kompas TV. Kompas TV sudah tidak perlu lagi melakukan siaran lokal karena sudah diisi oleh RBTB. Kerjasama ini mengharuskan RBTB mengikuti pola Kompas TV jika ada suatu kejadian disalah satu area jaringan program ini akan dikelola oleh Kompas TV langsung dan anggota jaringan wajib menayangkan berita tersebut. Karena memang kesepakatan berjejaring salah satunya keseragaman program acara.

Selain permasalahan isi program siaran yang secara tidak langsung mendapat intervensi, saham kepemilikan RBTB juga hanya dimiliki segelintir orang saja. Lagi-lagi Kompas TV juga mempunyai andil dalam kepemilikan saham RBTB. Walaupun Wahyu Sudarmawan mengatakan jumlah saham Kompas TV tidak mempengaruhi kebijakan yang ada di RBTB namun tetap yang

dinamakan saham pasti merujuk pada keuntungan. Dengan kepemilikan saham 25% semakin memperjelas integrasi vertikal yang dilakukan oleh Kompas TV. RBTV memang menjalankan *diversity of ownership* dimana adanya keberagaman kepemilikan, namun hanya ada beberapa orang yang berperan.