BAB I

PENDAHULUAN

A. KONTEKS PENELITIAN

Di era modern ini segala sesuatu menjadi serba maju dan berkembang, bahkan bisa dikatakan perkembangannya terjadi begitu pesat dan tanpa batas. Perkembangan tersebut berlaku pada semua aspek kehidupan, salah satunya adalah teknologi komunikasi. Perkembangan teknologi komunikasi yang sangat pesat saat ini, hingga diperkirakan pabrik teknologi komunikasi memproduksi berbagai varian teknologi komunikasi setiap hari di pabrik mereka. Saat ini setiap hari, setiap minggu kita dapat menyaksikan berbagai produk teknologi komunikasi baru sebagai hasil konvergensi dari berbagai teknologi komunikasi yang sebelumnya telah dikembangkan, sehingga kadang masyarakat kebingungan dan tercengang dengan temuan baru itu. Bahkan sifat temuannya yang begitu cepat, sehingga dapat menembus beberapa generasi sekaligus.[1]

Salah satu teknologi komunikasi yang berkembang di masayarakat adalah media elektronik, televisi merupakan media yang paling dominan dan efektif dalam komunikasi massa karena televisi merupakan media yang audio visual, yaitu selain suara dapat didengar juga menampilkan gambar dalam waktu yang bersamaan. Televisi dikatakan sebagai fenomena aktual

[1] Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), hlm. 141.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

masyarakat modern, dalam arti televisi dipersepsikan sebagai karakter khas masyarakat "modern" yang sering kali mengedepankan logika dan rasionalitas. Berkat kehadiran televisi, jarak kultural peradaban dapat teratasi.[2] Masyarakat dari belahan manapun, akan segera mengetahui kondisi aktual ke tempat yang berbeda. Televisi cenderung menjadi hiburan, berita dan layanan. Sehingga acap kali media televisi ini disebut media keluarga.

Media televisi tampaknya telah diasosiasikan dengan pesan (yang berbeda dan selalu diingat), organisasi yang kompleks dan besar, distribusi (sumber universal bagi semua), teknologi tinggi dengan profesi baru (pembuat berita/cerita televisi), bintang televisi serta pembawa acara televisi. Pendidikan masyarakat yang semakin baik, diharapkan sebagai penangkal masuknya unsur-unsur negatif dari media televisi (isi acara). Melihat kenyataannya banyaknya berbagai acara maka secara tidak langsung, masyarakat telah terpropaganda dengan media televisi.[3]

Perkembangan industri media elektronik televisi di Indonesia dapat diamati dari munculnya berbagai macam stasiun televisi swasta nasional. Globalisasi informasi setiap media massa melahirkan suatu efek sosial yang bermuatan perubahan nilai-nilai sosial dan budaya. Proses globalisasi tersebut membuat arus informasi menyebar ke seluruh dunia.

---

[2] Burhan Bungin, *Konstruksi Sosial Media Massa*., (Jakarta: Kencana, 2011), hlm 23

[3] Wawan Kuswandi, *Komunikasi Massa : Sebuah Analisis Media Televisi* (Jakarta : PT. Rineka Cipta, 1996), Cet. Ke-1, hal 4-9.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pesatnya industri pertelevisian di Indonesia juga dipengaruhi oleh kebutuhan masyarakat akan informasi dan juga hiburan. Hal tersebut dijadikan peluang tersendiri bagi dunia pertelevisian di Indonesia untuk membuktikan bahwa media elektronik televisi mampu memberikan tayangan berupa informasi yang mendidik, menghibur, dan menjadi bisnis yang sangat menjanjikan.

Media massa merupakan suatu pesan yang bisa berbentuk lisan ataupun isyarat dan sudah menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari komunikasi massa itu sendiri. Pada prinsipnya media adalah penyampaian informasi dan komunikasi yang sangat berguna bagi manusia dalam meningkat mutu pengembangan sosialnya. Fungsi dari komunikasi massa itu sendiri anatara lain (1) *to inform* (menginformasikan), (2) *to entertaint* (menghibur), (3) *to persuade* (membujuk), serta (4) *transmission of the culture* (transmisi budaya) (Black dan Whitney, 2007, 64).

Kemampuan televisi dalam menarik perhatian masih menunjukan bahwa media tersebut telah menguasai jarak secara keseluruhan, baik dalam segi geografis maupun sosiologis. Pengaruh acara televisi sampai saat ini masih terbilang kuat dibandingkan dengan radio dan media cetak. Hal ini dapat terjadi karena kekuatan audio dan visual televisi lebih menyentuh kejiwaan emosi penonton. Minat masyarakat menonton siaran televisi dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain, konten acara, pengisi acara, konsep acara waktu tayang, durasi, serta variasi acara itu sendiri.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Televisi telah menghadirkan macam bentuk acara untuk disajikan pada masyarakat. Maraknya ragam bentuk acara yang ditayangkan oleh stasiun televisi swasta, baik itu yang bersifat edukatif ataupun sekedar hiburan semata yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan memanjakan pemirsa. Program-program acara yang ditayangkan selalu berkembang sesuai dengan kebutuhan zamannya sehingga banyak bermunculan tayangan-tayangan baru yang membuat acara televisi semakin beragam. Salah satu program acara tersebut adalah program hiburan yang berbau mistik.

Dua Dunia" merupakan salah satu program acara andalan Trans7 yang mengupas berbagai mitos yang ada di tanah air. Mitos, sebagai bagian dari sejarah, merupakan cerita rakyat yang telah teregenerasi selama turun temurun. Sisi lain dari sejarah itu diungkapkan melalui dunia lain yang tidak tersentuh oleh nalar dan logika. Banyak hal-hal mistik yang sudah pasti luar nalar dan logika manusia ditampilkan dalam acara ini. Uniknya dalam acara ini tak lupa selalu melibatkan Ustadz atau seseorang yang ahli dalam bidang agama, seakan-akan Ustadz lah yang menjadi bintang utama dalam acara ini. Pengetahuan mereka dalam bidang agama lah yang dijadikan bekal untuk unjuk gigi di layar kaca. Dengan berbekal ayat-ayat suci Al-qur'an mereka tampil apik dalam setiap episode acara ini sebagai pawang yang seolah-olah dapat mengendalikan situasi dalam acara tersebut.

Mainstream Media yang merupakan ujung tombak bagi kapitalisme untuk mengubah sikap hidup dan mengarahkan kebutuhan hidup masyarakat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menjadi satu budaya masyarakat. Membangun sebuah simbiosis yang merangkai kebutuhan masyarakat dengan upaya pemenuhan kebutuhan menjadikannya menduduki tempat utama dalam sistem ekonomi yang kapitalistik. Memenuhi kebutuhan masyarakat akan kebutuhan informasi rohani, sekaligus menjadikan informasi rohani sebagai iklan menuju satu paradigma pragmatis materialistik membuka kesempatan bagi mainstream media untuk membentuk dan menampilkan Ustadz-ustadz seleb tampil kepermukaan.

Namun di jaman sekarang, gelar ustadz begitu mudahnya diobral. Cukup dengan modal pakaian takwa dan hafalan secuil ayat Al Qur'an dan hadits maka sudah bisa disebut ustadz. Tapi tentu bukan masyarakat yang memberinya gelar tersebut melainkan media. Media memang sebuah kekuatan yang pengaruhnya dapat menyebar sampai ke pelosok negeri, membuat opini tentang sesuatu sehingga akhirnya masyarakat pun akan mengikuti opini tersebut dan membangun pemahaman berdasarkan opini tersebut.

Pangsa pasar Ustadz Seleb yang mampu menjangkau kalangan konsumen muslim lapis bawah (Grassroots) yang merupakan bagaian terbesar dari pasar di Indonesia, menjadikan dunia iklan membidik dengan sempurna pangsa pasarnya melalui berbagai acara. Maka munculah berbagai sinetron religi yang mengaburkan Islam dengan tradisi dan dunia misteri melalui berbagai audisi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Maka jadilah Gelar Ustadz sebagai Profesi yang lepas dari tujuan Islami. Tapi menyatu dengan kehidupan selebriti yang merupakan bagian tak terpisahkan dari sebuah industri. Berbagai spesialisasi Ustadz pun akhirnya terjadi. Para Ustadz yang sudah tidak mungkin lagi dijadikan satu representasi tentang Islam. Agama dan para Ustadz bukan tujuan bagi Mainstream Media, akan tetapi hanya merupakan salah satu sarana untuk mencapai tujuan yang sebenarnya, yaitu semakin menancapnya kuku-kuku kapitalisme yang merupakan sumber kehidupan Mainstream Media yang merupakan ruh kegiatan Mainstream Media.

"Keterlibatan para Ustadz dalam berbagai acara di televisi khususnya program acara "Dua Dunia" ini lah yang menarik peneliti untuk mengungkap dan menjelaskan berbagai bentuk komodifikasi yang terjadi dalam acara tersebut.

B. FOKUS MASALAH

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana bentuk-bentuk komodifikasi yang terjadi di dalam penayangan program acara "Dua Dunia" Trans7?
2. Bagaimana bentuk-bentuk komodifikasi ustadz yang diciptakan dalam lingkup level produksi dan konsumsi program acara "Dua Dunia" Trans7?

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan :

1. Untuk menjelaskan bentuk-bentuk komodifikasi yang terjadi di dalam penayangan program acara “Dua Dunia” Trans 7.
2. Untuk mengetahui bagaimana bentuk-bentuk komodifikasi ustadz diciptakan dalam lingkup level produksi dan konsumsi program acara “Dua Dunia” Trans7.

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Secara teoritis
   a. Diharapkan mampu memberikan gambaran tentang komodifikasi komponen agama khususnya komodifikasi ustadz dalam suatu program acara.
   b. Diharapakan mampu memberikan manfaat media literasi keapada masyarakat.
   c. Diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran dalam pengembangan dalam bidang studi komunikasi, khususnya komunikasi media.
2. Secara praktis
   a. Diharapkan dapat dipergunakan sebagai masukan dan pemahaman bagi masyarakat untuk membangun jiwa kritis khususnya dalam menyikapi program acara televisi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Diharapakan dapat dipergunkan sebagai masukan bagi produsen program acara mengenai program acara yang edukatif dan normatif.

E. PENELITIAN TERDAHULU

Untuk melengkapi referensi dan pengembangan penelitian ini, peneliti mempelajari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti yang lain, yang terkait dengan fokus penelitian ini, serta menjadi bahan pertimbangan dan perbandingan dalam penelitian. Adapun penelitian yang terkait dengan penelitian penulis adalah :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Afif Fulsaham, dengan mengusung judul "Kapitalisme Media dan Komodifikasi Agama (Pesan di Balik Cerita Sinetron Reigi Pesantren dan Rock N' Roll Season 3)". Penelitian ini menganalisis pesan dan wacana di balik cerita sinetron religi Pesantren dan Rock N' Roll season 3. Penelitian ini lebih menjelaskan bagaimana suatu karya sinetron religi dapat memberikan suatu hiburan yang ringan dan memiliki substansi dari segi cerita yang ditampilkan dalam layar. Di luar dari dimensi itu ternyata kesuksesan suatu karya seni sinetron tidak lepas dari sebuah kreatif perusahaan penciptanya, oleh karena itu penelitian ini juga mendeskripsikan adanya ideologi kapitalisme di dalam media khususnya sinetron. Penelitian ini menggunakan metode analisis wacana dengan jenis pendekatan kualitatif yang lebih bersifat deskriptif analitis. Dalam penelitian ini berusaha untuk melacak unsur kapitalisme dan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

komodifiksi dengan teori sosio-fenomenologis untuk menganalisis fakta tekstual dan kontekstual dari tayangan sinetron tersebut.

2. Penelitian berupa Thesis yang dilakukan oleh Isna Siskawati, dengan judul "Komodifikasi Nilai-Nilai Agama dalam sinetron : Analisis Wacan Kritis Terhadap Sinetron Takdir Illahi di TPI." Dalam penelitian ini penulis lebih memfokuskan analisa pada teks-teks yang memiliki tanda hiper semiotika, karena penulis mencurigai tanda-tanda tersebut lah yang menjadi nilai tukar. Perbedannya terletak pada Fokus tesis peneliti yang ingin lebih mengungkapkan bagaimana proses komodifikasi nilai-nilai agama melalui sinetron Takdir Ilahi yang ditayangkan TPI dan melihat bagaimana kapitalisme mewujudkan nilai guna ke nilai tukar dalam sinetron Takdir Ilahi dengan teknis analisis Fairclough.
3. Penelitian yang telah dilakukan oleh Gusti Vita Riana yang berjudul Komodifikasi Nilai Agama Dalam Iklan Televisi (studi analisis semiotik komodifikasi nilai Agama terhadap iklan larutab cap kaki tiga). Penelitian ini fokus pada bintang iklan (Mama Dedeh) yng dalam iklan tersebut memakai atribut nilai agama dalam iklannya, dan nilai agama di dalam iklan tersebut menjadi komoditas. Penelitian ini sebenarnya memiliki kesamaan dengan penelitian yang peneliti lakukan, namun ternyata dapat dijumpai beberapa perbedaan yang cukup kentara, yakni meskipun dipaparkan dalam penelitian ini bahwa peniliti menyorot sosok Mama Dedeh seorang Dai yang membintangi sebuah iklan produk, namun

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ternyata pada penelitian ini peneliti hanya fokus pada nilai agama yang muncul dari sosok Mama Dedeh itu sendiri. Dan penelitian ini menggunakan analisis semiotika Charles Sander Pierce, sedangkan penelitian yan peneliti lakukan menggunakan Analisis Wacana Kritis versi Norman Fairclough.

Terdapat beberapa penelitian mengenai komodifikasi agama yang telah dilakukan namun hal itu dianggap masih minim terutama komodifikasi agama melalui tayang program acara mistis terutama yang menyorot secara langsung pada tokoh agama (ustadz). Penelitian yang sudah ada dianggap masih belum tereksplor lebih lanjut, hanya berupa wacana belaka.

Beberapa penelitian tersebut telah menjadi inspirasi serta rujukan bagi penulis dalam melakukan penelitian tentang Komodifikasi Ustadz dalam Program Acara "Dua Dunia" Trans 7.

F. DEFINISI KONSEP

Dalam penelitian ini, peneliti memberikan batasan-batasan dalam konseptualisasi, yang terdiri dari :

1. Komodifikasi

   Komodifikasi merupakan istilah baru yang mulai muncul dan dikenal oleh para ilmuwan sosial. Komodifikasi mendeskripsikan cara kapitalisme melancarkan tujuannya dengan mengakumulasi kapital, atau, menyadari transformasi nilai guna menjadi nilai tukar. Komoditas dan komodifikasi adalah dua hal yang memiliki hubungan objek dan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

proses, dan menjadi salah satu indikator kapitalisme global yang kini tengah terjadi. Dalam ekonomi politik media komodifikasi adalah salah satu bentuk penguasaan media selain strukturasi dan spasialisasi.

Dalam proses komodifikasi ini, sesuatu diproduksi bukan terutama atas dasar nilai guna, tetapi lebih pada nilai tukar. Artinya sesuatu di produksi bukan semata-mata memiliki kegunaan bagi khalayak, tetapi lebih karena sesuatu itu bisa dipertukarakan di pasar. Dengan demikian orientasi produksi bukan untuk memenuhi kebutuhan objektif masyarakat tetapi lebih mendorong akumulasi modal.

Dalam konteks penelitian ini, komodifikasi yang terjadi melibatkan Ustadz (pemuka agama dalam masyarakat), dimana gelar ustadz umumnya disematkan oleh masyarakat Indonesia kepada pemuka Agama Islam karena dianggap sebagai orang yang berilmu, orang yang lebih paham tentang agama serta yang dapat melakukan syiar agama.

Sementara itu, program acara “Dua Dunia” merupakan sebuah program acara dokumenter yang mengupas berbagai mitos yang ada di tanah air. Mitos, sebagai bagian dari sejarah, merupakan cerita rakyat yang telah teregenerasi selama turun temurun. Sisi lain dari sejarah itu diungkapkan melalui dunia lain yang tidak tersentuh oleh nalar dan logika.

Dengan demikian, komodifikasi ustadz dalam tayangan program acara “Dua Dunia” diartikan bahwa dengan latar belakang masyarakat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Indonesia yang kaya akan budaya dan keyakinan terhadap hal-hal yang berbau mistis, masyarakat yang masih memiliki kepercayaan tinggi akan adanya mitos-mitos yang berkembang di masyarakat, maka di sini ditampilkan lah sosok Ustadz dengan berbekal ayat Al-Qur'an yang dianggap sebagai orang yang paham akan mengenai hal-hal tersebut untuk unjuk gigi dalam program acara mistis "Dua Dunia" sehingga nantinya diharapkan mampu untuk menarik minat penonton.

2. Ustadz

Ustadz adalah gelar yang umumnya disematkan oleh masyarakat Indonesia kepada pemuka agama Islam. 'Ustadz' artinya adalah guru, pengajar agama Islam. Profesinya juru dakwah. Dalam bermasyarakat di Indonesia, sejatinya ustadz adalah pemuka masyarakat, karena dianggap sebagai orang yang berilmu dan nasehatnya diturut oleh banyak orang. Sering menjadi 'problem solver' di ranah sosial. Masyarakatlah menetapkan siapa yang akan menjadi 'ustadz' mereka.

Memang agak berbeda dengan masa kini. Sekarang rasanya tidaklah terlalu sulit memperoleh gelar tersebut. Bila telah menjadi imam sholat maghrib dalam sebuah mesjid dan telah mengajar mengaji 'iqra' saja, maka orang tersebut sudah dijuluki dengan 'ustadz'. Seorang yang bisa memberi ceramah keluarga dari rumah - ke rumah-pun telah sontak mendadak digelari dengan 'ustadz' di depan namanya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Di jaman sekarang, gelar ustadz begitu mudahnya diobral. Cukup dengan modal pakaian takwa dan hafalan secuil ayat Al Qur'an dan hadits maka sudah bisa disebut ustadz. Tapi tentu bukan masyarakat yang memberinya gelar tersebut melainkan media. Media memang sebuah kekuatan yang pengaruhnya dapat menyebar sampai ke pelosok negeri, membuat opini tentang sesuatu sehingga akhirnya masyarakat pun akan mengikuti opini tersebut dan membangun pemahaman berdasarkan opini tersebut. Seseorang yang awalnya hanya orang biasa, bahkan pernah mengikuti acara mistik seperti acara yang ditayangkan di Trans 7, yakni program acara "Dua Dunia", kemudian dia berpakaian takwa dan berani menyampaikan ceramah ala kadarnya kemudian diliput media dan oleh media disebut ustadz maka lambat laun masyarakat akan mempercayai bahwa seseorang itu adalah ustadz. Perkataan, perbuatannya dan segala tingkah polahnya boleh dijadikan panutan masyarakat. Padahal sejatinya tingkah lakunya tidaklah mencerminkan sedikitpun ajaran agama yang sesungguhnya.

3. Program Acara "DuaDunia"

Dua Dunia merupakan sebuah program acara dokumenter yang mengupas berbagai mitos yang ada di tanah air. Mitos, sebagai bagian dari sejarah, merupakan cerita rakyat yang telah teregenerasi selama turun temurun. Sisi lain dari sejarah itu diungkapkan melalui dunia lain yang tidak tersentuh oleh nalar dan logika. Dua dunia disiarkan Trans7

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tiap rabu dan jumat malam pukul 23.30 WIB. Acara ini mengundang banyak antusias penonton,karena disajikan dengan konsep berbeda daripada acara misteri lainnya.

Program ini lahir dari keinginan untuk mendokumentasikan banyaknya mitos dan budaya klenik yang ada di Indonesia.

Dua dunia sebenarnya lebih mengacu pada perpautan antara dua dunia, yaitu dunia manusia dan dunia makhluk-makhluk gaib. Pertautan tersebut bukan hanya mampu untuk sekedar membuat kita merinding, tapi juga ada manfaat lain. Banyaknya rahasia yang tersimpan dalam istilah dua dunia telah menyeret keingintahuan para supranatural. Tidak terkecuali, masyarakat awam yang memang memiliki rasa penasaran yang tinggi untuk mengungkap rahasia dua dunia. Meskipun terbilang menyerampkan, dua dunia selalu menyita perhatian masyarakat.[4]

Cara untuk menguak misteri pada acara Dua Dunia serta mitos tempat-tempa tersebut dilakukan dengan menggunakan mediator. Setelah melakoni sebuah ritual khusus serta dibacakan beberapa do'a oleh sang Ustadz, mediator pun akan kesurupan. Setelah merasuki tubuh mediator, makhluk gaib tersebut akan diajak untuk berdialog dengan manusia mengenai fakta-fakta yang ada di tempat itu.

Pertemuan antara dua dunia ini kadang berlangsung sangat lancar sehingga begitu banyak informasi yang dapat diperoleh dari bangsa

[4] http://www.anneahira.com/dua-dunia.htm (diakses pada 22 Juni 2014)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

gaib. Namun, tidak jarang pula makhluk tersebut mengamuk dan enggan memberikan informasi yang ingin diketahio tim Dua Dunia.

G. KERANGKA PIKIR PENELITIAN

Dalam penelitian ini akan mencoba menjelaskan komodifikasi yang muncul dalam program acara "Dua Dunia" di Trans 7 dengan menggunakan teori politik ekonomi media. Dalam ekonomi politik komunikasi, sumber daya ini dapat berupa surat kabar, majalah, buku, kaset, film, internet dan sebagainya.[5]

Seperti teori Marxisme Klasik, teori ini menganggap bahwa kepemilikan media pada segelintir elit penguasa telah menyebabkan patologi atau penyakit sosial. Dalam pemikiran ini, kandungan media adalah komoditas yang dijual di pasar dan iformasi yang disebarluaskan dikendalikan oleh apa yang pasar akan tanggung. Sistem ini membawa implikasi mekanisme pasar yang tidak ambil resiko, suatu bentuk mekanisme pasar yang kejam karena membuat media tertentu mendominasi wacana publik dan lainnya terpinggirkan.

Teori ekonomi media merupakan sebuah pendekatan yang memusatkan perhatian lebih banyak pada struktur ekonomi daripada muatan atau ideologi media. Teori ini fokus ideologi medianya pada kekuatan ekonomi dan mengarahkan perhatian penelitian pada analisis empiris terhadap

[5] Vincent Moscow, *The Political Economy of Communication: Rethinking and Renewal, (*University of Winconsin Press, 1998), hlm 25.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

struktur pemilikan dan mekanisme kerja kekuatan pasar media. Menurut tinjauan ini, institusi media harus dinilai sebagai bagian dari sistem ekonomi yang juga bertalian erat dengan sistem politik.[6]

Sedangkan kegunaan ekonomi politik dalam komunikasi adalah untuk menggambarkan dan menjelaskan signifikansi dari benuk produksi, distribusi, dan pertukaran komoditas komunikasi serta peraturan yang mengatur struktur media tersebut, khususnya oleh negara. Gaya produksi media dan hubungan ekonomi kemudian menjadi dasar atau elemen penentu dalam pikiran kita.

Dalam kaitan dengan tema penelitian ini, Ustadz dalam acara "Dua Dunia" dengan berbagai peralatannya telah muncul menjadi barang dagangan atau diperdagangkan dengan suatu jaringan antara elemen-elemen yang berkepentingan. Di sini peran Ustadz bukan lagi menjadi panutan dan pembimbing masyarakat Islam, namun Ustadz di sini muncul sebagai pemeran utama dalam sebuah acara. Para Ustadz akhir-akhir ini bukan lagi berdakwah secara ikhlas di jalan agama, mereka telah sibuk dan disibukkan untuk muncul diberbagai media untuk memperjual belikan ayat-ayat suci yang dihafalnya demi tampil meyakinkan dalam acara yang berbau mistis. Mereka muncul ditelevisi dalam bentuk-bentuk jasa yang diperdagangkan.

Dalam penelitian ini teori ekonomi politik media dengan konsep komodifikasi akan diposisikan sebagai landasan kajian untuk membedah

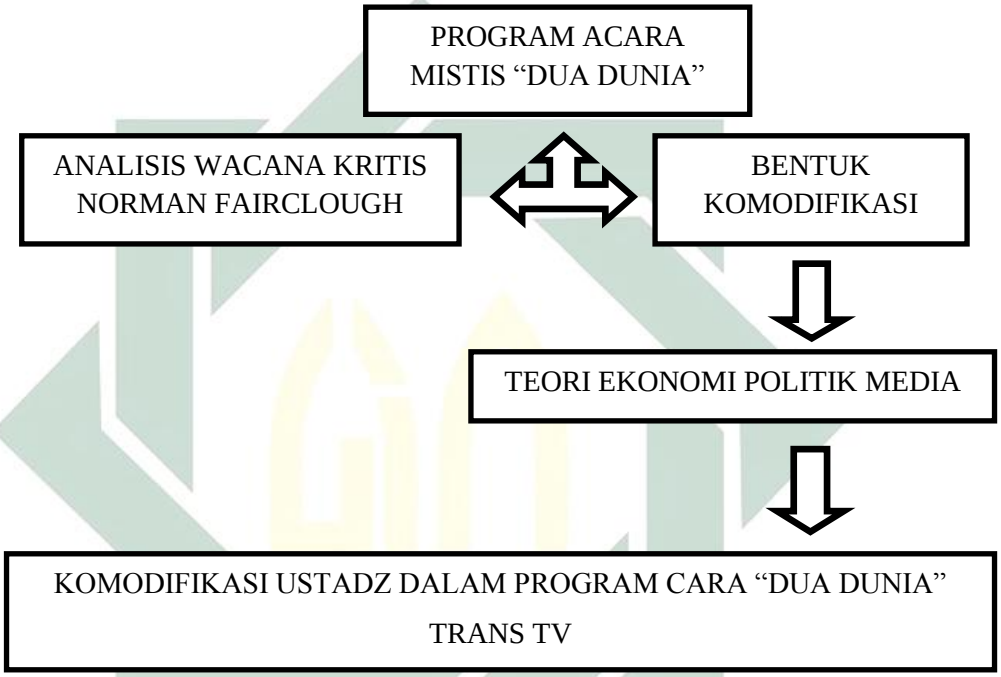
[6] Dennis McQuail. 1987. *Teori Komunikasi Massa*, terj Agus Dharma dan Aminuddin Ram. Jakarta: Erlangga. Hal. 63.)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

rumusan masalah yang telah ditetapkan. Ustadz dalam acara-acara mistis dapat diperdagangkan untuk kepentingan konsumen.

Bagan 1.1

Alur Kerangka Pikir Penelitian



H. METODE PENELITIAN

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis wacana kritis. Dalam studi media, meski masih dalam kerangka kerja analisis wacana, paradigma kritis mencoba mencari sejumlah kemungkinan lain yang mempengaruhi proses produksi dan reproduksi makna. Paradigma kritis dipercayai bahwa produksi dan reproduksi makna dipengaruhi juga oleh kontelasi kekuatan yang ada di balik teks. Maka

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bahasa mustahil menjadi media yang netral dalam upaya merepresentasikan realitas, bahasa sesungguhnya terlibat dalam hubungan kekuasaan.

Agenda utama analisis wacan kritis sebenarnya adalah mengungkapkan bagaimana kekuasaan, dominasi dan ketidaksetaraan dipraktikkan, direproduksi, dan dilawan oleh teks tertulis ataupun perbincangan dalam konteks sosial dan politis. Dengan demikian analisis wacana kritis mengambil posisi non-konformis atau melawan arus dominasi dalam kerangka besar untuk melawan ketidakadilan sosial.

Analisis wacana kritis dapat didefinisikan sebagai upaya yang dilakukan untuk mengungkapkan maksud tersembunyi dari subjek (penulis) yang mengemukakan suatu pertanyaan. Pengungkapan dilakukan dengan menempatakn diri pada posisi sang penulis dengan mengikuti struktur makna dari sang penulis sehingga bentuk distribusi dan produksi ideologi yang disamarkan dalam wacana dapat diketahui. Dalam analisis wacana kritis, wacana dilihat dari bentuk hubungan kekuasaan terutama dalam pembentukan subjek dan berbagai tindakan representasi.[7]

Pendapat lain dikemukakan bahwa fungsi ilmu sosial kritis adalah meningkatkan kesadaran para pelaku perubahan dari realitas yang diputar balikkan oleh kalangan tertentu dan disembunyikan dari pemahaman sehari-hari. Fungsi ilmu sosial kritis yang demikian didasarkan pada

[7] Yoce Aliah Darma, *Analisis Wacana kritis Dalam Multiperspektif*, (Bandung : PT. Refika Aditama, 2014), hlm 101.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

prinsip bahwa semua manusia, baik laki-laki atau perempuan secara potensial adalah agen aktif dalam pembangunan dunia sosial dan kehidupan personal. Rakyat adalah subyek dalam menciptakan proses sejarah, bukan obyek. Teori kritis secara sadar berkeinginan untuk membebaskan manusia dari konsep-konsep yang secara ideologis beku dari kenyataan dan kemungkinan-kemungkinan yang dapat dilakukan. Jelas bahwa metode riset yang diperlukan untuk merubah pemahaman terhadap dunia manusia tidak dapat di adopsi dari ilmu-ilmu sosial positif dan ilmu-ilmu alam.[8]

Analisis wacana media merupakan salah satu model kritis yang memperkaya pandangan pembaca bahwa ada keterkaitan antara produk media, ekonomi dan politik. Keterkaitan ini dapat dimunculkan pada saat analisis wacan bergerak menuju pertanyaan tentang bagaimana bahasa bekerja dalam konteks tertentu dan mengapa bahasa digunakan dalam konteks tertentu dan bukan untuk konteks yang lain.

Penelitian ini kan mengunakan pendekatan anlisis wacana kritis komodifikasi ustadz dalam televisi. Analisis wacana kritis (Critical Discourse Analysis) menurut Eriyanto (2006:6-7) merupakan pandangan yang mengoreksi pandangan kaum kontruktivisme yang kurang sensitif terhadap proses produksi dan reproduksi makna yang terjadi secara historis

[8] Donald E. Comstock, *A Method For Critical Research*, (Washington State University, 1980), hlm 1.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

maupun institusional. Analisis wacana kritis tidak hanya dipahami sebagai studi bahasa (teks) tapi juga dihubungkan dengn konteks tertentu. Konteks berarti bahasa dipakai untuk tujuan dan praktik tertentu. Penelitian ini mewacanakan komodifikasi ustadz dalam penayangan program acara "Dua Dunia" di Trans 7. Komodifikasi dalam penelitian ini ditetapkan dalam konteks media

Sedangkan jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah jenis analisis kualitatif. Jenis analisis kualitatif adalah jenis analisis yang bermaksud untuk memahami fenomena teantang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.[9]

Penelitian sosial dengan pendekatan kualitatif merujuk pada gagasan-gagasan dari paradigma non positivisme. Penelitian sosial dengan paradigma non positivisme ini bertujuan untuk memahami makna dan bagaimana makna dikonstruksikan atau memahami relasi kekuatan antara pihak-pihak yang menjalin interaksi.

2. Unit Analisis

Krippendorff (2007 : 97), mendefinisikan unit analisis sebagai apa yang diobservasi, dicatat dan dianggap sebagai data, memisahkan menurut

[9] Lexy J. Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya 2002), hlm 6

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

batas batasannya dan mengidentifikasi untuk analisis berikutnya. Unit analisis secara sederhana dapat digambarkan sebagai bagian apa dari isi yang kita teliti dan kita pakai untuk menyimpulkan isi dari suatu teks. Bagian dari isi ini dapat berupa kata, kalmat, scene (potongan adegan), paragraf. Bagian-bagian ini harus terpisah dan dapat dibedakan dengan unit yang lain, dan menjadi dasar kita sebagai peneliti untuk melakukan pencatatan. Menentukan unit analisis sangat penting, karena unit analisis nantinya akan menentukan aspek apa dari teks yang dilihat dan pada akhirnya hasil atau temuan yang didapat. Penentuan unit analisis yang tepat dapat menghasilkan data yang valid dan menjawab tujuan penelitian.[10]

Dalam penelitian ini unit analisis yang akan diteliti yakni berdasarkan bagian-bagian yang muncul dalam tayangan yang meliputi bagian verbal, yakni berupa seluruh perkataan yang diucapkan dan bahasa yang digunakan. Serta bagian nonverbal berupa model pakaian, intonasi suara, gaya berbicara, gesture/gerak tubuh, setting tempat, serta pemilihan tokoh. Karena alanalisis media televisi memiliki ciri khas yang spesifik, yakni selalu melibatkan analisis gambar yang bergerak, maka peneliti juga akan memperhatikan elemen-elemen dalam analisis visual/gambar. Elemen-elemen tersebut terdiri dari adegan per scene, teknik pengambilan gambar, dan fokus pengambilan gambar.

[10] Eriyanto, *Analisis isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi Dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, Kencana, Jakarta, 2011, hlm 59.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini ada dua jenis data yang nantinya akan mendukung penelitian, diantaranya:

a. Data Primer yaitu data utama yang diperoleh melalui observasi atau pengamatan pada objek penelitian serta wawancara secara langsung atau tanya jawab pada informan, karena informan adalah orang-orang yang mengetahui dan memahami kondisi yang ada pada subjek penelitian. Dalam penelitian ini data yang diperoleh oleh peneliti berasal dari hasil observasi yang dilakukan dalam program acara "Dua Dunia" Trans7. Data yang dimaksud berupa data tentang alur cerita program acara "Dua Dunia".
b. Data Sekunder yaitu data pendukung. Data yang digunakan dalam penelitian dikumpulkan peneliti yang berupa studi kepustakaan, yaitu dengan cara mempelajari melalui internet dan buku-buku referensi tentang penelitian ini serta dari sumber lainnya yang berkaitan dengan fokus penelitian.

Yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitan adalah subjek dari mana data diperoleh. Apabila peneliti menggunakan kuesioner atau wawancara dalam pengumpulan datanya, maka sumber data disebut responden, yaitu orang yang merespon atau menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti, baik pertanyaan tertulis maupun lisan. Apabila peneliti menggunakan teknik observasi, maka sumber datanya bisa berupa benda,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

gerak, atau proses sesuatu. Misal, peneliti yang mengamati tumbuhnya jagung, sumber datanya adalah jagung. Yang terakhir, apabila peneliti menggunakan dokumentasi, maka dokumen atau catatanlah yang menjadi sumber data, sedang isi catatan adalah subjek penelitian atau variabel penelitian.[11] Berdasarkan pengertian di atas maka sumber data dalam penelitian ini berasal dari teks yang menjadi fokus penelitian, yakni berupa seluruh data yang berkaitan dengan tayangan program acara "Dua Dunia" Trans 7, data tentang alur acara "Dua Dunia" Trans 7, data mengenai latar belakang dan tujuan pemilihan sosok ustadz sebagai bintang utama dalam acara "Dua Dunia" Trans 7, serta data mengenai respon masyarakat terhadap tayangan program acara "Dua Dunia" Trans 7.

4. Tahapan Penelitian

Tahap-tahap penelitian yang akan digunakan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

a. Mengangkat permasalahan

Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini merupakan fenomena yang muncul di kalangan masyarakat yanng sudah tentu berkaitan dengan media.

[11] Suharsini Arikunto. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*.(Jakarta: PT Rineka Cipta, 1998). Hal. 129.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Memunculkan pertanyaan penelitian

Setelah mengangkat permasalahan melalui fenomena yang muncul, maka peneliti akan segera merumuskan pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dan nantinya akan ditemukan jawabannya.

c. Mengumpulkan data yang relevan

Pada tahap ini peneliti akan mengumpulkan data-data yang dirasa diperlukan dan relevan guna menawab pertanyaan-pertanyaan yang telah dirimuskan. Data tersebut dapat diperoleh melalui berbagai sumber antara lain, dokumentasi, observasi, wawancara mendalam, dan studi kepustakaan.

d. Melakukan analisis data

Setelah data-data yang relevan sudah terkumpul, maka data akan siap untuk dianalisis dengan menggunakan metode yang telah ditentukan oleh peneliti.

e. Menjawab pertanyaan penelitian

Ini merupakan tahap terakhir dalam penelitian. Hasil analisis data yang telah dilakukan kemudian dikaitkan kembali dengan fenomena yang diangkat untuk kemudian menjawab pertanyaan penelitian.

5. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian kualitatif, bentuk data berupa kalimat, atau narasi dari subjek atau responden penelitian yang diperoleh melalui suatu teknik pengumpulan data yang kemudian data tersebut akan dianalisis dan diolah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan menggunakan teknik analisis data kualitatif dan akan menghasilkan suatu temuan atau hasil penelitian yang akan menjawab pertanyaan penelitian yang diajukan.[12]

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah :

a. Dokumentasi

   Dengan mengumpulkan data-data yang berkaitan dengan subjek. Dalam penelitian ini peneliti akan mengumpulkan beberapa video rekaman mengenai tayangan dalam program acara "Dua Dunia" Trans 7

b. Observasi

   Dengan menggunakan metode observasi *Anecdotal record*, yakni dengan cara peneliti melakukan observasi dengan mencatat perilaku yang khas, unik dan penting yang berhubungan erat dengan penelitian. Kemudian perilaku-perilaku tersebut dicatat dengan detail dan sesuai dengan kejadian yang sebenarnya tanpa mengubah kronologisnya. Maka dalam penelitian ini peneliti akan mencatat semua adegan-adegan, serta hal-hal unik dalam tayangan program acara "Dua Dunia" Trans 7.

[12] Haris Herdiansyah, Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial, Salemba Humanika, Jakarta, 2011, hlm 116.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan dilakukan dengan studi pustaka dan studi literatur yang bersumber baik dari buku, internet, dan media lainnya berhubungan dengan topik penelitian.

6. Tenik Analisa Data

Analisis data merupakan tahap petengahan dari serangkaian tahap dalam sebuah penelitian yang mempunyai fungsi yang sangat penting. Inti dari analisis data, baik dalam penelitian kualitatif maupun kuantitatif adalah mengurai dan mengolah data mentah menjadi data yang dapat ditafsirkan dan dipahami secara lebih spesifik dan diakui dalam suatu perspektif ilmiah yang sama, sehingga hasil dari analisis data yang baik adalah data olah yang tepat dan dimaknai sama atau relatif sama dan tidak bias atau menimbulkan perspektif yang berbeda-beda.[13]

Penelitian ini menggunakan analisis wacana kritis model Norman Fairclough seperti dikutip oleh Yoce Aliah Darma (2009:81) yang meliputi tiga dimensi yaitu analisis teks, analisis pemrosesan dan wacan praktis, dan analisis sosial (praksis sosialkultural, kontruksi, masyarakat). Dalam model ini, selain teks utama juga ada teks-teks lain yang diteliti.

Teks dalam hal ini bukan hanya tulisan tapi mengacu pada bahasa yang digunakan oleh media. Menurut Corner (2009:294-295), teks mengacu pada serentang aktifitas dan bentuk dalam publikasi, televisi, film

[13] *Ibid*, hlm. 158.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan tampilan reproduksi visual yang menunjuk pada bagaimana suatu bahasa secara beragam digunakan di semua dimensinya melalui orang-orang yang berada dalam profesi media.

Dari berbagai pendekatan metodologi analisis wacan kritis yang ada, peneliti memilih model *critical discourse analysis* (CDA) versi Norman Fairclough karena diasumsikan mampu menjawab pertanyaan penelitian yang berfokus pada upaya mengungkap prose transformasi *use value* (nilai guna) menjadi *exchange value* (nilai tukar) dalam komodifikasi ustadz dalam acara "Dua Dunia". Analisis kritis wacana melihat wacana sebagai bentuk praktek sosial. Menggambarkan wacana sebagai praktek sosial menyebabkan adanya sebuah hubungan dialektis diantara peristiwa diskursif tertentu dengan situasi, institusi, dan struktur sosial yang membentuknya (Jorgensen & Philips,2007:123).

Analisis versi Fairclough seperti diuraikan Jogensen & Philips (2007:121-125) memandang bahwa wacana kritis merupakan bentuk penting dari praktik sosial yang mereproduksi dan mengubah pengetahuan, identitas, dan hubungan sosial yang mencakup hubungan kekuasaan dan sekaligus dibentuk oleh struktur dan praktek sosial yang lain. Oleh karena itu, wacan memiliki hubungan dialektik dengan dimensi-dimensi sosial lainnya. Pendekatan Fairclough merupakan bentuk wacan analisis yang berorientasi pada teks yang berusaha menyatukan tiga tradis, yaitu analisis

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tekstual yang terinci di bidang linguistik, analisis makro sosiologis pada praktik sosial, dan tradisi intrepretatif dan mikrososiologis dalam sosiologi.

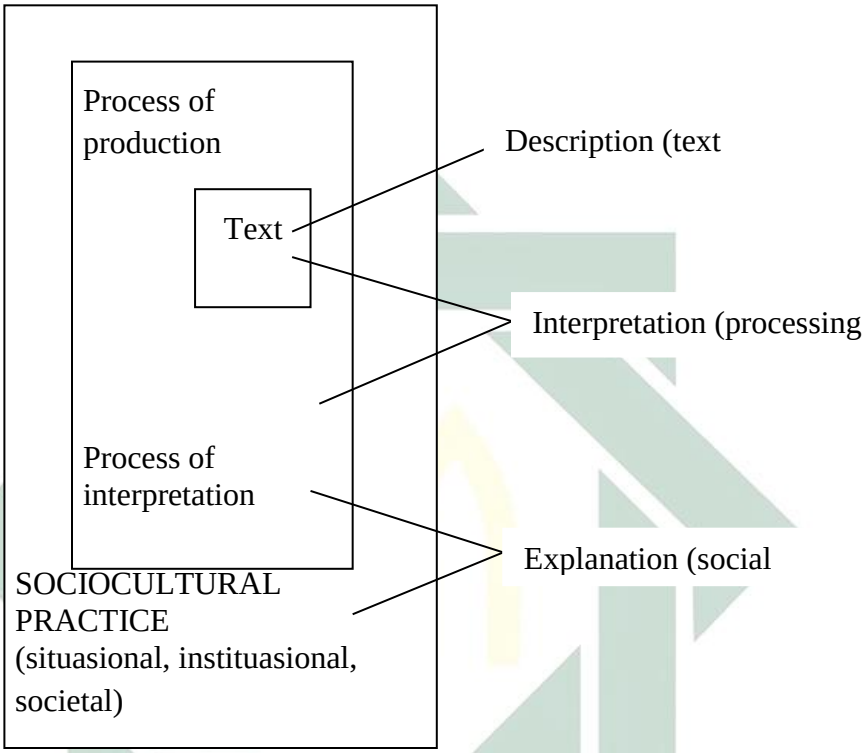
Bagi Fairclough, analisis teks sendiri tidak memadai bagi anlisis wacana dan tidak bisa menjelaskan hubungan antara struktur dan proses kultural dan kemasyarakatan. Untuk itu diperlukan perspektif interdisipliner yang menggabungkan analisis tekstual dan sosial. Keuntungan yang bisa dipetik dari menggantungkan diri pada tradisi makrososiologis adalah bahwa tradisi ini menganggap praktik sosial itu dibentuk oleh struktur sosial dan hubungan kekuasaan dan masyarakat tidaklah sadar atas proses yang berlangsusng tersebut. kontribusi tradisi interpretatif adalah memberikan pemahaman tentang bagaimana masyarakat secara aktif menciptakan dunia yang terikat pada kaidah dalam praktik sehari-hari.

Kemudian, fairclough (2001:286-288) membagi analisis wacana menjadi tiga dimensi, yaitu : teks, *discourse practise* dan *sosiokultural practice*.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bagan 1.2

Dimensi Analisis Wacana Model Fairclough



Wacana model Fairclough menghubungkan teks mikro dengan konteks dimana teks diproduksi yaitu masyarakat secara makro. Tingkatan praksis wacana digunakan untuk melihat secara meso sosiokultural kaitan antara teks dengan produksi dan konsumsi teks tersebut.

Di level awal teks dalam model ini akan dianalisis secara linguistik, dengan melihat kosakata semantik dan tata kalimat, serta koherensi dan kohesivitas, bagaimana antara kata atau kalimat tersebut digabung sehingga membentuk pengertian. Semua elemen tersebut dipakai untuk melihat tiga masalah, yaitu (1) Representasi tertentu yang ingin ditampilkan dalam teks,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang umumnya membawa muatan ideologis tertentu. Analisis ini digunakan untuk melihat bagaimana sesuatu (peristiwa, orang, kelompok, situasi, keadaan atau apapun) ditampilkan dalam teks yang bisa jadi membawa muatan tertentu. (2) Relasi, yang merujuk pada analisis kontruksi hubungan diantara media, khalayak, dan partisipan, seperti apakah teks disampaikan secara informal atau formal, terbuka atau tertutup. (3) Identitas, merujuk pada konstruksi dari identitas media dan khalayak, serta bagaimana persona dan identitas ini hendak ditampilkan.

Dimensi yang kedua adalah *Discourse practice,* merupakan dimensi yang berhubungan dengan proses produksi dan konsumsi teks. Teks dikonsumsi dalam cara yang spesifik dengan rutinitas dan pola kerja yang telah terstruktur dalam menghasilkan teks.

Sedangkan *Sociocultural practice* merupakan dimensi yang berhubungan dengan konteks di luar teks. Konteks di sini memasukkan banyak hal seperti konteks situasi, dan lebih luas lagi adalah konteks dari praktik istitusi dari media sendiri dalam hubungannya dengan masyarakat, budaya media, politik media atau ekonomi media yang mempengaruhi teks yang dihasilkan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

I. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Adapun sistematika pembahasan pada proposal penelitian ini tersusun sebagai berikut :

BAB I : Yang terdiri dari pendahuluan, pada bab ini dikemukakan latar belakang masalah yakni apa yang melatar belakangi peneliti memilih fenomena, rumusan masalah, tujuan, penelitian terdahulu, serta metode penelitian yang digunakan untuk menganalisis permasalahan.

BAB II : Meliputi definisi konsep dari tema yang diangkat, serta kerangka peneitian.

BAB III : Menerangkan pesan yang tercipta di balik peran ustadz dalam program acara "Dua Dunia" dalam korelasinya dengan kognisi sosial dan konteks sosial melalui analisis.

BAB IV : Membahas bentuk-bentuk komodifikasi yang muncul, bentuk-bentuk komodifikasi ustadz yang diciptakan dalam lingkup level produksi program acara, dan bagaimana audiens memaknai komodifikasi ustadz dalam penayangan program acara "Dua Dunia" Trans 7.

BAB V : Penutup, kesimpulan dan saran-saran dari pembahasan peneltian dan uraian dari bab-bab sebelumnya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id