BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari temuan-temuan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat diperoleh beberapa kesimpulan, yakni :

1. Program acara "Dua Dunia" yang diyangkan stasiun televisi swasta Trans 7 yang menampilkan sosok ustadz yang menjadi pemeran utama sebagai pawang atau pengontrol segala aktifitas gaib yang secara terang-terangan memiliki kekuatan ajaib mengusir makhluk gaib ternyata merujuk pada komodifikasi yang dapat teridentifikasi melalui dialog, ekspresi, dan tak lupa teknik pengambilan gambar yang digunakan dalam setiap adegan dalam acara "Dua Dunia" hanya akan semakin mengukuhkan komodifikasi yang telah dilakukan oleh pihak tertentu.
2. Simbolisasi religius yang tersaji dalam acara "Dua Dunia" sejatinya telah menterjemahkan agama ke dalam versi menghibur (*religiotainment*) hanya untuk memenuhi tuntutan industri. Hal ini berakibat nilai-nilai agama yang pada mulanya etis berubah menjadi estetis religius, dimana agama yang seharusnya berada dalam wilayah suci dan etis telah berubah menjadi nilai estetis.
3. Secara keseluruhan, dampak dari banyaknya tayangan mistis yang muncul di televisi telah mengarah pada kecenderungan bergesernya

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

berbagai makna seperti sungsi agama sebagai tuntutan menjadi tontonan. Sedangkan konsep umat telah berganti dengan konsumer.

B. Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah peneliti kemukakan, maka rekomendasi yang dapat diberikan, yakni :

1. Pada jaman ini media sebagai ranah industri sudah tidak bisa terlepas dari dinamika eknomi yang mempengaruhi dan menentukan isi program yang ingin dipersembahkan untuk masyarakat. Dan dalam industri media, khalayak akan selalu diposisikan sebagai pasar (konsumen) sekaligus komoditas. Sehingga perlu dilakukan interaksi antara industri media, khalayak, serta pengiklan, dan penonton diharapkan menjadi lebih kritis dan menjadi audiens yang aktif.
2. Rekomendasi untuk peneliti lanjut, bahwa penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang mencoba menganalisis fenomena menggunakan teori ekonomi politik media, karena itu sebenarnya penelitian ini masih memberi kesempatan peneliti lainnya untuk mengeksplorasi lebih jauh mengenai dua point dalam ekonomi politik media selain point komodifikasi, yakni point spasialisasi dan point strukturasi yang tidak menjadi fokus pada penelitian ini. Dengan demikian, penemuan-penemuan lainnya diharapkan akan lebih memperkaya penelitian tentang media televisi tinjauan dari sisi ekonomi politik media.

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

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