

ABSTRAK

ZAINIYA ABIDATUN NISA'. *Komodifikasi Budaya Pada Tayangan Program Berita di Televisi Lokal (Analisis Wacana Kritis Model Norman Fairclough Pada Tayangan Program Berita Pawartos Pantura Citra TV)*

Era reformasi memberikan kontribusi yang cukup signifikan terhadap kebebasan pers di Indonesia, sehingga berdampak pada maraknya kelahiran televisi swasta nasional maupun lokal. Hal tersebut kemudian membuat persaingan industri televisi menjadi semakin ketat, sehingga secara tidak langsung menuntut instansi tersebut agar lebih kreatif dan mampu bersaing merebut ketertarikan khalayak. Fenomena ini juga terjadi pada tayangan Program berita Pawartos Pantura Citra TV, sebuah stasiun televisi lokal di Kabupaten Lamongan yang turut melakukan usaha-usaha tertentu, yakni menjadikan budaya sebagai komoditas untuk dijual di pasar dengan tujuan dapat meraih keuntungan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui upaya komodifikasi yang dilakukan oleh Citra TV terhadap tayangan program berita Pawartos Pantura yang dilihat dari beberapa aspek yaitu, isi (*content*), khalayak (*audience*), dan pekerja (*labour*).

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori ekonomi politik media Vincent Mosco dengan mengambil salah satu konsep pentingnya yaitu komodifikasi yang merupakan proses transformasi nilai guna barang menjadi sebuah produk komoditas sehingga dapat menghasilkan keuntungan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis wacana kritis yang dicanangkan oleh Norman Fairclough. Analisis tersebut dilakukan melalui tiga tahap yaitu analisis teks, praktik wacana (*discourse practice*), dan praktik sosiokultural (*sociocultural practice*).

Upaya komodifikasi budaya yang dilakukan oleh Citra TV terhadap tayangan program berita Pawartos Pantura dapat dilihat melalui tiga aspek yaitu, *pertama* komodifikasi isi (*content*) yang dapat dilihat dari penggunaan bahasa Jawa sebagai bahasa pengantar serta penyajian informasi-informasi yang bersifat lokal kedaerahan, *kedua* komodifikasi khalayak (*audience*) yang dapat dilihat dari bidikan segmentasi yang merupakan masyarakat sekitar Pantai Utara (Pantura) meliputi wilayah Lamongan, Bojonegoro dan Tuban serta menjadikan tingginya atensi pemirsa sebagai usaha dalam menarik pemasang iklan. *Ketiga* komodifikasi pekerja (*labour*) yang dapat dilihat dari proses rekrutmen yang dilakukan dengan hanya menerima karyawan yang sudah memiliki kompetensi pada bidang jurnalistik dan *boardcasting*, serta adanya eksploitasi pekerja berupa penugasan karyawan pada jabatan serta peran ganda dan dilibatkannya mahasiswa atau siswa-siswi magang dalam proses produksi program berita Pawartos Pantura.

Kata kunci: Televisi Lokal, Ekonomi Politik Media, Komodifikasi Budaya