

## KOMODIFIKASI KONTROVERSI ROCKY GERUNG DALAM PROGRAM KUPAS TUNTAS CNN INDONESIA

Budi Adiputro<sup>1)</sup>, Wahyudi Sunarwan<sup>2)</sup>

Program Studi Ilmu Komunikasi Politik, Fakultas Falsafah dan Peradaban, Universitas Paramadina,  
Jalan Gatot Subroto No. Kav 97, Jakarta Selatan, 12790 <sup>1,2)</sup>

*E-mail:*

[didietpob@gmail.com](mailto:didietpob@gmail.com)<sup>1)</sup>, [leo.wahyudi@gmail.com](mailto:leo.wahyudi@gmail.com)<sup>2)</sup>

### *Abstract*

*The study is intended to analyze how talkshow with resource person and controversy as in Kupas Tuntas Program aired by CNN Indonesia is presented and commodified in such a way that the media institution could earn benefit as proven by the representation of ratings and audience responses. In the context of communication politics economy, the qualitative study here applies critical paradigm that uses Mosco's arguments on the commodification of media content, audiences and labor. Television has built empirical realism construction into scene reality. As a result, contemporary community identity of both modern and post modern one has been bridged by media imagery which provides model and ideal notion that could serve as modeling of personal identity. Public is contented by controversy which is always questionable and debatable but never meet the audience's satisfaction. Media then commodifies the controversy to get business profit in the context of media politics economy. The presence of Rocky Gerung in Kupas Tuntas Program aired by CNN Indonesia has evidently helped increase awareness and rating level to the program. Controversy and debate arising from the talkshow are also duplicated by various platforms of social media. Therefore, relationship of Rocky Gerung and media industry particularly television is deemed a mutual relationship.*

**Keywords:** *Commodification, television, controversy, audiences, media content.*

### **Abstrak**

Penelitian ini dimaksudkan untuk melihat bagaimana tayangan *talkshow* dengan menampilkan narasumber dan kontroversi dalam Program Kupas Tuntas CNN Indonesia dikemas dan dikomodifikasi sehingga lembaga mendapatkan keuntungan yang dapat dilihat dari representasi rating dan tanggapan pemirsa. Dalam konteks ekonomi politik komunikasi, penelitian kualitatif ini menggunakan pendekatan paradigma kritis yang menggunakan pandangan Mosco terkait komodifikasi isi berita, komodifikasi khalayak dan komodifikasi pekerja media. Televisi telah membangun konstruksi realitas empirik menjadi realitas tayangan. Akibatnya, dalam banyak hal, identitas dalam masyarakat kontemporer baik yang modern maupun pasca-modern semakin dijembatani oleh citra media yang memberikan model dan gagasan ideal yang dapat dijadikan contoh identitas pribadi. Masyarakat menyukai kontroversi yang selalu dapat dipertanyakan dan diperdebatkan dan tidak pernah memuaskan khalayak. Inilah yang dikomodifikasi oleh media untuk mendapatkan keuntungan bisnis dalam konteks ekonomi politik media. Hadirnya Rocky Gerung dalam program Kupas Tuntas CNN Indonesia terbukti telah membantu meningkatkan awareness dan tingkat kepemirsaaan program ini. Kontroversi dan perdebatan dari tayangan ini juga direplikasi di berbagai platform media sosial lain. Maka dapat dikatakan relasi antara Rocky Gerung dan industri media khususnya televisi adalah relasi yang saling menguntungkan.

**Kata kunci:** Komodifikasi, televisi, kontroversi, khalayak, isi berita.

## 1. Pendahuluan

Sejak televisi ditemukan pada 1884 oleh Paul Nipkow yang mengembangkan signal elektrik untuk mengirimkan gambar teknologi ini bertransformasi makin masif. Setelah penemuan mesin cetak, teknologi ini menjadi temuan luar biasa yang mengubah dunia. Teknologi dan jangkauan ke khalayak yang lebih luas makin menguat pada sekitar 1960-an yang dibarengi dengan penghitungan *rating* oleh A. C. Nielsen untuk televisi pada 1950-an (Baran, 2012: 204-212).

Media televisi ini memiliki pengaruh sosial dan politik serta ekonomi yang hebat (ibid.). Perilaku masyarakat pun mulai berubah akibat siaran-siaran televisi terutama di Amerika Serikat. Budaya media muncul dengan citra, suara, dan tontonan menghasilkan meteri kehidupan sehari-hari, menguasai waktu senggang, membentuk pandangan politik dan perilaku sosial. Materi-materi tersebut ditayangkan sedemikian rupa sehingga orang memalsukan atau mengkopir identitas mereka (Kellner, 2003).

Ketika jaringan televisi kabel yang berkembang pada 2004 dan mulai menjual programnya, maka siaran televisi pun makin mengemuka (Baran, 2012). Tak terkecuali, Indonesia ketika penguasa jaringan media raksasa membeli lisensi dan menayangkan CNN Indonesia. Salah satu program yang ditayangkan CNN Indonesia adalah Kupas Tuntas. Sebuah program *talkshow* yang hadir seminggu sekali dengan topik yang sedang hangat dan menjadi perbincangan publik dengan menghadirkan narasumber utama yang punya relasi kuat dengan topik yang dibicarakan.

Cerita-cerita dan citra atau gambar memberikan simbol, mitos dan sumber yang menentukan sebuah budaya yang lazim bagi setiap orang di seluruh penjuru dunia dewasa ini. Budaya media memberikan bahan yang dapat menciptakan identitas-identitas. Di sanalah setiap orang memasukkan dirinya ke dalam masyarakat tekno-kapitalis yang

memproduksi sebuah bentuk baru budaya global (Kellner, 2003:1-2).

Penelitian ini akan mencoba melihat komodifikasi tayangan Program Kupas Tuntas CNN Indonesia dalam konteks ekonomi politik komunikasi. Dengan metode kualitatif peneliti ingin menganalisa bagaimana media, dalam hal ini CNN Indonesia, mengemas tayangan Kupas Tuntas dengan narasumber Rocky Gerung yang selalu mengemukakan pernyataan-pernyataan kontroversial sehingga media mendapatkan *rating* dari pemirsa. Peneliti juga akan memberikan landasan-landasan teori sebagai analisa terhadap aspek-aspek terkait yang mendasari penelitian ini.

## 2. Kajian Pustaka

### 2.1. Media Televisi

Televisi komersil dikelola oleh estetika realisme sebagai representasi dari citra atau gambar serta cerita-cerita yang membentuk kenyataan dan upaya untuk memproduksi efek realitas (Kellner, 2003). Televisi menjadi representasi realisme. Televisi komersial telah ditetapkan sebagai medium hiburan. Para produsernya pun yakin bahwa khalayak atau audiens akan sangat terhibur oleh cerita-cerita, narasi-narasi dengan tokoh-tokoh yang mudah dikenal, alur cerita yang mudah dimengerti, konvensi dan pesan-pesan dengan genre yang juga mudah dikenal (Kellner, 2003: 235-7). Televisi berfungsi sebagai sosialisasi antisipatif (*anticipatory socialization*) dimana orang dapat belajar dari bahasa karakteristik, perilaku dan kebiasaan dari suatu kelompok status yang dikedepankan sehingga mereka dapat menyesuaikan diri terhadap kelompok tersebut (Fiske, 2003: 82-3).

Maka tak heran jika televisi dapat dipandang sebagai sebuah pengalaman atas citra buatan yang datar satu dimensi. Orang bisa menjadi tercekoki oleh intensitas dan aliran citra yang ditayangkan sehingga fungsi televisi semakin penting. Orang selalu menonton tayangan atau peristiwa. Ada penggemar untuk serial-serial dan bintang-

bintang yang beragam yang memiliki keahlian dan pengetahuan luar biasa yang menyenangkan penonton. Orang lalu meniru perilaku, gaya dan sikap dari citra yang ditayangkan oleh televisi. Iklan di televisi juga memainkan peranan penting untuk mengelola permintaan konsumen. Akhir-akhir ini, bahkan televisi berperan penting dan sentral dalam pemilihan politik karena di sana ada pertarungan citra yang ditayangkan. Televisi memainkan peranan juga dalam seni mengelola (Kellner, 1990a yang dikutip Kellner, 2003). Dalam banyak hal, identitas dalam masyarakat kontemporer baik yang modern maupun pasca-modern semakin dijumpai oleh citra media yang memberikan model dan gagasan ideal yang dapat dijadikan contoh identitas pribadi (Kellner, 2003:247). Hal ini mencakup pula konstruksi yang terbentuk dari akumulasi kapitalisme yang masuk dalam tayangan televisi.

Anwar (2104: 12) mengutip apa yang disampaikan Kellner (2003) bahwa budaya media adalah budaya industri yang diatur secara organisatoris sebagai model produksi massa untuk khalayak berdasarkan genre yang mengikuti rumus, kode dan aturan-aturan yang sudah ada. Televisi menjadi bentuk budaya komersial. Produknya merupakan komoditas untuk mengambil keuntungan yang dihasilkan oleh perusahaan-perusahaan raksasa dengan kepentingan mengumpulkan modal. Budaya media ini menargetkan khalayak luas sehingga televisi harus menayangkan tema-tema dan masalah kekinian dan yang ada kaitannya dengan isu yang sedang disukai dalam kehidupan sosial kontemporer. Fiske (2003: 86-7) menggarisbawahi bahwa pesan televisi sesungguhnya dibuat khusus ketika ditandakan (*decoded*) kepada para pemirsanya.

Peristiwa atau tayangan dalam televisi merupakan konstruksi dari dari tiga elemen penting, yaitu realitas, representasi dan ideologi (Fiske, 1987). Realitas merupakan peristiwa yang ditandakan (*encoding*) sebagai realitas yang berupa tampilan, percakapan, bahasa tubuh dan sebagainya. Representasi

adalah realitas yang ditandakan secara elektronik melalui pencahayaan, penyuntingan, latar, dan sebagainya. Ideologi dimasukkan dalam representasi dan realitas untuk menyampaikan kode-kode ideologis.

## 2.2. Kontroversi dan Publik

Harus diakui masyarakat modern dewasa ini menyukai kontroversi karena kontroversi pada hakikatnya adalah sesuatu yang tidak dapat terpecahkan dan belum tentu memuaskan semua orang sehingga selalu dapat diperdebatkan dan dipertanyakan terutama oleh kelompok yang saling bertentangan. Isu kontroversial adalah berita, dan demi berita kita mencari pers (Kuypers, 2002). Pernyataan kepada publik tentang suatu kontroversi dianggap sebagai retorika sehingga orang yang mengatakannya diharapkan akan menimbulkan tanggapan atau komentar. Menurut Kuypers, fungsi agenda-setting dapat menjelaskan apa kaitannya pers, atau media, dengan wacana politik dan persepsi publik terhadap wacana tersebut (ibid: 4-5). Dalam konteks ini, media memiliki pengaruh yang sangat besar dalam pembuatan keputusan politik sembari mengatakan kepada masyarakat apa yang harus dipikirkan.

### 2.2.1. Kontroversi Rocky Gerung

Dalam setiap agenda pesta demokrasi, selalu ada cerita lain sebagai kembangan yang tak terduga. Pesta demokrasi menciptakan warna-warni tersendiri yang ramai diperhatikan dan diperbincangkan, kendati bukan sebagai plot utama dari jalannya demokrasi tersebut. Di tengah hiruk pikuk tensi politik Pemilu Presiden 2019 yang memanas, banyak bermunculan pengamat dan analis politik, termasuk sosok Rocky Gerung. Berkat agenda-setting media, publik sepakat bahwa sosok Rocky Gerung menjadi salah satu kembangan penting yang turut menyemarakkan pesta demokrasi dengan pernyataan-pernyataan atau komentarnya yang cukup kontroversi selama rangkaian pemilu 2019.

Kepopuleran Rocky Gerung dalam rangkaian pemilu 2019 sepertinya berjalan seiring dengan kian panasnya pertarungan antara Joko Widodo dan Prabowo Subianto. Dengan jargon politik “akal sehat” Rocky memikat banyak sekali khalayak. Rocky kerap mengkritik dengan bahasa yang lugas, tajam, sekaligus menghibur dengan bungkus satire. Ketika ruang publik diisi pertengkaran dan narasi politik normatif saja, Rocky tampil dengan kritikan yang tajam dan menggelitik. Tak jarang kritikan Rocky berujung pada kontroversi publik yang berimbas pada persoalan hukum. Namun demikian, hingga awal Januari 2020 Rocky belum pernah mendekam di penjara karena pernyataannya. Beberapa kali dia harus bolak-balik ke kepolisian karena pelaporan yang dilakukan oleh pihak yang tidak berkenan dengan pernyataannya.

Ketenaran sosok Rocky lebih banyak disebabkan kritiknya yang kontroversial kepada penguasa. Dalam banyak kesempatan Rocky selalu menekankan pentingnya kritik. Kritik itu mempunyai pengertian pada dataran konseptual maupun realitas. Dalam pengertian konsepsi, Rocky kerap menyebutkan istilah dialektika, yakni setiap argumen (*tesa*) harus dikritik dengan argumen lain yang berlawanan (*antitesa*) sehingga melahirkan *sintesa*. Pergulatan itu yang harus tumbuh dalam alam demokrasi bebas seperti Indonesia. Rocky menyebutkan bahwa tanpa kritik, kekuasaan akan jauh dari keseimbangan. Tanpa keseimbangan kekuasaan maka akan terjadi dominasi yang cenderung jahat. Rocky berpendapat bahwa sebagai orang kampus merasa perlu menghadirkan kritisisme tersebut di ruang-ruang publik di luar kampus.

### 2.2.2. Rocky Gerung dan CNN Indonesia

Kontroversi dan kecerdasan dalam memilih diksi dalam berdialektika membuat Rocky Gerung memiliki daya tarik bagi media massa khususnya televisi. Selain TV One dengan acara Indonesia *Lawyers Club* yang membesarkan namanya, salah satu televisi lain

yang kerap menggunakan jasa Rocky sebagai ‘oposan’ pada pemerintah adalah CNN Indonesia. Sebagai televisi berita di bawah naungan Grup Transmedia, CNN Indonesia yang pertama kali bersiaran pada 17 Agustus 2015 tampil dengan jargonnya “Independen dan Transparan”. CNN Indonesia tidak punya beban dan keterikatan pada afiliasi politik tertentu, baik partai politik ataupun politisi tertentu. Hal ini membuat CNN Indonesia bisa tampil secara independen, fair dan transparan sehingga menjadi media rujukan yang dipercaya oleh masyarakat.

Sosok Rocky Gerung yang fenomenal juga tak lepas dari lirikannya CNN Indonesia. Sebagai televisi berita yang mempunyai program-program dialog, CNN Indonesia tentunya membutuhkan narasumber yang tidak hanya kompeten, tajam, dan kritis, tapi juga bisa mengundang daya tarik bagi penonton. Sejak rangkaian jelang Pilkada DKI Jakarta 2017, Rocky kerap hilir mudik di layar CNN Indonesia dalam berbagai tema dialog dalam program CNN Indonesia *Prime News*. Rocky biasanya hadir dalam kapasitasnya sebagai pengajar filsafat dan etika politik Universitas Indonesia. Rocky konsisten menjalankan ideologinya yang selalu menjadi pengkritik kekuasaan.

Kehadirannya sebagai narasumber bukan lagi dalam kapasitas sebagai pengamat atau analis politik yang berada di tengah, namun sebagai pihak yang berlawanan (oposisi) terhadap pemerintah Jokowi. Ketika tampil di layar CNN Indonesia, Rocky tetap menggunakan atribusi intelektualnya sebagai peneliti Perhimpunan Pendidikan Demokrasi (P2D) karena memang Rocky secara administratif bukan anggota partai atau tim sukses calon presiden manapun.

Rocky kemudian hadir dalam dialog-dialog yang digelar di layar CNN Indonesia baik sebelum atau sesudah pemilu berlangsung. Program CNN Indonesia ini antara lain Layar Pemilu Tepercaya yang kemudian bertransformasi menjadi Layar Demokrasi, serta Kupas Tuntas. Bahkan dalam program

khusus debat kandidat calon presiden dan wakil presiden di Pemilu 2019, Rocky Gerung dipilih oleh redaksi CNN Indonesia untuk tampil mewakili narasi oposisi untuk berada dialektika dengan pihak Tim Kampanye Nasional Jokowi – Ma’ruf. Dari 5 kali debat, Rocky selalu tampil 5 kali bersama TKN Jokowi – Ma’ruf yang diwakili Nusron Wahid.

### 2.2.3. Rocky Gerung dan Kupas Tuntas

Dengan melihat tren yang cukup bagus, Rocky Gerung diputuskan untuk menjadi salah satu narasumber utama dalam program Kupas Tuntas di CNN Indonesia. Program ini ditayangkan pertama kali pada 8 Agustus 2019 setelah hiruk pikuk pemilu 2019 usai. Kupas Tuntas menghadirkan 4 sampai 6 narasumber dengan 35 orang penonton yang hadir di studio. Secara tampilan, ini bisa dibilang program *talkshow* yang melibatkan sumber daya manusia, infrastruktur dan tentunya pendanaan paling besar.

Program Kupas Tuntas yang ditayangkan hari Kamis setiap minggunya hadir untuk mengupas persoalan dan kontroversi yang menjadi perbincangan hangat di tengah masyarakat. Acara ini menghadirkan pembahasan yang mendalam dari berbagai sisi dan perspektif dengan narasumber yang kompeten di bidangnya. Selain mendalami isu, Kupas Tuntas juga dirancang untuk menghadirkan perdebatan dan pro-kontra yang menarik untuk disaksikan penonton. Penonton yang hadir umumnya mahasiswa dari berbagai universitas di Jakarta. Mereka datang tidak hanya menjadi penonton tapi juga ikut berdiskusi dengan bertanya ataupun berpendapat di tengah dialog. Dengan konsep *grande*, Kupas Tuntas diharapkan bisa memberikan pembahasan yang komprehensif tentang sebuah isu yang tidak hanya menarik, tapi juga penting bagi publik.

Topik pembahasan yang menjadi tema Kupas Tuntas setiap minggunya sangat beragam. Tidak hanya melulu tentang perdebatan politik, tapi juga menyangkut persoalan hukum, korupsi, HAM, demokrasi,

tata kota, ekonomi bahkan persoalan sosial seperti fenomena *cross hijaber*. Kehadiran Rocky Gerung yang dikenal sebagai orang multidimensi karena selain dia ahli filasafat, juga pegiat demokrasi, pluralisme dan HAM, serta aktif dalam gerakan feminisme selama beberapa dekade terakhir diharapkan memberi warna khusus dalam dialog-dialog di Kupas Tuntas. Rocky sendiri disepakati oleh redaksi CNN Indonesia sebagai narasumber tetap di setiap episode. Diharapkan kehadiran Rocky akan menjadi daya tarik agar program ini ditonton dan mendapat perhatian publik.

Melihat fenomena Rocky Gerung dan CNN Indonesia ini, dalam bukunya, *Media Spectacle*, Kellner (2003) dengan jelas mengatakan bahwa ekonomi berbasis internet di jaman ini menjadi alat untuk promosi, reproduksi, sirkulasi dan penjualan komoditas. Tontonan digunakan untuk menjangkau khalayak demi meningkatkan kekuasaan dan keuntungan media. Bahkan kehidupan politik dan sosial pun terbentuk oleh tontonan media. Tayangan konflik sosial dan politik dengan selebriti atau berita sensasional pun di layar kaca makin banyak sehingga budaya media bisa memberi panutan pemikiran dan perilaku, dan bahkan identitas. Tak terkecuali tayangan dengan mengemukakan pernyataan kontroversi seperti dalam Program Kupas Tuntas CNN Indonesia.

Tontonan media menjadi fitur penting dalam era globalisasi. Dalam masyarakat modern dimana ada produksi, maka kehidupan dihadirkan sebagai sebuah akumulasi tontonan. Segala yang hidup telah diturunkan dalam sebuah representasi. Tontonan merupakan hasil sekaligus proyek dari model produksi yang ada. Tontonan mampu membuat manusia menjadi subyek tontonan karena ekonomi sudah mendominasi keberadaannya (Debord, 2014:2-6).

### 2.3. Komodifikasi

Berbicara soal ekonomi politik, orang cenderung menganggapnya menjadi satu bagian terintegrasi. Padahal sesungguhnya ekonomi dan politik adalah isu terpisah, namun

tidak bisa dipisahkan satu sama lain, karena memang keduanya saling memengaruhi (Caporaso dan Levine, 2005: 6). Mosco (2009) mengartikan ekonomi politik sebagai sebuah kajian relasi sosial terkait relasi kuasa yang menentukan produksi, distribusi, konsumsi sumber daya serta sumber daya komunikasi yang saling menguntungkan. Hal ini mencakup pula produsen, distributor dan konsumen. Ada operasi kuasa sebagai konsep tentang cara orang mendapatkan apa yang mereka inginkan sekalipun orang lain tidak menginginkannya.

Komodifikasi mengacu pada proses mengubah nilai guna menjadi nilai tukar, mengubah produk yang nilainya ditentukan oleh kemampuan mereka untuk memenuhi individu dan kebutuhan sosial ke dalam produk yang nilainya ditentukan oleh harga pasar mereka (Mosco, 2009:132). Komodifikasi biasa diartikan sebagai kegiatan pengelola media dalam memperlakukan pesan sebagai komoditas yang bisa menyenangkan khalayak, mengundang para pemasang pengiklan, dan memperpanjang bisnis media, (Halim, 2013:50 dikutip oleh Perdana, 2017:14).

Dalam industri komunikasi, Mosco (2009) menggarisbawahi tiga aspek penting komodifikasi, yaitu konten atau isi media, khalayak dan pekerja. Ekonomi politik cenderung terkonsentrasi pada isi media. Sedangkan khalayak media dan pekerja mendapat porsi tekanan yang lebih sedikit dalam industri komunikasi. Tetapi tidak dipungkiri bahwa khalayak dan pekerja menjadi elemen penting dalam ekonomi politik. Menjual kekuatan pekerja menjadi dasar atau prakondisi ekonomi kapitalis. Dalam masyarakat di era informasi, pengetahuan dan informasi dapat dikomodifikasi demi memuaskan kebutuhan sosial. Dalam hal ini maka khalayak diperlukan ekonomi kapitalis sebagai komoditas yang mendatangkan keuntungan. Khalayak ini menjadi gambaran komodifikasi dalam masyarakat (Prodnik, 2012:288).

Media dimiliki oleh korporasi transnasional, lembaga investasi, bank dan konsentrasi bisnis lain di seluruh dunia yang oleh Macleod (2019: 138-9) disebut sebagai raket. Media juga dimiliki oleh sebuah raket sehingga tak mengherankan kalau media harus mencerminkan minat penguasanya. Filter perilaku media berada pada kenyataan bahwa media merupakan bisnis besar yang dikendalikan oleh orang-orang kaya yang punya kepentingan senada dengan korporasi, bank dan pemerintah (Herman dan Chomsky, 2002: 14 seperti dikutip oleh Macleod, 2019: 138). Maka, dinamika budaya yang membentuk berita pun harus sejalan dengan raket tersebut.

Lebih dalam lagi, dalam konteks ekonomi politik media muara komodifikasi ini adalah manfaat bisnis (Sugiyanto, 2015:58-9). Ketika isi media menjadi produk atau komoditas, maka ekonomi kapitalis cenderung membuat produk-produk baru dan selalu terstandardisasi agar terjual ke pasar sehingga penjualannya mendapat untung yang dapat meningkatkan produksi (Huws 2003 yang dikutip Prodnik, 2012:286-7).

Prodnik (2012:288) mengadopsi pemikiran Mosco mengatakan bahwa ada dua aspek penting dalam proses komodifikasi dalam ekonomi politik komunikasi. Pertama komunikasi dan teknologi mendukung proses komodifikasi di bidang ekonomi dan di seluruh lapisan masyarakat. Peran teknologi sangat penting ketika digitalisasi makin mengemuka. Kedua, komodifikasi juga mulai menembus lembaga yang terkait dengan komunikasi yang mulai merambah praktik sosial sehari-hari yang merupakan fondasi dalam berkomunikasi. Media dan komunikasi membantu memperluas ekspansi capital bahkan pada ranah yang belum terkomodifikasi sekalipun.

### 3. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan ekonomi politik komunikasi dimana ada

hubungan kekuasaan yang saling mendukung untuk produksi, distribusi dan konsumsi sumber daya. Penelitian ini berfokus pada komodifikasi isi berita, komodifikasi khalayak, dan komodifikasi pekerja media. Pendekatan ekonomi politik komunikasi menggunakan paradigma tradisi kritis untuk melakukan analisa sehingga menemukan implikasi praktis dan perubahan sosial dalam korporasi media maupun masyarakat. Data kualitatif dikumpulkan melalui teknik wawancara mendalam terhadap beberapa responden dengan *sampling* terarah dan pertanyaan yang tidak terstruktur terkait komodifikasi kontroversi Rocky Gerung dalam Program Kupas Tuntas CNN Indonesia.

#### 4. Temuan dan Diskusi

##### 4.1. Komodifikasi Isi

Dalam konteks komodifikasi, informasi dari sebuah media dapat menjadi komodifikasi ketika proses produksi dan distribusinya berjalan sesuai dengan sistem industrial dan ekonomi pasar (Anwar, 2014:11). Dalam ekonomi politik, pendapat ini diperkuat oleh Mosco (2009) yang menekankan pentingnya isi media sebagai komoditas utama.

Menurut Kuypers (2002), merujuk teori agenda-setting, ada konsep penting *priming* dan *framing*. *Agenda-setting* dipahami sebagai peranan media dalam mengarahkan fokus perhatian publik terhadap isu tertentu dari isu lain sesuai sikap media tersebut terhadap isu itu. Pembingkai (*framing*) menjadi gagasan penting untuk mengatur kejadian dan isu apa yang bisa masuk akal untuk ditampilkan media. Pembingkai ini dimulai dari interaksi narasumber dan jurnalis. Sementara fakta adalah hal yang netral kecuali jika sudah dibingkai. Dengan demikian, bagaimana media membingkai sebuah isu atau kejadian akan sangat berpengaruh terhadap pemahaman publik terhadap suatu isu atau kejadian tersebut (ibid:7).

Dengan demikian pembingkai ini menjadi sebuah proses ketika seorang

komunikator mengkonstruksi sebuah sudut pandang tertentu agar suatu fakta tertentu dipandang dan dilihat oleh publik dengan sikap tertentu pula. Menurut Kuypers hal ini disebut sebagai *agenda-extension* atau *agenda-building*, bukan lagi sekedar *agenda-setting*. Media memiliki sebuah agenda dan media mampu membentuk berita. Termasuk informasi sensasional yang menarik khalayak media yang lebih besar untuk mendapatkan keuntungan (Kuypers, 2002:15).

Dalam kontroversi tayangan suatu media, seperti dalam acara Kupas Tuntas CNN Indonesia, ada informasi media yang sudah terdekontekstualisasi. Dekontekstualisasi ini merupakan konsekuensi media yang makin menjadi industri dan bersifat komersil sehingga informasi hanya menjadi sekedar komoditas (Anwar, 2014:13-5). Televisi lalu menjadi media yang dapat dinikmati semua golongan masyarakat sekalipun isinya hanya bersifat menghibur dengan budaya yang miskin makna (ibid.).

Menyajikan program *talkshow* yang lengkap menjadi cara tim produksi Kupas Tuntas untuk bisa memikat para penonton baik di televisi kabel, digital ataupun di media sosial seperti YouTube. Seperti dituturkan oleh Eva Yunizar, Manajer produksi CNN Indonesia untuk program Kupas Tuntas menyatakan bahwa tugas menyajikan *talkshow* yang lengkap harus ada pemilihan topik yang tepat. Topik pilihan berasal dari isu yang menjadi perbincangan publik, mengandung kontroversi, punya dampak kepada publik, serta layak untuk diulas dan didalami secara komprehensif. Kemudian pemilihan narasumber juga harus tepat. Artinya, narasumber utama terlibat langsung dengan kejadian, atau bisa menjadi magnet bagi penonton.

“Kita usahakan penonton mendapat perspektif yang jernih tentang suatu isu langsung dari ‘pusat gempunya’,” kata Eva (Yunizar, Hasil Wawancara, 15 Januari 2020).

CNN Indonesia mencari narasumber yang menjadi magnet bagi publik dengan

menghadirkan Rocky Gerung. Selain mengulas topik yang terkait politik dan demokrasi, dalam Kupas Tuntas, Rocky Gerung juga membahas berbagai isu non-politik. Misalnya, tentang pemindahan ibukota, polemik revisi undang-undang KPK, proyeksi ekonomi, sampai kontroversi disertasi Abdul Azis yang membolehkan seks di luar nikah. Hasilnya cukup lumayan baik dari segi *public discourse* ataupun kepemimpinan. Dengan komodifikasi isi media dan narasumber yang tepat, program Kupas Tuntas bisa menjadi program nomor satu di CNN Indonesia dalam beberapa bulan terakhir.

Dalam episode Kontroversi Disertasi Seks Nonmarital Abdul Azis, pertama kali sosok Rocky dihadirkan ke publik sebagai sosok pembela kebebasan dan multikulturalisme yang teguh. Dalam episode tersebut, Rocky Gerung secara terbuka membela Azis yang disertasinya dikecam oleh MUI dan PKS. Atas dasar kebebasan akademik dan kebebasan berpendapat, Rocky melawan argumentasi MUI dan PKS dengan sangat keras. Kendati tingkat kepemirsaaan di saluran CNN Indonesia relatif biasa saja, namun perdebatan ini telah ditonton lebih dari 535 ribu orang di YouTube.

Kehadiran Rocky di layar CNN Indonesia cukup mendapat perhatian publik. Hal ini terlihat dengan respon dari dialog perdebatan antara Rocky Gerung dan Nusron Wahid tentang berbagai topik di kanal YouTube CNN Indonesia. Tayangan ini ditonton oleh ratusan ribu hingga jutaan orang. Misalnya, video YouTube di kanal CNN Indonesia yang diunggah pada 17 Januari 2019 berjudul “Rocky Gerung & Nusron Wahid Komentari Debat Capres-Cawapres 2019” telah ditonton 2.1 juta kali. Bahkan saat Rocky Gerung mengomentari klaim kemenangan Prabowo Subianto di Pilpres 2019, juga berhasil menarik penonton yang cukup besar. Dalam video berjudul “Prabowo Klaim Menang Pilpres, Ini Kata Rocky Gerung” yang diunggah pada 18 April 2019 juga berhasil ditonton lebih dari 3.3 juta kali.

Untuk topik politik, Rocky sendiri tampil cukup impresif dengan menghasilkan beberapa perdebatan yang viral di media sosial dan tinggi secara kepemirsaaan. Apalagi dalam momen perdebatan keras antara Rocky Gerung dengan pihak pemerintah atau partai pendukung pemerintah. Sebut saja perdebatan antara Rocky Gerung dengan Budiman Sudjatmiko tentang Pancasila yang ditonton lebih dari 1.1 juta kali, dengan Ali Mochtar Ngabalin tentang formasi kabinet baru Jokowi yang ditonton 1 juta kali.

Praktik komodifikasi berita sangat lekat kaitannya dengan bagaimana produser menyajikan fakta. Fakta yang disajikan dalam Kupas Tuntas digali dari narasumber dan informasi berita yang dimiliki oleh CNN Indonesia ataupun merujuk pada media massa lain. “Untuk azas keberimbangan terutama dalam dialog dengan tema politik yang menyangkut pemerintahan, kami selalu menempatkan Rocky Gerung sebagai pihak oposisi yang harus diimbangi dengan narasumber lain yang membela pemerintah. Dalam topik-topik ini, atribusi Rocky sebagai analis politik, peneliti lembaga kajian demokrasi atau ahli filsafat menjadi kurang relevan,” kata Yuniar (Yunizar, Hasil Wawancara, 15 Januari 2020). Faktor topik dan kehadiran Rocky Gerung semakin memperkuat tingkat kepemirsaaan CNN Indonesia.

#### 4.2. Komodifikasi Khalayak

Televisi merupakan media budaya populer. Keekonomian dari produksi dan distribusi diarahkan untuk mendapatkan khalayak yang besar. Di masyarakat industrialisasi, khalayak ini terdiri dari sub-kultur, sub-audien dengan beragam relasi sosial dan pengalaman sosial budaya beragam. Inilah yang ikut menentukan program yang akan dinikmati khalayak. Demi mendapatkan khalayak berbeda sebanyak mungkin, maka televisi mencoba melakukan homogenisasi khalayak dalam satu program (Fiske, 1987: 37-9).

Khalayak adalah hasil produksi dari sebuah program televisi ketika diproduksi, dan di sinilah fungsi keekonomiannya terwujud yang dapat dijual kepada pengiklan (Fiske, 1987 yang dikutip Anwar, 2014: 12). Khalayak yang telah dikomodifikasi menjadi produk terpenting dari industri budaya yang menghasilkan keuntungan ekonomi (ibid.). Ketika nilai dari orang dan pemirsa televisi dianggap sebagai komoditas maka muncullah perhitungan *rating*. *Rating* ini dihitung berdasarkan rumah tangga yang sedang menyotel televisi pada suatu program tertentu dibagi seluruh jumlah rumah tangga yang memiliki televisi (Baran, 2012:214).

Komodifikasi khalayak berimplikasi bahwa media seperti CNN Indonesia mampu membuat sebuah proses dimana media bisa menjajakan komoditas tayangan kepada khalayak sebagai konsumen. Ada relasi yang saling menguatkan dan mutualistik antara isi dan khalayak demi keuntungan bisnis. Komodifikasi khalayak merupakan bagian integral antara komodifikasi isi berita sehingga lembaga media bisa tetap bertahan (Muktiyo, 2015:214-5).

Dalam sebuah produksi tayangan berita, faktor kepemirsaaan memang menjadi salah satu tujuan penting yang harus diraih. Karena tingkat kepemirsaaan serta *public awareness* menjadi kunci mendatangkan pemasukan berupa iklan ataupun sponsor dalam bentuk apapun, termasuk monetisasi di sosial media milik CNN Indonesia seperti YouTube. Dari data yang diperoleh tim riset CNN Indonesia, Rocky Gerung menjadi salah satu faktor penting untuk menarik penonton. Ada beberapa hal penting yang perlu diperhatikan sebelum menerapkan ekonomi politik menjadi ilmu atau deskripsi intelektual soal sistem produksi, distribusi, dan pertukaran. Mosco (2009) sendiri menyebutnya sebagai konsumsi. Konteks ekonomi politik bersentuhan dengan sejumlah hal, termasuk pengetahuan sosial dalam ‘memuaskan’ kebutuhan masyarakat. Artinya, tayangan yang diproduksi memang harus diarahkan untuk

‘memuaskan’ kebutuhan masyarakat akan informasi, pengetahuan, kontroversi, sekaligus hiburan.

Program Kupas Tuntas memang dirancang sebisa mungkin harus menghadirkan faktor-faktor tersebut dalam setiap episode. “Paling tidak salah satu elemen, kalau tidak narasumber utama, topik yang kontroversial, atau perdebatan yang kencang dan menghibur namun substantif harus hadir dalam layar Kupas Tuntas,” kat Yunizar (Yunizar, Hasil Wawancara, 15 Januari 2020). Rocky Gerung dinilai menjadi salah satu faktor penting untuk menggenjot daya tarik orang untuk menonton Kupas Tuntas dimanapun platformnya.

Addy Nugroho yang juga menjadi salah satu peonton setia Kupas Tuntas, dari hasil wawancara juga merasa kehadiran Rocky Gerung membuat suasana diskusi menjadi hidup.

*“Kejutan dari kalimat kritik yang keluar dari mulut Rocky, ditambah dengan metafora yang renyah bukan Cuma jadi hiburan buat pentonton, tapi juga mengasah sensitifitas dan tambahan pengetahuan” (Nugroho, Hasil Wawancara, 18 Januari 2019).*

Salah satu pemirsa setia Kupas Tuntas, Sonia Fambayun, merasa kehadiran Rocky Gerung menjadi daya tarik penting bagi penonton untuk menantikan tayangan Kupas Tuntas.

*“Yang membuat saya suka nonton Rocky tentu argumentasi beliau. Yang menurut saya sarat akan nilai pentingnya literasi, kesetaraan, keakraban berwarganegara, lingkungan, etika publik dan lain-lain serta sarat akan wawasan yang selalu diselipkan istilah-istilah yang memperkaya diksi dan juga berita-berita terupdate dunia. Sementara daya tarik untuk publik saya kira adalah karena beliau ini berani dalam mengucapkan kritik yang mungkin tidak bisa diucapkan masyarakat biasa. Dengan demikian, masyarakat yang mungkin terkena dampak dari suatu kebijakan yang tidak adil merasa terwakili oleh apa yang*

*disampaikan beliau. Satu lagi, humor dan satire beliau juga menjadi salah satu yang ditunggu,” kata Fembayun (Fembayun, Hasil Wawancara, 18 Januari 2020).*

Hal ini juga tergambar dari data IPTV atau Internet Protocol Television yang digunakan CNN Indonesia untuk mengetahui jumlah kepemirsaaan di jaringan televisi kabel yang menyiarkan CNN Indonesia. Sejak pertama kali tayang Agustus 2019 hingga data terakhir pada November 2019, Kupas Tuntas sendiri mengalami perkembangan yang signifikan karena sejak bulan pertama mengudara, Kupas Tuntas langsung melejit di posisi puncak dalam hal jumlah penonton.

Sementara itu kontribusi Rocky Gerung dalam perolehan penonton program Kupas Tuntas sendiri cukup signifikan. Meski tidak semua episode Kupas Tuntas dihadiri Rocky Gerung, namun nama Rocky Gerung mampu mengundang penonton yang lebih banyak. Meskipun bukan menjadi faktor utama, namun Rocky tetap menjadi magnet pemirsa atau khalayak.

#### 4.3. Komodifikasi Pekerja Media

Jika merujuk pendapat Debord (2014), bahwa masyarakat kita adalah masyarakat tontonan, maka para produser televisi format tontonan di hampir semua program, mulai dari berita, sinetron, atau *reality show* (Anwar, 2014). Terjadi semacam konstruksi realitas di media televisi agar realitas empiris menjadi realitas media (ibid.). Dalam konteks ekonomi politik komunikasi, Mosco (2009) mengatakan bahwa salah satu elemen komodifikasi adalah pekerja media yang mendapat porsi paling sedikit dibanding dengan komodifikasi isi berita dan komodifikasi khalayak. Dalam perspektif nilai kapitalistik, ada sistem ekonomi yang berkaitan dengan pengaturan dan penataan terhadap proses produksi, distribusi dan konsumsi sumber daya ekonomi dan sosial manusia (Muktiyo, 2015: 114).

Tim produksi Kupas Tuntas memang dituntut untuk menghadirkan *talkshow* dengan kualitas yang baik, narasumber dan topik

terbaik, jumlah penonton yang banyak, serta dampak yang dihasilkan. Dalam mengelola suatu program *talkshow*, apalagi yang melibatkan pihak luar seperti narasumber, tentu membutuhkan tim yang mumpuni dan riset pasar yang jeli untuk pemilihan topik dan narasumber. Kerja sama tim menjadi kunci keberhasilan program *talkshow*.

Setiap awal minggu, tim produksi menyelenggarakan rapat besar untuk menggodok tema dan narasumber yang akan diundang pada Kamis malam. Setelah topik dan narasumber ditentukan, maka ada tim yang akan menghubungi narasumber. Sementara itu, tim produksi mempersiapkan segala kebutuhan untuk siaran, mulai dari konten acara sampai pada pemesanan peralatan teknis yang akan dijalankan oleh tim studio. Kerja sama tim menjadi kunci keberhasilan program ini (Yunizar, Hasil Wawancara, 15 Januari 2020).

#### 5. Kesimpulan dan Rekomendasi

Demokrasi memang menghasilkan dialektika dan terkadang kegaduhan yang mewarnai atmosfer ruang publik. Dalam industri media khususnya televisi, iklim demokrasi membuka ruang untuk menghadirkan dialog dengan kontroversi dan perdebatan yang tajam. Sebuah tayangan *talkshow* televisi tidak hanya dituntut menghadirkan topik yang hangat dan penting bagi publik, narasumber utama yang relevan dengan isu yang dibicarakan, tapi tontonan yang juga menghibur agar orang mau menonton dan diharapkan juga mendapat manfaat.

Relasi antara industri televisi dan kepentingan bisnis media televisi untuk bisa ditonton publik menghasilkan keuntungan ekonomi sekaligus formula yang menghasilkan bintang-bintang baru dalam program *talkshow*. Mereka tidak hanya cerdas dan punya cara berkomunikasi yang baik, namun juga bisa menghadirkan kontroversi di layar kaca. Dalam beberapa tahun terakhir sosok Rocky Gerung lahir sebagai kembang

demokrasi baru yang mewarnai dialektika ruang publik. Rocky memiliki hampir semua syarat untuk menjadi bintang dalam *talkshow* televisi. Kehadirannya terbukti mampu memikat orang untuk menonton, membicarakan bahkan menduplikasi tayangan tersebut dalam berbagai platform baik yang legal ataupun illegal. Publik dipenuhi dahaganya untuk mendapatkan tayangan dialog yang panas dan cerdas. Sementara industri media mendapat manfaat ekonomi dari jumlah penonton yang besar yang tentu saja itu bisa berdampak bagi pendapatan perusahaan. Dengan formula ini, relasi antara industri televisi dan selera publik bertemu dalam sebuah kepentingan, sehingga komodifikasi pun terjadi. Paling tidak Rocky Gerung, sebagai salah satu narasumber utama, secara kualitatif dirasa cukup memberikan dampak positif bagi tingkat kepemirsaaan dan keuntungan bagi CNN Indonesia dari program *Kupas Tuntas*.

Rocky menciptakan kontroversi dan kegaduhan di ruang publik, meski tetap berlandaskan kerangka akal sehat. Masyarakat kita berubah melalui debat-debat yang berkelanjutan melalui kontroversi. Teknologi dan media sosial, atau televisi dianggap memiliki dampak negatif terhadap kemampuan orang untuk menghubungkan sesuatu yang tidak dikenal (*unfamiliar*) gegara dampak ruangan gema (*echo chamber*) dan gelembung filter (*filter bubble*) (Garimella, dkk.: 2017). Komodifikasi kontroversi yang ditayangkan media pun memberi dampak terhadap perubahan perilaku, pandangan politik dari khalayak.

Untuk mengetahui bagaimana komodifikasi media ini mendapatkan keuntungan dari banyaknya khalayak yang menonton, selanjutnya perlu ada penelitian yang mengukur secara kuantitatif melalui penghitungan *rating*, *shares* dan analisa media sosial untuk memperkuat relasi komodifikasi isi berita dan khalayak dalam konteks ekonomi politik media. Penelitian kualitatif tentang komodifikasi kontroversi program televisi ini

bisa menjadi rekomendasi pada studi selanjutnya terkait topik dan isu yang sama.

## Daftar Pustaka

### Acuan dari Buku:

- Artz, Lee and Kamalipour, Y. R. (Edt.). (2003). *Globalization of Corporate Media Hegemony*. USA: State of New York Press.
- Babe, R. E. (2009). *Cultural Studies and Political Economy*. United Kingdom: Lexington Books.
- Baker, C. E. (2007). *Media Concentration and Democracy: Why Ownership Matters*. New York: Cambridge University Press.
- Baran, S. J. 2012. *Introduction to Mass Communication: Media Literacy and Culture*. New York: McGraw-Hill Companies, Inc.
- Caporaso, J. A. and Levine, D. P. (2005). *Theories of Political Economy*. USA: Cambridge University Press.
- Dahlgren, Peter. (2000). *Television and the Public Sphere: Citizenship, Democracy and the Media*. London: SAGE Publikation Ltd.
- Debord, G. (2014). *The Society of the Spectacle*. Paris: Bureau of Publik Secrets.
- Fiske, J. (1987). *Television Culture: Popular Pleasures and Politics (Studies in Communication Series)*. New York: Routledge.
- Fiske, J. and Hartley, J. (2003). *Reading Television*. New York: Routledge.

- Fuchs, C. (2016). *Critical Theory of Communication*. UK: University of Westminster Press.
- Fuchs, C. and Mosco, V. (Edt.). (2016). *Marx and the Political Economy of the Media*. Netherlands: Koninklijke Brill NV.
- Hardy, J. (2014). *Critical Political Economy of the Media*. New York: Routledge.
- Kellner, D. (2003). *Media Spectacle*. USA: Routledge.
- Kellner, D. (2003). *Media Culture: Cultural studies, identity and politics between the modern and the postmodern*. USA: Routledge.
- Kuypers, J. (2002). *Press Bias and Politics: How the Media Frame Controversial Issues*. London: Praeger.
- Macleod, A. (Edt.). (2019). *Propaganda in the Information Age*. New York: Routledge.
- Mosco, V. (2009). *The Political Economy of Communication*. London: SAGE Publications Ltd.
- Acuan dari Sumber lain :**
- Anwar, A. K. (2014). *Komodifikasi Informasi dan Konstruksi Media Massa*. Jurnal Komunikasi, Volume 3, Nomor 1, Sept-Des 2014: 9-16.
- Aslendra, R. (2019). *Rocky Gerung dan Kontroversi*, Dalam <https://www.liputan6.com/news/read/4127152/rocky-gerung-dan-kontroversi>.
- Choiriyati, W. (2018). *Manipulasi Pragmatisme Pendidikan Politik (Analisis Resepsi pada Komodifikasi Berita Selebriti Politisi)*. LUGAS Journal Komunikasi, Vol. I, No. 01, Juni 2017:40-54.
- Fembayun, S. (2020, Januari 18). Hasil Wawancara oleh Putro. B. A. [in person].
- Garimella, K., De Francisci Morales, G., Gionis, A., and Mathioudakis, M. (2017). *The Effect of Collective Attention on Controversial Debates on Social Media*. In *Proceedings of WebSci '17, Troy, NY, USA, June 25-28, 2017, 10 pages*. DOI: <http://dx.doi.org/10.1145/3091478.3091486>.
- Hadi, U. (2019). *Menelaah Konsep Hubungan Seksual, Disertasi Abdul Aziz Dituding Kontroversial*, Dalam <https://news.detik.com/berita-jawa-tengah/d-4692662/menelaah-konsep-hubungan-seksual-disertasi-abdul-aziz-dituding-kontroversial>.
- Jacques, C., Islar, M., and Lord, G. (2019). *Post-truth Hegemony on Social Media and Implication for Sustainability Communication*. Sustainability 2019,11,2120:pp.1-16.
- Manggaga, I. P. (2018). *Komodifikasi Konten Televisi dalam Perspektif Ekonomi Politik Media*. Jurnal Tabligh, Vol. 19, No. 2, Desember 2018:257-276.
- Mansell, R. (2005). *Social Informatics and the Political Economy of Communications*. Information Technology and People 18 (1):21-25.
- Muktiyo, W. (2015). *Komodifikasi Budaya dalam Konstruksi Realitas Media Massa*. MIMBAR, Vol. 31, No. 1, Juni 2015: 113-122.
- Nugroho, A. (2020, Januari 18). Hasil Wawancara oleh Putro. B. A. [in person].

Pangrazio, L. (2018). *What's New about 'Fake News'? Critical Digital Literacies in an Era of Fake News, Post-Truth, and Clickbait*. *Revista Paginas de Educacion*, Vol II, No. 1, pp. 6-22.

Perdana, D. D. (2017). *Komodifikasi dalam Tayangan Televisi (Kajian terhadap Program Indonesian Idol 2011)*. *Jurnal Profesional FIS UNIVED*, Vol. 4, NO. 1, Juni 2017.

Prodnik, J. (2012). *A Note on the Ongoing Processes of Commodification: From the Audience Commodity to the Social Factory*. *tripleC* 10(2): 274-301. <http://triple-c.at>

Republika.co.id (2017). *Rocky Gerung: Pembuat Hoax Terbaik adalah Penguasa*. Dalam <https://www.republika.co.id/berita/nasional/jabodetabek-nasional/17/01/18/ojy9lf361-rocky-gerung-pembuat-hoax-terbaik-adalah-penguasa>.

Sugiyanto, D. R. (2015). *Komodifikasi Berita di Balik Ideologi Ekonomi Politik Media (Studi pada Program 'Polemik' di Radio Sindo Trijaya 104,6 FM Jakarta)*. *Jurnal Komunikasi*, Vol. 7, No. 1, Juli 2015: 57-69.

Yunizar. E, (2020, Januari 15). Wawancara yang dilakukan oleh Putro, B. A. [in person].