

# PESOHOR SEBAGAI KOMODITAS MEDIA (Analisis Ekonomi-Politik terhadap Tabloid dan Program Infotainment di Televisi)

Oleh :  
Ana Mariani<sup>1</sup>

**Abstraks** : Faktor liberalisasi media massa tidak saja membawa dampak pada kebebasan kepemilikan media namun juga kebebasan dalam menginformasikan peristiwa apa saja pada khalayak. Namun yang menjadi persoalan, kebebasan media terutama dalam format tabloid seringkali mengabaikan prinsip-prinsip pers yang obyektif. Hal ini menjadi persoalan ketika tabloid ataupun infotainment di televisi mengusung privasi pesohor ke dalam perbincangan publik dimana seringkali mereka tidak mengindahkan akurasi pemberitaan. Yang menjadi energi pemberitaan tabloid bukan saja peristiwa faktual namun juga gosip dan rumors tentang pesohor. Yang terjadi kemudian, pesohor sebagai obyek berita 'merasa' dirugikan atas pemberitaan tabloid ataupun infotainment. Meskipun ada yang tetap menarik dalam jurnalistik tabloidisasi yakni hukum publikasi yang unik dimana baik berita baik ataupun buruk sekalipun justru dapat meningkatkan pamor sang pesohor.

Kata Kunci : Pesohor, Komoditas, Media

## PENDAHULUAN

Vincent Mosco (1996) mendefinisikan ekonomi-politik sebagai studi tentang relasi-relasi sosial terutama relasi kekuasaan, yang secara bersama-sama mendasari proses produksi, distribusi, dan konsumsi sumber daya. Dalam konteks komunikasi massa, sumber daya yang dimaksud adalah surat kabar, televisi, radio, buku, video, film, termasuk didalamnya adalah audiens. Ekonomi-politik menawarkan pergeseran mekanisme kontrol dalam sebuah lingkaran-lingkaran yang terdapat dalam jaringan produksi, distribusi, dan konsumsi media yang selanjutnya terjadi proses umpan balik bagi proses produksi berikutnya.

Untuk membantu menganalisis perubahan-perubahan yang terjadi pada perkembangan media massa dan lingkungannya, dapat digunakan pendekatan ekonomi-politik media. Studi ekonomi-politik media ini menganalisis perubahan-perubahan yang terjadi karena adanya *historical situatedness* yang memungkinkan hal tersebut terkonstruksi seperti itu, *historical situatedness* sendiri merupakan hasil interaksi dari berbagai faktor yang terjadi pada suatu waktu tertentu.

Konsep penting yang ditawarkan oleh Moscow (1996) untuk mengaplikasikan pendekatan ekonomi politik pada kajian komunikasi massa adalah konsep-konsep pertama, **komodifikasi** yaitu suatu proses dimana para kapitalis dalam tujuannya mengakumulasi modal berusaha merubah barang dan jasa dari nilai gunanya (*use*

---

<sup>1</sup> Dosen Tetap Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik Unmer Malang