

ABSTRAK

Laily, Masrurul, 2021, Komodifikasi Vincent Mosco Pada Perpanjangan Episode Sinetron “Orang Ketiga” Di SCTV, Skripsi,

Pembimbing: Abdullah Chakim, S.Ag, M.Pd

Kata kunci : Komodifikasi, sinetron, ekonomi politik.

Penelitian ini membahas tentang teori komodifikasi *Vincent Mosco* yang terdapat pada sinetron “Orang Ketiga” di stasiun televisi SCTV. Penelitian ini dilatar belakangi oleh pandangan kapitalis terhadap keberadaan media televisi sebagai industri media massa yang mampu memperlancar kegiatan ekonomi dan politik. Kemampuan televisi dalam menyebar luaskan informasi dimanfaatkan oleh para kapitalis untuk memberikan jalan bagi praktik komodifikasi dalam mempengaruhi proses komunikasi kepada masyarakat seperti yang telah dikatakan mosco sebagai praktik sosial.

Rumusan masalah yang diambil pada penelitian ini adalah “Bentuk-bentuk komodifikasi apa saja yang terjadi pada sinetron “Orang Ketiga” serta bagaimana proses perpanjangan episode pada sinetron tersebut”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana praktik komodifikasi yang terdapat pada sinetron “Orang Ketiga”. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data yakni dengan cara dokumentasi serta observasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kehadiran program sinetron “Orang Ketiga” tidak hanya sebagai jawaban dari kebutuhan hiburan semata. Adanya bentuk-bentuk komodifikasi yang ditemukan adalah sebagai jawaban adanya pasar yang diciptakan oleh para kapitalis sebagai lahan ekonomi. Media sebagai pembentuk representasi telah mengemas produk yang ditampilkan menjadi sedemikian rupa agar dapat sampai kepada khalayak. Segala yang bersangkutan paut dengan program hiburan sinetron telah dijadikan sebuah komoditas. Bentuk-bentuk komodifikasi yang ditemukan adalah komodifikasi khalayak, pekerja serta konten diubah menjadi ladang ekonomi. Hal tersebut berdampak pada proses perpanjangan episode pada sinetron “Orang Ketiga” yaitu dengan cara menambahkan pemeran serta mengganti alur pada cerita tersebut.

Dari hasil tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa program acara sinetron “Orang Ketiga” tidak hanya sebagai sarana hiburan dan edukasi, akan tetapi juga sebagai media penyebaran distribusi nilai kapitalis di dalam tayangannya, sehingga komodifikasi sinetron “Orang Ketiga” merupakan alat yang digunakan untuk memperoleh keuntungan dari para pengiklan.

ABSTRACT

Laily, Masrurul, 2021, Commodification Vincent Mosco On The Extension episode of soap opera "Orang Ketiga" On SCTV, Thesis,

Advisor: Abdullah Chakim, S.Ag, M.Pd

Keywords: : *Commodification, soap opera, political economy.*

This research discusses the theory of commodification of Vincent Mosco contained in the soap opera "Third Person" on the television station SCTV. This research is motivated by capitalist view of the existence of television media as a mass media industry that is able to facilitate economic and political activities. Television's ability to disseminate information is utilized by capitalists to provide a way for commodification practices to influence the communication process to the public as Mosco has said as a social practice.

The problem formulation taken in this study is "What forms of commodification occurred in the soap opera "Third Person" and how the process of extending episodes on the soap opera". The purpose of this research is to find out how the practice of commodification contained in the soap opera "Third Person". This research uses a type of descriptive qualitative research with data collection techniques, namely by means of documentation and observation.

The results of this study showed that the presence of the soap opera program "Third Person" is not only as an answer to entertainment needs alone. The existence of forms of commodification found is in response to the existence of markets created by capitalists as economic land. The media as a form of representation has packaged the products displayed into such a way as to reach the audience. Everything related to soap opera entertainment programs has become a commodity. The forms of commodification found were commodification of audiences, workers and content transformed into economic fields. this has an impact on the process of extending episodes on the soap opera "Third Person" by adding actors and changing the storyline to the story.

From these result, the researchers concluded that the soap opera program "Orang Ketiga" is not only a means of means of entertainment and education, but also as a medium of spreading the distribution of capitalist values in the show, so that the commodification of the soap opera "Orang Ketiga" is a tool used to benefit advertisers.