

Komparasi Modalitas Bahasa Satire dengan Jenis Komodifikasi pada Program Lapor Pak! Trans7 dan Main Hakim Sendiri NET.TV

Yasinka Amalia

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Satya Negara Indonesia, Jakarta Selatan

Email: yasinkaa8@gmail.com

Achmad Budiman Sudarsono

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Satya Negara Indonesia, Jakarta Selatan

Email: ach.budimans@gmail.com

Helen Olivia

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Satya Negara Indonesia, Jakarta Selatan

Email: helenolivia.fisip@gmail.com

Rustono Farady Marta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Satya Negara Indonesia, Jakarta Selatan

Email: rustono.farady@usni.ac.id

Fakultas Psikologi, Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, Jakarta Selatan

Email: rustono.farady@atmajaya.ac.id

Fitri Sarasati

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Satya Negara Indonesia, Jakarta Selatan

Email: fitri.sarasati@usni.ac.id

Abstrak

Perkembangan televisi di era digital kini telah mendorong industri media untuk menghasilkan konten yang tidak hanya menghibur tetapi juga bernilai ekonomi. Salah satunya dengan konsep satire dalam program tayangan televisi. Satire dalam program “Lapor Pak!” di Trans7 dan “Main Hakim Sendiri” di NET.TV menjadi bentuk kreatif dalam menyampaikan kritik sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk komodifikasi dan gaya bahasa satire yang digunakan dalam program “Lapor Pak! episode Najwa Shihab” dan “Main Hakim Sendiri episode penyuaan”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis multimodalitas oleh John Bateman, dan teori yang digunakan adalah ekonomi politik media dari Vincent Mosco untuk menjelaskan bentuk komodifikasi serta teori gaya bahasa oleh Holbert untuk mengidentifikasi jenis satire yang digunakan dalam kedua program tersebut melalui jenis riset komparatif. Hasil penelitian berdasarkan kategorisasi temuan modalitas pada adegan menunjukkan adanya elemen komodifikasi dan elemen bahasa satire. Komodifikasi Konten – Satire Horatian (KK/SH) dan Komodifikasi Konten- Satire Juvenalian (KK/SJ) menjadi elemen yang mendominasi pada program “Lapor Pak!”. Dua modalitas

tersebut juga ditemukan pada program “Main Hakim Sendiri” ditambah temuan modalitas Komodifikasi Khalayak – Satire Horatian (KH/SH) dan Komodifikasi Pekerja – Satire Juvenalian (KP/SJ).

Kata Kunci: Bahasa Satire, Ekonomi Politik Media, Komodifikasi, Wacana Multimodalitas

Abstract

The development of television in the digital era has now encouraged the media industry to produce content that is not only entertaining but also has economic value. One of them is the concept of satire in television programs. Satire in the program “Lapor Pak!” on Trans7 and “Main Hakim Sendiri” on NET.TV is a creative form conveying social criticism. This research aims to analyse the form of commodification and satire language style used in the program “Lapor Pak! Najwa Shihab Episode” and “Main Hakim Sendiri bribery episode”. This research is qualitative with the method of multimodality analysis by John Bateman, and theory used is the political economy of media by Vincent Mosco to explain the form of commodification and the theory of language style by Holbert to identify the type of satire used in the two programs through comparative research. The results of the study based on the categorization of modality findings in the scene indicate the presence of commodification elements and satirical language elements. Content Commodification – Horatian Satire (KH/SH) and Content Commodification – Juvenalian Satire (KP/SJ) are the dominant elements in the “Lapor Pak!” program. The two modalities were also found in the “Main Hakim Sendiri” program plus the findings of Audience Commodification – Horatian Satire (KH/SH) and Worker Commodification – Juvenalian Satire (KP/SJ) modalities.

Keywords: Commodification, Discourse Multimodality, Political economy of media, Satire Language

PENDAHULUAN

Dalam era digital yang berkembang secara pesat, industri media massa terus menghadapi persaingan yang ketat terkhusus pada sektor industri penyiaran televisi. Televisi adalah sebuah media telekomunikasi yang berfungsi sebagai penerima siaran gambar bergerak beserta suara, baik gambar bergerak monokrom (hitam-putih) maupun berwarna. (Stit & Nusantara, 2021). Televisi menjadi salah satu media komunikasi yang telah lama hadir dan menjadi media utama bagi masyarakat untuk mengonsumsi sebuah informasi maupun hiburan. Televisi menjadi salah satu bentuk media massa, dimana media massa menjadi wadah untuk menyampaikan pesan secara menyeluruh dan menjangkau masyarakat luas (Evelyn et al., 2021). Berdasarkan data (Nielsen, 2022) *consumer & media view Q3* menunjukkan bahwa televisi masih menjangkau 81,1% masyarakat, khususnya kelompok usia 40 tahun ke atas seiring popularitas internet.

Meskipun internet semakin dominan digunakan oleh masyarakat, namun tidak berarti bahwa televisi redup. Pola komunikasi pun turut tak terhindari dalam era digital yang berkembang (Nufindra et al., 2023). Akan tetapi, televisi masih merupakan media yang utama dan akan tetap demikian untuk tahun – tahun berikutnya (Hariyadi, 2023). Dengan demikian untuk mempertahankan eksistensinya stasiun penyiaran terus berinovasi dengan salah satu cara yakni menyesuaikan konten untuk menarik perhatian penonton, dan melakukan pengembangan konten yang tidak hanya menghibur tetapi juga memiliki nilai profit bagi stasiun penyiaran tersebut. Sejatinya televisi telah menjadi bagian industri media yang juga berperan sebagai bisnis media. Tujuan dari bisnis media sendiri yakni mendapatkan profit dengan harapan kelangsungan hidup dan perkembangan media tetap terjaga. Sehingga untuk dapat bertahan dalam industri media tak sedikit program tayangan televisi berinovasi membuat program yang menarik khalayak.

Program siaran televisi diproduksi oleh stasiun televisi. (Muda, 2008) menyebutkan bahwa televisi memiliki dua jenis dalam menayangkan sebuah program, yakni program berisi informasi dan hiburan. Program berisi informasi, terbagi menjadi dua jenis *hard news dan soft news*. *Hard news* memiliki format program berupa *straight news, on the spot reporting, interview on air*, sementara *soft news* memiliki format berupa *current affair, magazine, infotainment, feature, sport* dan *documenter* (Latief dan Utud, 2017). Kedua jenis program memiliki masing-masing format, dimana program hiburan terbagi menjadi dua jenis yakni program drama dan non drama. Program drama dapat berupa sinetron, film (FTV) sedangkan program non drama berupa *music, reality show, talk show, variety show*.

Program merupakan wajah utama bagi sebuah televisi sebab program sangat berkaitan erat dengan audience (pemirsa). Sehingga tak jarang dalam proses mengembangkan sebuah program, program tersebut mengalami proses komodifikasi. Komodifikasi merupakan salah satu bentuk dalam melihat fenomena proses transformasi barang dan jasa menjadi sesuatu yang bernilai jual melalui pendekatan ekonomi politik media oleh Vincent Mosco (Manggaga, 2018).

Menurut Mosco (dalam Anggraeni & Wuryanta, 2020) mengemukakan “*commodification is the process of transforming use values into exchange values*” dimana sesuatu yang awalnya memiliki nilai kegunaan (*use value*) seperti informasi telah diubah menjadi sesuatu yang dapat dijual (*exchange value*). Dalam konteks media, dapat diartikan bahwa konten yang awalnya memiliki tujuan untuk menginformasikan atau menghibur telah

berubah menjadi produk yang dapat dijual untuk mendapatkan keuntungan finansial. Sementara itu konsep komodifikasi terbagi menjadi tiga bagian yakni komodifikasi konten. Komodifikasi khalayak dan komodifikasi pekerja.

Komodifikasi konten (isi) adalah proses mengubah suatu nilai guna dari konten atau isi media menjadi nilai tukar yang dapat dijual belikan di pasar sesuai dengan tren market pasar tersebut. (Subandi & Sadono, 2018). Komodifikasi konten dalam konteks komunikasi bermula dengan konten media, dimana hal tersebut melibatkan transformasi pesan, mulai dari potongan data hingga sistem pemikiran yang memiliki makna dan menjadi produk yang dapat dipasarkan (Olivia Chintya, 2020).

Dallas Smythe (1977) dalam Mosco (2009) mengklaim bahwa khalayak merupakan komoditas utama media massa (Olivia Chintya, 2020). Komodifikasi khalayak (audiens) merupakan bentuk komodifikasi dimana khalayak dilihat sebagai jumlah yang dapat dijual dan media menjual penontonnya dalam bentuk rating dan share (Sudarsono, 2018). Sementara komodifikasi pekerja secara mendalam dilakukan dalam bentuk pemanfaatan tenaga dan pikiran para pekerja secara optimal untuk meningkatkan fleksibilitas dan kontrol bagi pekerja media (Sudarsono, 2018).

Ragam acara televisi terlebih dalam format program non drama seperti *variety show* untuk mempertahankan audiensnya kerap kali penyelenggara acara melakukan pengembangan konten demi mempertahankan penonton. Salah satu bentuk inovasi tersebut dengan penggunaan konsep satire dalam *variety show* seperti dalam program “Lapor Pak” Trans7 dan “Main Hakim Sendiri” oleh Net.TV. Kedua program tersebut mengadopsi konsep satire dengan latar belakang suasana kantor polisi dan ruang persidangan yang menggabungkan elemen komedi, kritik atau sindiran yang menghibur untuk menarik audiens. Penggunaan konsep satire tersebut merupakan salah satu bentuk kreativitas untuk menghadirkan sebuah hiburan yang dibalut dengan gaya sindiran.

Satire telah hadir sejak lama dalam kehidupan sehari-hari. Satire di Indonesia dengan beragamnya kebudayaan nusantara, berbagai bentuk satire hadir dari seni rakyat hingga lisan. Satire tidak hanya menjadi alat hiburan akan tetapi juga sebagai alat refleksi, kritik dan penyampaian pesan sosial. (Abdullah Faqih, 2021)

Bentuk tradisional satire di Indonesia sangat beragam. Salah satunya bermula dengan hadirnya wayang golek yang merupakan kesenian yang memadukan hiburan, pendidikan dan kritik sosial dengan cara menghadirkan tokoh pewayangan (punakawan), seperti Cepot,

Dawal dan Gareng yang menjadi daya tarik utama. Daya tarik utama tersebut dengan mengelabui tokoh yang berkuasa atau sombong sebagai alat menyampaikan pesan moral. Bentuk tradisional satire dapat ditemui pula seperti lenong betawi maupun kesenian ludruk.

Kini di era digital bentuk satire pun masih kerap digunakan terlebih dengan perkembangan teknologi dan hadirnya media sosial, bentuk satire modern kini dapat ditemui dalam bentuk meme, video, gambar maupun komentar dalam media sosial. Sementara dalam produk jurnalistik bentuk satire kerap hadir dalam bentuk majalah yang menggunakan satire untuk menyampaikan kritik terhadap pemerintah. Dalam industri penyiaran konsep satire kerap dipadukan dengan humor dengan format acara non-drama seperti halnya dalam *talkshow* maupun *variety show*. Salah satunya terdapat pada tahun dua ribuan (2006-2010) program acara yang mengusung konsep satire telah lama hadir seperti Republik BBM yang merupakan acara parodi yang menjadi pionir komedi politik, Republik Sentilan Sentilun, hingga program Provoactive Proactive yang populer pada masanya.

Tarigan (dalam Azhari, 2023) mengungkap satire adalah sejenis bentuk argumentasi dilakukan secara tidak langsung. Satire sendiri berisi sebagai alat kritik sosial atau ejekan mengenai kelemahan atau kejadian dalam realitas kehidupan dan bertujuan untuk adanya perubahan secara etis maupun estetis. Satire menurut Holbert (dalam Wibisono & Haqq, 2024) dikatakan satire memiliki dua jenis yakni satire *horatian* dan satire *juvenalian*. Satire *horatian* adalah gaya satire yang dituturkan secara lembut dan di jadikan sebagai dasar dalam memebrikan komentar sindiran terhadap elite penguasa yang dianggap melanggar norma sosial. sementara, satire *juvenalian* merupakan satire yang dianggap kasar dan mengandung sarkasme dan sinisme yang tinggi.

Satire yang digunakan dalam program acara lapor pak dan main hakim sendiri mencerminkan adanya proses komodifikasi. Dimana dibalik fungsi sosialnya dalam kedua program tersebut terlihat penggunaan tema satire untuk meningkatkan daya tarik konten dan dikemas agar sesuai selera pasar, serta kehadiran selebriti sebagai daya tarik tambahan mampu mendongkrak rating.

Penelitian ini memfokuskan pada analisis multimodalitas pada bahasa satire serta bentuk komodifikasi yang terdapat dalam program lapor pak pada episode Najwa Shihab yang tayang pada 29 Juni 2022 dan program main hakim sendiri episode penyuaipan yang tayang pada 5 Juli 2024. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa jenis komodifikasi dan gaya bahasa satire yang digunakan dalam kedua program yang mengusung konsep satire

tersebut. Dalam proses penelitiannya, peneliti akan memetakan dan melakukan elaborasi terhadap masing-masing program menggunakan teori ekonomi politik media Vincent Mosco dan Gaya Bahasa Satire Holbert untuk membantu peneliti memetakan kedua program acara tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini berjenis kualitatif dengan paradigma kritis. Penelitian kualitatif menurut John Creswell dalam buku *Research Design*, mengungkap bahwa penelitian kualitatif adalah metode untuk menggambarkan, memahami, dan mengembangkan makna oleh beberapa individu atau kelompok yang sumbernya dapat berupa masalah sosial atau kemanusiaan. (Cresswell, 2010). Sementara paradigma kritis adalah pandangan alternative penelitian sosial yang tujuannya untuk mengkritik dan membenarkan status quo dan memberikan informasi alternatif untuk terciptanya tatanan sosial yang lebih baik (Pristy & Budiarmo., 2021).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini analisis *multimodality discourse analysis* (MDA) John Bateman. John Bateman mengungkap multimodalitas berfokus pada bagaimana berbagai mode komunikasi digunakan untuk membentuk makna. O'Halloran (2011:120) mengungkapkan multimodality discourse analysis (MDA),

“as an emerging paradigm in discourse studies which extends the study of language per se to the study of language in combination with other resources, such as images, scientific symbolism, gesture, action, music and sound.” (Zagar, 2024)

Multimodalitas sebagai bidang penelitian memandang representasi dan komunikasi yang tidak hanya bergantung pada satu mode akan tetapi berbagai mode. Mode-mode tersebut meliputi gerakan, suara, gambar, warna atau tata letak yang dianggap sebagai sumber daya yang teroganisir dan digunakan oleh masyarakat untuk menciptakan makna. (Adami, 2015). Penggunaan modalitas yang berbeda dapat berbentuk dengan penggabungan antara penggunaan bahasa teks (dialog) dan modalitas lain seperti visual, pemingkanaan situasi ataupun elemen pendukung dialog dalam sebuah konten (Hakim et al., 2024)

Objek penelitian ini mencakup dua program acara yakni lapor pak pada episode Najwa Shihab dan main hakim sendiri pada episode penyuaipan yang ditayangkan oleh dua stasiun penyiaran yang berbeda, yaitu Trans7 dan Net.Tv. Penelitian ini dilakukan dari bulan September 2024 hingga Januari 2025. Data yang terkumpul dari rekaman kedua program

acara tersebut yang akan dianalisis dengan memberikan elemen ke dalam masing-masing teori.

Dalam proses analisis multimodalitas peneliti membutuhkan dua elemen teori untuk mengelaborasi penelitian. Sehingga peneliti menerapkan dua elemen teori yakni dengan Teori Ekonomi Politik Media dengan memfokuskan pada konsep komodifikasi yang terbagi menjadi tiga jenis elemen yaitu Komodifikasi Konten (KK), Komodifikasi Khalayak (KH) serta Komodifikasi Pekerja (KP). (Mosco, 2009:11-17).

Teori Gaya Bahasa yang di gagas oleh Holbert digunakan untuk memfokuskan pada gaya bahasa satire yang terdapat dalam program acara. Rafiek (dalam Anggi Maysa Noviana Bakri et al., 2023) mengungkapkan bahasa adalah salah satu ciri yang paling khas manusiawi dan sangat dibutuhkan dalam berkomunikasi. Bahasa secara umum dapat diklasifikasikan menjadi dua bentuk yakni, bahasa verbal melalui lisan dan tulisan, serta bahasa non verbal. Bahasa verbal lisan adalah bahasa yang diucapkan langsung oleh penutur, sementara verbal tulisan berupa tulisan yang di tulis oleh individu tersebut. Sedangkan bahasa nonverbal merupakan komunikasi yang dilakukan tanpa menggunakan kata-kata, seperti gerak tubuh maupun ekspresi (Mayasari, dan Yuyun Yulyanti, 2016). Bahasa juga terdiri atas simbol - simbol, dimana simbol - simbol tersebut perlu dimaknai agar terciptanya komunikasi yang efektif (Nurjayanti & Arindawati, 2019)

Proses komunikasi terbagi menjadi dua proses yakni komunikasi tatap muka dan komunikasi bermedia (Olivia & Leonita, 2020). Bagaimanapun segala bentuk komunikasi pada dasarnya adalah bahasa (Farady Marta & Robin, 2019). Bahasa menjadi alat utama dalam penyampaian informasi begitupula dengan bahasa yang digunakan dalam objek penelitian ini yakni program lapor pak dan main hakim sendiri. Yang mengusung konsep penyampaian informasi yang dikemas dengan gaya sindiran (satire) Dalam Teori Gaya Bahasa Satire memiliki dua elemen yakni Satire *Horatian* (SH) dan Satire *Juvenalian* (SJ) (Azhari, 2023). Gaya bahasa satire atau sindiran merupakan sebuah bentuk ekspresi dalam bahasa yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau kritikan secara tidak langsung, dengan cara menyamarinya di belakang kata-kata yang bersifat halus, sopan dan secara tidak langsung. (Kadek, 2024).

Dengan menganalisis teks dari dialog dalam kedua acara tersebut, peneliti akan melakukan pemetaan pada scene yang menggambarkan elemen komodifikasi dan bahasa

satire yang kemudian akan peneliti elaborasi. Lebih lanjut peneliti lakukan pemetaan teori pada Tabel 1 dan Tabel 2 untuk membantu peneliti dalam mengklasifikan dan mengolah data, sebagai berikut.

Tabel 1. Pemetaan Elemen *Commodification of Political Economy of Media Theoru*

Elemen	Definisi
Komodifikasi Konten (KK)	Pembentukan nilai tukar yang menggambarkan keseluruhan praktik dalam hubungan sosial.
Komodifikasi Khalayak (KH)	Pembentukan khalayak dengan melihat khalayak sebagai jumlah yang dapat dijual oleh media dalam bentuk rating dan share.
Komodifikasi Pekerja (KP)	Bentuk pemanfaatan tenaga dan pikiran para pekerja secara optimal dengan cara

Tabel 2. Pemetaan Elemen Gaya Bahasa Satire

Elemen	Definisi
Gaya Bahasa Satire Horatian (SH)	Bentuk satire yang digunakan sebagai dasar ketika memberikan komentar sindiran pada elite yang melanggar norma sosial
Gaya Bahasa Satire Juvenalian (SJ)	Bentuk satire yang tergambar dengan kata-kata dingin, kasar dan marah. Gaya bahasa yang cenderung menyakiti penerima satire.

Pemetaan kedua teori tersebut akan digunakan oleh peneliti dalam proses analisis. Dengan mengkategorisasikan potongan scene pada masing-masing program, serta memberikan kode elemen pada dialog atau elemen pendukung lain, melakukan elaborasi dan penafsiran makna dalam program acara tersebut sebagai proses pengumpulan data. Durasi pada program acara lapor pak episode Najwa Shihab adalah 51 menit 02 detik dan durasi program main hakim sendiri episode penyuaan adalah 49 menit 15 detik.

Untuk memudahkan peneliti dalam melihat hasil dari masing-masing program. Sifat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dengan deskriptif komparatif. Secara umum komparasi digunakan untuk mengetahui atau menakar perbedaan dari dua kelompok maupun lebih. Penelitian komparatif adalah penelitian yang dilakukan untuk membandingkan suatu objek penelitian antara subjek yang berbeda atau waktu yang berbeda dan menemukan hubungan sebab-akibat. (Lakshmi & Sudaryanto, 2016).

HASIL PENELITIAN

Satire adalah gaya bahasa yang menggabungkan antara ironi, sarkasme yang dibumbui dengan unsur parodi. Gaya bahasa satire adalah gaya bahasa sejenis arumen atau puisi, karangan yang memuat isi kritik sosial baik secara terang - terangan maupun terselubung (Rika Widianita, 2023). Satire biasanya dijadikan ungkapan untuk menertawakan atau menolak sesuatu akan kejadian yang terjadi dalam realitas kehidupan. Satire menjadi salah satu bentuk pendapat yang diungkap secara tidak langsung dan memiliki makna tersirat dengan tujuan akan adanya perbaikan, satire dituturkan dengan cara yang lucu dan membuat orang tertawa.

Elemen - elemen dalam bahasa satire yang berbentuk secara tekstual dapat dianalisis dengan menggunakan metode analisis multimodalitas untuk melihat makna dalam dialog pada acara tersebut. Penggunaan teori ekonomi politik media untuk melihat proses komodifikasi dan teori gaya bahasa satire digunakan untuk menggambarkan makna dan bentuk komodifikasi dalam program variety show lapor pak khususnya episode najwa shihab dan program acara main hakim sendiri pada episode penyipuan.

Pemetaan Program Lapor Pak

Pemetaan elemen teori tersebut dilakukan terhadap *scene* varietas lapor pak dan main hakim sendiri yang akan peneliti jelaskan pada tabel-tabel dibawah ini.

Tabel 3. Pemetaan Lapor Pak

Commodification of Political Economy of Media Theory (CPEMT) dan Gaya Bahasa Teori (GBS)

Visual	CPEMT/GBS	Visual	CPEMT/GBS
Episode Najwa Shihab (7:32) 	KK/SJ	Episode Najwa Shihab (7:41) 	KK/SH

<p>Episode Najwa Shihab (9:08 – 9 :13)</p> 	<p>KK/SH</p>	<p>Eisode Najwa Shihab (18:38 – 18:52)</p> 	<p>KK/SH</p>
<p>Episode Najwa Shihab (18:57)</p> 	<p>KK/SH</p>	<p>Episode Najwa Shihab (28:12 – 28:17)</p> 	<p>KK.SJ</p>

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2025

Setelah melakukan pemetaan data dalam variety Lapor Pak Episode Najwa Shihab ditemukan total 15 data yang mengandung komodifikasi dan bahasa satire. Diantaranya terdiri dari 9 data berisi Komodifikasi Konten - Satire Horatian (KK/SH) dan Komodifikasi Konten – Satire Juvenalian (KK/SJ). Dalam tabel diatas peneliti tampilkan 6 visualiasasi hasil elaborasi teori yang telah peneliti olah, untuk menjelaskan bagaimana jenis komodifikasi konten (KK) yang dominan digunakan dalam episode tersebut dan menggambarkan bagaimana satire horatian (SH) serta satire juvenalian dipakai dalam beberapa *scene*.

Data pada menit 7:32, Najwa Shihab yang menjadi bintang tamu dalam acara lapor pak berperan sebagai komandan pengganti dari kantor pusat yang ditempatkan pada lapor pak. *Scene* dalam menit tersebut yang sedang mengkritik tahanan pada kantor lapor pak yang dapat keluar masuk sebebasnya. Dialog dalam scene tersebut

“ini tahanan bisa seenaknya keluar masuk, ini penjara atau toilet umum si”

Dialog tersebut mengungkap kritikan akan tahanan dan gaya bahasa dalam dialog tersebut menggambarkan Satire Juvenalian (SJ) dimana penyampaian sindiran tersebut dengan kata-kata yang memiliki makna dingin hingga memperumakan ‘penjara’ dengan ‘toilet umum’ yang dapat dikunjungi siapa saja. Bentuk Komodifikasi Konten (KK) dalam adegan tersebut juga

secara eksplisit mengkritik fenomena yang terjadi dalam realitas. Sehingga bentuk gaya satire tersebut yang menjadi 'produk' yang memiliki nilai jual karena selain menyampaikan bentuk kritik juga dikemas dengan menarik dan menghibur.

Visualisasi dalam scene (7:41) selanjutnya yang menunjukkan najwa, wendy dan gilang sebagai tahanan ketika dipertanyakan perihal bebas keluar masuknya tahanan namun berujung lempar kesalahan. Dalam dialog tersebut: *"jangan main salah-salahan, sudah seperti pejabat saya lempar tanggung jawab"* dialog yang dilontarkan oleh najwa merupakan bentuk satire-horatian (SH) dimana merepresentasikan realitas pada dunia nyata yang melanggar norma sosial. Dalam episode tersebut Najwa turut melakukan kunjungan pada ruang arsip kantor lapor pak dan menemukan barang yang tidak penting hingga melontarkan ungkapan *"ini ruang arsip isinya barang barang gak perlu. Ini kantor polisi atau gedung DPR"* (9:08 – 9:13) pada visualisasi dalam scene tersebut menunjukkan adanya benda yang tidak seharusnya berada dalam ruang kantor polisi. Dialog tersebut mengandung sindiran yang menyamakan ruang arsip dengan gedung pemerintahan yang kerap di kritik pula oleh masyarakat.

Tidak hanya ruang arsip yang disidak oleh najwa yang memerankan sebagai komandan pusat itu turut menyidak sel tahanan dalam kantor lapor pak dan ditemukan penjara mewah. Dalam scene (18:38 – 18:52) dengan dialog Najwa yang menjawab pertanyaan Kiky yang memerankan sebagai polisi wanita dan mempertanyakan bentuk penjara koruptor. Najwa mengungkap *"karena ini tipikal penjara koruptor, barang mewah dimana - mana"* dengan dialog dan visualisasi gimmick yang ditampilkan berisi sebuah sel dengan barang atau benda yang berisi televisi, dispenser, ac tersebut merupakan bentuk Komodifikasi Konten (KK) dimana menggambarkan latar tempat dengan maksud menyindir pada elite yang melanggar norma sosial pada realitas sehingga hal tersebut juga menjadi bentuk Satire Horatian (SH) yang ditunjukkan dalam program acara tersebut.

Masih merujuk dalam penjara mewah tersebut najwa juga menunjukk sang tahanan yang diperankan oleh Gilang dengan melontarkan kata: *"saya bertemu orang mirip anda, selnya mirip - mirip, mukanya juga mirip, ada hubungan apa dengan Setya Novanto?"* (18:57) kata-kata yang dituturkan Najwa menjadi bentuk Satire-Horatian (SH) dan bentuk Komodifikasi Konten (KK) dimana menyebutkan kasus korupsi besar yang melibatkan mantan ketua DPR RI yang menjadi perhatian publik kala itu. Bentuk satire yang disampaikan dengan membandingkan karakter tahanan dengan Setya Novanto termasuk aspek fisik dan kondisi

sel yang digambarkan bertujuan untuk membangun kritik atau sindiran tersirat terhadap budaya korupsi di Indonesia.

Dalam scene 28:12 – 28:17, Najwa meng-interogasi komandan kantor lapor pak yang diperankan oleh Andre terhadap hal-hal yang berada di kantor lapor pak, dengan menuturkan dialog: “*saya tidak terkejut karena sudah biasa. Polisi tanpa prestasi yang jadi napi (narapidana) korupsi saja bisa tetap jadi polisi kok*” kata-kata yang dilontarkan tersebut menggambarkan satire horatian (SH) yang bermaksud mengkritik terhadap institusi kepolisian khususnya pada kasus individu yang memiliki catatan narapidana namun tetap dapat mempertahankan jabatannya. Dengan suasana dalam ruangan yang di rancang menyerupai kantor polisi dalam kehidupan nyata dan memiliki kesan menegangkan terhadap proses hukum yang serius menggambarkan bentuk komodifikasi konten (KK) dimana konten dikemas menyerupai realitas namun tetap sebagai alat kritik sosial dengan adanya ketimpangan moral dan etika pada realitasnya.

Pemetaan Main Hakim Sendiri

Sementara pada program main hakim sendiri episode penyipuan yang tayang pada stasiun penyiaran NET.TV, peneliti telah melakukan pemetaan terhadap isi konten program acara tersebut, dengan menempatkan potongan *scene* yang memiliki elemen komodifikasi dan jenis bahasa satire yang digunakan.

Pada program main hakim sendiri episode penyipuan yang tayang pada 5 Juli 2024 tersebut terbagi menjadi tiga bagian (*part*) dalam kanal youtube @mainhakimsendiri. Peneliti akan mengklasifikasikan *scene* dalam tayangan tersebut dan menginterpretasikan *scene* ke dalam tabel pemetaan teori baik dalam *commodification of political economy of media theory* (CPEMT) dan teori gaya bahasa satire (GBS).

Berdasarkan hasil analisis multimodalitas yang telah peneliti elaborasikan dengan dua elemen teori terhadap program main hakim sendiri episode penyipuan, peneliti menemukan tujuh *scene* dari tiga bagian yang ditayangkan atau *part* tersebut yang mengandung bentuk komodifikasi dan adanya bahasa satire dalam program main hakim sendiri. Hasil menunjukkan bahwa terdapat ketiga jenis komodifikasi yang digunakan dalam tayangan tersebut, yakni Komodifikasi Konten (KK), Komodifikasi Khalayak (KH), Komodifikasi Pekerja (KP). Sementara bentuk bahasa satire yang ditemukan dalam episode tersebut cenderung dominan Satire Horatian (SH) dibandingkan dengan Satire Juvenalian (SJ).

Pemetaan tersebut peneliti lakukan untuk melihat bentuk komodifikasi dan penggunaan gaya bahasa satire yang terdapat dalam tayangan program main hakim sendiri terkhusus pada episode penyuapan, sebagai berikut:

Tabel 4. *Pemetaan Main Hakim Sendiri*

Commodification of Political Economy of Media Theory (CPEMT) dan Gaya Bahasa Teori (GBS)

Visual/Durasi	CPEMT/GBS	Visual/Durasi	CPEMT/GBS
Episode Penyusunan Bagian I (02:19) 	KK/SH	Episode Penyusunan Bagian I (03:02 – 03:20) 	KK/SH
Episode Penyusunan Bagian I (02:35) 	KH/SH	Episode Penyusunan Bagian I (07:03) 	KP/SH

<p>Episode Penyuaan Bagian II</p> <p>(01:10)</p> 	<p>KK/SH</p>	<p>Episode Penyuaan Bagian III</p> <p>(01:24)</p> 	<p>KH/ SJ</p>
<p>Episode Penyuaan Bagian Iii</p> <p>(11:27)</p>	<p>KH/SH</p>		

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2025

Program main hakim sendiri merupakan varietas komedi yang menampilkan suasana persidangan. Dalam episode penyuaan tersebut, peneliti temukan 7 data dengan 3 data yang terdiri pada elemen Komodifikasi Konten – Satire Horatian (KK/SH), 2 data menggambarkan Komodifikasi Khalayak – Satire Horatian (KH/SH), Komodifikasi Pekerja – Satire Horatian (KP/SH) digambarkan dengan 1 data, serta Komodifikasi Khalayak – Satire Juvenalian (KH/SJ) dengan 1 data. Pada bagian 1 dengan menit (02:19) Rizky Inggar yang memerankan sebagai Juri Yang Muliawati menuturkan dialog : *“kalian ngapain si ngomongin selebritas percuma tau khawatirin selebritas, mendingan khawatirin rakyat yang makin terintimidasi”* kata-kata tersebut mengandung humor Satire Horatian (SH) dengan maksud menyuarakan ketidakpuasan terhadap prioritas media yang lebih menyoroti isu-isu sensasional dibandingkan isu sosial. Sementara bentuk Komodifikasi Konten (KK) dalam scene ini berada pada kehadiran selebritas dalam program tersebut, terlebih Rizky Inggar yang merupakan comedian yang kerap mengkritisi pemerintah maupun isu-isu sosial.

Visualisasi dalam scene (03:02 – 03:20) yang menggambarkan para pemeran yang sedang berkumpul mendengarkan dialog Rizky Inggar: *“aku juga punya gossip, gossipnya dari dunia otomotif ... kalian tau gak ada mobil transmisi manual itu bisa mundur, ada juga mobil yang automatic bisa mundur. Tapi ada mobil yang gabisa mundur ... ‘mobil-ang’ menkominfo tapi aku takut”*. Dialog yang dituturkan tersebut mengandung Satire-Horatian (SH) dimana bentuk sindiran tersebut menggunakan permainan kata dengan memelesetkan kata sehingga menciptakan humor ringan. Pada kata *“mobil-ang”* merupakan cara singkatan dan pelesetan kata dari kata *“mau bilang”* dan penyebutan institusi menjadi bentuk sindiran yang memiliki makna tersirat yang disampaikan dengan cara halus.

Bentuk Komodifikasi Khalayak – Satire Horatian (KH/SH) yang terdapat pada menit (02:35), dengan dialog: *“ini dari kampus mana ni (...) kampus Lampung. Ini sebelah dari kampus mana udah pada kadaluarsa”*.

Dengan dialog tersebut yang diucapkan oleh para pemeran maka terungkap demografis penonton yang hadir distudio yang merupakan dari kalangan mahasiswa dan menggunakan dialog humor pada ‘kadaluarsa’ (merujuk pada penonton lansia pada sebelah kanan) yang kemudian disambut gelak tawa. Hal tersebut menunjukkan bahwa penonton dari program main hakim sendiri merupakan dari berbagai kalangan. Sehingga dengan terungkapnya demografis penonton tersebut yang akan menjadi pertimbangan untuk dijual ke para pengiklan.

Dalam menit (07:03), saat pemeran dalam studio sedang berdialog terdapat situasi tidak terduga yang menunjukkan adanya *gimmick prank* yang dilakukan oleh para pemeran dan crew terhadap salah satu pemeran wanita yang sedang berulang tahun yakni Eca, *prank* tersebut menghadirkan keributan antara para pemeran dan crew terhadap salah satu fans yang menerobos masuk studio. Dengan hal tersebut menunjukkan bahwa para pekerja media yang berada dalam panggung maupun dibelakang layar menjadi komoditi, dimana *scene* tersebut dibuat oleh para pekerja media dengan membuat situasi yang menghebohkan untuk menarik perhatian para penonton, baik bagi penonton dalam studio maupun penonton pasif yang menonton dirumah.

Dalam bagian II dari varietas main hakim sendiri pada menit (01:10), Desta yang memerankan Yang Mulia pengganti sedang di interogasi oleh Yang Mulia Senior Ira Wibowo

menuturkan: *“Yang Mulia senior mohon maaf tapi kekurangan kita disini hanya satu, rating dan share”*. Pada *scene* tersebut menunjukkan bahwa terdapat komodifikasi konten (KK) dan Satire Horatian (SH) dimana dimaksudkan untuk menyindir secara tersirat terhadap institusi media akan tekanan terhadap pencapaian angka rating dan share yang menjadi indikator keberhasilan sebuah program televisi yang disampaikan dengan cara halus dan terkesan humor. Dialog tersebut mengungkapkan bahwa penonton tidak hanya dianggap sebagai individu tetapi juga sebagai angka yang menentukan nilai pasar.

Pada bagian III Ira Wibowo yang memerankan Yang Mulia Senior menyebutkan isu dalam dialognya: *“kasus arisan bodong, kasus penipuan biro jodoh, kasus tiket konser fiktif, renovasi ganggu tetangga”* (01:24). Dengan penyebutan isu yang sedang hangat di kalangan publik menunjukkan bagaimana acara televisi dapat memanfaatkan isu tersebut untuk menarik perhatian penontonnya dan memanfaatkan ketertarikan audiens terhadap masalah sosial yang relevan, dan penyebutan isu menimbulkan reaksi audiens yang kemudian menjadi nilai jual bagi program acara tersebut.

Bagian tiga (11:27), menunjukkan Adegan pada bagian ini menunjukkan bahwa penempatan nama sponsor *“furniture by Chandra Karya Pramuka”* merupakan bentuk komodifikasi khalayak (audiens) dimana dengan menempatkan *running text* saat acara sedang ditayangkan merupakan bentuk dan strategi pengiklan untuk menjangkau khalayaknya. Dengan demikian media mendapatkan keuntungan dari pengiklan yang memasang iklan dalam program acara mereka.

PEMBAHASAN

Penelitian ini mengungkapkan berdasarkan hasil pemetaan analisis multimodlitas John Bateman dengan memfokuskan pada tiga jenis komodifikasi dalam teori ekonomi politik media Vincent Mosco dan teori gaya bahasa satire Holbert. Ditemukan bahwa pada teori ekonomi politik media elemen komodifikasi yang sering muncul adalah Komodifikasi Konten (KK) sebanyak 15 data pada keseluruhan program lapor pak episode Najwa Shihab, sementara dalam program main hakim sendiri episode penyuaipan ditemukan 3 data yang memuat elemen Komodifikasi Konten (KK) dan 3 data berisi konten Komodifikasi Khalayak (KH) dan satu 1 data dengan Komodifikasi Pekerja (KP). Hal tersebut menunjukkan bahwa program tersebut dirancang untuk menggambarkan keseluruhan praktik dalam realitas sosial yang dikemas dan dijadikan bentuk komoditi.

Pada teori gaya bahasa dalam program lapor pak episode najwa shihab ditemukan elemen Satire Horatian (SH) berisi 9 data dan elemen Satire Juvenalian (SJ) berisi 6 data. Sementara dalam program main hakim sendiri elemen Satire Horatian (SH) terdapat 6 data, dan 1 data yang memuat Satire Juvenalian (SJ). Frekuensi tertinggi dalam elaborasi tersebut yakni Komodifikasi Konten – Satire Horatian (KK/SH), dimana bentuk komoditi dan humor ringan tersebut digunakan secara dominan dalam kedua program dengan tujuan untuk menarik khalayak luas tanpa memicu resistensi secara berlebihan. Dengan demikian menunjukkan bagaimana strategi media untuk memaksimalkan daya jual konten tersebut dengan pendekatan yang mudah diterima oleh khalayak luas.

Tabel 5. Program Lapor Pak Elaborasi Teori (CPEMT/GBS)

Program Lapor Pak Episode Najwa Shihab		Program Main Hakim Sendiri Episode Penyuapan	
Teori	Frekuensi	Teori	Frekuensi
Commodification of Political Economy of Media Theory		Commodification of Political Economy of Media Theory	
Komodifikasi Konten (KK)	15	Komodifikasi Konten (KK)	3
Komodifikasi Audiens (KA)	0	Komodifikasi Audiens (KA)	1
Komodifikasi Pekerja (KP)	0	Komodifikasi Pekerja (KP)	0
Gaya Bahasa Satire Teori		Gaya Bahasa Satire Teori	
Satire Horatian (SH)	9	Satire Horatian (SH)	3
Satire Juvenalian (SJ)	6	Satire Juvenalian (SJ)	1
CPEMT/GBS		CPEMT/GBS	
KK-SH	9	KK - SH	3
KK-SJ	6	KK – SJ	0
KH-SJ	0	KH-SJ	1
KH-SH	0	KH-SH	2
KP-SH	0	KP-SH	1

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti,2025

Sementara frekuensi tertinggi kedua dalam program lapor pak tersebut yakni Komodifikasi Konten – Satire Juvenalian (KK/SJ). Sementara dalam program main hakim sendiri ditunjukkan dengan Komodifikasi Khalayak – Satire Horatian (KH/SH) diikuti dengan

bentuk Satire Juvenalian (SJ). Komparasi data dalam kedua program terletak dalam penggunaan satire juvenalian. Dimana penggunaan dalam bentuk ini digunakan oleh media secara hati-hati mengingat bentuk satire juvenalian tersebut menggunakan kata-kata yang dingin, kasar dan cenderung menyakiti perasaan penerima, sehingga (SJ) digunakan dalam kedua konten tersebut lebih diperuntukkan menjaga keseimbangan antara fungsi kritik sosial dengan hiburan. Komodifikasi Khalayak – Satire Juvenalian (KH/SJ) digunakan sebagai penggambaran bagaimana Khalayak dijadikan alat dalam konten satire tersebut untuk meningkatkan *engagement* dan memberikan data dari penyelenggara program sebagai nilai jual kepada pengiklan. Audiens dijadikan elemen integral dalam proses produksi sehingga mencerminkan bentuk komodifikasi.

Dengan demikian hasil analisis menunjukkan bahwa penggunaan elemen komodifikasi pada kedua program memiliki kekhasan tersendiri dalam pengemasan sebuah konten. Penggunaan gaya bahasa Satire Juvenalian (SJ) memiliki perbedaan yang signifikan dalam pengemasannya. Pada program lapor pak penggunaan Satire Juvenalian (SJ) digunakan secara selektif dan hanya dalam konteks tertentu saja serta hanya menasar pada isu-isu yang lebih sensitif atau serius untuk memperkuat kritik sosial. sementara pada program main hakim sendiri Satire Juvenalian (SJ) lebih diperuntukkan agar menciptakan daya tarik eksklusif untuk audiens yang terlibat dalam program.

Implikasi Teori dan Paradigma pada Program Lapor Pak dan Main Hakim Sendiri

Program lapor pak secara latar belakang tayang pada stasiun televisi Trans7 yang dibawah oleh naungan CT.Corp. dukungan finansial dari Trans7 yang juga merupakan bagian dari Transmedia (CT. Corp) memiliki peran yang kuat sebab sinergi dalam grup media tersebut memungkinkan untuk adanya promosi lintas platform sehingga dapat meningkatkan nilai ekonomi program tersebut dan mendapatkan stabilitas program tersebut. Dalam program acara lapor pak tersebut juga terus memanfaatkan isu – isu sosial maupun politik yang relevan dan terjadi pada realitas yang dimanfaatkan sebagai komoditi sehingga dapat menarik audiens dan menciptakan satire yang menarik. Dengan hal tersebut program tetap famous dikalangan penontonnya karena mengubah sindiran (satire) sebagai kritik sosial menjadi produk hiburan yang memiliki daya jual. Melihat kembali dalam episode yang peneliti

gunakan sebagai objek dalam penelitian ini, yakni episode najwa shihab. Dalam naskah episode tersebut najwa shihab menyebutkan isu ‘penjara koruptor’, ‘penjara mewah’ dimana hal tersebut digambarkan sebagai bentuk kritik terhadap hukum pemerintahan Indonesia, dan bentuk penggambaran tersebut yang memiliki nilai jual dan menjadi bentuk komoditi.

Selain bentuk komodifikasi konten yang berada dalam program tersebut, bentuk komodifikasi khalayak juga turut terjadi, hal ini terlihat bagaimana khalayak atau penonton dijadikan sebagai objek komersialisasi. Dengan adanya penonton bayaran dibalik layar yang ditugaskan untuk meramaikan suasana dengan bersorak atau menanggapi lelucon. Dengan khalayak tersebut, baik secara aktif yang berada di studio maupun penonton pasif yang menonton melalui tayangan televisi atau platform digital. Mereka menjadi bagian strategi termasuk pada menaruh waktu tayang program lapor pak pada pukul 21.00 WIB hingga 22.45 WIB dimana waktu tersebut merupakan waktu istirahat khalayak setelah rutinitas pekerjaan, dengan penempatan waktu tayang tersebut yang digunakan oleh penyelenggara acara merupakan salah satu bentuk strategi untuk meningkatkan rating, share hingga menarik sponsor.

Sementara komodifikasi pekerja secara keseluruhan dalam episode tersebut terlihat dalam penggunaan tokoh tamu seperti Najwa Shihab, kru produksi yang turut menjadi bagian untuk menciptakan hiburan yang menarik dan bernilai ekonomi. Penggunaan tokoh tamu yang berbeda – beda dalam setiap episode lapor pak menjadi bentuk komoditi, dimana media memanfaatkan popularitas tokoh untuk mendapatkan nilai ekonomis. Begitu pula pada pemeran tetap dalam program maupun kru produksi dalam program acara lapor pak yang turut menjadi bentuk komoditi, dimana para pekerja industri media dituntut untuk dapat menciptakan sebuah program untuk dapat bertahan secara lama dan menaikkan rating maupun mempopulerkan program dengan strategi media yang diciptakannya.

Sementara pada program “Main Hakim Sendiri Episode Penyuapan” terlihat bahwa meskipun mengusung konsep satire yang sama seperti lapor pak namun per November 2024, program tersebut telah berhenti mengudara. Berhentinya tayangan program main hakim sendiri dikarenakan adanya pemindahtangan manajemen. Pemindahtangan manajemen tersebut dapat dikatakan bahwa adanya akuisisi yang dilakukan dimana Net.Tv yang kini telah di akuisisi oleh MD TV atau PT MD Entertainment Tbk. Program tersebut pun turut

menghadapi tantangan ekonomi sebab Net.Tv tidak memiliki jaringan pendukung sekuat Transmedia dan target audiens yang terbatas karena seperti dalam slogan stasiun televisi tersebut “Televisi Masa Kini” slogan tersebut menunjukkan bahwa Net.Tv memiliki target audiens dikalangan anak muda dan membranding sebagai televisi modern. Namun, hal tersebut yang menjadikan jangkauan siarannya terbatas dan setelah akuisisi tersebut fokus MDTV beralih pada konten drama atau series sehingga meminggirkan posisi program main hakim sendiri dan sulit untuk bertahan di tengah persaingan pasar.

Dengan demikian melalui paradigma kritis dan kedua teori menjawab bagaimana industri media memanfaatkan dan menjalankan sebuah program acara dengan mendapatkan keuntungan. Dengan demikian, melalui ekonomi politik media keberlanjutan suatu program televisi juga sangat dipengaruhi oleh faktor – faktor ekonomi, politik, dan media. Pada program “Lapor Pak” ketiga aspek tersebut berjalan secara seimbang dan dapat mendukung keberlanjutan program. Berbanding terbalik dengan “Main Hakim Sendiri” dimana ketidaksesuaian dalam manajemen media mampu menyebabkan sebuah program kehilangan tempatnya

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tersebut, maka dapat disimpulkan sebagai berikut. Komodifikasi yang terdapat dalam program lapor pak episode Najwa Shihab yaitu berupa Komodifikasi Konten (KK) yang berjumlah 15 data. Gaya bahasa satire yang ditemukan dalam program acara lapor pak yakni satire yang berjenis Satire Horatian (SH) sebanyak 9 dan satire jenis Satire Juvenalian (SJ) sebanyak 6 data. Dengan bentuk elaborasi menghasilkan bentuk Komodifikasi Konten – Satire Horatian (KK/SH) sebagai bentuk dominan yang digunakan dalam program lapor pak episode Najwa Shihab.

Sementara bentuk komodifikasi yang terdapat dalam program main hakim sendiri episode penyusunan terdapat tiga jenis yakni Komodifikasi Konten (KK) sebanyak tiga data, dan Komodifikasi Khalayak (KH) dengan tiga data, serta Komodifikasi Pekerja (KP) dengan satu data. Bentuk gaya bahasa satire dalam episode penyusunan menunjukkan bahwa adanya enam data yang menggambarkan Satire Horatian (SH) dan satu data yang menggambarkan Satire Juvenalian (SJ).

Hasil analisis keseluruhan dari kedua program menunjukkan terdapat perbedaan penggunaan gaya bahasa satire yang dikemas dalam program untuk disampaikan kepada khalayak. Satire Juvenalian (SJ) dalam program lapor pak dikemas secara selektif dan hanya dalam konteks tertentu atau menyorot isu – isu yang serius sebagai bentuk kritik sosial. Sementara penggunaan Satire Juvenalian (SJ) dalam program main hakim sendiri cenderung digunakan untuk mendapatkan reaksi audiens dan menciptakan daya tarik eksklusif yang terlibat dalam program.

Dengan demikian bentuk satire mencerminkan strategi media untuk memaksimalkan daya jual konten melalui ‘satire’ sebagai komoditi dengan pendekatan yang mudah diterima oleh masyarakat. Dan audiens dijadikan alat untuk menaikkan *engagement* dan memberikan data audiensnya kepada pengiklan dengan harapan terbentuknya proses monetisasi. Kedua program menunjukkan bagaimana konten satire dikomodifikasi menjadi produk hiburan yang memiliki nilai jual. Dimana kritik sosial tidak hanya digambarkan sebagai bentuk penyampaian pesan namun juga sebagai alat untuk menarik audiens. Dengan menggabungkan popularitas selebritas, ataupun tokoh publik, humor, dan elemen satire yang mengangkat isu – isu sosial, mencerminkan kedua program berhasil mewujudkan tayangan yang tidak hanya menghibur akan tetapi juga menguntungkan secara ekonomi.

Saran

Berdasarkan temuan dan hasil penelitian tersebut bahwa bentuk kritik sosial yang dikemas dalam bentuk satire menjadi daya tarik utama dalam program hiburan Indonesia. Seperti dalam program lapor pak pada stasiun televisi Trans7 dan main hakim sendiri di Net TV (sekarang MDTV) yang menunjukkan bagaimana program hiburan dapat menjadi wadah yang efektif untuk menyampaikan pesan sosial. Akan tetapi agar program tetap relevan dan menarik diperlukan adanya perbaikan yang dapat ditingkatkan terhadap program tersebut. Salah satunya dengan menjaga keseimbangan antara bentuk kritik dengan hiburan, dimana program harus menghindari kritik yang terlalu tajam agar tidak menimbulkan kontroversi dan mempertahankan serta mengembangkan identitas program serta melakukan evaluasi program secara berkala. Dengan adanya evaluasi terhadap program, pihak produksi dapat menyesuaikan unsur – unsur yang kurang efektif dan mempertahankan unsur yang diminati oleh audiens.

Dengan menerapkan saran - saran tersebut, diharapkan kedua program dapat mempertahankan relevansi dan eksistensinya di tengah persaingan media dan menjadi referensi bagi program lainnya untuk menghadirkan hiburan yang bernilai.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah Faqih, D. (2021). *Merayakan Keberagaman Berbahasa* (Ario Bimo Utomo (ed.)).

Bitread Publishing PT. Lontar Digital Asia.
<https://books.google.co.id/books?id=PS5MEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>

Adami, E. (2015). *Multimodality*. November. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.4818.0565>

Anggi Maysa Noviana Bakri, M .Helki Agusti, E., & Ian Wahyuni. (2023). Penggunaan Bahasa Satir Publik Figur Dalam Komentar Pemberitaan Pamungkas Di Sosial Media. *Segara Widya : Jurnal Penelitian Seni*, 11(2), 60–65. <https://doi.org/10.31091/sw.v11i2.2163>

Anggraeni, A., & Wuryanta, E. W. (2020). Industri Religi Pada Media Online. *Communications*, 2(2), 61–73. <https://doi.org/10.21009/communications.2.2.4>

Azhari, T. . H. S. E. (2023). Gaya Bahasa Satire dalam Talkshow Mata Najwa “Jenaka di Negeri Opera.” *Jonedu.Org*, 05(04), 13870–13877. <https://www.jonedu.org/index.php/joe/article/view/2401>

Cresswell, J. W. (2010). *Research Design : Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan Mixed* (3rd ed.). Pustaka Pelajar.

Evelyn, I., Sitompul, S., Marta, R. F., & Haryono, C. G. (2021). JUPIIS : Jurnal Pendidikan Ilmu-ilmu Sosial Rangkaian Modalitas Kepedulian dari Struktur Generik Iklan Sirup ABC 2021 Series of Concern Modality from The Generic Structure of ABC Syrup Advertisement 2021. *Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial*, 13(1), 248–255.

Farady Marta, R., & Robin, P. (2019). Kebahasaan Sinematik Bernuansa Pluralitas Dalam Iklan Bni Taplus Anak. *Communication*, 10(1), 16. <https://doi.org/10.36080/comm.v10i1.810>

Hakim, L. N., Rosario, T. M., Marta, R. F., & Panggabean, H. R. G. (2024). Wacana Multimodalitas Budaya: Tautan Peran Gender dan Akomodasi Komunikasi dalam Film Serial Gadis Kretek. *Jurnal Riset Komunikasi*, 7(1), 57–71. <https://doi.org/10.38194/jurkom.v7i1.965>

Hariyadi, T. (2023). Strategi Konvergensi Tv One Menghadapi Era New Media. *Jurnal Netnografi Komunikasi*, 1(2), 13–19. <https://doi.org/10.59408/netnografi.v1i2.9>

Kirana Lalita Pristy, & Sony Budiarmo. (2021). *Paradigma Kritis sebagai Kritikus Status Quo di Masyarakat*. Universitas Gadjah Mada Fakultas Ekonomika Dan Bisnis. <https://feb.ugm.ac.id/id/berita/3250-paradigma-kritis-sebagai-kritikus-status-quo-di-masyarakat>

Lakshmi, A. S. E., & Sudaryanto, E. (2016). *Analisis Dampak Tayangan Kartun Televisi Pada Perkembangan Bahasa Anak Di Masa Pandemi (Studi Deskriptif Komparatif Pada Tk Srikandi Surabaya)*. 02(03), 1–23.

Manggaga, I. P. (2018). Komodifikasi Konten Televisi Dalam Perspektif Ekonomi Politik Media. *Jurnal Tabligh*, 19(2), 257–276.

Mayasari, S.S, M.Hum dan Yuyun Yulyanti, S. P. M. P. (2016). Implikatur Percakapan Dan Konvensional Dalam Iklan Kartu Perdana Di Televisi. *Juli*, 1(1), 55.

Muda, D. I. (2008). *Jurnalistik Televisi: Menjadi Reporter Professional*. PT. Remaja Rosdakarya.

Nielsen. (2022). *Nielsen meluncurkan peringkat konten streaming yang memungkinkan pengukuran lintas media di Indonesia*.

Nufindra, A., Marta, R. F., Mulyadi, F. S., Engliana, E., & Ahmad, R. (2023). Stimulation of Anxiety Management for Instagram Followers @najwashihab by Comparing the Credibility of Quraish Shihab and Najwa Shihab. *Kalijaga Journal of Communication*, 5(2), 176–194. <https://doi.org/10.14421/kjc.52.05.2023>

Nurjayanti, N., & Arindawati, W. A. (2019). Representasi Makna Konsumerisme Dalam Iklan Ramayana Ramadhan #KerenLahirBatin di Televisi (Analisis Semiotika Roland Barthes). *Jurnal Politikom Indonesiana*, 4(1), 186–201. <https://doi.org/10.35706/jpi.v4i1.2001>

Olivia Chintya, D. (2020). Komodifikasi Privasi Dalam Media Massa Perspektif Ekonomi Politik Media. *Media Kom*, X(2), 187–198. <https://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/mediakom/article/download/12798/592>

Olivia, H., & Leonita, W. (2020). *Informatika Dalam Memberantas Hoax Dan Ujaran*. 1(2), 60–65.

Rika Widianita, D. (2023). Gaya Bahasa Satire Dalam Konten Somasi Pada Kanal Youtube Deddy Corbuzier Edisi Mei 2022 Dan Relevansinya Dalam Pembelajaran Menulis Teks Anekdot SMA Fase E. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, VIII(1), 1–19.

Rusman Latief dan Yustiatie Utud. (2017). *Menjadi Produser Televisi*. Kencana.

Stit, S., & Nusantara, P. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Televisi Dalam Pembelajaran Untuk Memperbaiki Perilaku Siswa Di Sekolah Dasar. *Jurnal Pendidikan Dan Dakwah*, 3(2), 269–278. <https://ejournal.stitpn.ac.id/index.php/pandawa>

Subandi, Z. E., & Sadono, T. P. (2018). Komodifikasi, Spasialisasi, Dan Strukturasi Dalam Media Baru Di Indonesia (Ekonomi Politik Komunikasi Vincent Mosco Pada Line Webtoon). *National Conference of Creative Industry, September*, 5–6. <https://doi.org/10.30813/ncci.v0i0.1297>

Sudarsono, A. B. (2018). Komodifikasi Pekerja Media Dalam Industri Hiburan Televisi. *Jurnal Oratio Directa*, 1(2), 160–174. <https://www.ejurnal.ubk.ac.id/index.php/oratio/article/download/61/43>

Wibisono, M. P., & Haqqu, R. (2024). Analisis Penerimaan Pesan Satire Lingkungan Di Konten TIKTOK @ PANDAWARAGRUP MENGGUNAKAN TEORI RESEPSI. 9(4), 909–923.

Wulandari Wangi Ni Kadek, F. D. A. I. G. (2024). Jurnal Inovasi Pendidikan. *Jurnal Inovasi Pendidikan*, 6(1), 52–61. <https://journalpedia.com/1/index.php/jip/article/view/1285>

Zagar, I. Z. (2024). *Multimodality , Digitalization and Cognitivity in Communication and Pedagogy* (Issue December).