

POSTKOMODIFIKASI MEDIA SIBER
(Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough terhadap
Pemberitaan Pemilihan Presiden 2019 di *Tirto.id*)



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto untuk
Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Sosial
(S.Sos)

Oleh:

FANIATUL HAYAH
NIM: 1522102057

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO
2019

POSTKOMODIFIKASI MEDIA SIBER
(Analisis Wacana Kritis Pemberitaan Pemilihan Presiden 2019 Di
***Tirto.Id*)**

FANIATUL HAYAH
NIM 1522102057

ABSTRAK

Media telah mengalami pergeseran fungsi dari edukasi dan informasi menjadi fungsi industri. Kecepatan telah menjadi paradigma baru dalam industri media, terutama media pemberitaan berbasis internet seiring dengan perubahan pada pola konsumsi informasi masyarakat dari cetak ke *online*. Berita atau informasi sebagai komoditas utama media diproduksi dan dikonsumsi tidak lagi sebagai pengetahuan belaka, tapi terpostkomodifikasi menjadi bentuk eksistensi atas *style* dan modernitas dalam masyarakat informasi. Karenanya kualitas berita dianggap tidak lebih penting dibandingkan narasi atas berita. Pemberitaan Pilpres 2019 merupakan informasi politik yang berkaitan dengan semua kalangan masyarakat. *Tirto.id* adalah salah satu media siber di Indonesia yang bergerak di rel jurnalisme presisi dan menjadi satu-satunya media siber dari Indonesia yang terverifikasi IFCN (*International Fact Checking Network*) dalam usia pendiriannya yang masih sangat muda (diresmikan pada 2016). Pemberitaan Pilpres 2019 di *Tirto.id* menjadi objek dalam penelitian ini.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui, menganalisis, dan mengungkap bagaimana wacana politik dalam pemberitaan Pilpres 2019 serta bagaimana postkomodifikasi informasi terjadi melalui pemberitaan Pilpres 2019 di *Tirto.id*. Adapun teknik yang digunakan adalah observasi dan dokumentasi. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif interpretif berparadigma kritis dengan Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough. Analisis wacana dalam teori ini dilakukan pada tiga level, yakni teks, praktik diskursif, dan praktik sosiokultural.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa wacana politik yang berkembang dalam pemberitaan Pilpres 2019 di *Tirto.id* berada dalam praktik komodifikasi media. Wacana politik dalam pemberitaan Pilpres 2019 direpresentasikan sebagai pertarungan identitas dan pertarungan politik yang tidak seimbang. Pilpres dinarasikan *Tirto.id* dengan sangat politis untuk memperoleh pengakuan, dukungan, dan representasi ideologi media dengan menjadikan berita sebagai industri milenial, amunisi kompetisi politik dan identitas partisan politik.

Kata kunci : Postkomodifikasi, Media Siber, *Tirto.id*.

KATA PENGANTAR

Atas terselesaikannya karya ini, tak ada pihak yang lebih pantas disyukuri selain kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, berupa titipan daya berpikir kreatif sebagai manusia. Dengan terselesaikannya skripsi ini yang berjudul “Postkomodifikasi Media Siber: Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough terhadap Pemberitaan Pilpres 2019 di Trto.id” semoga bisa menandai untuk tersusun dan terselesaikannya karya-karya peneliti berikutnya dalam jurnal, buku, dan yang lainnya. Aamiin. Salawat dan salam semoga selalu tercurah kepada Nabi Muhammad SAW. keluarga, sahabat, dan pengikutnya yang setia.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari arahan, motivasi, bimbingan dan sindiran dari banyak pihak. Terkhusus untuk guru dan kedua orang tua (Bapak Pamiarto & Ibu Basmi) yang tak pernah berhenti memberikan doa dan dukungan untuk mencapai segala cita. Selain itu peneliti juga sampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. KH. Moh. Roqib, M.Ag., Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto, Pengasuh Pesantren Mahasiswa An Najah (Abah) tempat peneliti belajar mengenal sastra, kepenulisan, kelembutan hati dan kasih sayang. Ketegasan, kegigihan, dan pemikiran beliau, memberi banyak pengetahuan baru, ilmu yang begitu berharga dalam memaknai dan melalui proses kehidupan, untuk hidup yang tidak sekedar hidup. Hormat dan doa terbaik untuk Abah.
2. Ahmad Muttaqin, M.Si., Dosen Pembimbing skripsi, lebih dari itu adalah guru dan panutan bagi peneliti dalam banyak hal, yang dengan sabar dan tak pernah

jemu memberi waktu, petunjuk, dan pengetahuan dalam proses penelitian ini. Perhatian dan pemikiran beliau, memberi banyak hal baru yang begitu berharga dalam pengalaman dan proses panjang dunia akademis yang peneliti jalani selama ini. Hormat dan doa terbaik untuk Bapak Aqen Tiada Tara.

3. Prof. Dr. Abdul Basit, M.Ag., Dekan Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
4. Uus Uswatusolihah, M.A., Ketua Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
5. Muridan, M.Ag., Penasehat Akademik yang lebih sering tidak ingat kepada mahasiswa dampungannya tapi selalu penuh perhatian.
6. Segenap Dosen IAIN Purwokerto dan seluruh Civitas Akademik Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto khususnya Fakultas Dakwah.
7. Dimas Indiana Senja, Pengasuh Komunitas Pondok Pena yang selalu terbuka dengan pikiran kritis dalam mendiskusikan dan mengomentari ide dan tulisan peneliti.
8. Rekan-rekan Pers Mahasiswa LPM Saka Fakultas Dakwah, tempat peneliti mendapat pengalaman, keterampilan, dalam menumbuhkan serta mengembangkan pemikiran kritis yang berharga dalam menyelesaikan gelar sarjana yang tidak ingin sekedar biasa-biasa saja. Terima kasih untuk militansi kalian yang luar biasa!
9. Teman-teman KPIB 2015 dan tim Drama “Pengadilan Putih”, terima kasih untuk membawa kegembiraan, kehangatan, dan perasaan yang luar biasa nano-nano selama empat tahun dalam kebersamaan kita yang istimewa.

10. Teman-teman Komunitas Pondok Pena Pesma An Najah Purwokerto (Mba Iis Sugiarti, Mas Heru Mulyadi, Mba Irna Novia Damayanti, dll).
11. Kepada Sasa Sesilia, Saya berhutang budi pada perempuan satu ini. Teman satu pembimbing yang penuh kehangatan dan perhatian luar biasa. Terima kasih untuk datang dan menemani di waktu-waktu terberat dalam merampungkan tulisan ini. Doa terbaik untuk Sasa.
12. Keluarga dan saudara-saudaraku tersayang (Tri Wati, Mugiarti, Sugiarti, Ikro Subekti), terima kasih untuk semua cinta dan dukungan. Kalianlah tempat ternyaman yang selalu aku rindukan untuk pulang!
13. Terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu menyadarkan dan menghibur dalam proses penyusunan skripsi ini. Aku mencintai kalian!

Semoga laporan penelitian ini bisa membawa manfaat bagi perluasan wawasan dan pengembangan ilmu pengetahuan, baik peneliti juga pembaca, serta semangat untuk melahirkan karya-karya peneliti berikutnya. *Aamiin.*

IAIN PURWO

Purwokerto, 31 Juli 2019
Peneliti,



Faniatul Hayah
NIM. 1522102057

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
ABSTRAK.....	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Definisi Operasional.....	7
C. Rumusan Masalah.....	10
D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	11
E. Metode Penelitian.....	13
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	13
2. Subyek dan Obyek Penelitian.....	14
3. Sumber dan Jenis Data.....	15
4. Teknik Pengumpulan Data.....	16
5. Analisis Data.....	17
F. Telaah Pustaka.....	19
G. Sistematika Pembahasan.....	25
BAB II POSTKOMODIFIKASI INFORMASI	
A. Produksi Media.....	27
B. Postkomodifikasi.....	34
C. Disrupsi Informasi.....	41
D. Analisis Wacana Kritis Model Norman Fairclough.....	45
1. Teks.....	46
2. Intertekstualitas.....	50
3. Praktik Diskursif.....	51

4. Praktik Sosiokultural (<i>Sociocultural practice</i>)	52
BAB III PROFIL MEDIA SIBER TIRTO.ID	
A. Gambaran Umum <i>Tirto.id</i>	55
B. Pendiri <i>Tirto.Id</i>	58
C. Ceruk Pasar <i>Tirto.id</i>	61
D. Afiliasi Pemilik <i>Tirto.id</i>	63
BAB IV POSTKOMODIFIKASI MEDIA SIBER DALAM ANALISIS WACANA KRITIS	
A. Analisis Teks	68
1. Representasi.....	71
2. Relasi.....	81
3. Identitas.....	87
4. Intertekstualitas.....	91
B. Praktik Diskursif.....	93
C. Praktik Sosiokultural.....	95
D. Postkomodifikasi Informasi Pilpres 2019.....	100
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	105
B. Saran.....	107
C. Penutup.....	107
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

IAIN PURWOKERTO

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Masyarakat dunia kini telah hidup di era informasi global sebagai akibat pertumbuhan internet yang mendukung segalanya serba cepat dan kilat, yang menyebabkan keberadaan teknologi informasi dan komunikasi bersifat mutlak. Perkembangan komunikasi telah sampai pada bentuk, gaya, variasi dan langgam yang semakin beragam. Kaitannya dengan hal tersebut, fenomena komunikasi dan informasi yang terjadi saat ini juga ditandai dengan banyaknya industri baru terutama dibidang media bermunculan, Menkominfo memperkirakan ada sekitar 47.000 media di Indonesia dimana sebanyak 43.000 diantaranya merupakan portal media *online*.¹ Jumlah tersebut bahkan disebut-sebut menjadikan Indonesia dengan media massa terbanyak di dunia.² Akan tetapi perkembangan media *online* di Indonesia tak pernah lepas dari berbagai persoalan.

Dalam situasi normal, proses komunikasi yang bisa dikatakan sebagai pertukaran informasi kini telah jauh melampaui konsep dasar komunikasi itu sendiri. Banyaknya media *online* atau situs penyedia informasi dan penyebaran informasi yang masif membanjiri masyarakat telah menjadikan informasi kehilangan nilai guna dan kedalaman maknanya. Kecepatan telah menjadi paradigma baru dalam komunikasi postmodern, yang mengarahkan manusia pada

¹ “Kementerian Komunikasi dan Informatika,” diakses 25 Januari 2019, https://www.kominfo.go.id/content/detail/12345/menkominfo-baru-100-portal-berita-online-terverifikasi/0/berita_satker.

² antara, “Hari Pers Nasional: Indonesia Punya Media Massa Terbanyak di Dunia,” [tirto.id](https://tirto.id/hari-pers-nasional-indonesia-punya-media-massa-terbanyak-di-dunia-cEx2), diakses 25 Januari 2019, <https://tirto.id/hari-pers-nasional-indonesia-punya-media-massa-terbanyak-di-dunia-cEx2>.

ruang komunikasi dan informasi yang bebas dalam permainan bahasa dan tanda. Dimana menurut Yasraf wacana komunikasi lebih merayakan kegairahan dan ekstasi komunikasi itu sendiri.³ Dalam komunikasi kita saat ini apa saja diinformasikan. Informasi terus saja diproduksi hingga melampaui kegunaannya, dipertukarkan dan justru menjadi komoditas, dapat menjadi informasi sekalipun tidak informatif, dangkal, dan remeh serta mengabaikan logika, nilai guna, dan tujuan.

Kuantitas nyatanya tak berbanding lurus dengan kualitas, dalam beberapa waktu terakhir misalnya, marak adanya informasi bohong (*hoax*), ujaran kebencian, serta isu sara yang berkembang dan tersebar secara sporadis dikalangan masyarakat melalui media *online*. Sebagian besar dari fenomena tersebut secara terang-terangan bahkan didominasi informasi seputar politik dan agama. Memang bukan menjadi hal yang mengejutkan terlebih dalam konteks Indonesia saat ini yang tengah mempersiapkan gelaran hajatan demokrasi atau biasa disebut sebagai tahun politik. Dan yang penting untuk ditandai bahwa informasi-informasi yang dimunculkan dan beredar tersebut hampir tak mungkin tanpa makna, tanpa maksud dan tujuan. Entah sekedar untuk mendapatkan kesenangan, keuntungan materi, popularitas, atau bahkan kepentingan politik untuk melanggengkan atau menghancurkan tahta dan rezim kuasa tertentu. Nyatanya banyak kepentingan bersembunyi dibalik sebuah isu atau wacana yang ditujukan pada khalayak – ideologi media.

³ Yasraf Amir Piliang, Posmodernisme dan Ekstasi Komunikasi, *Jurnal Mediator*. Vol. 2 – 2001, ISSN : 1411-5883. Hlm. 166. Diambil dari: <https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/mediator/article/view/716/394>. Diakses Tanggal: 12 Februari 2019. Jam 20.40 WIB.

Disepakati atau tidak telah menjadi rahasia umum bahwa industri media berdiri di atas dua pijakan, yakni sebagai institusi masyarakat dan bisnis. Tak ada media yang tak punya ideologi. Dan berbicara ideologi maka “komodifikasi” merupakan kata kunci untuk sampai pada ekonomi politik komunikasi/ media.. Dalam hal ini McQuail sebagaimana dikutip Idy Subandi dalam “Komunikasi dan Komodifikasi” (2014) mengatakan bahwa para pengkaji media dan komunikasi memandang bahwa bisnis media bukanlah bisnis biasa.⁴ Bahwa menjamurnya industri media di Indonesia tentu karena adanya sebuah peluang dan keuntungan yang bisa didapatkan dengan memanfaatkan nilai guna untuk menjadi nilai tukar.

Meskipun Indonesia merupakan negara dengan media massa terbanyak, berdasarkan data yang dihimpun oleh Dewan Pers hanya ada 1.043 media siber yang terdaftar dan dari jumlah tersebut baru 83 media siber saja yang terverifikasi administrasi dan faktual.⁵ Salah satu dari 83 media siber tersebut adalah *Tirto.id*. Pada halaman “Tentang Kami” di situs *Tirto.id* dijelaskan bahwa nama *Tirto* merujuk pada Tirto Adhi Soerjo (1880 – 1918), Bapak Pers sekaligus pahlawan nasional (Keppres RI no 85/TK/2006) yang pada masanya terlibat dalam pendirian Soenda Berita, Medan Prijaji, dan Poetri Hindia juga pembentukan Sarekat Dagang Islam. Tirto memanfaatkan surat kabar sebagai perlawanan terhadap pemerintah kolonial Hindia Belanda.⁶ Selain itu, kata *tirto* juga merupakan alternatif pengucapan dari “tirta” yang berarti air. Sebagaimana ini menjadi slogan *Tirto.id* yakni “Jernih, Mengalir, Mencerahkan”. Hal tersebut

⁴ Idi Subandy Ibrahim & Bachruddin Ali Akhmad, *Komunikasi & Komodifikasi: Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi*, (Jakarta: Buku Obor, 2014). Hlm. 17.

⁵ “Dewan Pers,” diakses 25 Januari 2019, <https://dewanpers.or.id/data/perusahaanpers>.

⁶ Sapto Anggoro, “Jernih, Mengalir, Mencerahkan bersama Tirto.id,” *tirto.id*, diakses 25 Mei 2019, <https://tirto.id/insider/tentang-kami>.

merujuk pada filosofi kedalaman dan kejernihan air sebagai gambaran prinsip jurnalisme yang mereka usung.

Dijadikannya *Tirto.id* sebagai subjek penelitian tak lepas dari ketertarikan peneliti secara subjektif yang melihat *Tirto.id* sebagai media siber baru yang berbeda dengan media siber lainnya. Media pemberitaan *online* selama ini kental dengan mengutamakan kecepatan, asal mengundang klik, dangkal, keluar dari konteks, serta tidak enak dibaca. Namun *Tirto.id* justru berusaha menyajikan informasi mendalam dengan dukungan ilustrasi data dan infografis di setiap sajian beritanya. *Tirto.id* pertama kali diluncurkan pada tahun 2016 dengan menggerakkan langgam jurnalisme presisi (*precision journalism*) yang dipresentasikannya melalui tulisan-tulisan *long-form* dari segi bentuk, mendalam dari segi pembahasan, serta analitis dari segi pembacaan data dan fakta.

Hal menarik lainnya adalah pendiri *Tirto.id* yakni Atmaji Sapto Anggoro yang sekaligus menjabat sebagai Pemimpin Redaksi dan CEO *Tirto.id*. Sapto Anggoro merupakan seorang wartawan yang sebelumnya pernah bekerja di *Surabaya Post*, *Berita Buana*, dan juga *Republika*. Sapto Anggoro juga pernah menjabat sebagai wakil Pemimpin Redaksi *Detik.com* di awal pendiriannya hingga akhirnya mengundurkan diri dan mendirikan *Tirto.id* pada 2016 yang justru sangat berbeda dari media sebelumnya.

Didirikan pada tahun 2016, *Tirto.id* memang tergolong masih sangat muda bila dibandingkan dengan media siber lain dari kalangan media mainstream seperti *Detik.com*, *Tribunnews.com*, *Kompas.co*, atau *Republika Online*. Namun fakta mengejutkan justru bahwa hingga saat ini *Tirto.id* merupakan media siber

pertama dan satu-satunya media siber tanah air yang lolos verifikasi dan mendapat penghargaan dari *International Fact Checking Network (IFCN)*. IFCN merupakan lembaga nirlaba yang menilai media-media kredibel di seluruh dunia yang berkomitmen dalam mengurangi berita keliru atau palsu melalui pemeriksaan fakta dan penjelasan secara rinci.⁷ *Tirto.id* dinyatakan lolos verifikasi terutama melalui *Periksa Data* dan *Indepth Reporting*. Ada enam aspek yang menjadi penilaian terhadap *Tirto.id* yakni *Credible Source*, *Fact Checking*, *Funding Transparency*, *Non-Partisanship*, dan *Source Transparency*.

Tetapi media bukanlah saluran yang bebas atau seperti halnya *mirror of reality* yang menampilkan fakta suatu peristiwa apa adanya.⁸ Terhadap suatu peristiwa medialah yang mengkonstruksi dan memberikan pemaknaan tersendiri dalam konteks pemahaman dan pengetahuannya sendiri. Dalam konteks postmodern, fakta bukan segalanya dimana subjek terkadang juga ikut bermain. Fakta tak mesti hanya dilihat dari faktanya tapi juga kondisi subjeknya. Penentu fakta dan makna ditentukan oleh subjeknya. Subyektifitas reflektif bahwa tak selalu obyek pengetahuan bersifat obyektif dan ini berkaitan dengan genealogi Foucault bahwa dibalik ilmu dibalik pengetahuan disana selalu ada kepentingan, kekuasaan bahkan keinginan untuk mendominasi.⁹ Kepentingan sering menentukan isi pengetahuan, penggunaan pengetahuan dan perumusan

⁷ Liputan6.com, "Tirto, Media Indonesia Pertama yang Lolos Verifikasi IFCN," liputan6.com, 20 Januari 2018, <https://www.liputan6.com/news/read/3232563/tirto-media-indonesia-pertama-yang-lolos-verifikasi-ifcn>.

⁸ Alex Sobur. *Analisis Teks Media*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), hlm. 72.

⁹ George Ritzer & Douglas J. Goodman, *Teori Sosiologi Modern*, terj. Alimandan, (Jakarta: Kencana, 2004), hlm. 611.

pengetahuan. Informasi bagaimanapun bentuknya saat ini telah sarat akan kepentingan dan terkendalikan menjadi sasaran komodifikasi.

Tirto.id berusaha menyajikan berita-berita berkualitas. Akan tetapi sejatinya dalam konteks saat ini yang terjadi justru kualitas berita sudah tidak terlalu penting dibandingkan dengan narasi atas beritanya. Dalam wilayah postmodern, komodifikasi media bukan lagi berdasar pada produk tetapi pada narasi atas semua produk. Yang dikonsumsi masyarakat juga bukan lagi isi informasi atas berita tetapi narasi atas semua produk media secara masal, narasi atas berita-berita yang diproduksi.

Postkomodifikasi telah merubah identitas atau wajah media dari fungsi utamanya yakni informasi dan edukasi menjadi fungsi industri. Dimana dalam fungsi industri, edukasi dan informasi sudah tidak penting lagi dibandingkan dengan akumulasi keuntungan.

Berkaitan dengan *problem statement* peneliti tersebut, peneliti akan memulai penyelidikan dari ranah teks untuk dianalisis dengan pisau bedah *critical discourse analysis* Norman Fairclough. Sebagaimana hal ini disinggung di awal mengenai kebebasan dalam permainan tanda dan bahasa dalam komunikasi, peneliti tertarik memilih teks berita Pilpres 2019 *Tirto.id* dengan berpijak pada konsep pemikiran postmodern yang dalam hal ini adalah postkomodifikasi media.

Peneliti meyakini bahwa semua yang dipahami, yang punya makna, yang bisa diolah dengan akal budi intelegensi adalah teks. Segala yang dapat dipahami itu bahasa. Sebagaimana ketika Nabi Muhammad SAW. mendapat wahyu pertama, kemudian Jibril berkata kepada Nabi untuk membaca. Membaca teks,

dimana teks itu tidak hanya sekedar teks, tapi membaca sekeliling, membaca kondisi. Jibril tidak memberi apa yang harus dibaca tapi memberi petunjuk bagaimana membaca. Maksud Jibril adalah untuk melihat sekeliling – konteks, situasi dan kondisi. Dasar lain yang peneliti anggap sesuai adalah keterangan dalam al-Qur'an surah Ali 'Imran (1) ayat 190 :

إِنَّ فِي خَلْقِ السَّمُوتِ وَالْأَرْضِ وَأَخْتِلَافِ اللَّيْلِ وَالنَّهَارِ لَآيَاتٍ لِّأُولِي الْأَلْبَابِ

“Sesungguhnya, dalam penciptaan langit dan bumi, dan pergantian malam dan siang, terdapat tanda-tanda (kebesaran Allah) bagi orang yang berakal”.¹⁰

Pembacaan atas teks, permainan bahasa dan tanda dalam penelitian ini akan menjadi gerbang dalam membongkar ideologi hingga sampai pada kritik atas praktik wacana dan praktik komodifikasi *Tirto.id* yang tersembunyi dibalik narasi berita pilpres 2019. Hal tersebut menjadi argumen bagi peneliti untuk mengatakan bahwa penelitian ini penting dan layak diperhitungkan sebagai upaya memunculkan kesadaran melek media bagi khalayak dan kesadaran untuk bertindak lebih profesional dan etis bagi industri media.

B. Definisi Operasional

Definisi operasional ini dimaksudkan untuk meminimalisir terjadinya kesalahpahaman dalam pembahasan masalah penelitian dan untuk memfokuskan kajian pembahasan. Sebelum dilakukan analisis lebih lanjut, maka definisi operasional penelitian ini adalah:

1. Postkomodifikasi

¹⁰ Al-Qur'an Tajwid Warna Terjemah & Transliterasi Al-Misbah, (Jakarta: Beras Al Fatih, 2017)

Secara harfiah, kata “post” diterjemahkan sebagai pengganti kata “pasca” atau “setelah”. Kata “Post” merujuk pada tema-tema pembahasan pada wilayah atau fase postmodern yang berkembang setelah era modern dalam upaya melepaskan diri dari jeratan mode berfikir ala modernisme yang memaksakan landasan kebenaran secara universal. Namun perlu ditegaskan bahwa postmodernisme bukanlah fase lanjutan setelah modernisme. Demikian pula postkomodifikasi bukan berarti lanjutan dari komodifikasi atau bahkan kontra dari komodifikasi. Dalam konteks *cultural studies*, Pembahasan dalam wilayah atau fase postmodern ini akan sangat bersifat dekonstruktif atau kritik atas sebuah realitas sebagai upaya mengurai relasi kekuasaan dibalik peristiwa komunikasi.¹¹ Penegasan ini salah satunya berangkat dari pandangan Lyotard (1984) tentang postmodern atau pascamodern yang mengumumkan “tak berlakunya lagi metanarasi”¹². Kata “post” pada postmodernisme dalam pandangan Lyotard berarti “sebuah prosedur analisis, anamnesis, anagogi, anamorfosis, yang menguraikan suatu kealpaan inisial”,¹³ semua itu terbentang dihadapan rasionalitas yang diasosiasikan dengan narasi besar modern. Pandangan Lyotard (1984) tersebut juga memiliki kesamaan dengan Foucault bahwa pengetahuan tidak bersifat metafisis, transendental atau universal, melainkan spesifik menurut

¹¹ Syaiful Halim, *Postkomodifikasi Media: Analisis Media Televisi dengan Teori Kritis dan Cultural Studies*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2013), hlm. 254.

¹² Chris Barker, *Cultural Studies: Teori & Praktik*, terj. Nurhadi. (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2009), hlm. 23

¹³ George Ritzer, *Teori Sosial Postmodernisme*, terj. Muhammad Taufik, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2010), hlm. 220.

ruang dan waktu.¹⁴ Postmodern dalam pengertian ini bukan berarti kontra modern begitu juga postkomodifikasi bukan berarti kontra terhadap komodifikasi.

Sementara itu istilah komodifikasi (*commodification*) ditegaskan dalam kamus sosiologi sebagai “*the process in which goods and services are increasingly produced for the market. Compare subsistence economy*”.¹⁵ Sejalan dengan pengertian tersebut Vincent Mosco sebagaimana dikutip Idi Subandy Ibrahim & Bachruddin Ali Akhmad mendefinisikan bahwa komodifikasi merupakan sebuah “proses mengubah barang dan jasa, termasuk komunikasi, yang dinilai karena kegunaannya, menjadi komoditas yang dinilai karena apa yang mereka berikan dipasar”.¹⁶ Secara sederhana penulis memahami bahwa komodifikasi adalah proses transformasi barang dan jasa dari nilai gunanya menjadi komoditas yang mempunyai nilai tukar dan berfungsi mendatangkan keuntungan.

Kaitannya dengan penelitian ini informasi yang tersaji dalam sebuah teks berita mempunyai nilai guna untuk diketahui masyarakat. Tetapi informasi juga telah menjadi komoditas, diproduksi secara massal dan beralih menjadi nilai tukar yang bisa mendatangkan keuntungan bagi institusi media atau pihak lainnya. Dalam penelitian ini Postkomodifikasi diartikan sebagai kritik yang ditujukan terhadap praktik komodifikasi dan praktik wacana yang dilakukan oleh industri media, yakni *Tirto.id*.

¹⁴ Chris Barker, *Cultural Studies: Teori & Praktik*, hlm. 23.

¹⁵ George Ritzer, *Postmodern Social Theory*, (University of Maryland), hlm.94.

¹⁶ Idi Subandy Ibrahim & Bachruddin Ali Akhmad, *Komunikasi & Komodifikasi: Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi*, (Jakarta: Buku Obor, 2014), hlm. 17.

2. Media Siber

Kata “siber” dari asalnya yakni “cyber” banyak digunakan untuk menjelaskan realitas media baru¹⁷ yang ditandai dengan adanya internet dan polanya yang *interactivity* dengan khalayak. Dalam banyak literatur akademis penyebutan media siber mempunyai banyak istilah seperti media *online*, media virtual, media digital, media baru dan juga web.¹⁸ Penyebutan tersebut merujuk pada pemahaman yang serupa yakni perangkat media yang tidak sekedar pada makna teknnologinya saja tetapi juga pada banyak aspek kaitannya dengan aspek sosial, budaya, ekonomi, dan politik. Media siber dalam hal ini merepresentasikan medium komunikasi yang saling terintegrasi (konvergensi media) dalam berbagai perspektif.

Merujuk pengertian media siber berdasarkan Pedoman Pemberitaan Media Siber yang disusun oleh Dewan Pers bersama organisasi pers dan pengelola media siber pada 3 Februari 2012 di Jakarta sebagaimana dikutip oleh Rulli Nasrullah dalam “Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)” menyebutkan media siber bahwa:

Media siber adalah segala bentuk media yang menggunakan wahana internet dan melaksanakan kegiatan jurnalistik, serta memenuhi persyaratan Undang-Undang Pers dan Standar Perusahaan Pers yang ditetapkan Dewan Pers. Isi Buatan Pengguna (*User Generated Content*) adalah segala isi yang dibuat dan/atau dipublikasikan oleh pengguna media siber, antara lain artikel, gambar, komentar, suara, video dan berbagai bentuk unggahan yang melekat pada media siber, seperti blog, forum, komentar pembaca atau pemirsa, dan bentuk lain.¹⁹

¹⁷ Rulli Nasrullah, *Teori dan Riset Media Siber*, (Jakarta: Kencana, 2014), hlm. 17.

¹⁸ Rulli Nasrullah, *Teori dan Riset Media Siber*, hlm. 13.

¹⁹ *Ibid*, hlm. 133.

Berdasarkan ruang lingkup di atas ada tiga kata kunci yang disebut serta berkaitan dengan media siber, yakni media berbasis internet, melakukan kegiatan jurnalistik, dan memenuhi persyaratan undang-undang pers dan standar perusahaan pers yang ditetapkan Dewan Pers.

Dari pengertian media siber menurut Dewan Pers di atas dan subjek penelitian dalam penelitian ini yang merupakan portal berita berbasis internet yakni *Tirto.id* yang melaksanakan kegiatan jurnalistik, dan telah tercatat di Dewan Pers maka dalam pengertian ini peneliti sepaham dengan pengertian media siber menurut Dewan Pers. Dan *Tirto.id* memenuhi kriteria sebagaimana yang dijelaskan untuk disebut sebagai media siber.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan, maka peneliti akan memfokuskan penelitian ini pada “pemaknaan suatu konsep (informasi pilpres 2019) dan kritik atas praktik komodifikasi informasi yang dilakukan oleh *Tirto.id* melalui pemberitaan Pilpres 2019”. Dengan sajian berita Pilpres 2019 di *Tirto.id* sebagai objek penelitian, maka peneliti menyusun rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana wacana politik kaitannya dengan Pilpres 2019 ditampilkan dalam teks-teks berita di *Tirto.id*?
2. Bagaimana analisis postkomodifikasi informasi berita Pilpres 2019 di *Tirto.id* ?

D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian ini mempunyai tujuan sebagai berikut:

- a. Mengetahui, menganalisis, dan mendeskripsikan praktik wacana *Tirto.id* dalam teks berita politik pemberitaan Pemilihan Presiden 2019.
- b. Mengetahui, menganalisis dan membongkar ideologi media yang tersembunyi dibalik teks dalam praktik komodifikasi informasi media siber yang dilakukan *Tirto.id*.

2. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat diantaranya adalah:

a. Manfaat Teoritis

- 1) Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat menambah daftar khazanah keilmuan dalam bidang komunikasi kaitannya dengan kajian media, terutama media siber.
- 2) Memberikan kontribusi pada pengembangan penelitian media siber sebagai media baru komunikasi dalam perspektif kritis. Lebih khusus lagi berhubungan dengan analisis teks media *Critical Discourse Analysis* (CDA) Norman Fairclough dan praktik komodifikasi kaitannya dengan kajian ekonomi dan politik media.
- 3) Manfaat teoritis lain ialah penggunaan teori postmoderen sebagai landasan dasar dalam rangka menampilkan pemahaman atas realitas media yang ada sebagai *hyper-reality* yang sangat beragam secara maksimal.

b. Manfaat praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- 1) Menunjukkan bahwa media siber sebagai media baru dalam pemberitaan dan komunikasi massa memiliki nilai dan pengaruh terhadap perkembangan politik masyarakat.
- 2) Membantu proses pembelajaran bagi praktisi komunikasi, penulis serta akademisi di lingkungan kampus khususnya program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam kajian analisis media.
- 3) Masyarakat informasi supaya memiliki keterampilan untuk memahami dan menggunakan semua bentuk komunikasi bermedia secara efektif dan efisien dengan penuh pemikiran kritis terhadap pesan-pesan media (melek media).
- 4) Industri media siber dalam rangka meningkatkan mutu dan kualitas informasi yang akan dibagikan kepada khalayak media supaya bertindak secara profesional dan etis.
- 5) Industri lain dan para pengambil kebijakan dalam rangka menentukan berbagai peraturan yang akan dikeluarkan.

E. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan rencana dan prosedur penelitian yang akan dilakukan peneliti dalam menganalisis tema penelitian. Metode dalam hal ini menjadi acuan untuk mendapatkan jawaban dari permasalahan penelitian sehingga dapat diperoleh hasil yang optimal dan dapat dipertanggungjawabkan.

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif berparadigma kritis dengan mengambil analisis wacana kritis postkomodifikasi informasi di media siber dengan berita mengenai pemilihan presiden 2019. Pemilihan konteks pilpres pada penelitian ini berdasar pada arus utama referensi pilihan politik pada saat itu karena hanya ada dua kandidat pasangan calon presiden dan wakil presiden untuk dipilih, yakni pasangan Joko Widodo-Ma'ruf Amin (petahana) dan pasangan Prabowo Subianto-Sandiaga Uno (penantang).

Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bersifat interpretif yakni menggunakan penafsiran dan banyak metode dalam menelaah masalah penelitian agar diperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai persoalan yang diteliti.²⁰ Sementara itu, sebagai pisau bedah adalah analisis wacana kritis (*critical discourse analysis/ CDA*) yang dikembangkan oleh Norman Fairclough. Fairclough membangun analisis model analisis wacana yang mempunyai kontribusi dalam analisis sosial dan budaya, sehingga analisisnya mengkombinasikan tradisi analisis tekstual dengan konteks masyarakat yang lebih luas.²¹

Menurut Eriyanto, analisis wacana dalam paradigma kritis menekankan pada konstelasi kekuatan yang terjadi pada proses produksi dan reproduksi makna, dimana bahasa dipahami sebagai representasi yang berperan dalam membentuk subjek tertentu, tema-tema wacana tertentu,

²⁰ Deddy Mulyana & Solatun, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), hlm.5.

²¹ Eriyanto, *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*, hlm. 285.

maupun strategi-strategi didalamnya.²² Karenanya, sebagaimana dimensi wacana menurut Fairclough, fokus dalam penelitian ini akan diawali dari pembacaan dimensi teks, praktik diskursif, hingga praktik sosiokultural untuk membongkar kuasa dalam setiap proses bahasa.

2. Subyek dan Obyek Penelitian

a. Subyek Penelitian

Subyek dalam penelitian ini adalah media siber *Tirto.id* sebagai laman berita dan informasi yang telah tercatat di Dewan Pers Indonesia yang kantornya berlokasi di Jalan Kemang Timur Raya No. 63 B, Bangka, Mampang Prapatan, Jakarta Selatan.

b. Obyek Penelitian

Obyek adalah keseluruhan permasalahan yang dibicarakan dan dikaji dalam penelitian.²³ Obyek dalam penelitian ini adalah kajian media berkaitan dengan postkomodifikasi informasi dalam teks pemberitaan Pemilihan Presiden (Pilpres) 2019 di laman berita *indepth* (laporan berita investigasi) *Tirto.id* sejak bulan Januari hingga April 2019.

3. Sumber dan Jenis Data

Data dalam penelitian ini berdasarkan sumbernya dikategorikan dalam data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

²² *Ibid*, hlm. 6.

²³ Nyoman Kutha Ratna, *Metodologi Penelitian: Kajian Budaya dan Ilmu Sosial Humaniora pada Umumnya*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2010), hlm.135.

Data primer yakni sumber data yang dapat langsung memberikan informasi kepada peneliti.²⁴ Sumber data primer dalam penelitian ini adalah teks berita Pilpres 2019 pada laman berita *Tirto.id* yang diproduksi selama bulan Januari sampai April 2019. Dari rentang waktu tersebut, data dibatasi kembali sesuai dengan fokus kajian dan tujuan peneliti dengan mengambil berita hanya dari kategori berita politik dan dalam bentuk sajian *indepth reporting* (laporan mendalam) pada laman berita *Tirto*. *Indepth Reporting* atau laporan mendalam ini menurut peneliti menjadi berita yang paling memadai dan cukup merepresentasikan ideologi media secara komprehensif karena lebih bisa menunjukkan, subjektifitas media.

b. Data Sekunder

Data sekunder yakni sumber lain yang melengkapi data penelitian. Sumber ini berupa berkas atau informasi seputar media siber *Tirto.id*, berita atau informasi dari media masa, hasil penelitian atau laporan yang dilakukan sebelumnya berupa artikel, jurnal, skripsi, buku, serta data lain pendukung analisis dalam penelitian. Beberapa diantara sumber data sekunder yang peneliti gunakan seperti buku “Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media” karya Eriyanto, “Metode Analisis Teks & Wacana” karya Stefan Titscher bersama Michael Mayer, Ruth Wodak, dan Eva Vetter, laman media PANDI, APJII, dan sebagainya.

²⁴ Djunaidi Ghony & Fauzan Almansur, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media. 2017), hlm. 164.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi yang dilakukan adalah observasi *non participant* dimana peneliti tidak terlibat secara langsung dengan orang atau situasi yang diamati. Observasi dilakukan mulai dari awal Januari 2019 dengan mengamati beberapa media siber dan menentukan media siber yang akan diteliti. Dari observasi pertama, dipilih media siber *Tirto.id* karena tampilan laman dan model pemberitaannya yang paling berbeda di antara media lain. Observasi berikutnya adalah dengan melakukan pengamatan terhadap laman berita *Tirto.id* secara spesifik sesuai tema dan maksud penelitian serta menentukan teks berita terkait Pilpres 2019 di *Tirto.id* untuk yang akan diteliti lebih lanjut.

b. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan untuk memperoleh data secara menyeluruh dan mendalam. Data yang dikoleksi dan didokumentasikan adalah berita-berita dalam rentang Januari sampai April 2019 pada laman berita *Tirto.id*. Berita yang didokumentasikan adalah berita dalam tema politik tentang Pilpres 2019 yang melibatkan kedua pasangan calon presiden dan calon wakil presiden yakni Joko Widodo-Ma'ruf Amin dan Prabowo Subianto-Sandiaga Uno. Mengingat pemberitaan Pilpres dalam rentang waktu di atas sudah sangat masif (mendekati waktu pemilihan, adanya agenda debat dan dalam masa kampanye) maka data dalam penelitian ini akan dibatasi hanya berita dalam kategori berita politik dalam bentuk laporan mendalam (*Indepth Reporting*). Dengan asumsi,

bahwa pada rentang waktu ini, berita dalam bentuk *Indepth* memiliki kecenderungan ideologis yang cukup kuat dan pemberitaan yang semakin agresif dalam situasi Pilpres.

5. Analisis Data

Dalam model Fairclough, analisis dibagi dalam tiga tingkatan yakni teks, *discourse practice*, dan *sociocultural practice*. Perlu diketahui bahwa dalam tingkat *discourse practice* peneliti tidak mengikuti kerangka analisis seperti yang ditunjukkan Eriyanto yakni wawancara mendalam dan terlibat dalam aktivitas pembuat berita (*news room*) melainkan dengan penelusuran informasi terkait organisasi. Asumsinya bahwa informasi yang dikumpulkan telah memenuhi kebutuhan penelitian. Ketiga tingkatan tersebut peneliti jabarkan dalam tabel berikut.²⁵

Tabel 1.1 Kerangka Teknis Analisis Wacana Norman Fairclough

No	Tingkatan	Metode	Unsur	Yang ingin dilihat
1	Teks	<i>Critical linguistics</i>	Representasi	Bagaimana peristiwa, orang, kelompok, situasi, keadaan, atau apapun ditampilkan dan digambarkan dalam teks.
			Relasi	Bagaimana hubungan antara wartawan, khalayak, dan partisipan berita ditampilkan dan digambarkan dalam teks.
			Identitas	Bagaimana identitas wartawan, khalayak, dan partisipan dalam berita ditampilkan dan digambarkan dalam teks.
2	<i>Discourse</i>	Penelusuran	Produksi dan	Praktik diskursus yang

²⁵ Eriyanto, *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*, hlm. 286.

	<i>practice</i>	informasi organisasi media	konsumsi teks	menentukan bagaimana teks diproduksi dan dikonsumsi.
3	<i>Sociocultural practice</i>	Studi pustaka, penelusuran sejarah	Situasional	Situasi dan konteks peristiwa ketika teks diproduksi.
Institusional			Pengaruh ekonomi media terhadap wacana yang muncul dalam pemberitaan (pengiklan, khalayak pembaca, persaingan antarmedia, pemodal, dan institusi politik)	
Sosial			Aspek makro seperti sistem politik dan sistem budaya masyarakat secara keseluruhan yang menentukan siapa yang berkuasa di masyarakat, dan nilai yang dominan.	

Dalam menganalisis ketiga dimensi di atas ada tiga tahap analisis yang digunakan.

a. Deskripsi (Analisis Teks)

Menguraikan isi dan analisis secara deskriptif pada tataran tekstual. Teks dianalisis melalui pendekatan linguistik untuk mendeskripsikan isi teks media yang relevan dengan tujuan penelitian yang mencakup bentuk formalnya seperti kosakata, semantik (makna yang ingin ditekankan dalam teks berita) tata kalimat dan struktur tekstual.²⁶

b. Interpretasi (Analisis Diskursif)

²⁶ Elya Munfarida, Analisis Wacana Kritis Dalam Perspektif Norman Fairclough, *Jurnal Komunika*, Vol. 8, Nomor 1, Januari – Juni 2014, (Purwokerto: Jurusan Dakwah STAIN Purwokerto, 2014), hlm. 9.

Menafsirkan teks dihubungkan dengan praktik wacana yang dilakukan. Analisis atas isi dan bahasa yang dipakai dalam tajuk dihubungkan dengan proses produksi dalam suatu tajuk.²⁷ Pada level ini interpretasi terdiri atas interpretasi terhadap teks dan situasi kontekstualnya.

c. Eksplanasi (Analisis Sosial)

Bertujuan untuk mencari penjelasan atas hasil penafsiran yang dapat diperoleh dengan menghubungkan proses produksi dengan praktik sosiokultural dimana suatu media berada.²⁸ Eksplanasi juga berarti menjelaskan hasil interpretasi atas analisis teks yang telah dilakukan peneliti yang diorientasikan untuk menggambarkan diskursus sebagai bagian dari praktik sosial sehingga bisa menemukan relasi antara dampak produksi terhadap struktur atau organisasi sosial baik situasi, konteks institusional, konteks sosial atau kelompok yang lebih luas.²⁹

F. Telaah Pustaka

Telaah pustaka ini dimaksudkan untuk menghindari kesamaan dan untuk menghindari plagiasi dengan penelitian lain yang sejenis. Ada beberapa literatur mengenai praktik komodifikasi atau politik ekonomi media dan analisis wacana kritis Norman Fairclough sebagai bahan perbandingan dan referensi. Beberapa penelitian yang relevan diantaranya adalah:

²⁷ Eriyanto, *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*, hlm. 327.

²⁸ *Ibid*, hlm. 328.

²⁹ Stefan Titscher, dkk. *Metode Analisis Teks & Wacana*, hlm. 247.

Pertama, hasil penelitian jurnal yang berjudul “*Commodification of Information Profession: A Critique of Higher Education Under Neoliberalism*” oleh Stuart Lawson, Kevin Sanders dan Lauren Smith dari *University of Strathclyde*, Inggris. Penelitiannya ini membahas tentang praktik komodifikasi tenaga kerja informasi yang terjadi di pendidikan tinggi neoliberal sebagai pengaruh dari politik neoliberal pemerintah Inggris. Dimana informasi dibawah pandangan dunia neoliberal telah ditata ulang sehingga muncul dan berfungsi sebagai komoditas³⁰ – privatisasi. Hal tersebut menurut mereka berdampak pada etika profesional perpustakaan dan tenaga kerja informasi. Selain itu juga telah terjadi pergeseran hubungan budaya antara informasi dan pengetahuan yang semula milik bersama menjadi hubungan yang sarat nilai ekonomi. Dalam penelitian tersebut, Lawson dan kawan-kawannya menyimpulkan bahwa ada satu upaya yang bisa untuk menentang asumsi hegemoni universitas neoliberal tentang informasi sebagai komoditas yakni dengan informasi kritis. Mendorong masyarakat untuk secara kritis menantang konstruk dalam organisasi masyarakat yang terstruktur secara politis. Bahwa seharusnya informasi bukanlah hak istimewa yang bisa diprivatisasi oleh satu golongan tertentu melainkan milik bersama.

Kedua, hasil penelitian yang berjudul “*The Commodification of Information and Public Good: New Challenges for a Progressive Librarianship*” oleh Samuel E. Trosow. Samuel E. Trosow merupakan anggota *Associate*

³⁰ Stuart Lawson, dkk.”Commodification of the Information Profession :A Critique of Higher Education Under Neoliberalism”, *Journal of Librarianship and Scholarly Communication*, Vol.3, Issue 1, ISSN:2162-3309, (Universitas Strathclyde Glaslow, 2015), hlm. 1-24, diambil dari : <https://strathprints.strath.ac.uk/54157/>, diakses pada : 15 Maret 2019, Jam 22.25 WIB.

Professor di Universiti of Western Ontario, Fakultas Studi Informasi dan Media dan Fakultas Hukum. Penelitiannya ini mengkaji tentang komodifikasi informasi di bidang kepastakawanan. Masalah berkaitan tentang erosi ruang publik, akses info, inovasi dan teknologi, properti, komodifikasi dan kepemilikan yakni penolakan atas komersialisasi akses atas barang dan jasa informasi untuk melindungi penyediaan layanan publik. Trosow menerapkan pendekatan ekonomi politik kritis ke perpustakaan untuk menilai bahwa kekuatan pasar telah memaksa para pustakawan untuk memikirkan diri mereka sendiri dalam artian kepentingan mereka dalam layanan dan hubungan mereka dengan komunitas yang dilayani, hingga lebih berorientasi pada pasar dan justru muncul dalam lembaga publik itu sendiri.³¹ Ekonomi politik informasi dan gagasannya tentang ruang publik yang baik menjadi dua konsep sentral yang dihubungkan untuk mendekati kepastakawanan progresif yang melindungi ruang publik, menolak marketisasi dan mempertahankan gagasan informasi sebagai layanan publik yang baik.

Ketiga, hasil penelitian jurnal Wahyudi M Pratopo “Komodifikasi Wartawan di Era Konvergensi: Studi Kasus Tempo”. Penelitiannya mengembangkan kerangka pemikiran dari teori ekonomi politik komunikasi yakni komodifikasi dengan menggunakan paradigma kritis pendekatan kualitatif dan metode studi kasus hasil. Hasil penelitian Wahyudi mengungkapkan bahwa penelitiannya pertumbuhan Tempo dari sebuah majalah menjadi konglomerasi

³¹ Samuel E. Trosow, “The Commodification of Information and the Public Good: New Challenges for a Progressive Librarianship”, *Progressive Librarian: A Journal for Critical Studies & Progressive Politics in Librarianship*, Issue #43, Winter 2014/2015, ISSN: 1052-5726, (St. Catherine University, 2014), hlm. 17, diambil dari : <http://www.progressivelibrariansguild.org/PL/PL43.pdf#page=19>, diakses pada 15 Maret 2019 Jam 22.30 WIB.

merupakan sebuah akumulasi kapital sebagaimana tujuan kapitalis dengan penerapan konvergensi media dan konvergensi redaksi.³² Terjadi komodifikasi pekerja media yang menempatkan mereka sebagai alat produksi untuk memaksimalkan keuntungan. Konvergensi telah memaksa wartawan Tempo bekerja untuk berbagai *outlet* dan *platform* media mereka dengan membuat laporan dalam berbagai format seperti tulisan, foto, audio, video serta infografis. Wartawan juga dituntut untuk *multitasking* dengan meningkatkan kinerja agar sehingga pendapatan perusahaan terus naik. Penelitian Wahyudi secara garis besar memang bersinggungan dengan penelitian peneliti dari segi pendekatan dan kasus. Perbedaan jelas tampak pada subyek, obyek serta metode yang digunakan. Peneliti menggunakan metode analisis wacana dengan titik fokus pada teks berita yang diproduksi, sedangkan Wahyudi menggunakan metode studi kasus dengan berfokus pada komodifikasi pekerja.

Keempat, hasil penelitian jurnal yang berjudul “Komodifikasi Kehidupan Pribadi dan Demokrasi Semu Dalam Media Digital” oleh Nina Widyawati Dari Pusat Penelitian Kemasyarakatan dan Kebudayaan (P2KK – LIPI). Penelitian ini mengkaji tentang pergeseran budaya dan struktur masyarakat sebagai akibat perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Teknologi digital memfasilitasi individu untuk memproduksi dan mengonsumsi konten atas praktik keseharian mereka sendiri sehingga diasumsikannya dapat melahirkan masyarakat yang egaliter. Subjek dalam penelitiannya ini adalah mahasiswa

³² Wahyudi M Pratopo, “Komodifikasi Wartawan di Era Konvergensi: Studi Kasus Tempo”, *Jurnal Komunikasi Indonesia*, Vol. VI No. 2, ISSN: 2301-9816, (Universitas Indonesia, 2017), hlm. 129-139. Diambil dari : <http://journal.ui.ac.id/index.php/jkmi/article/view/8715>, diakses pada 24 Maret 2019, Jam 16.20 WIB.

Program Studi Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta, tujuannya adalah menganalisis perilaku prosumsi dalam praktik keseharian generasi internet dan implikasinya terhadap interaksi sosial. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kehidupan pribadi kini telah menjadi komoditas yang laku untuk dijual kepada publik dan telah mengubah cara pandang manusia tentang nilai hubungan sosial.³³ Dan dalam hal ini se-privat apapun kehidupan seseorang tidak menjadi hal yang tabu lagi untuk bisa diketahui banyak orang dan dikomersialisasi.

Kelima, hasil penelitian jurnal Dyah Rachmawati Sugiyanto yang berjudul “*Komodifikasi Berita Dibalik Ideologi Ekonomi Politik Media (Studi Pada Program “Polemik” Di Radio Sindo Trijaya 104.6 Fm Jakarta)*”. Tentu saja penelitian ini membahas tentang praktik komodifikasi yang dilakukan Radio Sindo Trijaya melalui program “Polemik”. Dimana hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komodifikasi berlangsung dibalik ideologi ekonomi politik media dengan menganggap politik sebagai isu paling menarik untuk dibahas dalam program “Polemik” dengan tujuan mendidik publik untuk bersikap atas pengetahuan yang didengarnya. Hasil lain dari penelitian ini juga membantah Mosco bahwa komodifikasi tidak terlalu konsen dengan khalayak. Dimana ternyata tim redaksi Radio Sindo Trijaya masih selektif dalam memilih dan mengundang narasumber demi kepentingan bersama.³⁴

³³ Nina widyawati, “Komodifikasi Kehidupan Pribadi dan Demokrasi Semu dalam Budaya Digital”, *Masyarakat Indonesia: Majalah Ilmu-Ilmu Sosial*. Vol. 44, No. 1, Juni 2018, ISSN : 0125-9989, (LIPI, 2018), hlm. 47. Diambil dari : <http://jmi.ipsk.lipi.go.id/index.php/jmiipks/article/view/802/534>, diakses pada 8 Maret 2019, Jam 22.37 WIB.

³⁴ Dyah Rachmawati Sugiyanto. “Komodifikasi Berita Dibalik Ideologi Ekonomi Politik Media (Studi Pada Program “Polemik” Di Radio Trijaya 104.6 Fm Jakarta)”. *Jurnal Komunikasi*. (Bandung: Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran. 2015), hlm. 57, diambil dari:

Persamaan penelitian Dyah dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah pada pembahasan praktik komodifikasi atau politik ekonomi media. Sementara berbeda pada subyek. Subyek Dyah adalah program *Talk Show* siaran radio sementara subyek peneliti adalah portal berita *Tirto.id*. Dyah juga tidak menggunakan metode analisis wacana dalam penelitiannya, sementara peneliti menggunakannya untuk menganalisis teks berita di *Tirto.id*.

Keenam, Tesis berjudul “*Komodifikasi Budaya Lokal dalam Televisi (Studi Wacana Kritis Komodifikasi Pangkur Jenggleng TVRI Yogyakarta)*” oleh Sumantri Raharjo, mahasiswa Program Pascasarjana Universitas Sebelas Maret Surakarta. Dalam tesisnya Sumantri Raharjo berusaha mengungkap bentuk, proses, ideologi dan kekuasaan berkaitan komodifikasi pada tayangan Pangkur Jenggleng yang ada di stasiun TVRI. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa komodifikasi terjadi pada perubahan dan penyesuaian yang menimbulkan pergeseran nilai pada tayangan Pangkur Jenggleng. Pergeseran ini terjadi pada penonjolan humor dari yang semula bersifat tradisional pada budaya massa. Temuan tersebut juga sejalan dengan kuasa pasar yang beroperasi dan berimplikasi pada ideologi kapitalis dan keterlibatan kekuasaan politik dengan relasi yang dibangun TVRI. Sumantri Raharjo menilai bahwa program TVV publik tidak hanya berorientasi pada kepentingan masyarakat tapi juga kepentingan pasar.³⁵

<https://journal.untar.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/7/28>, diakses pada 24 Januari 2019, Jam 22.00 WIB.

³⁵ Sumantri Raharjo, “Komodifikasi Budaya Lokal Dalam Televisi :Studi Wacana Kritis Komodifikasi Pangkur Jenggleng TVRI Yogyakarta”, *Tesis*, (Semarang : Program Pascasarjana Universitas Sebelas Maret), hlm. 17, diambil dari

Persamaan dengan penelitian Sumantri Raharjo yakni pada teori analisis wacana kritis Norman Fairclough dan komodifikasi kaitannya dengan politik ekonomi media. Sementara itu perbedaan jelas tampak pada subjek dan objek penelitian. Di mana penelitian yang akan dilakukan peneliti adalah analisis teks media siber yakni berita pemilihan presiden pada *Tirto.Id*.

Dari keenam penelitian tersebut satu hal yang sama adalah bahwa penelitian mereka hanya sampai pada pendeskripsian hasil dan mengungkap permasalahan (praktik komodifikasi) dengan teori yang mereka gunakan. Sementara dalam penelitian ini peneliti tidak hanya sampai pada pendeskripsian namun juga interpretasi dan kritik atas hasil dari penelitian yang diperoleh. Dengan demikian sangatlah jelas bahwa meskipun penelitian serupa (komodifikasi) telah pernah dilakukan sebelumnya, namun belum ada yang secara jelas menyorot pada media siber utamanya pada kritik praktik komodifikasi informasi dan praktik wacana atas berita dan informasi yang disajikan dengan berangkat dari teori postmodern. Hal tersebut menjadi argumen bagi peneliti untuk mengatakan bahwa penelitian ini penting dan layak diperhitungkan sebagai upaya memunculkan kesadaran melek media bagi khalayak dan kesadaran untuk bertindak lebih profesional dan etis bagi industri media.

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan merupakan suatu susunan atau urutan dari penulisan skripsi. Untuk memudahkan dalam memahami isi skripsi ini, maka dalam sistematika penulisan, peneliti membagi dalam lima bab.

- Bab I. Penelitian, terdiri dari latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian, telaah pustaka, dan sistematika penulisan.
- Bab II. Landasan teori, dalam penelitian ini berisi tentang: produksi media, postkomodifikasi, disrupsi informasi, dan analisis wacana kritis Norman Fairclough.
- Bab III. Profil media siber, terdiri dari gambaran umum *Tirto.id*, profil pendiri *Tirto.id*, ceruk pasar, dan afiliasi pemilik *Tirto.id*.
- Bab IV. Pembahasan hasil penelitian, mengenai postkomodifikasi media siber dalam analisis wacana kritis dalam pemberitaan Pemilihan Presiden 2019 di *Tirto.id*.
- Bab V. Penutup, yang berisi kesimpulan, saran-saran, dan penutup.



IAIN PURWOKERTO

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada rumusan masalah yang telah ditetapkan dan pembahasan dalam penelitian, maka dapat diambil kesimpulan terkait bagaimana wacana politik dan postkomodifikasi informasi berita Pilpres 2019 di Tirto.id. Dalam konteks ini, wacana politik yang berkembang dalam pemberitaan Pilpres 2019 di Tirto.id adalah:

1. Pertarungan tidak seimbang. Pilpres idealnya menampilkan dua kubu atau kandidat dengan kecakapan dan kekuatan yang sepadan dalam memperebutkan posisi presiden. Wacana politik yang berkembang justru adalah pertarungan politik yang tidak seimbang antara dua kubu. Teks berita merepresentasikan keunggulan petahana yang cerdas, penuh gagasan, kompeten, memiliki kecukupan data dan informasi serta basis dukungan yang sempurna untuk bertanding dalam Pilpres. Sementara, penantang adalah lawan tanding yang *lengob*, berkompotensi rendah karena hanya bisa beretorika soal perang, senjata, dan ekonomi yang bahkan tidak disertai cukup data. Dengan kata lain, jika penantang bukan mantan prajurit atau mantan menantu presiden sebelumnya, dapat dikatakan penantang sama sekali tidak layak untuk maju menjadi capres. Politik dalam hal ini menjadi “seni atas ketidakmungkinan” bagi penantang melawan petahana yang menguasai semua instrumen kekuasaan (delegitimasi proses politik)

2. Pilpres sebagai pertarungan identitas. Wacana politik yang berkembang merepresentasikan pertarungan identitas kedua kubu atau kandidat Pilpres. Pemberitaan yang menonjolkan latar belakang kandidat baik agama, militer, serta sasaran wilayah kampanye, merujuk pada pertarungan identitas yang digunakan untuk memperjelas hubungan di antara anggota masyarakat yang dapat memobilisasi pemilih berdasarkan sentimen identitas.

Dalam konteks berikutnya, yakni postkomodifikasi informasi dalam berita Pilpres 2019 di *Tirto.id*, dapat disimpulkan bahwa *Tirto.id* sebagai media siber memproduksi berita (pengetahuan) sebagai sandaran untuk memperoleh pengakuan dengan memanfaatkan Pilpres sebagai bagian dari marketing media, mendapatkan dukungan dan bentuk dari representasi ideologi media. Digitalisasi membuat *Tirto.id* menjadikan berita sebagai bagian dari referensi atas *style* dan modernitas dalam masyarakat informasi. Bentuk postkomodifikasi informasi dalam berita Pilpres 2019 di *Tirto.id* dapat dijelaskan dalam 3 poin berikut:

1. Berita sebagai industri milenial. Berita dalam fungsi dasarnya sebagai informasi telah beralih menjadi industri media dan bagian dari referensi masyarakat milenial dalam hal konsumsi informasi untuk dapat dianggap mengikuti perkembangan tren yang sedang ada (*up to date*) dengan memanfaatkan masyarakat milenial sebagai objek sasaran.
2. Berita sebagai amunisi kompetisi politik. Berita tidak lagi menjadi alat rasionalistas politik bagi masyarakat untuk menentukan pilihan-pilihan politik yang rasional, berita dalam konteks ini telah beralih menjadi amunisi bagi para pelaku atau aktor politik dalam menghadapi kompetisi politik.

3. Berita sebagai identitas partisan politik. Berita tidak lagi bersifat universalitas (umum/menyeluruh) karena informasinya menyangkut kepentingan kelompok tertentu, dan ditujukan pada kelompok tertentu. Berita telah menjadi bagian dalam menunjukkan identitas partisan politik kepada publik.

B. Saran

Dari kesimpulan dan keseluruhan proses penelitian ini, peneliti menyampaikan beberapa rekomendasi sebagai berikut:

1. Kepada seluruh praktisi media massa, khususnya media pemberitaan seharusnya dapat lebih mengutamakan kepentingan publik. Sikap kritis kepada pemerintah adalah penting, namun penting juga untuk mendasarinya dengan tanggung jawab moral dan intelektual kepada publik. Media massa, terutama media siber yang pada saat ini telah menjadi sumber utama masyarakat dalam akses informasi, harus bisa mengutamakan fungsi utamanya sebagai media informasi, edukasi, dan transformasi kritis ditengah pusaran arus informasi yang semakin tak terbendung dan tak terkendali.
2. Bagi Tirto.id untuk tidak terlalu berlebihan dalam mengeksploitasi informasi atau realitas sosial yang ada sebagai komoditas dalam industri media.
3. Bagi program studi Komunikasi Penyiaran Islam diharapkan bisa memberikan forum ilmiah untuk mendorong pengembangan penelitian dengan pendekatan kritis.

C. Penutup

Ucapan syukur kepada Allah SWT yang tak terhingga, yang dengan segala bentuk nikmat-Nya peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini

dengan lancar. Sedari awal peneliti menyadari, bahwa mengambil tema penelitian ini adalah keputusan berisiko untuk keluar dari zona nyaman dan aman kebiasaan penelitian skripsi pada umumnya, terutama dilingkungan tempat peneliti belajar. Menjadi idealis dilingkungan pendidikan pada kondisi sekarang ini adalah tantangan tersendiri, semacam menjadi kaum minoritas yang termarginalkan. Peneliti sangat bersyukur dan berterima kasih kepada pihak-pihak yang telah dengan sabar membimbing, mendukung, membantu mengarahkan, dan percaya terhadap gagasan peneliti sedari awal.

Namun demikian dengan segenap kerendahan hati, peneliti menyadari bahwa terselesaikannya skripsi bertema “Postkomodifikasi Media Siber” ini masih sangat jauh dari kesempurnaan, karenanya kritik dan saran sangat peneliti harapkan agar menjadi referensi bagi karya peneliti berikutnya. Karena kebenaran punya dimensi sudut pandangnya sendiri, dan yang peneliti bisa lakukan hanya meng-*upgrade* resolusi kamera diri, dengan menjadi bodoh, lalu belajar, belajar, belajar. Sekian.

IAIN PURWOKERTO

DAFTAR PUSTAKA

- Almansur, Djunaidi Ghony & Fauzan. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Al-Qur'an Tajwid Warna Terjemah & Transliterasi Al-Misbah. 2017. Jakarta: Beras Al Fatih.
- Ardianto, Elvinaro. dkk. 2014. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Baran, Stanley J. 2012. *Pengantar Komunikasi Massa: Melek Media & Budaya*. terj. S. Rouli Manalu. Jakarta: Erlangga.
- Barker, Chris. 2009. *Cultural Studies: Teori & Praktik*. terj. Nurhadi. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Burton, Greme. 2017. *Media dan Budaya Populer*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Deddy Mulyana & Solatun. 2013. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Eriyanto. 2012. *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LkiS.
- Foucault, Michel. 2017. *Power/Knowledge: Wacana Kuasa/Pengetahuan*. terj. Yudi Santosa. Yogyakarta: Narasi-Pustaka Prometheus.
- Halim, Syaiful. 2013. *Postkomodifikasi Media: Analisis Media Televisi dengan Teori Kritis dan Cultural Studies*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Hardiman, Francisco Budi. 1990. *Kritik Ideologi: Pertautan Kepentingan dan Pengetahuan*. Yogyakarta: Kanisius.
- Holmes, David. 2012. *Teori Komunikasi : Me dia, Teknologi dan Masyarakat*. terj. Teguh Wahyu Utomo. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ibrahim, Idi Subandy & Bachruddin Ali Akhmad. 2014. *Komunikasi & Komodifikasi: Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi*. Jakarta: Buku Obor.
- Jarvis, Matt. 2006. *Teori-Teori Psikologi: Pendekatan Modern untuk Memahami Perilaku, Perasaan & Pikiran Manusia*. terj. SPA-Teamwork. Bandung: Nusa Media.
- Kasali, Rhenald. 2018. *The Great Shifting: Series On Disruption*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- _____. 2017. *Disruption: Tak Ada yang Tak Bisa Diubah Sebelum Dihadapi Motivasi Saja Tidak Cukup*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Lubis, Akhyar Yusuf. 2016. *Postmodernisme: Teori dan Metode*. Jakarta: Rajawali Pers.

- Nasrullah, Rulli. 2014. *Teori dan Riset Media Siber*. Jakarta: Kencana.
- Piliang, Yasraf Amir. 2015. *Post-realitas: Realitas Kebudayaan dalam Era Post-metafisika*. Yogyakarta: Jalasutra.
- _____. 1998. *Sebuah Dunia yang Dilipat: Realitas Kebudayaan Menjelang Milenium Ketiga dan Matinya Postmodernisme*. Bandung: Mizan.
- Ratna, Nyoman Kutha. 2010. *Metodologi Penelitian: Kajian Budaya dan Ilmu Sosial Humaniora pada Umumnya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ritzer, George. 2010. *Teori Sosial Postmodernisme*. terj. Muhammad Taufik. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Ritzer, George & Douglas J. Goodman. 2004. *Teori Sosiologi Modern*, terj. Alimandan. Jakarta: Kencana.
- Ruben, Brent D. dan Lea P. Stewart. 2013. *Komunikasi dan Perilaku Manusia*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Santana, K. Septiawan. 2004. *Jurnalisme Investigasi*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Sobur, Alex. 2002. *Analisis Teks Media*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Tapsell, Ross. 2017. *Kuasa Media di Indonesia: Kaum Oligarki dan Revolusi Digital Indonesia*. Terj. Wisnu Prasetya Utomo. Tangerang: Marjin Kiri.
- Thompson, John B. 2015. *Kritik Ideologi Global: Teori Sosial Kritis tentang Relasi Ideologi dan Komunikasi Massa*. terj. Haqqul Yaqin. Yogyakarta: IRCiSoD.
- Titscher, Stefan. dkk. 2009. *Metode Analisis Teks & Wacana*. Terj. Gazali, dkk. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Sumber Jurnal

- Lawson, Stuart. 2015. "Commodification of the Information Profession :A Critique of Higher Education Under Neoliberalism", *Journal of Librarianship and Scholarly Communication*. Vol.3, Issue 1, ISSN:2162-3309. (Universitas Strathclyde Glaslow, 2015). hlm. 1-24. Diakses 15 Maret 2019, <https://strathprints.strath.ac.uk/54157/>.
- Munfarida, Elya. 2014. Analisis Wacana Kritis dalam Perspektif Norman Fairclough. *Jurnal Komunika*. Vol.8, No 1, Januari - Juni 2014. Purwokerto: IAIN Purwokerto.
- Nugroho, Putri, dan Laksmi. 2012. Memetakan Lansekap Industri Media Kontemporer di Indonesia (Edisi Bahasa Indonesia). Laporan. Bermedia, Memberdayakan Masyarakat: Memahami kebijakan dan tatakelola media di Indonesia melalui kacamata hak warga negara. Riset kerjasama antara

Centre for Innovation Policy and Governance dan HIVOS Kantor Regional Asia Tenggara, didanai oleh Ford Foundation. Jakarta: CIPG dan HIVOS.

- Piliang, Yasraf Amir. 2001. Posmodernisme dan Ekstasi Komunikasi. *Jurnal Mediator*. Vol. 2 – 2001, ISSN : 1411-5883. Hlm. 166. Diakses 12 Februari 2019, <https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/mediator/article/view/716/394>.
- Pratopo, Wahyudi M. 2017. “Komodifikasi Wartawan di Era Konvergensi: Studi Kasus Tempo”, *Jurnal Komunikasi Indonesia*. Vol. VI No. 2, ISSN: 2301-9816, (Universitas Indonesia, 2017). hlm. 129-139. Diakses 24 Maret 2019, <http://journal.ui.ac.id/index.php/jkmi/article/view/8715>.
- Raharjo, Sumantri. 2011. “Komodifikasi Budaya Lokal Dalam Televisi (Studi Wacana Kritis Komodifikasi Pangkur Jenggleng TVRI Yogyakarta)”. *Tesis*. (Semarang : Program Pascasarjana Universitas Sebelas Maret), hlm. 17. Diakses 22 Januari 2019, <https://eprints.uns.ac.id/5864/1/179881511201109491.pdf>.
- Sasmita, Wiji Agustina. 2019. Strategi Redaksi Tirto.id dalam Penyajian Berita di Media Online. *Skripsi*. Surabaya: Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Sugiyanto, Dyah Rachmawati. 2015. “Komodifikasi Berita Dibalik Ideologi Ekonomi Politik Media (Studi Pada Program “Polemik” Di Radio Trijaya 104.6 Fm Jakarta)”. *Jurnal Komunikasi*. (Bandung: Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran. 2015). Hlm. 57. Diakses 24 Januari 2019, <https://journal.untar.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/7/28>.
- Trosow, Samuel E. 2014. “The Commodification of Information and the Public Good: New Challenges for a Progressive Librarianship”, *Progressive Librarian: A Journal for Critical Studies & Progressive Politics in Librarianship*, Issue #43, Winter 2014/2015, ISSN: 1052-5726, (St. Catherine University, 2014), hlm. 17. Diakses 15 Maret 2019, <http://www.progressivelibrariansguild.org/PL/PL43.pdf#page=19>.
- Umanailo, M. Chairul Basrun. 2018. “POSTMODERNISME DALAM PANDANGAN JEAN FRANCOIS LYOTARD,” 2018, <https://doi.org/10.13140/rg.2.2.20300.92802>.
- Widyawati, Nina. 2018. “Komodifikasi Kehidupan Pribadi dan Demokrasi Semu dalam Budaya Digital”, *Masyarakat Indonesia: Majalah Ilmu-Ilmu Sosial*. Vol. 44, No. 1, Juni 2018, ISSN : 0125-9989, (LIPI, 2018), Hlm. 47. Diakses 8 Maret 2019, <http://jmi.ipk.lipi.go.id/index.php/jmiipk/article/view/802/534>.

Sumber Internet

- “Alexa - Tirto Competitive Analysis, Marketing Mix and Traffic.” Diakses 17 Juli 2019. <https://www.alexacom/siteinfo/tirto.id>.
- Anggoro, Sapto. “Jernih, Mengalir, Mencerahkan bersama Tirto.id.” *tirto.id*. Diakses 25 Mei 2019. <https://tirto.id/insider/tentang-kami>.
- . “REDAKSI.” *tirto.id*. Diakses 25 Mei 2019. <https://tirto.id/insider/redaksi>.
- “Anggota Perkumpulan.” *PANDI - Pengelola Nama Domain Internet Indonesia* (blog). Diakses 6 Agustus 2019. <https://pandi.id/profil/anggota-perkumpulan/>.
- antara. “Hari Pers Nasional: Indonesia Punya Media Massa Terbanyak di Dunia.” *tirto.id*. Diakses 7 Agustus 2019. <https://tirto.id/hari-pers-nasional-indonesia-punya-media-massa-terbanyak-di-dunia-cEx2>.
- “Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.” Diakses 30 Juni 2019. https://apjii.or.id/pengurus/latar_belakang.
- “Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.” Diakses 27 Juli 2019. <https://apjii.or.id/survei>.
- “Dewan Pers.” Diakses 29 Juni 2019. <https://dewanpers.or.id/data/perusahaanpers>.
- “Kementerian Komunikasi dan Informatika.” Diakses 2 Juli 2019. https://www.kominfo.go.id/content/detail/12345/menkominfo-baru-100-portal-berita-online-terverifikasi/0/berita_satker.
- Liputan6.com. “Tirto, Media Indonesia Pertama yang Lolos Verifikasi IFCN.” *liputan6.com*, 20 Januari 2018. <https://www.liputan6.com/news/read/3232563/tirto-media-indonesia-pertama-yang-lolos-verifikasi-ifcn>.
- M. Chairul Basrun Umanailo. “POSTMODERNISME DALAM PANDANGAN JEAN FRANCOIS LYOTARD,” 2018. <https://doi.org/10.13140/rg.2.2.20300.92802>.
- Remotivi. “Zen RS: Kami Ingin Membangun Kultur Riset di Media.” *Remotivi*. Diakses 15 Mei 2019. <http://www.remotivi.or.id/wawancara/434/Zen-RS:-Kami-Ingin-Membangun-Kultur-Riset-di-Media>.
- “Special Preview Tirto.id.” *tirto.id*. Diakses 2 Juli 2019. <https://tirto.id/special-preview-tirtoid-bxrD>.
- “Tentang PANDI.” *PANDI - Pengelola Nama Domain Internet Indonesia* (blog). Diakses 6 Agustus 2019. <https://pandi.id/profil/tentang-pandi/>.

Utama, PT Binokular Media. "Binokular.NET - Tentang Binokular.NET." Binokular.NET. Diakses 2 Juli 2019. <https://www.binokular.net/about>.

"Zen RS: Kami Ingin Membangun Kultur Riset di Media." Diakses 17 Juli 2019. <http://www.remotivi.or.id/wawancara/434/Zen-RS:-Kami-Ingin-Membangun-Kultur-Riset-di-Media>.



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Faniatul Hayah
2. NIM : 1522102057
3. Tempat, Tanggal Lahir : Banjarnegara, 24 Desember 1995
4. Alamat Rumah : Jl. Raya Danakerta, Desa Danakerta
Rt 01/05, Kec. Punggelan,
Kab. Banjarnegara, Kode Pos 53462
5. Nama Ayah : Pamiarto
6. Nama Ibu : Basmi

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a. SD/MI, tahun lulus : 2008
 - b. SMP/MTS, tahun lulus : 2010
 - c. SMA/SMK, tahun lulus : 2014
 - d. S1, tahun masuk : 2015
2. Pendidikan Non-Formal
 - a. Pesantren Mahasiswa An Najah, Kutasari, Purwokerto

C. Prestasi Non-akademik

1. Nominator Lomba Cipta Essay Nasional

D. Pengalaman Organisasi

1. Lembaga Pers Mahasiswa (LPM) Saka Fakultas Dakwah
2. FoSSEI Regional Jawa Tengah

Purwokerto, 31 Juli 2019
Peneliti,



Faniatul Hayah
NIM. 1522102057