

KOMODIFIKASI BUDAYA BATIK PADA PROGRAM “NGULIK BATIK”

(Kajian terhadap Televisi Lokal Batik TV Pekalongan)

Farah Gahara Takarinwati

ABSTRAK

Permasalahan dalam penelitian ini adalah Batik TV mengangkat tentang batik khas Pekalongan sebagai program yaitu Ngulik Batik, dimana batik adalah budaya yang berasal dari Pekalongan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah Batik dijadikan sebagai komoditas dalam program “Ngulik Batik” yang mengarah pada proses komodifikasi dalam produksinya dan juga untuk mengetahui proses produksi program “Ngulik Batik” dalam mengubah Batik menjadi sebuah program yang ada di Batik TV Pekalongan.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Adapun teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara mendalam dan studi pustaka. Subjek dalam penelitian ada dua narasumber dari Batik TV Pekalongan yang menjabat sebagai Direktur Operasional dan Kepala Divisi Program Non News dan didukung oleh satu narasumber yaitu pengamat budaya Pekalongan. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma kritis. Landasan teori yang digunakan dalam penelitian adalah Teori Ekonomi Politik Media menurut Vincent Mosco.

Hasil dari penelitian ini yaitu komodifikasi yang terjadi pada program acara Ngulik Batik adalah komodifikasi isi. Komodifikasi isi terjadi melalui proses penyesuaian isi tayangan pada proses produksi dan distribusinya. Komodifikasi isi juga terlihat dengan mengangkat tema batik sebagai konten program sebagai alat untuk memperoleh keuntungan. Proses produksinya sendiri presenter melakukan *gimmick* dalam setiap tayangan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah proses komodifikasi ini mengakibatkan batik mengalami proses penurunan nilai, yaitu dari nilai guna menjadi nilai jual. Peneliti melihat pada prakteknya komponen batik dimanfaatkan oleh Batik TV sebagai materi program yang ditayangkan. Komodifikasi yang dilakukan pada media penyiaran publik menunjukkan bahwa program siaran yang ditayangkan oleh televisi publik tidak hanya untuk kepentingan penonton melainkan untuk meraih kepentingan pasar semata yang digunakan sebagai alat persaingan. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah penelitian hanya meneliti pada salah satu bentuk komodifikasi yaitu komodifikasi isi. Rekomendasi untuk penelitian selanjutnya yaitu agar penelitian ini dikembangkan dan lebih mendalam lagi untuk mengungkap ketiga macam komodifikasi pada suatu program acara televisi lainnya.

Kata Kunci : Komodifikasi, Budaya Batik, Televisi Lokal

THE COMMODIFICATION OF BATIK CULTURE ON “NGULIK BATIK” PROGRAM

(A Study of Batik TV as Local Television Station in Pekalongan)

Farah Gahara Takarinawati

ABSTRACT

The problem in this study is that Batik TV raises the typical Pekalongan batik as a program, namely “Ngulik Batik”, in which batik is a culture that is originated from Pekalongan. The purpose of this research is to find out whether Batik is used as a commodity in “Ngulik Batik” program which leads to the commodification process in its production and also to know the production process of “Ngulik Batik” program in transforming Batik into a program in Batik TV Pekalongan.

The research used descriptive qualitative method. The technique of data collection was done by observation, in-depth interviews and literature. The subjects in the research were two speakers from Pekalongan TV Batik who served as Operation Directors and Head of Non News Program Division and were supported by one speaker, Pekalongan culture observer. The paradigm used in this research was the critical paradigm. The theoretical foundation used in the research was Media Political Economy Theory by Vincent Mosco.

The result of this research was that commodification of content occurred on “Ngulik Batik” Program. Commodification of content occurred through the process of adjusting the show’s content in the production and distribution processes. It was also seen by raising batik theme as the program content to gain profits. At the production process itself, the presenter was doing gimmick in every show. The conclusion of this research is that the commodification process has affected Batik to decrease its value from use value to sale value. The researcher observes that batik component is utilized practically by Batik TV as the program material that is aired. The commodification conducted on public broadcast media shows that the broadcast program aired by public television is not only for the viewers’ benefit but also to achieve mere market interest that is used as the competition tools. The limitation in this research is that the researcher only used one form of commodification, namely commodification of content. The recommendation for further research is that this research can be developed deeper to reveal three other types of commodification on other television programs.

Keywords: Commodification, Batik Culture, Local Television Station

