

Komodifikasi Konten dalam Pemberitaan Prostitusi *Online* di *Akurat.co*

Garis Khatulistiwa

Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta,
gariskhatulistiwa98@gmail.com

Rubiyannah

Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta,
rubiyannah@uinjkt.ac.id

Abstract

Media coverage of online prostitution is often present with sensational rather than informative news in the media room. This article aims to show how the online media *Akurat.co* reported continuously on the online prostitution case of an Indonesian celebrity for nine days, July 13-21, 2020. This article uses political economy theory with a critical perspective to describe how the practice of commodification of online prostitution news takes place to increase site traffic for economic gain. The results show that for nine days, *Akurat.co* uploaded 69 news about the issue of online prostitution on several channels. Analysis of the content shows that the media carry out commodification practices by producing sensational content and revealing the celebrity's private lives related to her prostitution case to increase news site traffic instead of giving literacy and providing the correct information about the issue.

Keywords— *Online media; Political Economy of Media; Content Commodification, Online Prostitution.*

Abstrak

Kasus prostitusi di ruang *online* kerap hadir dalam ruang media dengan pemberitaan yang sensasional daripada bersifat informatif. Artikel ini bertujuan untuk melihat bagaimana media online *Akurat.co* secara intens memberitakan kasus prostitusi online seorang selebgram Indonesia selama 9 hari, yaitu tanggal 13-21 Juli 2020. Artikel ini menggunakan teori ekonomi politik dengan perpektif kritis untuk menelaah bagaimana praktek komodifikasi atas berita prostitusi online berlangsung untuk meningkatkan traffic situs demi keuntungan ekonomi. Hasilnya menunjukkan bahwa selama 9 hari, *Akurat.co* mengunggah 69 berita tentang isu prostitusi online tersebut disejumlah kanalnya. Analisis atas konten menunjukkan bahwa media melakukan praktek komodifikasi dengan memproduksi berita tulisan yang sensasional dan mengumbar kehidupan pribadi pelaku prostitusi online tersebut untuk meningkatkan traffic situs berita, alih-alih meningkatkan literasi dan memberikan informasi yang tepat pada masyarakat tentang peristiwa tersebut.

Keywords— *Media Online; Ekonomi Politik Media; Komodifikasi Isi, Prostitusi Online.*

Permalink/DOI: <https://doi.org/10.15408/jsj.v4i1.25848>

A. Pendahuluan

Media sebagai perusahaan pers punya dua fungsi utama, yakni sebagai institusi masyarakat dan institusi bisnis. Sebagai institusi masyarakat, media memiliki empat peran sebagai tanggung jawabnya kepada masyarakat, di antaranya: menyiarkan informasi (*to inform*), mendidik (*to educate*), menghibur (*to entertain*), dan mempengaruhi (*to influence*).¹

Sementara media sebagai institusi bisnis memiliki tujuan untuk meraih keuntungan finansial dan mewujudkan kepentingan pemilik. Untuk mencapai keuntungan tersebut, salah satu caranya ialah dengan memproduksi konten yang sensasional dan bombastis. Konten jenis tersebut digunakan media untuk meningkatkan *traffic* melalui kunjungan dan klik pembaca di laman situsnya.

Dari *traffic* yang tinggi akan membantu media meningkatkan profil mereka di mata calon pengiklan. Sesuatu yang dijual seperti ‘menjual’ peringkat web mereka di *Alexa.com*² hingga luasnya sebaran pembaca yang dimiliki berdasarkan *pageviews*.

Namun, terlepas dari fungsinya sebagai institusi bisnis, media tetaplah institusi masyarakat. Dua fungsi media sebagai perusahaan pers ini pun melahirkan dilema. Akhirnya media yang semestinya diharapkan mampu menciptakan *public sphere* independen, justru berubah menjadi institusi bisnis sepenuhnya yang

menempatkan masyarakat sebagai konsumen dalam suatu sistem pasar.

Akibatnya pemberitaan media menjadi melenceng dari kepentingan public. Sebab media hanya memproduksi pemberitaan yang hanya menjadi selera pasar, dalam hal ini masyarakat.³

Kebimbangan media sebagai institusi masyarakat dan institusi bisnis ini tergambar pada pemberitaan prostitusi *online* yang melibatkan artis Hana Hanifah pada 13 Juli 2020. Salah satu media yang memberitakan ialah *Akurat.co*. Pemberitaan kasus prostitusi *online* Hana Hanifah ini dimuat di sejumlah kanal *Akurat.co*, seperti Hiburan, News, Gaya Hidup, Ekonomi, Iptek, hingga Video.

Pada periode 13-21 Juli 2020, melalui kata pencarian “Hana Hanifah”, penulis mendapati 69 artikel tentang kasus prostitusi *online*-nya. Artikel-artikel tersebut ada yang berkaitan dengan kasus prostitusi yang menimpa Hana, ada pula yang hanya menyangkut-pautkan. Dalam pemberitaan kasus dugaan prostitusi Hana Hanifah, media seolah tidak fokus pada permasalahan. Media justru beralih mengabarkan gaya hidup, hubungan percintaan, pose foto, liburan, hingga gaya berpakaian Hana Hanifah.

Hana Hanifah sebagai *public figure* tentu memiliki nilai *prominence* dalam suatu pemberitaan. Dari faktor inilah media memanfaatkannya. Untuk memberikan gambaran, berikut beberapa

¹ Diah Wardani, *Media Relations: Sarana Membangun Reputasi Organisasi* (Yogyakarta, Graha Ilmu: 2008) h. 25.

² *Alexa.com* merupakan *website analytic* yang menyediakan data komersial terkait *traffic web*.

³ Iswandi Syahpura, *Rezim Media* (Jakarta, Gramedia Pustaka Utama: 2013) h. 50.

judul artikel yang dimuat *Akurat.co*: “Terciduk Kasus Prostitusi, Begini Pose Hana Hanifah Saat Minum-minum Cantik”, “Tarif Hana Hanifah Rp20 Juta, Uang Segitu Bisa Beli Barang Ini Bahkan Buka Bisnis, Lho!”, serta “Hana Hanifah Terjerumus Kasus Prostitusi *Online*, Milenial: Sayang Banget, Padahal Cakep!”.

Jean Baudrillard pernah menyebut kecabulan informasi, yakni kondisi ketika apapun dijadikan informasi seperti kehidupan seks artis, perselingkuhan, selebritas, warna kuku madona, liburan pejabat, hingga koleksi sepatu penyanyi. Kemudian Baudrillard juga menyebut kecabulan komoditas, ketika apapun dijadikan komoditas seperti hal mistik, jin; tubuh, bibir, betis, pantat; ibadah, doa, ritual; hingga alat pembentuk tubuh.⁴

Mengacu pada definisi yang disebutkan Baudrillard, penulis menilai pemberitaan prostitusi artis Hana Hanifah dapat dikategorikan pada definisi kecabulan informasi dan kecabulan komoditas. Jika konten yang ditawarkan media adalah sebuah komoditas, maka interaksi antara media dan pembaca diibaratkan Graeme Burton sebagai penjual dan pembeli.

Pada teori kritis media cabang teori ekonomi politik media, ialah teori yang menyalahkan kepemilikan media bagi keburukan masyarakat. Pada paham ini, isi media sebagai komoditas untuk dijual di pasaran (masyarakat), dengan informasi yang disebarkan diatur oleh apa yang menjadi selera pasar.

Dari pemaparan di atas menunjukkan bahwa media tidak sekadar memproduksi berita untuk diinformasikan kepada publik. Ketika suatu isu dianggap dapat dikonstruksi guna menarik dan

meningkatkan perhatian publik, walau kerap tidak relevan. Kegiatan ini dilakukan sebagai usaha media meracik produk bernilai ekonomis. Dengan kata lain media mengalami dilemma saat harus menyajikan informasi yang mengedukasi sebagai tanggung jawab media, tetapi juga harus menarik perhatian agar tetap eksis dan terus bertahan di tengah gempuran persaingan media.

B. Metode Penelitian

Pendekatan Penelitian Kualitatif

Pendekatan penelitian kualitatif sebagai pendekatan penelitian induktif dipilih sebagai metode yang mampu menjelaskan fenomena melalui data-data dalam proses pengorganisasian dan seleksi data yang dianggap penting dan perlu digunakan.

Paradigma Kritis

Paradigma kritis memiliki pandangan bahwa realitas sosial sebagai sesuatu yang diciptakan oleh manusia.⁵ Pandangan kritis dipilih untuk menggali, membongkar, serta mengungkap kejanggalan komodifikasi yang dilakukan *Akurat.co* serta objek lain yang berhubungan dengan objek riset.

Studi Kasus

Studi kasus merupakan riset yang di mana peneliti menggali suatu fenomena tertentu dalam suatu waktu dan kegiatan, serta mengumpulkan informasi secara rinci dan mendalam berbagai prosedur pengumpulan data selama periode tertentu.⁶

Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

⁴ Syaiful Halim, *Postkomodifikasi Media* (Yogyakarta, Jalasutra: 2013) h. 51.

⁵ Asfi Manzilati, *Metode Penelitian Kualitatif* (Malang, Universitas Brawijaya Press: 2013) h. 5.

⁶ Sri Wahyuningsih, *Metode Penelitian Studi Kasus* (Madura, UTM Press: 2013) h. 3.

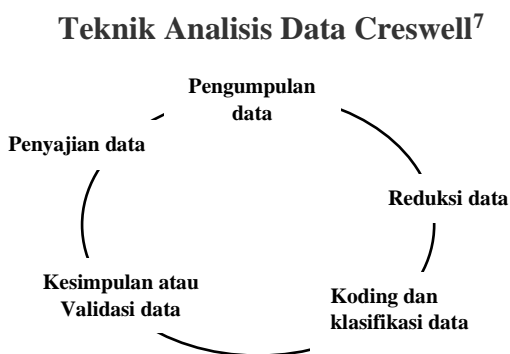
Narasumber pada riset ini ialah Pemimpin Redaksi dan Admin Marketing *Akurat.co*.

b. Dokumentasi

Peneliti mengumpulkan data yang berkaitan dengan riset berupa pemberitaan prostitusi *online* Hana Hanifah di *Akurat.co*.

Teknik Analisis Data

Untuk menganalisis data, teknik yang digunakan ialah teknik analisis data yang dikemukakan John W. Creswell, yakni mengumpulkan data, mereduksi, koding dan mengklasifikasi data, menyajikan, dan kesimpulan atau validasi data. Pada teknik analisis ini, alurnya berbentuk sirkular.



Subyek Penelitian

Subjek pada penelitian ini adalah media *online Akurat.co*. Yakni berita-berita yang berkaitan dengan dugaan prostitusi *online* Hana Hanifah periode 13-21 Juli 2020 di *Akurat.co*.

C. Hasil Penelitian

Berdasarkan temuan peneliti melalui pencarian kata di *Akurat.co*, pada periode 13-21 Juli 2020 terdapat 69 artikel dengan kata kunci Hana Hanifah. Dari periode

tersebut, terdapat rincian jumlah produksi per harinya, sebagai berikut:

Tabel 1. Rincian data jumlah per tanggal dalam periode waktu 13-21 Juli 2020.

Tanggal	Jumlah artikel
13 Juli 2020	20
14 Juli 2020	27
15 Juli 2020	12
16 Juli 2020	7
19 Juli 2020	1
21 Juli 2020	2

Sumber: Hasil klasifikasi artikel per tanggal oleh peneliti.

Adapun alasan mengenai kasus prostitusi *online* Hana Hanifah layak diberitakan, Pemimpin Redaksi *Akurat.co* menjelaskan pemberitaan tersebut harus dikabarkan ke masyarakat karena menyangkut kepentingan umum. Menurut Rizal, kasus yang melibatkan Hana Hanifah sebagai *public figure* adalah hal yang harus diperangi melalui penyebaran berita.

Proses produksi

Dalam proses produksi pemberitaan prostitusi *online* Hana Hanifah, khususnya pada penulisa, berdasarkan temuan peneliti nama Hana Hanifah tersemat di 69 artikel tersebut. Begitu pun dengan foto berita, *Akurat.co* menggunakan foto Hana Hanifah pada *thumbnail* sebagai pelengkap artikel. Dari 69 artikel, ada 66 yang menggunakan foto Hana Hanifah.

Sementara untuk penulisan isi berita, secara keseluruhan *Akurat.co* hanya melakukan standar penulisan 5W+H. Selain itu, *Akurat.co* juga menaruh informasi kasus prostitusi yang melibatkan Hana Hanifah tersebut pada awal dan/ata akhir paragraf. Kalimat

(Yogyakarta: Penerbit Bintang, 2010) h. 274-276. Bagan dibuat oleh penulis.

⁷ John W. Creswell, *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*

tersebut dimuat sebagai informasi agar pembaca memahami konteks yang dibicarakan.

Kemudian mengenai sumber pemberitaan, *Akurat.co* mendapatkannya melalui berbagai sumber kredibel. Sumber tersebut di antaranya: konferensi pers dan wawancara dengan pihak Kepolisian Daerah (Polda) Medan, Sumatera Utara; wawancara dengan keluarga, pengacara, dan manajer Hana Hanifah; hingga Instagram pribadi Hana Hanifah.

Bentuk komodifikasi

Dari temuan yang peneliti dapatkan, bentuk komodifikasi konten yang dilakukan *Akurat.co* antara lain melalui: judul, penggunaan foto berita, isi berita, jumlah pemberitaan, serta label dan *keyword*.

1. Komodifikasi melalui judul

Telah disebutkan bahwa dalam penulisan pemberitaan prostitusi Hana Hanifah, ke-69 artikelnnya terselip kata “Hana Hanifah”. Penyebutan nama Hana Hanifah tetap dilakukan meskipun isi pemberitaan sebenarnya tidak benar-benar membahas artis FTV tersebut.

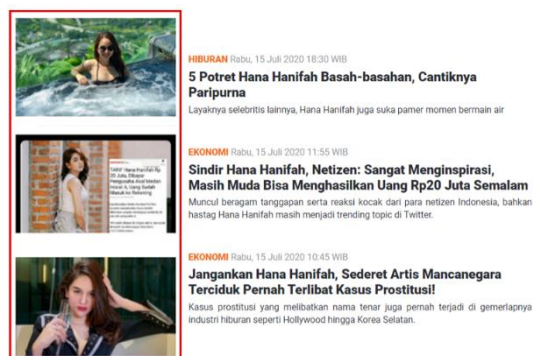
Dalam penerapan judul, *Akurat.co* memberikan judul-judul menarik cenderung *clickbait* di setiap artikel tersebut. Sudah menjadi rahasia umum, bahwasannya pemakaian judul *clickbait* menjadi strategi media *online* untuk menarik perhatian khalayak. Pemilihan kata-kata seperti: Heboh, Foto Mesra, Gaya Mewah, Terungkap!, Ternyata Segini Guys!, Jangan Julid, Astaga, Hayo Lho, Jangankan, Duh, Apalagi, hingga penerapan kalimat ‘... yang Masih Makan

Mie Pakai Nasi Minggir Dulu’ digunakan dalam penulisan judul artikel berita.

2. Komodifikasi melalui foto berita

pada artikel yang dipublikasi *Akurat.co* menggunakan potret Hana Hanifah sebagai foto berita. Pada proses tersebut menunjukkan, selain judul yang menyematkan nama Hana Hanifah, *Akurat.co* juga menggunakan foto Hana Hanifah untuk membuat artikel lebih menarik. Dari 69 artikel yang dihimpun, peneliti menemukan 66 tulisan yang memajang foto artis sekaligus selebgram⁸. Temuan ini semakin menguatkan bahwa sosok Hana Hanifah sebagai figur publik dimanfaatkan untuk menarik perhatian pembaca.

Gambar 1. Penggunaan foto berita atau *thumbnail* artikel pemberitaan prostitusi Hana Hanifah



Sumber: *Akurat.co/tag/hana-hanifah*

Selain memanfaatkan foto Hana Hanifah sebagai headline, foto Hana Hanifah pun juga diolah menjadi konten pemberitaan trivia. Foto-foto tersebut diambil dari akun Instagram pribadi Hana. Dari 69 konten, terdapat 12 artikel yang bertema kumpulan foto Hana Hanifah dengan beragam *angle*.

⁸ Selebgram adalah akronim dari selebriti dan Instagram ialah mereka yang terkenal melalui media sosial Instagram.

Gambar 2. Contoh artikel trivia yang diolah dari kumpulan foto Hana Hanifah



Sumber: <https://akurat.co/5-potret-hana-hanifah-basah-basahan-cantiknya-paripurna>

3. Komodifikasi melalui kata kunci dan label (*keyword and tags*)

Berbeda dengan media konvensional, dalam media online ada hal yang dikenal sebagai *keyword* dan *tags*. Penggunaan *keyword* dalam hal ini dimanfaatkan untuk memudahkan pencarian khalayak. Kata kunci digunakan untuk memudahkan identifikasi konten yang dimuat oleh sebuah situs dan mesin pencari. Pengidentifikasian melalui kata kunci akan berguna sebagai rujukan mesin pencari atau *search engine*.⁹

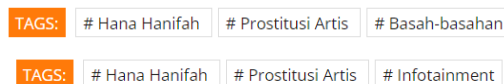
Pada artikel mengenai kasus prostitusi online Hana Hanifah, kata kunci atau *keyword* yang digunakan Akurat.co untuk memudahkan pencarian di antaranya: Hana Hanifah, Prostitusi Hana Hanifah, Aktris FTV.

Selain menjadikan ‘Hana Hanifah’ sebagai kata kunci, di laman sistusnya, Akurat.co juga menjadikan kata ‘Hana Hanifah’ sebagai *tags* atau label.

⁹ “Fungsi Tags dan Keyword Pada Website” https://www.academia.edu/42124808/Fungsi_Tags_Dan_Keyword_Pada_Website diakses pada 18 Januari 2022, pukul 14.25 WIB.

Sementara *tags* sendiri berfungsi untuk menandai atau mengkategorikan suatu tulisan. Label juga berguna untuk memudahkan pengunjung menemukan artikel yang serumpun melalui adanya tag tertentu.¹⁰

Gambar 3. *Tags* yang digunakan Akurat.co pada artikel prostitusi online Hana Hanifah



Sumber: Akurat.co

4. Jumlah dan topik pemberitaan

Berikutnya adalah mengenai topik yang diunggah Akurat.co dari total 69 artikel. Untuk mengetahui topik apa saja yang diangkat, peneliti akan menguraikan substansi pada artikel yang ditayangkan.

Tabel 2. Pembagian topik pada pemberitaan prostitusi online Hana Hanifah di Akurat.co

No	Tanggal	Jumlah
1	Seputar kasus prostitusi Hana Hanifah	34
2	Hubungan asmara Hana Hanifah	5
3	Gaya hidup Hana Hanifah	13
4	Komentar tentang kasus prostitusi online Hana Hanifah	9
5	Lain-lain	8

Sumber: Hasil klasifikasi artikel per substansi oleh peneliti.

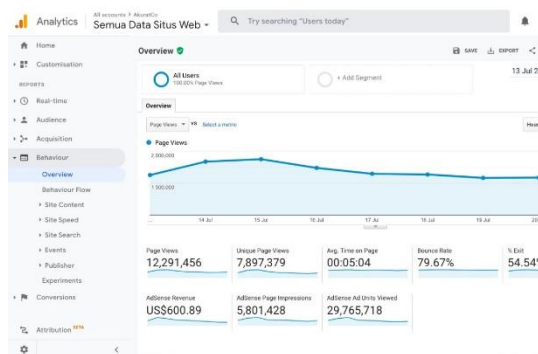
¹⁰ Kompasiana. “Fungsi Tag dalam Postingan”. <https://www.kompasiana.com/dwiki/55000e1ba33311e07250f8dc/fungsi-tag-dalam-postingan> (diakses pada 22 Desember 2021, pukul 16.42 WIB).

Dari temuan tersebut dapat ditarik sebagai salah satu bentuk komodifikasi berikutnya yang dilakukan *Akurat.co*. Redaksi melakukan eksplorasi informasi untuk diberitakan dari berbagai *angle*. Artikel mengenai Hana Hanifah dan prostitusinya ini pun dapat ditemui di berbagai kanal yang dimiliki *Akurat.co*, mulai dari News, Ekonomi, Hiburan, Gaya Hidup, hingga Iptek, terkecuali kanal Rahmah yang membahas seputar keislaman. Kemudian, mengacu pada topik-topik artikel mengenai prostitusi Hana Hanifah, terdapat repetisi materi. Di mana terdapat pengulangan ide dengan materi genre beraroma sensasional.¹¹

5. Temuan data statistik

Melalui pemberitaan mengenai Hana Hanifah dan dugaan prostitusinya, *Akurat.co* pun turut mendapatkan keuntungan pasti berupa peningkatan *traffic*.

Gambar 4. Statistik *traffic* pembaca 13-21 Juli 2020 di *Akurat.co*



Sumber: Dokumen *Akurat.co*

Berdasarkan data yang peneliti dapatkan, terjadi kenaikan jumlah pembaca pada 13 Juli 2020. Bila dipresentasikan, jumlahnya naik hingga 20%. Pada hari selanjutnya, kurva jumlah pembaca terus meningkat ke 60%, dan

¹¹ Syaiful Halim. *Postkomodifikasi Media* (Yogyakarta, Jalasutra: 2013) h. 51.

puncaknya pada 15 Juli yang menyentuh 75%. Selanjutnya kurva melandai dan mengalami penurunan pada 24 Juli 2021. Dalam rentan waktu satu minggu, *Akurat.co* berhasil menjaring 12,2 juta lebih pembaca.

Gambar 5. Statistik *traffic* pembaca 13-21 Juli 2020 di *Akurat.co*



Sumber: Dokumen *Akurat.co*

Data statistik tersebut menjadi data penguat sekaligus bukti bahwa konten-konten mengenai Hana Hanifah memang memberi dampak bagi *Akurat.co*, khususnya mengenai *awareness*. Keuntungan yang didapat *Akurat.co* bukan hanya sekadar *traffic*, tapi lebih dari itu, yakni finansial. Berawal dari *traffic* tinggi yang dimiliki, media khususnya *Akurat.co* akan lebih mudah mendapat klien yang hendak beriklan.

D. Kesimpulan

Pada konten pemberitaan prostitusi *online* Hana Hanifah periode 13-21 Juli 2020 ditemukan adanya praktik komodifikasi isi yang dilakukan oleh *Akurat.co*. Bentuk komodifikasi tersebut terjadi dengan mengolah informasi atau fakta sedemikian rupa sesuai dengan kebutuhan produksi berita. Informasi tersebut ialah fakta-fakta dari perkembangan kasus prostitusi *online*

yang melibatkan *public figure* Hana Hanifah. Dari temuan informasi yang didapat redaksi, selanjutnya diolah menjadi sebuah berita yang terdiri atas judul, isi, dan visual berita.

Ke-69 berita yang diproduksi *Akurat.co* dikemas dengan bumbu sensasional dan bombastis. Niat awal *Akurat.co* untuk memberikan edukasi dan melawan prostitusi, justru terjebak pada praktik komodifikasi yang mengubah barang/jasa bernilai guna menjadi suatu komoditi. Manifestasi komodifikasi konten ini terjadi dengan adanya pertukaran fungsi berita yang digunakan sebagai alat edukasi dan perlawanan terhadap prostitusi, justru beralih menjadi konten yang digunakan untuk meningkatkan dan mempertahankan *traffic*.

Konten pemberitaan yang awalnya fokus pada peristiwa penangkapan prostitusi *online*, berubah menjadi topik yang disebut Jean Baudrillard sebagai kecabulan informasi. Di mana *Akurat.co* mulai membahas kehidupan pribadi Hana Hanifah ke dalam artikel dengan *angle* tertentu untuk mendatangkan pembaca. Berkaitan dengan komodifikasi isi yang dilakukan, *Akurat.co* turut 'mengeksplorasi' *public figure* Hana Hanifah melalui informasi pribadi, foto, serta nama Hana Hanifah untuk mendatangkan pembaca.

Praktik komodifikasi konten pun berhasil dilakukan *Akurat.co*. Pada periode tersebut, *Akurat.co* mendapat peningkatan *traffic*. Jumlah *traffic* yang tinggi ini menjadi aset bagi *Akurat.co* agar klien/pengiklan tertarik bekerjasama dengan media yang memiliki *tagline* Cepat, Tepat, Benar tersebut. Tidak perlu jauh sampai ke tawar-menawar dengan klien, keuntungan pun sudah didapatkan langsung melalui *programmatic ads*. Berbeda dengan media konvensional, media online punya kelebihan untuk mendapatkan keuntungan secara langsung

melalui *views* dan klik pembaca. Sistem ini dinamakan dengan *programmatic ads*.

Konten pemberitaan prostitusi online Hana Hanifah di *Akurat.co* menjadi salah satu objek terjadinya praktik ekonomi politik media. Adanya pertukaran berita bernilai guna menjadi keuntungan dan kekuatan kontrol materi menjadi poin pentingnya.

Referensi

- Regina Saura, Mutia. 2020. *Komodifikasi Konten Berita Hoaks Ratna Sarumpaet Pada Media Online Kompas.com*. Skripsi, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Jurnalistik, UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Rinjani, Everesty. 2019. *Komodifikasi Konten Prostitusi Artis Dalam Media Sosial Instagram Hebohdotcom*. Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Ilmu Komunikasi, Universitas Bakrie, Jakarta.
- Purwatih, Intan. 2014. *Komodifikasi Konten Prostitusi Artis Dalam Media Sosial Instagram Hebohdotcom*. Skripsi, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Jurnalistik, UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Perdana, Donni Ditya. 2014. *Komodifikasi Dalam Tayangan Televisi: Kajian Terhadap Program Indonesian Idol 2014*. Tesis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi, Universitas Bengkulu.
- Wenerda, Indah. 2015. *Ekonomi Politik Vincent Mosco oleh Media Online Entertainment Kapanlagi.com*. Jurnal, Fakultas Sastra dan Budaya, Ilmu

Komunikasi, Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.

Jurnal

Dwita, Desliana. 2015. "Televisi dan Kepentingan Pemilik Modal dalam Perspektif Teori Ekonomi Politik Media". Artikel Jurnal, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Riau.

Huang, Yachuan. 2015. "Discussion on the Influence of Public Figures in the Dissemination of Public Service Advertising". Atlantis Press. Diunduh pada 05 Mei 2021 dari <https://www.atlantispress.com/proceedings/icadce-15/23826>

Perdana, Donni Ditya. 2017. "Komodifikasi Dalam Tayangan Televisi: Kajian Terhadap Program Indonesian Idol" 2014. *Jurnal Professional FIS UNIVED* Vol. 4, no. 1: 12-21.

Wenerda, Indah. 2015. "Ekonomi Politik Vincent Mosco oleh Media Online Entertainment Kapanlagi.com", Vol 3 no 1: 1-14. Artikel Jurnal, Fakultas Sastra dan Budaya, Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.

Buku

Creswell, John W. 2010. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Penerbit Bintang.

Ibrahim, Idi Subandy, dan Bachruddin Ali Akhmad. 2014. *Komunikasi & Komodifikasi*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

Halim, Syaiful. 2013. *Postkomodifikasi Media*. Yogyakarta: Jalasutra

Manzilati, Asfi. 2017. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Malang: Universitas Brawijaya Press.

Mosco, Vincent. 2009. *The Political Economy of Communication*. California: Sage Publications Inc.

Syahputra, Iswandi. 2013. *Rezim Media*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Wahyuningsih, Sri. 2013. *Metode Penelitian Studi Kasus*. Madura: UTM Press.