

MASA DEPAN TVRI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI POLITIK MEDIA

PENULIS

¹Grace Heidy Jane Amanda Wattimena, ²Udi Rusadi

ABSTRAK

Stasiun televisi publik, Televisi Republik Indonesia (TVRI), memiliki peranan penting dalam menyediakan program-program yang mendidik, menghibur dan menginformasikan perkembangan sosial, budaya ataupun kemasyarakatan. Namun, dalam era perubahan teknologi dan dinamika ekonomi politik media yang terus berkembang, pertanyaan mengenai masa depan TVRI menjadi semakin relevan. Dalam artikel ini, peneliti mendekati pertanyaan tersebut dengan memanfaatkan teori ekonomi politik media yang dikembangkan oleh Vincent Mosco. Teori ini menyoroti hubungan yang kompleks antara media, teknologi dan kekuatan politik dalam konteks ekonomi. Dengan menggunakan kerangka teoretis ini, pendekatan kualitatif dan metode studi pustaka dalam paradigma kritis, artikel ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana masa depan TVRI dapat dipahami melalui lensa ekonomi politik media. Hasil penelitian menunjukkan bahwa TVRI memerlukan aspek percepatan dalam 3 hal. Pertama, komodifikasi; TVRI sebagai lembaga penyiaran publik sudah seharusnya menyediakan jasa publik yang tidak didorong oleh motif mencari keuntungan, melainkan nilai-nilai sosial dan budaya. Kedua, spasialisasi, yakni proses mengatasi keterbatasan dalam menghadapi perubahan lanskap media dan preferensi konsumen. Ketiga, strukturasi, proses menciptakan dan memelihara struktur dan hubungan sosial melalui praktik komunikasi. TVRI perlu menjunjung independensi dan otonominya dari segala tekanan atau intervensi eksternal, serta melindungi integritas editorial dan profesionalisme.

Kata Kunci

TVRI, Ekonomi Politik Media, Vincent Mosco

ABSTRACT

The public television station, Televisi Republik Indonesia (TVRI), has an important role in providing programs that educate, entertain and inform social, cultural or community developments. However, in an era of technological change and the ever-growing dynamics of the media's political economy, questions regarding TVRI's future are becoming increasingly relevant. In this article, researchers approach this question by utilizing the political economy of media theory developed by Vincent Mosco. This theory highlights the complex relationship between media, technology and political power in an economic context. Using this theoretical framework, a qualitative approach and literature study methods in a critical paradigm, this article aims to analyze how the future of TVRI can be understood through the lens of media political economy. The research results show that TVRI needs acceleration aspects in 3 things. First, commodification; TVRI as a public broadcasting institution should provide public services that are not driven by profit motives, but rather by social and cultural values. Second, spatialization, namely the process of overcoming limitations in dealing with changes in the media landscape and consumer preferences. Third, structuration, the process of creating and maintaining social structures and relationships through communication practices. TVRI needs to uphold its independence and autonomy from all external pressure or intervention, as well as protect editorial integrity and professionalism.

Keywords

TVRI, Political Economy of Media, Vincent Mosco

AFILIASI

Prodi, Fakultas
Nama Institusi

^{1,2}Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi

¹Institut Komunikasi Dan Bisnis LSPR

²Institut Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Jakarta

Alamat Institusi

¹Jl. K.H Mas Mansyur, Kav. 35, Jakarta Pusat, DKI Jakarta - 10220

²Jl. Lenteng Agung Raya No.32, DKI Jakarta - 12610

KORESPONDENSI

Penulis
Email

Grace Heidy Jane Amanda Wattimena
grace.hjaw@lspr.edu

LICENSE



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

I. PENDAHULUAN

Televisi Republik Indonesia (TVRI) merupakan stasiun televisi publik tertua di Indonesia yang didirikan pada tahun 1962. Sebagai media publik, TVRI memiliki tanggung jawab untuk mendukung pembangunan nasional dan mengedepankan kepentingan publik. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, TVRI dihadapkan pada berbagai tantangan di tengah perubahan lanskap media yang cepat dan dinamika ekonomi politik yang terus berubah (Kaligis et al., 2021).

Dalam kajian ekonomi politik media, teori yang dikembangkan oleh Vincent Mosco menjadi penting dalam memahami hubungan antara media, teknologi dan kekuatan politik dalam konteks ekonomi. Teori ini menekankan pentingnya mempertimbangkan faktor-faktor ekonomi dan politik dalam menganalisis perkembangan stasiun televisi seperti TVRI. Dengan memanfaatkan kerangka teoretis ini, artikel ini bertujuan untuk menganalisis masa depan TVRI secara kritis dan menyeluruh.

Pada sisi lain, TVRI di era *society 5.0* menghadapi tantangan serius. *Pertama*, persaingan dengan penyiar swasta dan media digital, yang menawarkan konten yang lebih beragam, menarik, dan interaktif bagi penonton. *Kedua*, keterbatasan sumber daya, baik finansial, sumber daya manusia, maupun infrastruktur, untuk mengembangkan dan memperbarui teknologi penyiaran yang sesuai dengan perkembangan zaman. *Ketiga*, pengaruh politik dan ekonomi, yang dapat mengancam kemandirian dan integritas TVRI sebagai media publik yang netral dan profesional. *Keempat*, perubahan perilaku dan preferensi penonton, yang semakin mengandalkan teknologi informasi dan komunikasi, seperti internet, media sosial, dan aplikasi *streaming*, untuk mengakses informasi dan hiburan. Namun demikian, peluang masa depan tetaplah ada.

Dalam artikel ini, peneliti akan menunjukkan beberapa aspek penting yang relevan dengan masa depan TVRI. *Pertama*, melihat struktur kepemilikan TVRI dan bagaimana struktur tersebut dapat mempengaruhi konten yang disiarkan dan kepentingan politik atau ekonomi yang terlibat. *Kedua*, menganalisis model bisnis TVRI dan bagaimana sumber pendanaan mempengaruhi kemandirian redaksi dan kebebasan penyiaran. *Ketiga*, mengeksplorasi regulasi media yang mengatur TVRI dan bagaimana regulasi tersebut dapat mempengaruhi operasional dan konten yang disajikan. Terakhir, menganalisis konten yang disiarkan oleh TVRI dan bagaimana konten tersebut mencerminkan kepentingan politik atau ekonomi tertentu.

Dengan analisis ekonomi politik media Vincent Mosco, artikel ini berupaya untuk memberikan wawasan yang berharga mengenai masa depan TVRI. Dalam konteks perubahan teknologi dan dinamika ekonomi politik media, penting untuk memahami tantangan dan peluang yang dihadapi oleh TVRI sebagai stasiun televisi publik yang berperan penting dalam edukasi masyarakat Indonesia (Nupikso et al., 2022). Teori ekonomi politik media juga merupakan sebuah pendekatan yang mempelajari hubungan antara media, kekuasaan dan masyarakat. Teori ini menekankan bagaimana media diproduksi, didistribusikan dan dikonsumsi dalam konteks struktur sosial, politik, dan ekonomi yang ada. Teori ini juga mengkritisi bagaimana media mempengaruhi dan dipengaruhi oleh ideologi, kepentingan dan konflik yang ada di masyarakat (Sucahya, 2013).

Salah satu tokoh yang terkenal dalam teori ekonomi politik media adalah Vincent Mosco, seorang profesor sosiologi dari Universitas Queen's di Kanada. Vincent Mosco mengajukan tiga konsep utama dalam teori ekonomi politik media, yaitu komodifikasi, spasialisasi, dan strukturasi. Berikut ini adalah penjelasan singkat tentang ketiga konsep tersebut (Rachmah Istighfarin & Yuliani, 2020):

- **Komodifikasi** adalah proses mengubah barang dan jasa, termasuk media, menjadi komoditas yang memiliki nilai tukar di pasar. Komodifikasi menunjukkan bagaimana media menjadi barang dagangan yang didorong oleh motif keuntungan, bukan oleh nilai sosial atau budaya. Komodifikasi juga menunjukkan bagaimana media mempengaruhi nilai dan perilaku masyarakat, serta bagaimana masyarakat menjadi objek yang dijual kepada pengiklan melalui rating atau data.
- **Spasialisasi** adalah proses mengatasi batasan ruang dan waktu dengan menggunakan teknologi komunikasi. Spasialisasi menunjukkan bagaimana media memperluas jangkauan dan aksesibilitasnya, serta bagaimana media menciptakan ruang-ruang baru untuk komunikasi. Spasialisasi juga menunjukkan bagaimana media mempengaruhi identitas dan relasi sosial, serta bagaimana masyarakat menjadi subjek yang terhubung dan terpantau melalui jaringan atau sistem.
- **Strukturasi** adalah proses menciptakan dan mempertahankan struktur dan relasi sosial melalui praktik komunikasi. Strukturasi menunjukkan bagaimana media tunduk pada aturan dan regulasi yang dibuat oleh negara atau masyarakat. Strukturasi juga menunjukkan bagaimana media membentuk dan mempengaruhi opini dan wacana publik, serta bagaimana masyarakat menjadi agen yang berpartisipasi dan berkontribusi dalam media.

Dengan demikian, Teori Vincent berfokus pada analisis hubungan antara media, teknologi informasi, ekonomi dan politik dalam konteks kontemporer. Poin-poin kunci meliputi (Sari, 2020):

- a. Hegemoni media. Mosco menganalisis bagaimana media dapat digunakan oleh kelompok atau institusi yang memiliki kekuatan politik dan ekonomi untuk memperkuat dan mempertahankan dominasi mereka. Ia menyoroti peran media dalam menciptakan dan memperkuat hegemoni ideologi dan nilai-nilai yang mendukung kepentingan kelompok dominan.
- b. Komodifikasi media. Mosco mengamati transformasi media menjadi komoditas yang dapat diperdagangkan. Dalam konteks ini, media diperlakukan sebagai produk yang dapat dijual dan dibeli di pasar. Ia menganalisis bagaimana logika pasar dan dorongan untuk memaksimalkan keuntungan ekonomi mempengaruhi produksi, distribusi, dan konsumsi media.
- c. Konvergensi media. Mosco menyoroti konvergensi media sebagai hasil dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Ia mengamati bagaimana konvergensi teknologi dan integrasi media mempengaruhi struktur industri media, berdampak pada kekuatan politik dan membentuk dinamika ekonomi politik media.
- d. Politik informasi. Mosco menganalisis bagaimana kekuatan politik dan ekonomi mempengaruhi akses, kontrol, dan penyebaran informasi. Ia melihat bagaimana kekuatan politik memengaruhi regulasi media, kebebasan pers, dan pluralisme informasi.
- e. Transformasi teknologi. Mosco mempertimbangkan dampak perubahan teknologi terhadap ekonomi politik media. Ia menganalisis bagaimana perkembangan teknologi informasi dan komunikasi mempengaruhi struktur, produksi, dan distribusi media.

Teori Vincent Mosco memberikan kerangka analisis yang luas untuk memahami hubungan kompleks antara media, teknologi, ekonomi, dan politik. Dalam konteks ekonomi politik media, teori ini membantu kami memahami bagaimana faktor-faktor tersebut saling berinteraksi dan saling memengaruhi dalam membentuk dinamika media modern (Poti, 2019).

Penelitian terdahulu: **Pertama**, “Komodifikasi, Spasialisasi dan Strukturasi dalam Media Baru di Indonesia (Ekonomi Politik Komunikasi Vincent Mosco Pada Line Webtoon)” oleh Zera Edenzwo Subandi dan Teguh Priyo Sadono (Subandi & Sadono, 2018). Hasil penelitian ini menyatakan bahwa komodifikasi dalam LINE Webtoon terdiri atas komodifikasi konten, komodifikasi audiens dan komodifikasi pekerja. Komodifikasi konten menunjukkan bahwa audien turut serta dalam menentukan isi atau kontennya serta menunjukkan bahwa pembaca di Indonesia merupakan pembaca LINE Webtoon yang terbanyak, sehingga menjadi pasar yang sangat potensial untuk diperdagangkan pada pengiklan. Komodifikasi Pekerja terlihat pada kreator yang berkarya di Webtoon Challenge namun tidak mendapatkan bayaran sama sekali. Jika mereka ingin mendapatkan uang, mereka bisa ikut lomba “Rising Star”, namun kriteria yang diberikan sangat sulit. Akun resmi (*official account*) pun mendapatkan tanggung jawab yang cukup tinggi mulai dari konten yang harus sesuai dengan minat pasar, *deadline* setiap minggu dan minimal panel dalam setiap episodenya. Strukturasi dalam LINE Webtoon adalah LINE Webtoon merupakan pionir komik *online* pertama di Indonesia yang memiliki pembaca terbanyak. LINE Webtoon seakan sebagai hegemoni Jepang dan Korea atas Indonesia. Jepang dan Korea bekerja sama untuk menjual produk yang benar-benar laku di pasar Indonesia. Namun, Pemerintah harus benar-benar bisa mengontrol pergerakan ini agar tidak membawa dampak negatif bagi kebudayaan dan moral Bangsa Indonesia.

Kedua, “Industri Religi Pada Media Online: Penerapan Teori Ekonomi Politik Vincent Moscow (Komodifikasi) pada Pemberitaan Umroh di *Tribunnews.com*”, oleh Ary Anggraeni, Eka Wenats Wuryanta (Anggraeni & Wuryanta, 2020). Dunia pers memasuki era baru, hal ini ditandai dengan berkembangnya media online. Dengan sifatnya yang *paperless*, media online lebih hemat dalam pengoperasiannya. Penelitian ini mengulas tentang fakta banyaknya berita-berita tentang ibadah umrah hampir setiap hari di berbagai media online, tanpa memberikan penjelasan tentang masalah yang hampir selalu menyertai pada saat pelaksanaan ibadah umrah. Dilihat dari sudut pandang ekonomi politik, pemberitaan umrah merupakan komoditas yang menguntungkan bagi pemilik media. Oleh karena itu, berita-berita tentang umrah terus dieksploitasi guna meningkatkan rating berita media online tersebut. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teori Ekonomi Politik Media dari Vincent Mosco (2009), dengan mengambil salah satu konsep yaitu komodifikasi. Dengan pendekatan kritis, penulis mencoba meneliti komodifikasi pemberitaan umrah pada media online *Tribunnews.com*. Disimpulkan bahwa komodifikasi berita umrah di media online *Tribunnews.com* merupakan bagian dari komodifikasi Islam. Komodifikasi dilakukan dengan banyak membuat liputan yang berisi informasi tentang umrah. Komodifikasi juga terkait dengan khalayak pembaca *Tribunnews.com* yang jumlahnya banyak sehingga menarik pengiklan untuk beriklan di *Tribunnews.com*.

Ketiga, Fenomena Ekonomi Politik Komunikasi di Indonesia (Studi kasus Komodifikasi Hijab dalam Iklan Hijab Fresh Body & Lotion Unilever)", oleh Wasvita Sari (Sari, 2020). Perubahan tren mode hijab telah berkembang pesat di Indonesia hingga akhir tahun 2017 ini. wanita berhijab kini dijadikan pasar yang menjadi target para produsen di Indonesia. Sebagai indikasinya adalah munculnya banyak produk-produk khusus untuk wanita berhijab yang sering muncul pada layar televisi. Iklan Hijab fresh merupakan iklan lotion yang menjadi salah satu contoh komodifikasi hijab yaitu menggeser nilai hijab menjadi lebih komersial untuk mendapatkan keuntungan penjualan. Fenomena ini termasuk dalam kajian teori ekonomi politik komunikasi media yang ditulis oleh Mosco dengan diindikasikan jalan masuk menuju kapitalisme dengan cara komodifikasi konten atau isi yang dilakukan media untuk mendapatkan keuntungan tinggi bagi produsen dan media. tulisan ini menggunakan metode pengamatan pada video iklan Hijab Fresh dan dianalisa dengan menggunakan teknik analisa semiotic, yaitu Teori Semiotika Charles Sanders Peirce yang akan menjelaskan makna tanda yang terkandung dalam iklan Hijab Fresh Hand&Body Lotion.

II. METODE PENELITIAN

Ekonomi politik media adalah pendekatan dalam kajian komunikasi massa yang berfokus pada hubungan antara media, ekonomi, dan politik. Pendekatan ini melihat media sebagai institusi yang tidak netral, tetapi dipengaruhi oleh kekuatan ekonomi dan politik. Oleh sebab itu, kajian ekonomi politik media merupakan pendekatan kritis yang mengkaji media massa dari perspektif hubungan antara ekonomi dan politik. Pendekatan ini melihat media sebagai industri yang beroperasi dalam konteks ekonomi dan politik tertentu, dan bahwa media dapat digunakan untuk *melanggengkan* atau menantang struktur kekuasaan yang ada (Rachmah Istighfarin & Yuliani, 2020).

Metode penelitian yang dipilih dalam penelitian ekonomi politik media disesuaikan dengan tujuan penelitian dan karakteristik fenomena yang dikaji. Penelitian bertujuan untuk mengeksplorasi fenomena media secara mendalam, maka metode kualitatif menjadi pilihan. Metode yang digunakan untuk memahami makna dan interpretasi yang diberikan didapatkan dengan studi pustaka, sehingga teknik pengumpulan data yang digunakan adalah: a) observasi. Observasi adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan pengamatan langsung terhadap suatu fenomena. Observasi dilakukan secara terstruktur atau tidak terstruktur. b) Analisis literatur dan dokumen. Analisis literatur dan dokumen melibatkan analisis terhadap dokumen-dokumen tertulis, seperti laporan, artikel atau naskah serta data-data literasi digital (Yusanto, 2020) (Fadli, 2021).

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Struktur Kepemilikan TVRI dan Masa Depan TVRI

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, TVRI merupakan lembaga penyiaran publik yang dimiliki oleh Pemerintah Pusat. Kepemilikan TVRI terdiri dari: Pemerintah Pusat: 100%. Pemerintah Pusat memiliki 100% saham TVRI. Kepemilikan ini dipegang oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo). Pemerintah Daerah tidak memiliki kepemilikan saham di TVRI. Demikian pula Swasta, tidak memiliki kepemilikan saham di TVRI (Diharyo & Sari, 2019).

Pengaruh Struktur Kepemilikan TVRI ini antara lain:

- TVRI memiliki kebebasan editorial yang terbatas. Pemerintah Pusat dapat mempengaruhi konten siaran TVRI melalui kebijakan-kebijakannya.
- TVRI dapat menjadi sarana propaganda pemerintah. Pemerintah Pusat dapat menggunakan TVRI untuk mempromosikan kebijakan-kebijakannya atau untuk menyerang lawan-lawannya.
- TVRI dapat menjadi alat untuk melegitimasi kekuasaan pemerintah. TVRI dapat digunakan untuk menciptakan citra positif pemerintah di mata masyarakat (Nupikso et al., 2022).

Struktur kepemilikan TVRI yang sepenuhnya dimiliki oleh Pemerintah Pusat telah menjadi perdebatan selama beberapa tahun terakhir. Beberapa pihak berpendapat bahwa struktur kepemilikan ini tidak sesuai dengan prinsip-prinsip penyiaran publik yang independen dan tidak memihak.

Namun demikian, Pemerintah Indonesia telah berkomitmen untuk meningkatkan independensi TVRI. Salah satu upaya yang dilakukan adalah dengan membentuk Dewan Pengawas TVRI yang terdiri dari tokoh-tokoh independen. Dewan Pengawas TVRI memiliki kewenangan untuk mengawasi kinerja TVRI dan memastikan bahwa TVRI menjalankan tugasnya secara profesional dan independen. Oleh sebab itu, masa depan TVRI akan sangat ditentukan oleh komitmen pemerintah untuk meningkatkan independensi TVRI. Jika pemerintah berhasil meningkatkan independensi TVRI, maka TVRI dapat menjadi lembaga penyiaran publik yang lebih berkualitas dan dapat memenuhi harapan masyarakat.

Data terakhir yang didapatkan peneliti, TVRI dikelola oleh Dewan Pengawas dan Direksi yang diangkat oleh Menteri Komunikasi dan Informatika. Dewan Pengawas terdiri dari 11 orang, yang terdiri dari 3 orang dari unsur pemerintah, 3 orang dari unsur masyarakat, dan 5 orang dari unsur profesional. Direksi terdiri dari 5 orang, yang terdiri dari 1 orang direktur utama, 2 orang direktur program, dan 2 orang direktur operasional (Kustiawan et al., 2022).

Sebagai lembaga penyiaran publik, TVRI memiliki tugas untuk memberikan informasi, pendidikan dan hiburan bagi masyarakat. TVRI juga memiliki tugas untuk mewakili kepentingan bangsa dan negara. Di lain pihak, Pemerintah Republik Indonesia memiliki pengaruh yang signifikan terhadap TVRI. Pemerintah memiliki hak untuk mengangkat Dewan Pengawas dan Direksi TVRI. Pemerintah juga memiliki hak untuk memberikan anggaran kepada TVRI. Hal ini berdampak pada konten program TVRI. Pemerintah dapat mengarahkan TVRI untuk menayangkan program-program tertentu, atau untuk menghindari menayangkan program-program tertentu (Diharyo & Sari, 2019).

Dengan menyimak deskripsi tersebut, masa depan TVRI masih belum jelas. TVRI menghadapi berbagai tantangan, termasuk:

- Persaingan dari media swasta
- Perubahan teknologi penyiaran
- Perubahan perilaku masyarakat

Untuk itu, TVRI perlu melakukan berbagai upaya untuk menghadapi tantangan-tantangan tersebut. TVRI perlu meningkatkan kualitas programnya, agar dapat bersaing dengan media swasta. TVRI juga perlu memanfaatkan teknologi penyiaran yang baru, agar dapat tetap relevan dengan perkembangan zaman. TVRI juga perlu meningkatkan kedekatannya dengan masyarakat, agar dapat mewakili kepentingan bangsa dan negara. Kementerian Komunikasi dan Informatika merupakan pemegang saham mayoritas TVRI, harus bertanggung jawab atas pengelolaan TVRI dan memastikan agar TVRI dapat menjalankan fungsinya sebagai lembaga penyiaran publik.

Sejak era reformasi, TVRI memang terus menghadapi persaingan yang semakin ketat dari lembaga penyiaran swasta sampai pada kesulitan untuk mendapatkan sumber daya yang memadai.

Untuk menghadapi tantangan tersebut, TVRI perlu melakukan berbagai inovasi dan reformasi. TVRI perlu memperkuat kontennya untuk menarik pemirsa. TVRI juga perlu meningkatkan efisiensi dan efektivitas pengelolaannya.

Upaya yang sudah dilakukan TVRI sebenarnya sudah ditempuh melalui beberapa langkah sebagai berikut:

- 1) Meningkatkan kualitas konten, dengan upaya menerapkan standar jurnalisme yang tinggi, mendatangkan talenta-talenta terbaik serta melakukan investasi dalam teknologi.
- 2) Meningkatkan efisiensi dan efektivitas pengelolaan. Dalam hal manajemen perubahan TVRI belum menunjukkan “lompatan” efisiensi dan efektivitas pengelolaan, antara lain: melakukan restrukturisasi organisasi, menerapkan teknologi informasi serta meningkatkan profesionalisme pegawai.
- 3) Mengembangkan model bisnis yang berkelanjutan. TVRI perlu mengembangkan model bisnis yang berkelanjutan agar dapat bertahan di masa depan. TVRI dapat melakukan berbagai upaya untuk mengembangkan model bisnis yang berkelanjutan, antara lain: mengembangkan konten digital, mencari sumber pendanaan baru dan mampu meningkatkan kerja sama dengan pihak swasta.

Dengan melakukan berbagai langkah tersebut, TVRI dapat meningkatkan masa depannya dan tetap menjadi salah satu lembaga penyiaran publik terkemuka di Indonesia. Potensi ini masih terbuka lebar. Faktor yang paling menentukan adalah kemandirian. Kemandirian redaksi dan kebebasan penyiaran TVRI dapat terancam jika pemerintah menggunakan pendanaan tersebut untuk melakukan intervensi terhadap konten siaran. Pemerintah dapat menggunakan pengaruhnya untuk menekan redaksi TVRI agar menyiarkan konten yang sesuai dengan kepentingan pemerintah.

Untuk menjaga kemandirian redaksi dan kebebasan penyiaran, TVRI perlu menerapkan mekanisme yang dapat melindungi redaksi dari intervensi pemerintah. Mekanisme tersebut dapat berupa:

- a) Pemisahan manajemen dan redaksi
- b) Penerapan kode etik jurnalistik
- c) Pembentukan dewan pengawas independen

Untuk meningkatkan kemandirian redaksi dan kebebasan penyiaran TVRI, dapat dilakukan dengan:

- 1) Memperkuat independensi redaksi

TVRI perlu memperkuat independensi redaksi dengan memisahkan manajemen dan redaksi. Manajemen TVRI bertanggung jawab atas hal-hal yang bersifat administratif dan teknis, sedangkan redaksi bertanggung jawab atas konten siaran.

- 2) Meningkatkan profesionalisme redaksi
TVRI perlu meningkatkan profesionalisme redaksi dengan menerapkan kode etik jurnalistik dan memberikan pelatihan jurnalistik yang berkelanjutan.
- 3) Meningkatkan transparansi pengelolaan TVRI
TVRI perlu meningkatkan transparansi pengelolaannya dengan memberikan informasi yang lengkap kepada publik tentang anggaran, kebijakan, dan SDM.

Dengan menerapkan rekomendasi-rekomendasi tersebut, TVRI dapat meningkatkan kemandirian redaksi dan kebebasan penyiaran. Hal ini penting untuk memastikan agar TVRI dapat menjalankan fungsinya sebagai lembaga penyiaran publik yang independen dan bebas dari intervensi pihak manapun.

Di lihat dari sisi model bisnis, TVRI tetap didasarkan pada pendanaan dari pemerintah. Dalam perkembangannya, pendapatan TVRI juga berasal dari iklan dan sumber lain, misalnya sewa gedung atau penjualan produk. Dominasi pemerintah ini, memperlebar potensi bahwa pemerintah dapat menggunakan pendanaannya untuk menekan TVRI agar tidak menyiarkan konten yang kritis terhadap pemerintah.

Pendapatan dari iklan juga dapat menimbulkan potensi konflik kepentingan. Iklan-iklan yang ditayangkan di TVRI dapat mempengaruhi konten yang disiarkan. Iklan-iklan tersebut dapat mendorong TVRI untuk menyiarkan konten yang menguntungkan bagi pengiklan. Untuk itu, dalam menjaga kemandirian redaksi dan kebebasan penyiaran, TVRI perlu melakukan berbagai upaya, antara lain:

- a) Meningkatkan transparansi dan akuntabilitas pengelolaan keuangan. TVRI perlu meningkatkan transparansi dan akuntabilitas pengelolaan keuangannya agar masyarakat dapat mengetahui sumber pendanaan TVRI dan penggunaannya.
- b) Memperkuat profesionalisme jurnalis. TVRI perlu memperkuat profesionalisme jurnalis agar jurnalis TVRI dapat bekerja secara independen dan bebas dari pengaruh kepentingan politik atau ekonomi.
- c) Mengembangkan sistem pengawasan internal. TVRI perlu mengembangkan sistem pengawasan internal yang kuat untuk mencegah terjadinya penyimpangan dalam pengelolaan keuangan dan konten.

Dengan melakukan berbagai upaya tersebut, TVRI dapat menjaga kemandirian redaksi dan kebebasan penyiaran agar dapat menjalankan fungsinya sebagai lembaga penyiaran publik yang independen dan tidak memihak. Berikut adalah beberapa langkah yang dapat dilakukan oleh TVRI untuk meningkatkan kemandirian redaksi dan kebebasan penyiaran:

- 1) Meningkatkan proporsi pendanaan dari sumber lain. TVRI dapat meningkatkan proporsi pendanaan dari sumber lain, seperti iklan atau penjualan produk. Hal ini dapat mengurangi ketergantungan TVRI pada pendanaan dari pemerintah.
- 2) Meningkatkan pelibatan masyarakat dalam pengelolaan TVRI. TVRI dapat meningkatkan pelibatan masyarakat dalam pengelolaannya. Hal ini dapat membantu TVRI untuk menjaga independensinya dari pengaruh kepentingan politik atau ekonomi.
- 3) Mengembangkan regulasi yang melindungi kemandirian redaksi dan kebebasan penyiaran. Pemerintah perlu mengembangkan regulasi yang melindungi kemandirian redaksi dan kebebasan penyiaran. Regulasi ini dapat membantu TVRI untuk menjalankan fungsinya sebagai lembaga penyiaran publik yang independen dan tidak memihak.

3.2 Manajemen Konten Program TVRI

Iklan merupakan sumber pendapatan terbesar kedua TVRI setelah anggaran pemerintah. TVRI dapat menayangkan iklan sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh pemerintah. Untuk itu, TVRI seyogianya memperkuat kemandirian redaksi dan kebebasan penyiarannya, dengan:

- a) Meningkatkan transparansi dan akuntabilitas. TVRI perlu memberikan informasi yang jelas tentang sumber pendanaan dan penggunaan dananya. Informasi ini dapat dipublikasikan melalui website TVRI atau melalui laporan tahunan.
- b) Menciptakan iklim kerja yang independen. TVRI perlu menciptakan iklim kerja yang independen bagi redaksinya. Iklim kerja yang independen dapat diwujudkan dengan memberikan otonomi kepada redaksi dalam menentukan konten yang akan disiarkan.

- c) Memberikan pelatihan jurnalistik. TVRI perlu memberikan pelatihan jurnalistik kepada stafnya. Pelatihan ini dapat membantu staf TVRI untuk memahami standar jurnalisme yang tinggi dan untuk mengembangkan keterampilan jurnalistik mereka.

Dengan melakukan berbagai langkah tersebut, TVRI dapat memperkuat kemandirian redaksi dan kebebasan penyiarannya. Hal ini dapat membantu TVRI untuk menjalankan fungsinya sebagai lembaga penyiaran publik yang independen dan bebas dari intervensi.

TVRI sebenarnya sudah menyajikan berbagai macam konten yang cukup variatif dan kreatif, yang dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori utama, yaitu:

- 1) Informasi. Konten informasi TVRI meliputi berita, laporan, dokumenter dan program-program edukasi. Konten informasi TVRI bertujuan untuk memberikan informasi yang akurat dan terkini kepada masyarakat.
- 2) Hiburan. Konten hiburan TVRI meliputi sinetron, komedi, musik dan olahraga. Konten hiburan TVRI bertujuan untuk memberikan hiburan dan rekreasi kepada masyarakat.
- 3) Pemberdayaan. Konten pemberdayaan TVRI meliputi program-program yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat, seperti program pemberdayaan ekonomi, pendidikan dan kesehatan. Konten pemberdayaan TVRI bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

TVRI juga menyajikan konten-konten khusus untuk target audien tertentu, seperti konten untuk anak-anak, konten untuk remaja, dan konten untuk orang tua. TVRI juga telah berupaya untuk meningkatkan kualitas kontennya agar dapat memenuhi kebutuhan dan minat masyarakat. TVRI juga terus mengembangkan konten-konten baru yang inovatif dan menarik, misalnya program Pendidikan, program dokumenter (berbagai program dokumenter, baik tentang Indonesia maupun tentang dunia internasional), program olahraga (baik lokal maupun internasional), program budaya (baik tentang budaya Indonesia maupun tentang budaya dunia), program keagamaan (baik untuk umat Islam, umat Kristen, umat Katolik, umat Hindu, maupun umat Buddha). Program-program ini menemui tantangan yang cukup berat dari konten-konten media sosial yang lebih agresif menunjukkan sensasi. Selain konten-konten tersebut, TVRI juga menyajikan berbagai konten lain, seperti program dokumenter sejarah, program drama, program musik dan program film, meskipun langkah ini harus berkompetisi tinggi dengan media sosial.

Pada persoalan digitalisasi, TVRI sebenarnya juga memiliki berbagai kanal digital, seperti TVRI Plus, TVRI Media Hub, dan TVRI Official YouTube Channel. Kanal-kanal digital TVRI menyajikan berbagai konten, termasuk berita, dokumenter, program anak-anak dan program hiburan.

3.3 Kepentingan Politik TVRI

Tidak dapat dipungkiri bahwa masih terdapat kepentingan politik TVRI adalah untuk mendukung kepentingan pemerintah. TVRI diharapkan dapat menjadi alat propaganda pemerintah untuk menyebarkan informasi dan nilai-nilai yang sesuai dengan kepentingan pemerintah. Dalam hal ini, TVRI dapat menyajikan konten-konten yang mendukung kebijakan pemerintah, seperti program-program berita yang menyoroti keberhasilan pemerintah atau program-program pendidikan yang menanamkan nilai-nilai yang sesuai dengan ideologi pemerintah.

Kemasan bahasa untuk mendukung kebijakan pemerintah dan untuk memperkuat persatuan dan kesatuan bangsa dapat dijalankan dengan menyiarkan program-program yang mendukung pemerintah, seperti program berita, dokumenter dan *talk show*.

Berdasarkan hal-hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa TVRI memiliki kepentingan politik dan ekonomi. Kepentingan politik TVRI dapat dipengaruhi oleh pemerintah, sedangkan kepentingan ekonomi TVRI dapat dipengaruhi oleh pihak-pihak yang memiliki kepentingan ekonomi. Untuk menghindari intervensi politik dan ekonomi terhadap kontennya, TVRI perlu memperkuat kemandirian redaksinya. TVRI perlu menciptakan iklim kerja yang independen bagi redaksinya dan memberikan otonomi kepada redaksi dalam menentukan konten yang akan disiarkan. Selain itu, TVRI juga perlu meningkatkan transparansi dan akuntabilitasnya. TVRI perlu memberikan informasi yang jelas tentang sumber pendanaan dan penggunaan dananya. Hal ini dapat membantu masyarakat untuk mengawasi kinerja TVRI dan mencegah terjadinya penyalahgunaan kekuasaan.

Bagaimanapun juga peluang TVRI untuk menegakkan supremasinya mencapai “terdepan” tetap ada. Adapun peluang yang dapat dimanfaatkan TVRI di era *society 5.0* antara lain adalah:

- a) Pemanfaatan teknologi canggih, seperti kecerdasan buatan, internet of things, dan robotika, untuk meningkatkan kualitas dan efisiensi produksi dan penyiaran program TVRI, serta untuk menciptakan konten yang lebih inovatif, kreatif, dan edukatif.
- b) Peningkatan aksesibilitas dan interaktivitas dengan penonton, melalui pengembangan platform digital, seperti situs web, media sosial, dan aplikasi *mobile*, yang dapat menyajikan konten TVRI secara *online*, *on demand*, dan *multiplatform* (Nupikso et al., 2022).
- c) Penguatan peran dan fungsi TVRI sebagai media publik, yang dapat memberikan informasi yang akurat, objektif, dan berimbang, serta mengedukasi, menghibur, dan menginspirasi masyarakat, khususnya dalam menghadapi berbagai isu sosial, seperti kemiskinan, ketimpangan, lingkungan, kesehatan, dan pendidikan.
- d) Kolaborasi dengan berbagai pihak, seperti pemerintah, swasta, akademisi, komunitas, dan masyarakat, untuk mendukung pengembangan dan pemberdayaan TVRI, serta untuk menciptakan sinergi dan dampak positif bagi pembangunan nasional.

IV. KESIMPULAN

TVRI telah melakukan berbagai upaya untuk mengembangkan kontennya. TVRI telah meningkatkan kualitas konten informasinya dengan menghadirkan program-program berita yang lebih mendalam dan informatif. TVRI juga telah mengembangkan konten pendidikannya dengan menghadirkan program-program edukatif yang lebih menarik dan relevan dengan kebutuhan masyarakat. Selain itu, TVRI juga telah mengembangkan konten hiburannya dengan menghadirkan program-program drama, komedi, musik, dan olahraga yang lebih berkualitas. TVRI juga telah meningkatkan produksi konten digitalnya untuk menjangkau pemirsa yang lebih luas.

TVRI (Televisi Republik Indonesia) merupakan stasiun televisi publik tertua dan satu-satunya di Indonesia. Didirikan pada tahun 1962 dan telah menayangkan berbagai program pendidikan, informasi, hiburan dan budaya. Namun, TVRI menghadapi banyak tantangan dan ketidakpastian di masa depan, terutama dari segi ekonomi politik. Berikut beberapa permasalahan yang perlu dibenahi TVRI berdasarkan teori ekonomi politik media Vincent Mosco:

- 1) Komodifikasi. Proses transformasi barang dan jasa beserta nilai guna menjadi komoditas yang memiliki nilai tukar di pasar. TVRI sebagai lembaga penyiaran publik sudah seharusnya menyediakan barang dan jasa publik yang tidak didorong oleh motif mencari keuntungan, melainkan nilai-nilai sosial dan budaya. Di sisi lain, TVRI juga bersaing dengan lembaga penyiaran komersial lainnya yang dimiliki oleh perusahaan swasta atau elit politik. TVRI perlu menemukan keseimbangan antara memenuhi mandat pelayanan publik dan menghasilkan pendapatan yang cukup untuk mempertahankan operasional dan pengembangannya. TVRI juga perlu menghindari pengaruh kepentingan sponsor, pengiklan atau pendukung politik, yang mungkin menuntut konten atau kebijakan editorial edukatif yang menguntungkan.
- 2) Spasialisasi, yakni proses mengatasi keterbatasan ruang dan waktu dengan menggunakan teknologi komunikasi. TVRI sebagai lembaga penyiaran nasional mempunyai potensi menjangkau khalayak luas dan beragam di seluruh nusantara. Namun, TVRI juga menghadapi tantangan untuk beradaptasi dengan perubahan lanskap media dan preferensi konsumen. TVRI perlu memanfaatkan teknologi dan platform baru, seperti media digital, online dan sosial, yang dapat meningkatkan aksesibilitas dan interaktivitasnya. TVRI juga perlu memenuhi kebutuhan dan kepentingan berbagai daerah, budaya dan komunitas, dengan memproduksi lebih banyak konten dan program lokal dan regional.
- 3) Strukturasi. Ini adalah proses menciptakan dan memelihara struktur dan hubungan sosial melalui praktik komunikasi. TVRI sebagai lembaga publik tunduk pada peraturan negara dan masyarakat, namun TVRI juga mempunyai kekuasaan dan tanggung jawab untuk membentuk dan mempengaruhi opini melalui kemasan konstruktivitas wacana masyarakat. Oleh karena itu, TVRI perlu menjunjung independensi dan otonominya dari segala tekanan atau intervensi eksternal, serta melindungi integritas editorial dan profesionalismenya. TVRI juga perlu mempromosikan nilai-nilai demokrasi, keberagaman dan dialog, serta mendorong partisipasi, pemberdayaan masyarakat, aspirasi khalayak di bidang media.

REFERENSI

- Anggraeni, A., & Wuryanta, E. W. (2020). Industri Religi Pada Media Online. *Communications*, 2(2), 61–73. <https://doi.org/10.21009/communications.2.2.4>
- Diharyo, J., & Sari, W. P. (2019). Eksistensi LPP TVRI Dalam Industri Penyiaran. *Prologia*, 3(1), 162. <https://doi.org/10.24912/pr.v3i1.6234>
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *HUMANIKA*, 21(1). <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Kaligis, R. A. W., Sofiyani, N., & Clara, C. (2021). Implementasi Misi Televisi Republik Indonesia: Antara Tanggung Jawab Sosial dan Kompetisi Media. *Jurnal Kajian Jurnalisme*, 5(1), 64. <https://doi.org/10.24198/jkj.v5i1.31893>
- Kustiawan, W., Matondang, R. F., Alfina, S., & ... (2022). TVRI TV Station Broadcasting Management. *Dan Bisnis Digital*, 1(2), 307–312. <https://jurnal.unived.ac.id/index.php/jambd/article/view/2587%0Ahttps://jurnal.unived.ac.id/index.php/jambd/article/download/2587/2156>
- Nupikso, D., Riset Kebijakan Publik -Badan Riset dan Inovasi Nasional, P., Riset Kemasyarakatan dan Kebudayaan -Badan Riset dan Inovasi Nasional, P., Gatot Subroto No, J., Barat, K., Mampang Prapatan, K., Jakarta Selatan, K., & Jakarta, D. (2022). Peluang dan Hambatan TVRI Sebagai Penyelenggara Multiplexing Opportunities and Obstacles of TVRI as a Multiplexing Operator. *Jurnal_Pekommas_Vol._7_No.*, 2, 195–206.
- Poti, J. (2019). Ekonomi Politik, Media Dan Ruang Publik. *Semiotika*, 13(2), 200–206. <http://journal.ubm.ac.id/>
- Rachmah Istighfarin, F., & Yuliani, M. (2020). *Komodifikasi Keberpihakan Politik Media (Analisa Ekonomi-Politik MNC Media Group) Commodification of Media Political Partnership (Political Economic Analysis of MNC Media Group)*. 3(3), 149–158.
- Sari, W. (2020). Fenomena Ekonomi Politik Komunikasi di Indonesia. *Jurnal Penelitian Pers Dan Komunikasi Pembangunan*, 24(1), 1–11. <https://doi.org/10.46426/jp2kp.v24i1.111>
- Subandi, Z. E., & Sadono, T. P. (2018). KOMODIFIKASI, SPASIALISASI, DAN STRUKTURASI DALAM MEDIA BARU DI INDONESIA (Ekonomi Politik Komunikasi Vincent Mosco Pada Line Webtoon). *National Conference of Creative Industry, September*, 5–6. <https://doi.org/10.30813/ncci.v0i0.1297>
- Sucahya, M. (2013). Ruang Publik dan Ekonomi Politik Media. *Jurnal Komunikasi*, 2(3), 15–23.
- Yusanto, Y. (2020). Ragam Pendekatan Penelitian Kualitatif. *JOURNAL OF SCIENTIFIC COMMUNICATION (JSC)*, 1(1). <https://doi.org/10.31506/jsc.v1i1.7764>