

**PRAKTIK EKONOMI POLITIK MEDIA PADA ACARA
PERNIKAHAN ATTA HALILINTAR DAN AUREL
HERMANSYAH**

¹Muhammad Ridwan Syahputra

¹Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Email: muhammadridwansy495@gmail.com

ABSTRACT

The YouTube digital platform is loved by the public, especially young people. Utilized by channel owners to produce videos according to their wishes and then upload them. There are not even a few who do live streaming, one of which is the famous Indonesian Youtuber, Atta Halilintar. A YouTube channel that actively shares his daily life like playing games, a day in my life and now he is live streaming when he married Aurel Hermansyah who is also a celebrity. The main objective of this article is to look at the commodification of politics and the media economy related to the issue of President Jokowi's presence at the wedding of famous YouTubers in Indonesia, namely Atta Halilintar and Aurel Hermansyah. To see the commodification, the writer uses the commodification theory proposed by Vincent Moscow.

Keywords: *Commodification, YouTube, Atta Halilintar*

ABSTRAK

*Platform digital YouTube yang digandrungi masyarakat terutama anak muda. Dimanfaatkan oleh pemilik kanala untuk memproduksi video sesuai dengan keinginan mereka kemudian mengunggahnya. Bahkan tak sedikit yang melakukan *live streaming* salah satunya yakni Youtuber terkenal Indonesia, Atta Halilintar. Kanal youtube yang aktif membagikan keseharian dirinya seperti saat bermain *game*, *a day in my life* dan kini ia melakukan *live streaming* saat dirinya menikah dengan aurel Hermansyah yang juga seorang selebriti. Tujuan utama dari artikel melihat komodifikasi politik serta ekonomi media yang berhubungan dengan masalah kehadiran Presiden Jokowi ke pernikahan Youtuber terkenal di Indonesia yaitu Atta Halilintar dan Aurel Hermansyah. Untuk melihat komodifikasi tersebut penulis menggunakan teori Komodifikasi yang diusung oleh Vincent Moscow.*

Kata Kunci: *Komodifikasi, YouTube, Atta Halilintar*

PENDAHULUAN

Jumlah channel televisi yang masuk ke Indonesia telah berkembang sangat pesat. Lebih banyak stasiun televisi, juga meningkatkan produksi acara televisi. Infotainment adalah salah satu tayangan televisi yang merupakan alternatif dari program-program. Televisi adalah milik budaya industri kapitalis yang pada dasarnya hanya mencari keuntungan. Akan tetapi, eksistensi televisi sudah kalah saing dengan kehadiran media sosial, salah satunya YouTube. *Platform digital* yang digandrungi masyarakat terutama anak muda. Hal ini dikarenakan melalui platform tersebut si pemilik kanal dapat memproduksi video sesuai dengan keinginan mereka kemudian mengunggahnya. Bahkan tak sedikit yang melakukan *live streaming* salah satunya yakni Youtuber terkenal Indonesia, Atta Halilintar. Kanal youtube yang aktif membagikan keseharian dirinya seperti saat bermain *game*, *a day in my life* dan kini ia melakukan *live streaming* saat dirinya menikah dengan Aurel Hermansyah yang juga seorang selebriti. Tujuan utama dari artikel melihat komodifikasi politik serta ekonomi media yang berhubungan dengan masalah kehadiran Presiden Jokowi ke pernikahan Youtuber terkenal di Indonesia yaitu Atta Halilintar dan Aurel Hermansyah.

METODE

Untuk melihat komodifikasi politik serta ekonomi media pada pernikahan Youtuber terkenal di Indonesia yaitu Atta Halilintar dan Aurel Hermansyah yang menghadirkan Presiden Joko Widodo, penulis menggunakan teori Vincent Moscovici yang menjelaskan tentang komodifikasi. Ketika pesan yang disampaikan melalui media mempengaruhi khalayakMassa, sehingga sangat mungkin mengalami penjualan produk dan jasa Sebuah perbaikan Media massa dapat menyebarkan dan memperkuat sistem ekonomidalam kebijakan terpisah dan seringkali bersaing dengan sistem ekonomi dan politikKedua Namun, yang tidak bisa diabaikan adalah pemiliknyamedia massa memiliki efek tidak langsung pada kegiatan ideologis disimpan oleh media.Menurut Vincent Mosco (2009), komersialisasi adalah proses perubahanBarang dan jasa, termasuk komunikasi, yang nilai gunanya menjadi komoditiyang dievaluasi berdasarkan apa yang mereka tawarkan di pasar³. Dalam ekonomi politikMarxis, komersialisasi adalah ketika sesuatu tidak dilihat nilai ekonominya, seperti identitas, ide atau gender. Moscovici (Moscovici dalam Halim, 2012) membagi komodifikasi ke

dalam 3 kategori yakni, Komodifikasi konten, komofidikasi penonton dan komodifikasi pekerja.

TEMUAN DAN BAHASAN

Pada awal tahun 2021, media dihebohkan dengan berita yang sedang berkembang di masyarakat Indonesia, yaitu acara pernikahan Atta Halilintar dan Aurel Hermansyah. Beberapa hari terakhir, pernikahan Aurel Hermansyah dan Atta Halilintar menjadi perbincangan hangat publik. Tak hanya prosesi lamaran, namun prosesi akad nikah yang dihadiri langsung oleh Presiden Joko Widodo dan Menteri Pertahanan Prabowo sebagai saksi nikah, juga disiarkan langsung oleh beberapa stasiun televisi nasional. Maka banyak orang menilai jika pernikahan Atta Halilintar dan Aurel Hermansyah masuk kategori pesta pesta pernikahan yang paling viral di Indonesia. Hal ini tentu menuai tanggapan dari pihak keluarga, dibuktikan ketika Anang dan Ashanty diundang pada kanal YouTube Dapur Bincang Online. Anang dan Ashanty menjawab beberapa pertanyaan seputar kehadiran Presiden Jokowi hingga penyebutan pesta pernikahan yang bersejarah hingga viral. Tak hanya itu, Anang dan Ashanty juga membantah pernyataan jika putri kesayangan mereka dan menantunya mendapatkan privilege atau keistimewaan.

Pemberitaan tentang kehadiran Presiden Jokowi di pernikahan kedua artis terkenal di Indonesia tersebut terus menerus muncul di berbagai media. Hal ini tentu menuai polemik tentang kehadiran Presiden Joko Widodo yang seketika menjadi topik perbincangan di masyarakat luas. Sebagai informasi, Presiden Jokowi hadir sebagai saksi pihak mempelai laki-laki, Atta Halilintar. Sementara itu, Menteri Pertahanan RI Prabowo Subianto menjadi saksi dari pihak Aurel Hermansyah. Banyak masyarakat Indonesia menyayangkan perbuatan Presiden Jokowi yang memilih hadir ke acara pernikahan tersebut terlebih di tengah masa pandemi, sementara banyak sekali masalah negeri yang belum terselesaikan. Perbincangan ini semakin panas ketika akun media sosial Sekretariat Negara mengunggah foto kehadiran Jokowi di acara pernikahan Atta dan Aurel. Pernikahan artis dan youtuber terkenal, Atta dan Aurel dikategorikan sebagai pernikahan termegah di awal tahun ini. Selain menyajikan acara yang bertabur bintang mereka juga mengundang banyak sekali artis-artis top ibukota untuk memeriahkannya. Tak hanya itu, acara mereka juga disiarkan secara langsung di

televisi dan kehadiran Presiden Jokowi juga menarik perhatian publik. Tak sedikit yang menanyakan alasan kehadiran Presiden Jokowi. Ashanty pun membeberkan alasan Presiden Jokowi datang ke acara pernikahan anaknya. Hal ini diungkapkan Ashanty melalui saluran YouTube The Hermansyah A6 yang tayang pada Sabtu (10/4) lalu. Ternyata Presiden Jokowi memiliki kedekatan dengan kakak Ashanty.

Perbuatan Presiden Jokowi menghadiri pernikahan Atta Halilintar dan Aurel Hermansyah bukan merupakan perbuatan yang dapat dicontoh masyarakat terlebih di situasi Indonesia seperti saat itu. Ditambah adanya tindakan pengungkapan informasi kehadiran Jokowi di laman serta akun Twitter resmi Kementerian Sekretariat Negara perlu teguran dan tindakan penghapusan. Maka sangat wajar jika ada masyarakat yang kontra atas kehadiran Jokowi di pernikahan tersebut karena bagi seorang pemimpin seharusnya bisa membedakan hal yang prioritas sehingga waktu yang ada dapat dimanfaatkan untuk hal yang lebih besar dan penting. Tayangan seperti prosesi lamaran artis sebetulnya tidak terdapat kepentingan publik yang dominan. Padahal, jika melihat prinsipnya, suatu hal yang ditayangkan dengan frekuensi massa seperti televisi nasional wajib mengedepankan kepentingan khalayak luas.

Pernikahan tersebut dianggap kontroversial lantaran melibatkan Tokoh pemimpin utama dalam suatu negara dan adanya penyiaran pada televisi. Apabila dikaitkan dengan teori ekonomi politik media kasus diatas mengandung adanya proses pertukaran nilai guna menjadi nilai barang atau yang bisa kita sebut dengan Komodifikasi, komodifikasi dalam berita “Kehadiran Presiden Indonesia Bapak Joko Widodo pada Acara Pernikahan Atta dan Aurel” berupa komodifikasi Konten, Audiens, dan Pekerjaan.

Komodifikasi jenis Konten pada berita diatas berupa adanya pemberitahuan di media sosial bahwa Bapak Joko Widodo akan hadir pada Pernikahan Atta dan Aurel sehingga hal ini akan banyak menarik perhatian khalayak apalagi acara pernikahan ini juga akan disiarkan secara langsung di stasiun televisi dan akan membuat banyaknya iklan yang masuk karena ada banyaknya khalyak yang akan menonton. Komodifikasi jenis Audiens berupa dengan ditayangkannya acara pernikahan Atta dan Aurel pada stasiun Tv secara langsung akan menarik para penggemar Atta dan Aurel sehingga akan banyak khalayak yang menonton channel dari stasiun Tv tersebut dan akan menyebabkan

peningkatan rating dari stasiun Tv tersebut. Komodifikasi jenis pekerjaan berupa latar belakang pekerjaan Atta dan Aurel yang juga menjadi headline pada berita yakni seorang tokoh public, influencer, artis, dan youtuber besar dengan jumlah subscriber yang berjuta-juta membuat banyak peminat pada acara pernikahan mereka dan juga hadirnya Bapak Joko Widodo yang bisa dikatakan bahwa pekerjaannya dalam sebagai Presiden negara Indonesia pada acara pernikahan ini memberikan banyak pandangan terhadap masyarakat salah satunya adalah bapak Joko Widodo dianggap merakyat karena bisa menghadiri acara pernikahan dari rakyatnya sehingga citra Bapak Joko Widodo di pandangan beberapa masyarakat meningkat.

KESIMPULAN

Komodifikasi isi konten dilihat melalui pengumuman media sosial bahwa Pak Joko Widodo akan menghadiri pernikahan Atta dan Aurel, sehingga akan menarik banyak perhatian publik, apalagi jika pernikahan ini juga disiarkan. Monetisasi penonton berupa penayangan acara pernikahan Atta dan Aurel secara live di sebuah channel TV akan menarik minat para penggemar Atta dan Aurel, sehingga banyak penonton yang menonton channel di channel TV ini dan meningkatkan rating TV.

DAFTAR PUSTAKA

- Hilda Yunita Wono, & Udi Rusadi. (2021). Komodifikasi Politik dan Ekonomi Media Studi Kasus Kehadiran Jokowi di Pernikahan Atta dan Aurel. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 231–246. <https://doi.org/10.21009/COMMUNICOLOGY.022.06>
- Sanjaya, M. (2020). PRAKTIK EKONOMI POLITIK MEDIA PADA TAYANGAN LIGA INGGRIS DI TVRI. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik Dan Komunikasi Bisnis*, 4(1), 30. <https://doi.org/10.24853/pk.4.1.30-39>
- Ratmanto, T. (2005). Determinisme Teknologi dalam Teknologi Komunikasi dan Informasi. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 6(1), 43–50. <https://doi.org/10.29313/mediator.v6i1.1175>