



**KOMODIFIKASI KONTEN BERITA KEPULANGAN HABIB RIZIEQ SHIHAB (ANALISIS WACANA PEMBERITAAN DI SINDONEWS.COM)**

Ahmad Zidni Mubarak<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Mahasiswa SPS UIN Jakarta ; Email: [akhmadzidni23@gmail.com](mailto:akhmadzidni23@gmail.com)

---

**Abstract**

**Keywords:**

*(media online, economy, politic media, content commodficiaion, discourse analysis)*

*The news of the return of the leader of the Islamic Defenders Front (FPI) community organization Habib Rizieq Shihab (HRS) from Saudi Arabia has caught the attention of the Indonesian public. His return became news that did not escape the coverage of the mainstream media and online media. Sindonews.com is no exception. Departing from this, researchers are interested in knowing what the commodification of the news content of Habib Rizieq Shihab's return is like on the online media Sindonews.com and what the power relations are like in reporting on Habib Rizieq Shihab's return from Saudi Arabia. This research uses a qualitative approach with critical paradigms and instrumental case studies. The theory used is Commodification of Content from Vincent Mosco's Political Economy theory with the Discourse Analysis approach from Teun A.van Dijk. The results of the study found that Sindonews.com commodified news content with commodities such as popularity, personality, and Habib Rizieq's legal case. So that Sindonews.com managed to get a profit in the form of an increase in the numberPageviews. As for the findings of Discourse Analysis in the news, Sindonews.com tries to convey news with many angels from supporters of Habib Rizieq and incumbents. Also found journalists subjectivity in writing news. Power relations found on Sindonews.com.Newsroom has the power to determine the theme of the news and decide which news will be published.*

---

---

### *Abstrak*

---

---

#### *Kata Kunci:*

(Media Online, Ekonomi, media politik, komodifikasi konten, analisis wacana)

---

Berita kepulangan pemimpin organisasi masyarakat Front Pembela Islam (FPI) Habib Rizieq Shihab (HRS) dari Arab Saudi menjadi perhatian khalayak Indonesia. Kepulangnya menjadi berita yang tidak luput dari liputan media mainstream maupun media online. Tak terkecuali Sindonews.com. Berangkat dari hal tersebut, peneliti tertarik untuk mengetahui seperti apa Komodifikasi Isi berita kepulangan Habib Rizieq Shihab pada media online Sindonews.com dan seperti apa relasi kuasa dalam pemberitaan kepulangan Habib Rizieq Shihab dari Arab Saudi. Penelitian ini menggunakan Pendekatan Kualitatif dengan Paradigma Kritis dan Studi Kasus Instrumental. Adapaun teori yang digunakan yaitu Komodifikasi Isi dari teori Ekonomi Politik Vincent Mosco dengan pendekatan Analisis Wacana dari Teun A.van Dijk. Hasil penelitian ditemukan, Sindonews.com melakukan Komodifikasi Isi berita dengan komoditas kepopuleran, ketokohan, dan kasus hukum Habib Rizieq. Sehingga Sindonews.com berhasil memperoleh keuntungan berupa kenaikan jumlah Pageviews. Sedangkan temuan Analisis Wacana dalam berita, Sindonews.com berusaha untuk menyampaikan berita dengan banyak angel dari pendukung Habib Rizieq dan petahana. Ditemukan juga subjektivitas wartawan dalam menulis berita. Relasi kuasa yang ditemukan di Sindonews.com. Newsroom memiliki kuasa dalam menentukan tema berita dan memutuskan berita mana yang akan dipublikasikan

---

## PENDAHULUAN

Populasi media massa berbasis internet atau populer disebut media online terus bertambah, seiring dengan kenaikan jumlah pengguna internet di Indonesia. Menteri Komunikasi dan Informatika Rudiantara memperkirakan saat ini di Indonesia terdapat 43 ribu portal berita online. Namun, menurutnya jumlah media online yang telah terverifikasi Dewan Pers tidak lebih dari 100 media ( [https://kominfo.go.id/content/detail/12345/menkominfo-baru-100-portal-berita-online-terverifikasi/0/berita\\_satker](https://kominfo.go.id/content/detail/12345/menkominfo-baru-100-portal-berita-online-terverifikasi/0/berita_satker), 2020). Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mencatat ada 196,7 juta pengguna di Indonesia saat ini. Angka pengguna internet itu berdasarkan hasil survei penetrasi dan perilaku pengguna internet di Indonesia 2019-2020 (Q2) (<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20201109200200-213-567803/apjii-catat-pengguna-internet-di-ri-capai-1967-juta>, 2020). Jumlah pengguna internet di Indonesia yang terus meningkat dapat menarik pembisnis, khususnya perusahaan media untuk menggunakan internet sebagai media penyalur informasi berita.

Buat perusahaan media, konsep media online lebih mudah untuk mendatangkan keuntungan. Di samping itu, modal yang dibutuhkan untuk membuat dan mengelola media online terbilang lebih minim dibandingkan media lain, seperti media cetak. Mengandalkan peralatan kerja berupa komputer dan koneksi internet, wartawan media online dapat dengan cepat mengunggah peristiwa yang mereka liput hanya dalam hitungan menit saja. Dapat dibandingkan perbedaan efektivitas penyampaian berita pada era media online dan media konvensional, seperti media cetak (surat kabar, majalah, tabloid) yang harus melalui proses lebih panjang mulai dari pencarian dan pengumpulan informasi, penulisan berita, penyuntingan berita, sampai proses percetakan.

Hal menarik untuk diteliti dari perusahaan media yang mengelola media online adalah bagaimana mereka mendapatkan finansial. Ada beberapa cara perusahaan media dalam mendapat keuntungan, diantaranya penerimaan iklan, pendapatan sirkulasi, dukungan privat, sumbangan audiens, dan subsidi pemerintah. Para pengiklan biasanya tertarik untuk memasarkan bisnis yang mereka jalankan di media massa. Besaran tarif iklan ditentukan oleh manajemen perusahaan media yang umumnya dijalankan oleh bagian marketing. Semakin banyak pengakses media tersebut, maka semakin besar tarif iklan yang ditawarkan kepada klien (Vivian, 2008).

Pada media online, iklan ditampilkan dalam format banner digital yang terpampang di laman website media tersebut. Selain berisi informasi soal produk atau jasa yang ditawarkan, banner tersebut dapat mengantar pembaca ke dalam website si pengiklan ketika banner diklik (Vivian, 2008). Persaingan antara perusahaan media dalam menarik pengiklan sangat sengit. Sehingga mereka berlomba dalam membuat konten semenarik mungkin, tidak jarang konten yang dibuat berisi kontroversial.

Pada akhir tahun 2020, tepatnya di bulan November banyak media memberitakan akan kepulangan Muhammad Rizieq bin Hussein Shihab atau biasa dikenal dengan sebutan HRS (Habib Rizieq Shihab) ke Indonesia, dia adalah pendiri sekaligus pemimpin organisasi Front Pembela Islam (FPI). Nama beliau mulai dikenal publik luas dan sering diberitakan media ketika beliau memimpin Aksi Bela Islam yang menuntut penangkapan Basuki Tjahaja Purnama (dikenal Ahok). Ahok dianggap telah melakukan penistaan agama islam, setelah videonya viral di media sosial saat dirinya mengutip surat Al- Maidah.

HRS pada tanggal 26 April 2017 bertolak ke Arab Saudi, setelah dirinya dilaporkan tentang kasus pornografi dan penghinaan Pancasila.

Dimana beliau dilaporkan melakukan Chat mesum dengan seorang perempuan bernama Firza Husein dan dilaporkan Sukmawati Soekarnoputri atas penghinaan Pancasila. Namun, pada 16 Juni 2018 Polri mengeluarkan surat penghentian penyidikan perkara (SP3) kasus dugaan chat porno yang melibatkan Habib Rizieq Shihab dengan pertimbangan penyidik tidak menemukan sosok yang mengunduh konten chat tersebut ke internet. Sebelumnya pada 4 Mei 2018 Polda Jawa Barat juga mengeluarkan SP3 kasus dugaan pencemaran nama baik dan penistaan Pancasila yang dilakukan Habib Rizieq Shihab dengan alasan tidak cukup bukti yang kuat. Pada 4 November 2020 melalui akun Youtube Front TV, HRS mengumumkan kepulangannya ke Indonesia yang diperkirakan sampai di Indonesia 10 November 2020.

Kepulangan HRS ke Indonesia mejadi bahan yang banyak diberitakan oleh media massa tak terkecuali media online. Saat hari sampainya di Indonesia, banyak massa dari berbagai daerah datang menjemput HRS di bandara Soeta (Soekarno-Hatta). Sehingga menimbulkan kerumunan yang sangat besar di area penjemputan. Mental kerumunan secara akademik adalah bagaimana orang dapat mengadopsi perilaku tertentu berdasarkan emosi, daripada rasionalitas (Gun Gun Heryanto, 2020). Padahal saat ini Indonesia masih menghadapi pandemi covid-19. Kerumunan tersebut tidak hanya mengabaikan protokol kesehatan untuk menjaga jarak, namun juga menyebabkan kemacetan yang sangat panjang ke arah bandara dan berakibat banyak calon penumpang yang ketinggalan penerbangan. Kemudian hal tersebut menjadi kasus yang berkepanjangan karena melanggar protokol keseshatan. Hal ini tentu melanggar himbauan pemerintah untuk menghindari kerumunan di tengah pandemi. Padahal Islam Menganjurkan untuk menaati Pemimpin atau pemegang kekuasaan

selama kebijakannya tidak bertentangan dengan syariat. Sejalan dengan ayat Al-Quran surah An-nisa ayat 59.

Atas dasar itu penelitian ini menarik untuk diteliti, setidaknya karena beberapa hal; *pertama*, pemberitaan dari media online dan media mainstream memberikatakan kepulauan HRS. *kedua*, kasus hukum dugaan penghasutan dan kerumunan di Petamburan dan Megamendung. *Ketiga*, media online memberitakan pernyataan Menteri Koordinator Politik, Hukum, dan Ham (Menko Pulhukam) yang mempersilakan Masyarakat yang ingin menjemput HRS yang kemudian melahirkan pro kontra dan *miss understanding*. *Keempat*, Sndonews.com merupakan media mainstream yang terkenal dan sangat berpengaruh.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### ***Teori Ekonomi Politik Media***

Mosco mendefinisikan ekonomi politik kedalam dua jangkauan, pertama dalam arti sempit: "*Political economy is the study of the social relations, particularly the power relations, that mutually constitute the production, distribution, and consumption of resources, including communication resources.*" Ekonomi politik dalam arti sempit adalah studi mengenai relasi-relasi sosial terutama relasi kekuasaan yang saling mendasari produksi, distribusi, dan konsumsi sumber daya, termasuk sumber daya komunikasi.

Sedangkan dalam arti lebih umum dan ambisius: "*Political economy is the study of control and survival in social life.*" Ekonomi politik adalah studi mengenai kontrol dan bertahan hidup di kehidupan sosial (Vincent Misco, 2009). Kontrol yang dimaksud bagaimana masyarakat mengorganisasikan dirinya, mengatur urusannya dan beradaptasi, atau gagal dalam beradaptasi, menuju perubahan yang tidak terelakkan dihadapi semua masyarakat. Sedangkan *Survival* atau bertahan hidup diartikan bagaimana orang memproduksi apa yang bagi mereka perlu memproduksi ulang diri mereka dan untuk menjaga masyarakat mereka terus berjalan. Ekonomi

politik dapat diartikan sebagai ilmu yang mempelajari relasi kuasa dalam menentukan faktor sumber daya produksi, konsumsi, dan distribusi. Mosco mengartikan ekonomi-politik sebagai studi mengenai perubahan sosial dan transformasi sejarah.

Dalam bukunya, *The Political Economy of Communication*, Vincent Mosco merumuskan tiga strategi ekonomi politik media, yakni: komodifikasi, spesialisasi, dan strukturasi.

### ***Komodifikasi***

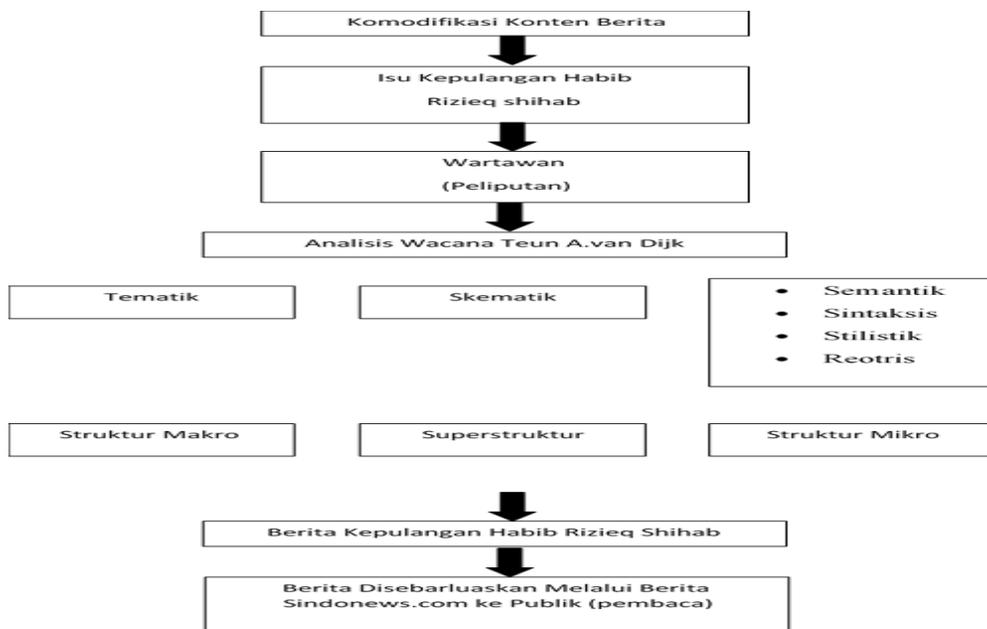
Mosco mengartikan komodifikasi: *“Commodification is the process of transforming use values into exchange values”* komodifikasi merupakan proses transformasi nilai pakai menjadi jual (Vincent Mosco, 2009). Komodifikasi diartikan sebagai proses mengubah barang dan jasa menjadi komoditas bernilai jual lebih tinggi. Praktik komodifikasi mentransformasikan produk jurnalistik yang awalnya dinilai dari fungsinya sebagai penyampai informasi, edukasi, dan hiburan menjadi produk yang bisa mendatangkan keuntungan di industri media massa.

Mosco membagi komodifikasi menjadi; isi, khalayak, dan tenaga kerja. Adapun Komodifikasi Isi, yakni *“The process of commodification involves transforming messages, ranging from bits of data to system meaning thought, into marketable products.”* Diartikan proses komodifikasi yang melibatkan perubahan pesan dan sekumpulan data ke dalam sistem makna menjadi produk-produk yang dapat dipasarkan (Mosco, 2009). Komodifikasi isi mengubah pesan dan data ke dalam makna yang dapat menghasilkan nilai jual. Untuk menarik perhatian khalayak dan pengiklan ada upaya dari perusahaan media untuk menampilkan konten yang berbeda dari produk media lainnya.

Adapun komodifikasi khalayak Media massa dibentuk dari sebuah proses dimana perusahaan-perusahaan media memproduksi khalayak dan menyerahkan kepada para pengiklan (Vincent Mosco, 2009). Perusahaan media membuat konten yang dapat menarik perhatian khalayak. Pengiklan membayar perusahaan media untuk mengakses khalayak. Oleh karena itu,

khalayak diserahkan kepada pengiklan oleh perusahaan media. Sedangkan komodifikasi tenaga kerja di mana Tenaga kerja juga dijadikan komodifikasi untuk mendatangkan keuntungan buat perusahaan media. Perusahaan lebih tertarik kepada tenaga kerja yang memiliki banyak keahlian, seperti seorang jurnalis yang bisa menulis berita sekaligus menjadi fotografer atau pengelola website dengan kemampuan baik dalam membuat desain visual dan sebagainya. Komodifikasi tenaga kerja menyangkut dua proses. Proses pertama, penggunaan sistem komunikasi dan teknologi untuk memperluas komodifikasi proses tenaga kerja, termasuk industri komunikasi, dengan menambah fleksibilitas dan pengendalian pada majikan atau pemilik. Proses kedua, ekonomi politik digambarkan sebagai proses ganda, di mana tenaga kerja dimodifikasi dalam proses menghasilkan komoditas barang dan jasa (Gun Gun Heryanto, 2018).

### Kerangka Berfikir



Gambar 1.1 Kerangka Berfikir.

## HASIL

### *Komodifikasi Konten Berita dan Relasi Kuasa*

Pada bagian ini penulis menggunakan pendekatan analisis wacana kritis model Teun A. Van Dijk. Terdapat tiga elemen dalam analisis wacana kritis Teun A. Van Dijk, yaitu teks, kognisi sosial dan analisis sosial. Pendekatan ini membantu peneliti menemukan praktik komodifikasi dan wacana yang diharapkan dari Sindonews.com.

**Berita 1** judul “Kepulauan Habib Rizieq Tak Terkait Politik tapi ini yang mungkin terjadi” tanggal berita 10 November 2020 (Jurnal *Kiswondari*)



*Gambar 2 Berita 1 di Sindonews.com*

Berita berawal dari isu kepulauan Habib Rizieq Shihab (HRS) pada hari pahlawan dengan agenda politik di Indonesia. Hal ini bersamaan dengan wacana pembentukan Masyumi Reborn dan Amien Rais merilis logo Partai Ummat pada siang harinya. Berita dengan narasumber Adi Prayitno, Direktur Pengamat Politik Indonesia (PPI), menjelaskan kepulauan HRS jelas untuk menikahkan putrinya. Terlalu jauh jika dikaitkan dengan agenda Masyumi Reborn. Adi juga menilai kepulauan HRS akan mengubah peta politik Indonesia. Karena pernyataannya kerap kali frontal dan menyerang pemerintah. Sehingga dapat menimbulkan

ketegangan politik. Salain itu Adi menilai memanasnya suhu politik tidak akan sampai menimbulkan aksi besar seperti aksi 212.

Struktur Wacana	Hal yang diamati	Temuan Hasil Penelitian
Struktur Makro	Tematik (topik yang dikedepankan dalam suatu berita)	<p>Peneliti menemukan topik yang dikedepankan <b>Kepulauan Habib Rizieq Shihab tidak ada hubungannya dengan agenda politik tertentu.</b></p> <p><i>“Menanggapi isu tersebut, Direktur Eksekutif Parameter Politik Indonesia (PPI), Adi Prayitno menilai bahwa terlalu jauh jika kepulauan imam besar Front Pembela Islam (FPI) itu dengan agenda Masyumi Reborn.”</i></p>
Superstruktur	Skematik (bagaimana bagian dan urutan berita diskemakan dalam teks berita utuh)	<p>Skema berita yang dibuat:</p> <p><i>Pertama</i>, kepulauan HRS tidak ada hubungannya dengan agenda politik.</p> <p><i>“Saya kira terlalu jauh mengaitkan HRS dengan politik, termasuk Masyumi reborn,” kata Adi saat dihubungi Sindonews”</i></p> <p><i>Kedua</i>, kepulauan HRS dapat memanasakan suhu politik.</p> <p><i>“Namun demikian, Adi menilai bahwa Habib Rizieq berpotensi mengubah peta politik Indonesia, karena pernyataannya yang selama ini kerap frontal bahkan menyerang pemerintah. Hal ini bisa menimbulkan ketegangan politik.”</i></p> <p><i>Ketiga</i>, suhu politik yang memanas tidak akan menimbulkan aksi besar.</p>

		<p><i>“Akan tetapi, Adi menambahkan, memanasnya suhu politik tidak akan sampai menimbulkan aksi besar seperti demo 212 yang pertama kali digelar seperti dulu. Memanasnya suhu politik lebih karena pernyataan Habib Rizieq yang vokal terhadap pemerintah.”</i></p>
<p><b>Struktur Mikro</b></p>	<p><b>Semantik</b> (makna yang ingin ditekankan dalam teks berita)</p>	<p>Semantik yang ditemukan peneliti adalah <b>Kepulangan HRS ke Indonesia bertujuan menikahkan putrinya.</b></p> <p><i>“Menurut pengamat politik UIN Syarif Hidayatullah Jakarta ini, agenda kepulangan HRS sudah jelas yakni, menikahkan putrinya di Tanah Air. Dan lagi, tidak ada agenda politik nasional di waktu sekarang ini.”</i></p>
	<p><b>Sintaksis</b> (bagaimana kalimat (bentuk, susunan) yang dipilih)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Koherensi terdapat pada alinea ke 6</li> </ul> <p><i>“Menurut pengamat politik UIN Syarif Hidayatullah Jakarta ini, agenda kepulangan HRS sudah jelas yakni, menikahkan putrinya di Tanah Air. Dan lagi, tidak ada agenda politik nasional di waktu sekarang ini.”</i></p> <p><i>“Namun demikian, Adi menilai bahwa Habib Rizieq berpotensi mengubah peta politik Indonesia, karena pernyataannya yang selama ini kerap frontal bahkan menyerang pemerintah. Hal ini bisa menimbulkan ketegangan politik.”</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Koherensi pembeda terdapat pada alinea ke 8</li> </ul> <p><i>“Akan tetapi, Adi menambahkan, memanasnya suhu politik tidak akan sampai menimbulkan aksi besar seperti demo 212 yang pertama kali digelar seperti dulu. Memanasnya suhu politik lebih karena pernyataan Habib Rizieq yang vokal terhadap pemerintah.”</i></p>

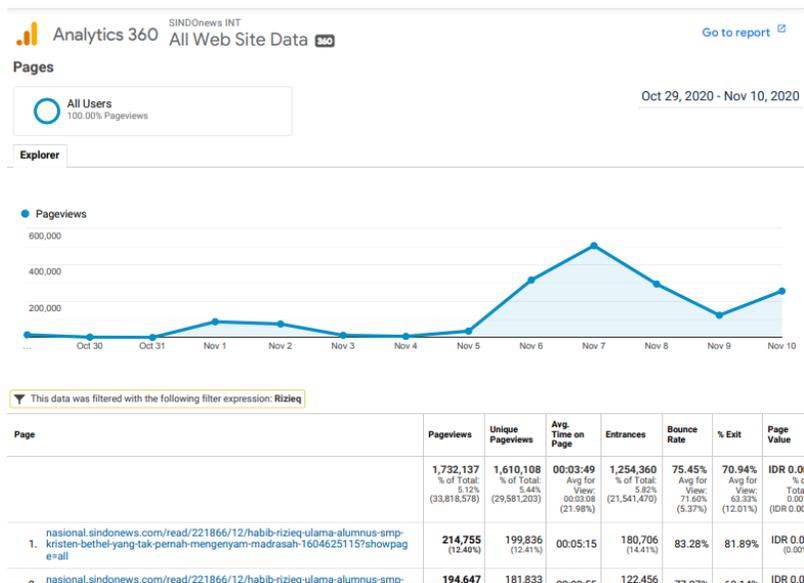
	<p><b>Stilistik</b> (bagaimana pilihan kata yang dipakai dalam teks berita)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• "...kerap frontal bahkan menyerang pemerintah."</li> <li>• "...sampai menimbulkan aksi besar seperti demo 212."</li> <li>• "...pernyataan Habib Rizieq yang vokal terhadap pemerintah."</li> </ul>
	<p><b>Retoris</b> (bagaimana dan dengan cara penekanan dilakukan)</p>	<p>Grafis: peneliti menemukan tulisan dengan ukuran dan warna yang berbeda pada Masuyumi Reborn, Partai Ummat dan Habib Rizieq Shihab pada alinea ke 1. Kemudian foto berita, ketika HRS sedang menyambut pendukungnya di bandara international Soeta.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• "<i>Banyak pihak yang mengaitkan keputungan <b>Habib Rizieq Shihab (HRS)</b>...</i>"</li> <li>• "<i>...wacana pembentukan <b>Masyumi Reborn</b> dan peluncuran logo <b>Partai Umat</b> oleh Amien Rais siang hari tadi....</i>"</li> </ul> 

Tabel 2. Temuan Analisis Wacana Berita 4

Peneliti menemukan tematik pada berita ini, yang ditulis oleh jurnalis Kiswondari mengenai jawaban isu keputungan HRS yang dikaitkan dengan agenda politik tertentu, seperti peluncuran logo Partai Ummat dan Masyumi Reborn. Jurnalis menyusun tiga skema dalam berita tersebut.

Semantik yang ingin disampaikan Kepulangan Habib Rizieq Shihab (HRS) ke Indonesia bertujuan untuk menikahkan putrinya. Sintaxis ditemukan koherensi dan koherensi pembeda.

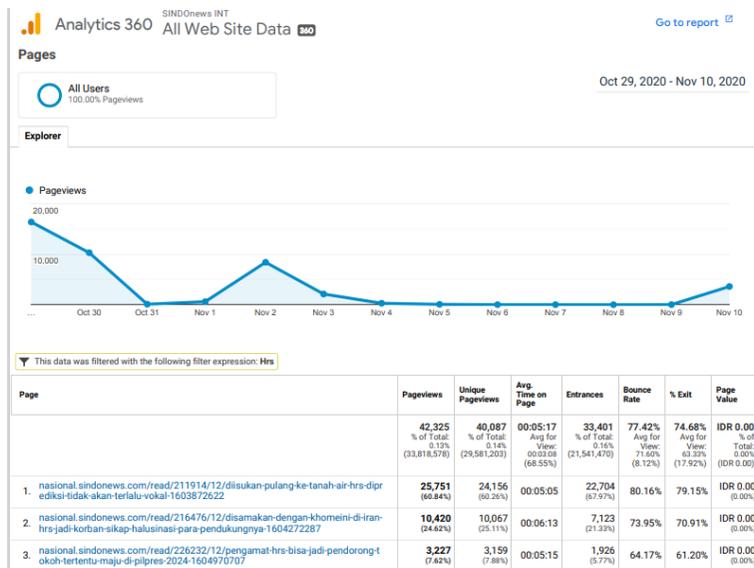
Dalam bisnis media, banyak media yang menampilkan berita yang sensasional dan kontroversi guna mendapatkan perhatian pembaca. Banyak sekali media online Indonesia menggunakan strategi *clickbait* demi menggenjot *pageviews*. Semakin banyak jumlah pembaca yang mengunjungi laman websitenya akan semakin menguntungkan bagi media dan juga pengiklan.



Gambar 3 Data Pembaca Sindonews

Peneliti memperoleh data dari Sindonews.com berupa *Pageviews* berita Habib Rizieq Shihab pada periode 29 Oktober-10 November 2020. Data tersebut berdasarkan kata kunci “Habib Rizieq Shihab”. Peneliti memperoleh data tersebut dari Agus Zaenuddin yang menjabat bagian Research and Development di Sindonews.com. Jumlah total pembaca atau *Pageviews* 1.732.137 % dari total 5.12% (33.818.578) dengan jumlah *page* sebanyak 5000 berita. Peningkatan jumlah pembaca tertinggi terjadi pada 07

November 2020 yaitu kurang lebih 500.000 *Pageviews*, meningkat 400.000 *Pageviews* daripada 05 November 2020. Kemudian peningkatan *pageviews* terjadi pada 10 November 2020 pada hari kepulangan Habib Rzieq Shihab ke tanah air, kurang lebih sebesar 300.000 *pageviews*. Dimana pada 09 November 2020 jumlah *pageviews* sebesar kurang dari 200.000 *pageviews*.



Gambar 4 Data Pembaca Sindonews

Data selanjutnya merupakan kata kunci “Hrs” pada berita Sindonews.com, terdapat 42,325 % dari total: 0.13% (33,818,578) *Pageviews* dengan jumlah *page* sebanyak 50 berita. Peningkatan jumlah pembaca tertinggi pada 29 Oktober 2020 sebesar 20.000 *pageviews* atau pengunjung halaman. Terjadi peningkatan jumlah pengunjung halaman pada 02 Noveber 2020 sebanyak kurang lebih 9.000 *pageviews*. Kemudian meningkat lagi pada hari kepulangan Habib Rizieq Shihab ke Tanah Air 10 November 2020, sebanyak kurang lebih 5000 *pageviews*.

Keyword	Search Traffic	Share of Voice
jadwal sholat	1.25%	17.58%
sindonews	0.74%	33.22%
habib rizieq	0.57%	13.62%
maghrib hari ini	0.54%	35.92%
ashar hari ini	0.48%	26.28%

Start free trial for all keywords

Gambar 5 Data Alexa.com 21 Juli 2021

Peneliti menemukan data pada Alexa.com yang merupakan anak perusahaan dari Amazon.com company pada 23 Juli 2021. Alexa meranking *Top Sites* di Indonesia, dimana Sindonews berada di ranking ke 13. Peneliti menemukan Top Keywords pada Sindonews.com, dilansir dari Alexa.com. kata kunci “Habib Rizieq” berada di peringkat ke tiga dengan persentase *Search Traffic* sebesar 0,57% dan *Share of Voice* sebesar 13,62%.

Data di atas memberikan bukti keberhasilan dari komodifikasi yang dilakukan oleh Sindonews.com pada berita kepulangan Habib Rizieq Shihab dari Arab Saudi. Berita kepulangan HRS dapat meningkatkan jumlah pembaca dan kata kunci Habib Rizieq menjadi yang dicari ketiga di Sindonews.com oleh pembaca. Hal tersebut dapat menarik minat pengiklan untuk menaruh iklan pada berita tersebut.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### *Kesimpulan*

Secara tidak langsung media *online Sindonews.com* melangsungkan praktik komodifikasi isi atau konten pada berita kepulangan Habib Rizieq Shihab dari Arab Saudi. Kepulangannya menjadi ramai diperbincangkan

karena berkaitan dengan Isu dan karirnya dalam dunia politik Indonesia, ditambah terdapat hubungan dirinya dengan elit politik dan petahana yang kerap bersinggungan menjadi komoditas yang menarik. Segala hal seputar Habib Rizieq Shihab menjadi bahan pemberitaan mulai dari isu agenda politik, kasus yang menjeratnya, karier hidupnya, dan bahkan privasi keluarganya menjadi topik yang tidak habis diberitakan.

Hasil analisis relasi kuasa pada pemberitaan kepulanggann Habib Rizieq Shihab di *Sindonews.com* menunjukkan bahawa redaktur mengambil alih untuk memberikan arahan dalam peliputan berita tersebut. *Newsroom* melihat dan memprediksi peluang berita dari kepulangan Habib Rizieq Shihab dari Arab Saudi yang banyak ditanggapi oleh elit politik dan petahana, sekaligus mendapat perhatian khalayak.

Komodifikasi isi yang dilakukan *Sindonews.com* tentang kepulangan Habib Rizieq Shihab dari Arab Saudi berhasil menarik minat dan meningkatkan jumlah pembaca di *Sindonews.com*. *Sindonews.com* menjadikan ketokohan, kepopuleran dan permasalahan yang dihadapi HRS sebagai komoditi yang memiliki nilai jual yang tinggi. Keberhasilan tersebut dapat dilihat dari jumlah *pageviews* kurang lebih sebesar 1.732.137 % dari total 5.12% (33.818.578) dengan jumlah *page* sebanyak 5000 dari kata kunci "Habib Rizieq" dan 42,325 % dari total: 0.13% (33,818,578) *Pageviews* dengan jumlah *page* sebanyak 50 berita dari *keyword* "HRS".

### **Saran**

Peneliti memberi saran kepada *Sindonews.com* untuk tidak memilah-milah berita yang akan ditayangkan dengan melihat adanya peluang nilai jual pasar saja, tanpa mempertimbangkan *news value* sebuah berita tersebut. Semoga kedepannya *Sindonews.com* bisa meningkatkan berita dengan penyajian *Cover Both Side*.

Kepada khalayak pembaca disarankan untuk lebih teliti dan jeli dalam memilih berita. Selain itu pembaca diminta untuk kritis dalam memkanai pesan teks suatu berita. Terkadang pengaruh yang disampaikan dalam berita dapat menggeser makna yang mestinya mampu disadari oleh masyarakat.

Dalam hal penelitian, peneliti memberikan saran kepada Universitas Islam Negeri (UIN) Syarief Hidayatullah Jakarta untuk memperbanyak koleksi pustaka mengenai ekonomi politik komunikasi media dan analisis wacana teks media. Peneliti menemukan kesulitan dalam mencari buku tentang ekonomi politik media yang menjadi teori utama dan analisis wacana yang menjadi pendekatan yang digunakan dalam penelitian.

## REFERENSI

- Creswell, John W. (2010). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Penerbit Bintang.
- Craig, Richard. 2005. *Online Journalism*. Canada: Wadsworth.
- Gunawan., Imam.2013. *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Heryanto, Gun-Gun. (2018). *Media Komunikasi Politik*. Yogyakarta: IRCiSoD.
- \_\_\_\_\_. (2020). *Realitas Komunikasi Politik Indonesia kontemporer*. Yogyakarta: IRCiSoD.
- Hidayat, Nurul. (2006). *Metodologi Penelitian Dakwah dengan Pendekatan Kualitatif*. Jakarta: UIN Jakarta Press.
- Ibrahim, Idy Subandi dan Bahrudin Ali Akhmad. 2014. *Komunikasi dan Komodifikasi*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor.
- Litteljohn Stephen W. dan Karen A. Foss. 2011. *Teori Komunikasi edisi 9*. Jakarta: Salemba Humanika.
- McQuail, Dennis. (2010). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.
- Mosco, Vincent (2009). *The Political Economy of Communication*. California: Sage Publication Inc
- Nasrullah, Rulli, (2020). *Metode Penelitian Jurnalisme*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Moleong, Lexy J. (2009). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. cet. ke-26. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Romli Asep Syamsul M. 2012. *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Suwendra, I Wawan. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Ilmu Sosial, Pendidikan, Kebudayaan dan Keagamaan*. Bali: Nilacakra.
- Suhandang, Kustadi. (2007). *Manajemen Pers Dakwah*. Bandung: Penerbit Marja.
- Vivian, John. 2008. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Prenada Media Group.

## INTERNET

- Iwan Supriyatna. Tanpa Tahun. "Media Cetak mulai ditinggalkan, Masyarakat beralih ke Media Online". Dalam <https://www.suara.com/bisnis/2020/08/25/181636/media-cetak-mulai-ditinggalkan-masyarakat-beralih-ke-media-online>.
- Jonathan Patrick. 2020. "APJII catat pengguna internet di RI capai 196,7 juta". Dalam <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20201109200200-213-567803/apjii-catat-pengguna-internet-di-ri-capai-1967-juta>
- Kominfo. Tanpa Tahun. "Menkominfo: Baru 100 portal berita online terverifikasi". Dalam [https://kominfo.go.id/content/detail/12345/menkominfo-baru-100-portal-berita-online-terverifikasi/0/berita\\_satker](https://kominfo.go.id/content/detail/12345/menkominfo-baru-100-portal-berita-online-terverifikasi/0/berita_satker).
- Okenews. 2018. "Sindonews.com kian digemari, sehari dikunjungi 5 juta pembaca". Dalam <https://nasional.okezone.com/read/2018/01/19/337/1847649/sindonews-com-kian-digemari-sehari-dikunjungi-5-juta-pembaca>.
- Sindonews.com. Tanpa Tahun. "Sindonews.com profile". Dalam <https://index.sindonews.com/about/>.

## JURNAL

- Dedi Fahrudin. 2014. "Konglomerasi Media, Studi Ekonomi Politik Terhadap Media Group". *Jurnal Ilmu Sosial Indonesia (JISI) Volume 1 nomor 2*. Jakarta.

Indah Wenerda. 2015. "Ekonomi Politik Vincent Mosco oleh Media Online Entertainment Kapanlagi.com". Vol. 3, No. 1.  
Jurnal Aspikom. 2014. Volume 2 Nomor 3.