

# Komodifikasi Bahasa Lokal Sebagai Simulakra: Studi Kasus Pojok Kampung JTV

Didik Hariyanto<sup>1\*</sup>, Ferry Adhi Dharma<sup>2</sup>, Fara Putri Amalia<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

<sup>1,2,3</sup> Jalan Mojopait 666B, Celep, Sidowayah, Sidoarjo, Jawa Timur, 61215, Indonesia

<sup>1\*</sup> [didikhariyanto@umsida.ac.id](mailto:didikhariyanto@umsida.ac.id), <sup>2</sup> [ferryadhidharma@umsida.ac.id](mailto:ferryadhidharma@umsida.ac.id), <sup>3</sup> [faraputri0110@gmail.com](mailto:faraputri0110@gmail.com)

## Abstrak

Perubahan pola konsumsi media akibat disrupsi digital telah menyebabkan banyak media konvensional mengalami krisis eksistensi. Di tengah fenomena ini, Jawa Pos Televisi (JTV) Surabaya mempertahankan eksistensinya sebagai media lokal melalui strategi simbolik, yaitu komodifikasi bahasa lokal Suroboyoan dalam program Pojok Kampung. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana bahasa lokal diposisikan sebagai simulakra dalam proses produksi berita dan bagaimana komodifikasi terjadi dalam ruang redaksi. Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan analisis perspektif Jean Baudrillard, data diperoleh melalui wawancara mendalam terhadap produser, presenter, dan audiens program. Hasil menunjukkan bahwa bahasa Suroboyoan telah kehilangan referensi aslinya dan menjadi bentuk representasi hiperrealitas, praktik ini membentuk realitas simbolik dalam ruang redaksi yang sesuai dengan konsep simulakra dan simulasi dari Jean Baudrillard yang berfungsi sebagai strategi membentuk persepsi dan mempertahankan keterikatan audiens lokal. Strategi ini membuktikan bahwa simbol budaya lokal dapat direkonstruksi sebagai alat resistensi media terhadap hegemoni digital. Temuan ini menunjukkan bahwa media lokal tidak hanya memproduksi informasi, tetapi juga membentuk persepsi melalui konstruksi simbolik bahasa.

**Kata-kata Kunci:** *Simulakra; Bahasa Lokal; Komodifikasi; JTV; Hiperrealitas.*

Diterima : 09-01-2025

Disetujui: 03-07-2025

Dipublikasikan: 10-07-2025

# Commodification of Local Languages as Simulakra: A Case Study of Pojok Kampung JTV

## Abstract

*The shift in media consumption patterns due to digital disruption has led many conventional media outlets into an existential crisis. Amid this phenomenon, Jawa Pos Televisi (JTV) Surabaya maintains its position as a local media outlet through a symbolic strategy: the commodification of the local Suroboyoan language in its news program Pojok Kampung. This study aims to examine how the local language is positioned as simulakra in the news production process and how commodification takes place within the newsroom. Using a descriptive qualitative approach and Jean Baudrillard's theoretical framework, data were collected through in-depth interviews with the program's producer, presenter, and audience members. The findings reveal that the Suroboyoan language has lost its original referential meaning and has become a form of hyperreal representation. This practice constructs a symbolic reality within the newsroom aligned with Baudrillard's concepts of simulakra and simulation, serving as a strategy to shape audience perception and maintain local engagement. The study demonstrates that local cultural symbols can be reconstructed as tools*

*of media resistance against digital hegemony. These findings indicate that local media do not merely produce information, but also actively shape perception through the symbolic construction of language.*

**Keywords:** *Simulacra; Local Language; Commodification; JTV; Hyperreality.*

## PENDAHULUAN

Sejak akhir 2022 hingga 2024, industri media di Indonesia menghadapi tantangan besar yang ditandai dengan gelombang penutupan perusahaan media arus utama dan Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) massal terhadap jurnalis dan pekerja media. Sejumlah media televisi besar seperti NET TV, ANTV, CNN, KOMPAS dan beberapa media cetak mengalami penurunan performa drastis, baik dari sisi pendapatan iklan maupun jumlah penonton/pembaca (Farida, 2025).

Fenomena ini bukan sekedar krisis ekonomi media, melainkan gejala disrupsi digital yang lebih luas akibat penetrasi masif media sosial dan platform berbasis internet seperti YouTube, TikTok, serta Instagram yang telah mengubah pola konsumsi informasi masyarakat. Kecepatan media sosial dalam memberitakan setiap peristiwa dan momen penting menjadi salah satu keunggulan media sosial dibandingkan media massa seperti televisi dan media cetak (Pavlik, 2001). Media sosial harus diakui menjadi penyebab utama berkurangnya masyarakat dalam menggunakan media massa *mainstream* dalam mencari berita (Suyasa & Sedana, 2020).

Dalam konteks ini, media lokal juga menghadapi tantangan eksistensial. Namun, alih-alih menyerah pada tekanan globalisasi media digital, beberapa media lokal justru melakukan strategi adaptif dan inovatif (Fadillah, Abdullah, & Besman, 2022; Harahap, Mazdalifah, & Hanim, 2020; Maryani, Rahmawan, & Karlinah,

2020). Salah satu yang menarik untuk dikaji adalah Jawa Pos Televisi (JTV), sebuah stasiun televisi lokal di Jawa Timur, yang tetap bertahan di tengah gempuran *platform* digital dengan mengandalkan pendekatan khas: komodifikasi bahasa lokal, khususnya bahasa Suroboyoan, dalam program acaranya agar tetap eksis dan mendapatkan perhatian dari khalayak pemirsa televisi.

Komodifikasi adalah proses transformasi nilai guna menjadi nilai tukar (Mosco, 2009). Dalam kajian komunikasi ada dua dimensi utama yang menjadikan komodifikasi semacam ini penting dalam penelitian komunikasi, Pertama, proses komunikasi dan teknologi berperan penting dalam komoditisasi perekonomian secara keseluruhan. Kedua, proses komersialisasi seluruh masyarakat berjalan melalui proses komunikasi dalam prosesnya.

Secara umum, komodifikasi berasal dari kata komoditas dan modifikasi. Komoditas ialah barang dagangan, sedangkan modifikasi adalah perubahan atau pengubahan. Sehingga kesimpulan komodifikasi adalah proses pengubahan menjadi barang atau jasa (nilai yang didasarkan pada kemampuan untuk memenuhi kebutuhan) diubah menjadi nilai tukar (nilai yang laku dijual di pasar).

Komodifikasi merupakan salah satu cara media massa melalui pendekatan ekonomi politik media, yang erat kaitannya dengan kapitalisme. Hal ini terjadi karena komunikasi sebagai arena potensial terjadinya komodifikasi dengan

memanfaatkan isi pesan pada industri media, sehingga menciptakan suatu pesan yang memiliki nilai jual, ibaratnya sebuah produk (Mosco, 2009).

Program berita Pojok Kampung milik JTV menjadi salah satu contoh nyata bagaimana media lokal melakukan komodifikasi budaya sebagai strategi bertahan. Komodifikasi bahasa Suroboyoan ini merupakan proses pengubahan bahasa Suroboyoan menjadi suatu komoditas yang memiliki nilai tukar (nilai yang laku di pasar) yang dikonsepsi sedemikian rupa pada tayangan berita Pojok Kampung JTV.

Bahasa Suroboyoan pada Program Pojok Kampung juga dinilai memiliki diksi atau perebendaharaan kata pada teks berita yang cukup beragam dan merupakan bahasa ciptaan JTV. Penggunaan bahasa Suroboyoan yang kental, penuh idiom lokal, dan dialektika khas Surabaya, bukan hanya digunakan sebagai sarana komunikasi, tetapi telah diolah menjadi komoditas simbolik yang dikemas untuk menjangkau, menghibur, dan membangun keterikatan emosional dengan penonton lokal.

Strategi ini tidak semata-mata bersifat linguistik, melainkan juga merupakan bagian dari proses simulasi dan representasi budaya. Dalam ruang redaksi (*newsroom*), terjadi proses simulasi atau sebuah tiruan, dimana simulasi inilah yang dianggap lebih nyata dari realitasnya, (*simulacra*). Di dalam ruang simulakra terjadi proses mengkopi, menduplikasi dan memproduksi suatu objek sehingga memunculkan adanya sebuah simulasi (Hariyanto, 2018a).

Simulakra merupakan suatu perspektif sebelum tercapai tatanan simulasi dan hiperrealitas. Simulakra memiliki tahapan

dalam perkembangannya yaitu: *counterfit*, *production* dan *simulation* (*simulacra of simulation*). Pada tahap *counterfit* dan *production* inilah yang dimaknai sebagai *simulacrum* yang juga digunakan beberapa sinonim seperti: *counterfit*, *duplicate*, *facsimile*, *model*, *reproduction* dan *Xerox*.

Simulasi sebagai efek yang dihasilkan dari adanya ruang simulakra. Menurut Baudrillard simulasi meliputi: pertama, suatu bentuk karya (*oeuvre*) adalah simulasi yang direkonstruksi atau seolah-olah teks di dalamnya sudah ada sejak dahulu hingga kini. Kedua, simulasi sebagai sebuah ide. Dimana kedua pengertian tersebut membentuk suatu sistem pertukaran simbol (*symbolic exchange*) yang tampak lebih nyata, dimana setiap realitas bersifat ambigu (Hegarty, 2004).

Simulasi menyelimuti seluruh representasi dan berkembang dalam empat tahap, yaitu: 1) simulasi adalah cerminan dari realitas, 2) simulasi menutupi realitas yang ada, 3) simulasi menutupi ketiadaan realitas, 4) simulasi tidak ada hubungannya dengan realitas.

Hiperrealitas merupakan efek dari simulasi. Menurut Baudrillard, simulasi dianggap sebagai strategi intelektual dan hiperrealitas sebagai efeknya. Istilah hiperrealitas sendiri oleh Baudrillard digunakan untuk menjelaskan perekaayaan makna dalam media. Hiperrealitas sebagai keadaan runtuhnya realitas yang diambil alih oleh model-model citraan, halusinasi dan simulasi yang dianggap lebih nyata daripada aslinya (Kasiyan, 2008). Hiperrealitas media dapat dikatakan sebagai rekayasa makna dalam sebuah media yang muncul karena adanya dampak perkembangan teknologi.

Dalam konteks ini, bahasa Suroboyoan direproduksi, disunting, dan disesuaikan dengan format siaran, sehingga menciptakan realitas baru yang tidak lagi merujuk secara langsung pada kenyataan sosial, melainkan pada konstruksi simbolik yang dijadikan komoditas media. Bahasa yang seharusnya merepresentasikan kehidupan masyarakat lokal, justru menjadi instrumen penciptaan realitas media (Chistyakov, 2020).

Dengan demikian, program Pojok Kampung tidak hanya menjadi produk hiburan atau informasi, tetapi juga wujud dari komodifikasi budaya lokal, di mana bahasa Suroboyoan digunakan sebagai strategi untuk memperkuat eksistensi JTV dalam ekosistem media yang makin kompetitif dan digital (Hutomo & Jusnita, 2020). Folklor bahasa Suroboyoan dikemas menjadi konten berita pojok kampung mulai dari presenter, *voice over* hingga teks berita. Fenomena ini menarik untuk dianalisis karena mencerminkan dinamika antara globalisasi media, lokalisasi budaya, dan strategi survival media lokal.

Beberapa akademisi telah melakukan penelitian mengenai komodifikasi budaya lokal dalam tayangan media lokal (Muktiyo, 2015a; Sumartono, 2016; Warapsari, Rahmiaji, & Armando, 2021). Kendati demikian belum ada penelitian yang mengeksplorasi komodifikasi terhadap bahasa lokal sebagai strategi media lokal dalam memikat audiensnya seperti yang dilakukan oleh JTV.

Untuk mendekatkan dengan pemirsa, JTV membuat *tagline* yang sesuai dengan karakteristik masyarakat Jawa Timur yaitu "*Jendelane Arek Suroboyo, Beritane Wong Jawa Timur*" (Jendela masyarakat Surabaya,

beritanya masyarakat Jawa Timur). JTV juga menampilkan kreativitas Seperti saat *opening* seperti berikut:

*"sugeng dalu yaopo kabare dino iki, mbalik maneh yo ketemu ambek program boso Suroboyoan sing nyajikno berita teko pirang-pirang daerah nang Jawa Timur. Aku Ning Rahma, mbrek aku Ning Ana, ikilo Pojok Kampung bengi iki"* (Selamat malam, bagaimana kabar anda hari ini, kembali lagi berjumpa dengan program bahasa Suroboyoan yang menyajikan berita dari berbagai daerah di Jawa Timur. Saya Ning Rahma dan saya Ning Ana, berikut Pojok Kampung malam ini).

Setiap segmen juga ada pantun bahasa Suroboyoan seperti, "*mangan kupat iwak e teri, timbangan e telat entenono beritane mari iki*" (Makan ketupat dengan lauk ikan teri, daripada ketinggalan informasi tunggu beritanya setelah pesan-pesan berikut ini).

Secara linguistik, bahasa Suroboyoan termasuk kedalam bahasa Jawa dialek Jawa Timur bagian utara dan Blambangan yang terdiri dari sub dialek Banyuwangi selatan, sub dialek Bojonegoro, sub dialek Gresik, sub dialek Lamongan, sub dialek Mojokerto, sub dialek Pasuruan, sub dialek Rowogempol, sub dialek Sidoarjo, sub dialek Surabaya dan sub dialek Tengger (Kisyani-Laksono, 2002).

Pada penelitian komodifikasi bahasa Suroboyoan ini dimaksudkan adanya proses pengubahan bahasa Suroboyoan menjadi suatu komoditas yang memiliki nilai tukar (nilai yang laku di pasar) yang dikonsepsi sedemikian rupa pada tayangan berita Pojok Kampung JTV. Bahasa Suroboyoan pada Program Pojok Kampung juga dinilai memiliki diksi atau perbendaharaan kata pada teks berita yang



cukup beragam dan merupakan bahasa ciptan JTV.

Hal tersebut dilakukan JTV selain untuk untuk memperkaya diksi juga untuk menggantikan beberapa kata yang dinilai kurang sopan apabila diterjemahkan kedalam bahasa Suroboyoan. Namun demikian, penciptaan istilah-istilah Bahasa Suroboyoan dengan tetap memperhatikan standar bahasa yang dimiliki JTV, yaitu centil, nakal dan lucu. Oleh karena itu, JTV cenderung menciptakan istilah-istilah bahasa Suroboyoan yang bermakna konotasi yang memiliki arti berbeda dengan bahasa aslinya

Program berita pojok kampung JTV menjadi sebuah arena jurnalisme (arena jurnalistik) yang tidak mampu lagi dalam mempertahankan independensi dari arena lain (persaingan dengan media sosial) (Krisdinanto, 2017). Kuatnya tekanan media baru dan tujuan komersialisasi dari arena ekonomi membuat jurnalis dan praktik jurnalis berada pada situasi yang penuh kompleksitas. Pergulatan terjadi terutama ketika dihadapkan pada persoalan independensi jurnalistik, yang tercermin melalui tegaknya tembok pembatas antara ruang redaksi dan ruang bisnis (ruang komodifikasi). Tekanan komersialisasi tidak direspon dengan program berita yang faktual dan aktual dalam meningkatkan rating berita untuk menarik iklan, tetapi justru direspon melalui jalan pintas dengan melakukan komodifikasi.

Dari pemaparan di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji lebih dalam proses komodifikasi bahasa Suroboyoan dilakukan dalam program berita *Pojok Kampung JTV* sebagai strategi adaptif terhadap disrupsi media digital

melalui representasi, simulasi budaya, dan penciptaan diksi yang membentuk keterikatan emosional dengan audiens lokal.

## KAJIAN PUSTAKA

Bahasa Suroboyoan lebih diwarnai sifat budaya masyarakat Surabaya yang egaliter dan terbentuk secara spontan dari adanya kesinambungan interaksi sosial masyarakat Urban. Hal tersebut dapat berjalan karena adanya komunikasi dan penggunaan bahasa sebagai pengantarnya.

Bahasa Suroboyoan terkesan sangat jenaka (lucu), ramah dan semarak (menyenangkan). Karena perbedaan karakteristiknya dengan bahasa Jawa pada umumnya, maka bahasa Suroboyoan seringkali dianggap kasar dan tidak mengindahkan bahasa Jawa standar (Winiasih, 2010). Sering pula dikalangan masyarakat, untuk menyebutkan kata “sangat” dengan penambahan aksentuasi pada kata dasarnya menggunakan huruf vokal “u”. Misalnya, *puanas* berarti sangat panas, *puedes* berarti sangat pedas, *suedhep* berarti sangat sedap, *muedit* berarti kikir dan lain sebagainya. Selain itu, ciri lainnya pada bahasa Suroboyoan dalam kalimat perintah menggunakan kata kerja yang bersangkutan direkatkan ditambah akhiran “no”. Misalnya, *uripno* berarti hidupkan, *tukokno* berarti belikan, *jalukno* berarti mintakan dan lain sebagainya.

Penggunaan bahasa Suroboyoan dalam tayangan Pojok Kampung JTV menjadikan program ini menarik bagi penonton. Berita Pojok Kampung ini bertujuan memberikan informasi kepada masyarakat dan juga sebagai upaya untuk melestarikan bahasa Suroboyan. Namun demikian, perjalanan Pojok Kampung

ternyata tidak terlepas dari pro dan kontra terkait penggunaan bahasa Suroboyoan. Di satu pihak, adanya bahasa Suroboyoan dalam tayangan berita merupakan sebuah upaya menjaga eksistensi bahasa khas Surabaya, sedangkan pihak lain menyatakan bahwa penggunaan bahasa Suroboyoan justru terkesan kasar dan tidak mendidik. Program Pojok Kampung merupakan program yang menjadi ciri khas stasiun JTV dalam mengangkat budaya lokal Jawa Timur dengan konsep program acara berita. JTV sudah melaksanakan fungsi media massa yaitu sebagai: 1) *to inform* (untuk memberikan informasi), *to entertain* (untuk menghibur), *to persuade* (untuk membujuk), 4) *transmission of the culture* (transmisi kebudayaan) (Trisnanto, 2015).

Dalam konteks ini, menurut Baudrillard media massa memiliki kekuatan yang signifikan dalam menciptakan realitas dan mempengaruhi persepsi kita terhadap dunia. Media tidak hanya merepresentasikan realitas, tetapi juga berperan dalam memproduksi realitas itu sendiri melalui seleksi, penekanan, dan penyederhanaan informasi. Komodifikasi media menyebabkan penyederhanaan dan pengaburan realitas yang kompleks. Media massa cenderung menyajikan dunia dalam narasi dan citra yang lebih mudah dipahami dan dikonsumsi. Hal ini dapat mengarah pada penyingkiran kompleksitas, ketidakseimbangan informasi, dan pemendekan pemikiran kritis.

Ada tiga konsep utama dalam pemikiran Baudrillard yaitu *Simulacra*, *Simulasi* dan *Hyperealitas*. *Simulacra* diartikan sebagai sesuatu yang tampak atau dibuat tampak seperti sesuatu yang lain dan diartikan juga sebagai salinan (*copy*)

sehingga duplikasi dan yang asli menjadi kabur (Piliang, 1999). Simulasi diartikan proses penciptaan bentuk nyata melalui model-model yang tidak mempunyai asal-usul atau referensi realitasnya, sehingga memungkinkan manusia membuat yang supernatural, ilusi, fantasi dan khayal menjadi tampak nyata.

Konsep-konsep inti Baudrillard ini dapat memahami komodifikasi mulai dari proses komodifikasi dalam simulakra dan simulasi sampai kepada dampak yang ditimbulkan dalam komodifikasi yaitu hiperrealitas (Hariyanto, 2018). Dengan kata lain, perspektif Baudrillard memberi ruang analisis bagi terjadinya komodifikasi dalam tayangan Pojok Kampung JTV.

Dalam pandangan Baudrillard (1983), era hiperrealitas muncul ketika tanda-tanda kehilangan maknanya dan representasi metafisik tak lagi relevan. Pada tahap ini, ideologi runtuh dan realitas tidak lagi otentik karena telah digantikan oleh tiruan dari imajinasi penciptanya. Sejalan dengan itu, Dharma (2018a) menyatakan bahwa hiperrealitas terbentuk melalui proses eksploitasi yang panjang dan berlangsung demi kepentingan ekonomi. Ketika masyarakat mulai melihat segala hal sebagai barang dagangan, hal itu mencerminkan masyarakat yang telah terkomodifikasi, sebagaimana dijelaskan oleh (Baudrillard, 1998).

Baudrillard dalam Hariyanto (2018) membagi proses simulasi ke dalam tiga tahap: pemalsuan (*counterfeit*), produksi (*production*), dan simulasi (*simulation*). Dua tahap pertama masih dapat dikategorikan sebagai bentuk awal dari simulakrum, yakni ketika suatu hal merupakan hasil peniruan atau reproduksi dari suatu

model. Namun demikian, simulasi dalam pengertian Baudrillard merujuk pada bentuk khusus dari simulakrum, yaitu simulakrum murni (*pure simulacrum*), di mana suatu entitas tidak lagi meniru atau mereferensikan model aslinya, melainkan menggandakan dirinya sendiri, atau seperti yang ia nyatakan, “...it is its own pure simulacrum”.

Menurut Baudrillard simulakra diartikan sebagai ruang terjadinya simulasi atau sebuah tiruan, dimana simulasi inilah yang dianggap lebih nyata dari realitasnya (Hariyanto, 2018). Di dalam ruang *simulacra* terjadi proses meng-*copy*, menduplikasi dan memproduksi suatu objek sehingga memunculkan adanya sebuah simulasi. Ruang *simulacra* dalam program berita Pojok Kampung ini ada pada *newsroom* atau ruang redaksi JTV.

Pada penelitian ini *simulacra* ditunjukkan adanya upaya untuk meng-*copy* dan menduplikasi bahasa Suroboyoan menjadi istilah-istilah bahasa Suroboyoan baru sebagai hasil karya ide kreatif produser yang ditayangkan dalam program Pojok Kampung JTV. Proses penciptaan istilah-istilah bahasa Suroboyoan tersebut dilakukan tanpa menggunakan acuan atau referensi, misalnya saja kamus bahasa Suroboyoan, karena memang tidak ada secara pasti tatanan bahasa Suroboyoan yang diwujudkan dalam buku atau kamus. Proses penciptaan istilah-istilah bahasa Suroboyoan yang ditayangkan menjadi suatu berita televisi dilakukan dalam ruang *simulacra* melalui proses yang kompleks, mulai dari pra-produksi sampai pasca produksi yang terjadi dalam ruang redaksi atau *newsroom*, dimana di dalamnya terdapat campur tangan dari orang-

orang yang memiliki kewenangan untuk mengkonsep bahasa Suroboyoan hingga sedemikian rupa.

Bahasa Suroboyoan yang digunakan dalam program berita Pojok Kampung JTV seakan menjadi bahasa yang sebenarnya dalam keseharian yang sudah ada sejak adanya bahasa Suroboyoan. Padahal bahasa Suroboyoan dalam program berita Pojok Kampung JTV merupakan hasil simulasi dari ruang *simulacra* (*news room* JTV) agar berita pojok kampung berbeda dengan program berita televisi lain. Seperti halnya hasil penelitian yang dilakukan oleh Trisnanto (2015) bahwa simulasi dapat menggiring pola pikir masyarakat seakan-akan nyata dalam bentuk *hyperrealitas*.

Simulasi merupakan suatu proses menciptakan bentuk nyata yang dilakukan melalui model-model tanpa referensi sehingga yang supernatural, ilusi, fantasi dan khayalan tampak nyata. Semakin lengkap sebuah simulasi, akan semakin terjebak dalam sesuatu yang tampak seperti nyata (Kellner, Gigi, & Douglas, 2006). Dalam dunia simulasi ini realitas faktual dan citraan berjaln membaur, tidak dapat lagi dibedakan secara tegas, mana yang asli, yang palsu dan yang semu. Simulasi merupakan suatu produk simulakra karena adanya sebuah sistem pertukaran simbolik (*symbolic exchange*).

Seperti yang dijelaskan Baudrillard dalam Fitrianti (2017) tanda dapat dikonstruksi sebagai wacana kapitalisme yang menuntut adanya pengemasan yaitu pesona (*fethisme*), kejutan (*surprise*), provokasi dan daya tarik, yang nantinya akan dianggap lebih menarik dibandingkan isi pesan atau maknanya. Berbagai bentuk simulasi dilakukan oleh media untuk

membuat pencitraan yang menarik bahkan menggiring opini penonton. Simulasi menyelimuti seluruh representasi dan berkembang dalam empat tahap, yaitu: 1) simulasi adalah cerminan dari realitas, 2) simulasi menutupi realitas yang ada, 3) simulasi menutupi ketiadaan realitas, 4) simulasi tidak ada hubungannya dengan realitas.

Hiperrealitas merupakan efek dari simulasi. Menurut Baudrillard, simulasi dianggap sebagai strategi intelektual dan hiperrealitas sebagai efeknya. Istilah hiperrealitas sendiri oleh Baudrillard digunakan untuk menjelaskan perekrasan makna dalam media. Hiperrealitas sebagai keadaan runtuhnya realitas yang diambil alih oleh model-model citraan, halusinasi dan simulasi yang dianggap lebih nyata daripada aslinya (Kasiyan, 2008). Hiperrealitas media dapat dikatakan sebagai rekayasa makna dalam sebuah media yang muncul karena adanya dampak perkembangan teknologi.

Kehadiran ilmu yang membahas tentang tanda-tanda, dianggap sebagai jalan pintas memahami makna yang terkandung dalam sistem tanda, aturan dan koversi yang memungkinkan tanda tersebut memiliki makna (Khusbiya, 2016). Sebuah tanda adalah segala sesuatu yang digunakan untuk menggantikan sesuatu yang lain secara signifikan. Masyarakat akan menemukan beberapa ungkapan yang tanpa sadar akan membentuk kepercayaan-kepercayaan dan cara pandangnya terhadap realitas. Dalam hiperrealitas selalu ada dua *value* yang muncul yaitu *real value* dan *exit value* (Hariyanto, 2018). *Real value* adalah pemaknaan sebenarnya atau obyektif. *Real value* berkaitan dengan

praktek jurnalistik dalam mengemas berita, artinya kaedah dasar-dasar jurnalistik merupakan hal pokok yang harus dipenuhi dalam menyusun program berita seperti halnya Pojok Kampung. Sedangkan *exit value* merupakan *value* yang sudah keluar dari *real value* sebagai akibat dari komodifikasi. Bahasa Suroboyoan bukan lagi dimaknai dialek Suroboyoan tetapi sudah menjadi dialek Pojok Kampung milik JTV. Hiperrealitas program pojok kampung JTV sudah tidak lagi identik dengan makna berita sebagai konsep dasar jurnalistik yang obyektif.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif-analitis, yang bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis secara mendalam praktik komodifikasi bahasa Suroboyoan dalam program Pojok Kampung JTV Surabaya. Fokus penelitian terletak pada bagaimana bahasa lokal direpresentasikan, dikonstruksi, dan diolah menjadi simbol komoditas media untuk mempertahankan eksistensi JTV sebagai media lokal di tengah tekanan media sosial. Dalam konteks penelitian ini, subjek yang diteliti adalah program berita Pojok Kampung, sedangkan objek penelitiannya adalah praktik komodifikasi bahasa Suroboyoan yang dilakukan JTV melalui program tersebut. Informan dipilih menggunakan teknik purposive, yakni berdasarkan kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk memastikan kedalaman informasi yang dibutuhkan dapat tercapai. Data primer diperoleh secara langsung melalui wawancara mendalam dengan informan yang terlibat



dalam produksi dan konsumsi program Pojok Kampung seperti produser, eksekutif produser, presenter, dan lima penonton tetap program. Sementara data sekunder dihimpun dari literatur ilmiah, seperti jurnal, buku, dan dokumentasi pendukung seperti naskah berita dan rekaman video serta observasi langsung proses produksi juga digunakan sebagai bahan analisis.

Analisis data dilakukan dengan pendekatan analisis kualitatif interaktif sebagaimana dikembangkan oleh Miles, Huberman, & Saldana (2014), yang terdiri dari tiga tahapan utama: (1) reduksi data, yaitu menyaring dan merangkum hasil wawancara secara sistematis; (2) penyajian data dalam bentuk narasi tematik atau skrip terstruktur; dan (3) penarikan kesimpulan serta verifikasi, di mana data dianalisis secara teoritik menggunakan perspektif komodifikasi dari Jean Baudrillard, khususnya terkait konstruksi simulakra dan nilai tukar simbolik dalam menciptakan hiperrealitas budaya.

Hiperrealitas menjelaskan bagaimana terjadinya perekrayaan makna bahasa Suroboyoan melalui tayangan Pojok Kampung JTV dan memungkinkan penonton menemukan beberapa istilah-istilah bahasa Suroboyoan yang tanpa sadar akan membentuk pemaknaan dan cara pandang terhadap realitasnya. Hal ini dikarenakan simulasi melalui istilah bahasa Suroboyoan yang dilakukan JTV untuk membuat pencitraan yang menarik sehingga mampu menggiring opini publik.

Dimana pemaknaan pada istilah bahasa Suroboyoan Pojok Kampung JTV sebagai padanan kata untuk menggantikan kata yang dianggap kasar, sehingga

penonton menganggapnya sebagai sebuah makna konotasi dari bahasa Suroboyoan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini dapat diketahui, bahwa pada tahap konstruksi (penerjemahan) bahasa Suroboyoan yang dilakukan oleh JTV, menghasilkan suatu proses meng-*copy* dan menduplikasi bahasa Suroboyoan menjadi beberapa istilah-istilah baru. Proses ini merupakan hasil ide kreatif karya produser yang dimaksudkan untuk menggantikan kata yang sebenarnya dalam bahasa Suroboyoan. Hal tersebut dilakukan untuk memperhalus kata-kata dalam bahasa Suroboyoan. Seperti yang disampaikan oleh produser Pojok Kampung, “untuk meminimalisir adanya pengucapan kata-kata vulgar dan kurang sopan apabila ditayangkan dalam sebuah program berita televisi. Misalnya istilah kata *pistol gombyok* (alat kelamin laki-laki), *empal brewok* (alat kelamin perempuan), *ngipik-ipik* (perkosa), *hohohihe* (sebutan untuk berhubungan badan) ini dimaksudkan untuk menggantikan bahasa Suroboyoan yang sebenarnya. Tujuannya untuk memperhalus kata yang telah diterjemahkan kedalam bahasa Suroboyoan, karena apabila tidak menggunakan istilah-istilah konotasi tersebut maka beberapa kata yang disampaikan dalam berita akan terdengar lebih vulgar, kasar dan tidak sopan.

**Tabel 1. Istilah bahasa Suroboyoan untuk memperhalus bahasa aslinya**

Istilah bahasa Suroboyoan	Pengganti kata
Empal brewok	Alat kelamin perempuan

<b>Empal Terik</b>	Alat kelamin perempuan
<b>Pistol gombyok</b>	Alat kelamin laki-laki
<b>Hohohihe</b>	Bersetubuh
<b>Ipik-ipik</b>	Perkosa
<b>Plat kuning/ Balon</b>	Pekerja seks

Sumber: Olahan hasil penelitian

Penciptaan istilah-istilah bahasa Suroboyoan pada tabel di atas juga berdasarkan standar kebahasaan yang diciptakan JTV, meliputi: centil, nakal dan lucu. Sehingga pada ruang simulakra yang berlangsung di dalam *newsroom* ini juga berlangsung proses pengubahan nilai guna bahasa Suroboyoan menjadi suatu bahasa pengantar berita yang menarik perhatian penonton yang dimaksudkan untuk dapat menaikkan perolehan rating. Produser program Pojok Kampung memiliki peran yang dominan untuk menerjemahkan, mengkonsep bahkan menciptakan istilah-istilah bahasa Suroboyoan Pojok Kampung JTV. Produksi program berita Pojok kampung JTV dilakukan melalui tiga tahapan, antara lain: proses praproduksi, proses produksi hingga pada tahap pasca produksi. Seperti yang dikatakan oleh produser program tersebut, Nanang Purwono menjelaskan bahwa:

*“Proses produksi pemberitaan pojok kampung dimulai dari proses praproduksi (perencanaan), proses produksi, (liputan di lapangan), setelah itu ke produser untuk di edit, naskah juga bahasanya. Setelah proses produksi baru dijadikan kaset dan dibacakan presenternya. Terus barulah proses pasca produksi (Purwono, 2020).”*

Produser sepenuhnya memiliki peranan paling dominan dalam proses produksi program mulai dari berperan untuk memetakan setiap berita yang akan ditayangkan dengan mengurutkan materi berita mana saja yang akan ditayangkan pada program berita Pojok Kampung. Pada tahap ini produser memilah dan memilih materi-materi berita telah dikumpulkan oleh wartawan JTV yang akan ditayangkan pada program Pojok Kampung. Oleh karena itu, dalam ruang simulakra pada penelitian ini terjadi suatu tindakan menirukan dengan maksud menipu, yang ditunjukkan adanya proses penciptaan istilah-istilah bahasa Suroboyoan yang mengakibatkan runtuhnya realitas bahasa Suroboyoan yang digantikan oleh duplikasinya, realitas semu yang diciptakan JTV mengalahkan realitas bahasa yang sebenarnya. Kadang kala komodifikasi yang berlebihan kurang memperhatikan konsekuensi yang terjadi, misalnya komodifikasi acara berita yang menjadikan media sosial sebagai sumber primer (Amanda, 2021).

Selanjutnya proses pasca produksi yang ditunjukkan dengan proses menaikkan program Pojok Kampung pada *sub-control* sehingga dapat disiarkan melalui stasiun televisi. Dalam hal ini, tayangan Pojok Kampung yang didalamnya terdapat duplikasi bahasa Suroboyoan di-*copy* dan diproduksi secara terus menerus sehingga menjadi suatu tayangan berita.

Simulakra ditunjukkan pada aktivitas yang terjadi dalam ruang redaksi atau *newsroom*, dimana penciptaan istilah-istilah bahasa Suroboyoan merupakan sesuatu yang tampak atau dibuat tampak seperti bahasa Suroboyoan pada aslinya, sehingga pemirsa akan sulit membedakan mana

bahasa asli Suroboyoan dengan bahasa Suroboyoan ciptaan JTV yang prosesnya produksinya terjadi di dalam ruang redaksi atau *newsroom* JTV.

Pada penelitian ini hiperrealitas pada program Pojok Kampung lebih ditekankan dengan adanya pemaknaan yang terjadi karena penggunaan istilah-istilah bahasa Suroboyoan sama sekali berbeda dengan bahasa aslinya. berdasarkan hasil temuan dan analisis bahwa pemaknaan istilah-istilah bahasa Suroboyoan.

Dengan demikian pada proses produksi tayangan berita Pojok Kampung dapat terlihat memperhitungkan segala teknik komodifikasi bahasa melalui proses pra-produksi hingga pasca-produksi sampai pada menciptakan naskah berita yang tidak biasa, namun dapat dengan mudah dikenali oleh penontonnya sebagai bahasa Suroboyoan khas Pojok Kampung. Istilah-istilah bahasa Suroboyoan yang ditayangkan melalui program berita Pojok Kampung ini seluruhnya juga melibatkan struktur perasaan dan cita rasa dalam proses penciptaan bahasa beritanya yang diwujudkan dalam naskah berita tersebut.

Beberapa istilah bahasa Suroboyoan juga digunakan untuk menggantikan kata aslinya yang tidak bermakna vulgar, dimaksudkan untuk memperkaya diksi pada tayangan Pojok Kampung. Penciptaan diksi tersebut digunakan untuk memperkaya bahasa Suroboyoan dalam program pojok Kampung JTV dengan tidak mengubah makna dari bahasa Suroboyoan aslinya untuk mendapatkan penerimaan dan pengakuan dari masyarakat terhadap bahasa yang diciptakan JTV. Seperti beberapa bahasa Suroboyoan berikut ini:

**Tabel 2. Istilah Bahasa Suroboyoan Untuk Memperkaya Diksi**

Istilah bahasa Suroboyoan	Bahasa Suroboyoan	Arti kata
Penthil muter	Angin lesus	Angin puting beliung
Banyu londo	Bir	Minuman keras

Sumber: Olahan hasil penelitian

Diksi yang ada dalam tabel 2 di atas selalu menjadi improvisasi yang ditunggu-tunggu oleh *audience*. Oleh karena itu, presenter Pojok Kampung juga harus mampu menggunakan pelafalan bahasa Suroboyoan. Sehingga mayoritas presenter Pojok Kampung JTV juga berasal dari Surabaya yang sudah tidak asing lagi dengan penggunaan bahasa Suroboyoan. Presenter Pojok Kampung juga merupakan penentu apakah pesan yang disampaikan bisa diterima atau tidak oleh penontonnya. Presenter dengan performa yang baik dalam menyampaikan berita juga dianggap mampu menarik perhatian penonton. Dengan begitu, pembacaan naskah Pojok Kampung oleh presenternya juga berdasarkan pada arahan produser dengan standard yang telah dianut media JTV untuk menyampaikan pesan berita berdasarkan pelafalan kata per kata yang jelas kepada penonton. Nilai yang terkandung dalam proses simulakra berita pojok kampung JTV ini, yaitu menkontruksi realitas apa adanya dengan penyampaian bahasa suroboyoan yang sudah di modifikasi.

Hariyanto menyebutkan dalam simulakra terjadi suatu proses yaitu: 1) difungsikan sebagai tempat terjadinya duplikasi suatu objek, 2) didalamnya

terdapat proses produksi dan proses reproduksi suatu objek menjadi sesuatu yang menarik dan menggiurkan bagi masyarakat (Hariyanto, 2018).

Namun demikian, sebuah penelitian yang pernah dilakukan oleh Afwan (2010), terhadap program berita Pojok Kampung JTV menunjukkan penggunaan bahasa siaran dalam tayangan Pojok Kampung JTV berlawanan dengan UU penyiaran No. 32 tahun 2002, utamanya dalam hal pedoman perilaku penyiaran dan standard program siaran (P3/SPS) pada bagian ke-empat pasal 52 mengenai peraturan yang melarang penggunaan kata-kata berkonotasi kasar dan makian dalam program televisi. Pada siaran berita Pojok Kampung kerap kali menayangkan kata-kata yang berkonotasi menghina dengan maksud merendahkan martabat manusia, memiliki konotasi yang jorok, kata-kata yang terkesan mesum, dan vulgar. Bahkan pada penelitiannya yang dilakukan pada tayangan Pojok Kampung antara bulan Oktober- November 2009 ditemukan sebanyak 45 padanan kata, dengan penggunaan kata yang paling sering muncul pada kategori berkonotasi vulgar. Istilah-istilah bahasa Suroboyonan pada tayangan Pojok Kampung merupakan sebuah simulasi yang diciptakan tanpa menggunakan acuan atau referensi khusus mengenai bahasa Suroboyonan itu sendiri, seperti penjelasan eksekutif produser Pojok Kampung berikut ini:

*"Kalo itu ya ada yang murni ide naskah dari kita. Kalau penciptaannya ya kita tidak ada kamus sebagai referensi jadi ya sesuai aja sama bahasa kita (Sutiyono, 2020)."*

Melalui ide-ide kreatif produser inilah berita program Pojok Kampung

menggunakan istilah-istilah bahasa Suroboyonan yang sudah di komudifikasi untuk menyebut suatu kata tertentu. Sehingga menghasilkan tanda-tanda, dimana tanda *real* pada tayangan Pojok Kampung adalah penggunaan bahasa Suroboyonan yang memang benar-benar ada dan digunakan oleh masyarakat Surabaya sebagai alat komunikasi, dan tanda semu yang diwujudkan dalam penciptaan istilah-istilah bahasa Suroboyonan melalui proses reproduksi dimaksudkan pada penggunaan kembali bahasa Suroboyonan namun dengan melibatkan modifikasi pada beberapa kata. Menurut Mansur et al. (2022) strategi promosi budaya lokal memerlukan perencanaan yang matang dalam hal penentuan sasaran audiens, latar kebudayaan, dan penataan bahasa serta intonasi yang sesuai agar merangsang minat audiens.

Simulasi pada penelitian ini ditunjukkan adanya penciptaan istilah-istilah bahasa Suroboyonan yang digunakan sebagai bahasa pengantar berita Pojok Kampung JTV. Penciptaan simulasi bahasa Suroboyonan ini melalui model-model tanpa referensi karena tidak berdasarkan pada kamus atau bahasa Suroboyonan aslinya yang digunakan oleh masyarakat sehingga membuat ide kreatif produser ini tampak nyata daripada realitas bahasa Suroboyonan itu sendiri. Dalam hal ini JTV terus mengeksploitasi bahasa Suroboyonan untuk dijadikan sebagai istilah baru dalam tayangan Pojok Kampung yang kemudian diproduksi secara massif dalam media komunikasi. Oleh karenanya, simulasi ini sudah tidak dapat dibedakan lagi mana yang faktual dan mana yang citraan karena berjaln membaur, oleh karenanya



istilah-istilah bahasa Suroboyoan ini sudah tidak dapat diketahui secara pasti mana yang termasuk realitasnya dan mana yang duplikasinya karena mereka telah berbaur dalam sebuah tayangan berita pada televisi, sehingga secara sekilas akan sulit dibedakan.

Adanya simulasi bahasa Suroboyoan dalam tayangan berita Pojok Kampung dimaksudkan untuk memperhalus bahasa aslinya, untuk menghindari bahasa yang terlalu vulgar dalam tayangan program televisi. Penggunaan bahasa Suroboyoan tidak semata-mata hanya digunakan untuk menarik minat penonton JTV saja, namun digunakan juga untuk melestarikan bahasa lokal atau bahasa daerah agar tetap lestari. Menurut Nanang Produser JTV:

*“Kan ini bahasa juga peninggalan nenek moyang kita, salahnya itu dimana. Sehingga bahasa ini kok ditolak, tidak enak dan tidak diterima, terus menggunakan bahasa pergaulan, Bahasa Indonesia, bahasa-bahasa yang lebih kekinian. Padahal kan ini bahasa kita, bahasa daerah e sendiri (Purwono, 2020).”*

Melalui program Pojok Kampung ini, JTV ingin mengangkat kembali bahasa Suroboyoan yang merupakan bahasa peninggalan nenek moyang, dulunya pernah ada dan digunakan oleh masyarakat Surabaya. Komodifikasi bahasa bukan hanya dapat mempertahankan bahasa peninggalan, namun juga dapat mengenalkan komunitas pengguna bahasa secara nasional bahkan trans nasional (Muth & Del Percio, 2018). Akan tetapi, menurut penuturan Satya Priambodo selaku *marketing communication* JTV yang dikutip melalui website jawapos.tv

menjelaskan bahwa semangat mengangkat kembali kelokalan di Jawa Timur ini, ternyata menjadikan Pojok Kampung sebagai salah satu tayangan berita JTV yang masih ada dan terus memiliki eksistensi hingga sekarang. Bahkan, penggunaan bahasa Suroboyoan pada tayangan beritanya inilah, kemudian dianggap memiliki kontribusi yang dapat menaikkan pamor JTV dibandingkan televisi lokal lainnya di Jawa Timur. Komodifikasi semacam ini juga dilakukan oleh TVRI Yogyakarta, misalnya dengan program unggulan “Pangkur Jenggleng” yang bisa melestarikan budaya lokal Yogyakarta dan menarik *audience* serta bersaing dengan TV lokal di sekitarnya seperti TA TV, RB TV, dna Jogja TV (Raharjo, 2011).

Dalam industri media audiens yang terkomodifikasi merupakan produk yang penting untuk dijual pada pengiklan, karenanya komodifikasi budaya dalam industri media selalu memegang dua peranan penting sebagai pemertahanan nilai-nilai budaya dan kapitalisme industri media (Manggaga, 2018). Muktiyo (2015b) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa di era modernisasi ini media massa berperan penting dalam mempertahankan identitas bangsa, misalnya pemberitaan media Harian Kedaulatan Rakyat dengan rubrik Mekarsari yang ditulis dengan bahasa Jawa untuk memberikan contoh transformasi nilai guna bagi kepemimpinan generasi selanjutnya agar tetap mengacu pada nilai-nilai Jawa.

Mengacu pada berbagai hasil penelitian yang telah dijelaskan di atas, pemertahanan budaya lokal melalui siaran televisi lokal telah menjadi strategi yang menguntungkan dan mendidik. Seperti



apa yang telah dilakukan oleh JTV dan Harian Kedauletatan Rakyat, di Bandung juga terdapat 3 stasiun TV lokal, yakni BTV, PJTV, STV, yang juga menjadikan budaya lokal menjadi sebuah komoditas. Misalnya promosi pengobatan alternatif dan mengenalkan jamu tradisional dalam program *talk show* (Wahyudin, 2017).

Dalam temuan penelitian lainnya, Musthofa (2012) menyatakan bahwa dalam hal industri bisnis pertelevisian, memungkinkan hal-hal yang rawan terjadi yaitu adanya permainan terhadap kebenaran pada program televisi. Menurutnya, objek direduksi menjadi komoditas yang dilebih-lebihkan atau dimanipulasi yang bertujuan menarik penonton yang dimaksudkan untuk memperoleh rating, sehingga dapat mempengaruhi pemasukan tarif iklan. Dimana semakin tinggi tarif iklan, maka media akan mendapat keuntungan yang tinggi pula. Kendati demikian, pemertahanan bahasa daerah perlu terus dilakukan di tengah gempuran globalisasi, terlebih ketika mobilitas warga negara asing di berbagai daerah tujuan pariwisata yang mengakibatkan munculnya komodifikasi bahasa asing di berbagai daerah di Indonesia untuk keperluan *branding* (Kholifah, Sholikhah, & Wardani, 2021).

Komodifikasi bahasa sendiri tidak selalu berkonotasi negatif dan materialistik. Liu (2022) dalam penelitian yang dilakukan di Irlandia pada komunitas Tionghwa diaspora menemukan hasil bahwa komodifikasi bahasa warisan penting dilakukan untuk mengenalkan pada komunitas diaspora yang ada di dunia agar mengenal warisan budaya mereka di tengah gempuran modernisasi.

## KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa Jawa Pos Televisi (JTV) secara strategis telah melakukan komodifikasi bahasa Suroboyoan dalam program berita *Pojok Kampung* sebagai upaya mempertahankan eksistensinya di tengah tekanan dari media sosial dan tuntutan komersialisasi. Bahasa Suroboyoan yang awalnya merupakan bagian dari folklor verbal masyarakat Surabaya dan sekitarnya, telah direkayasa dan dikonstruksi menjadi simbol media yang mengandung nilai tukar. Ini terlihat dari penciptaan istilah-istilah baru, penggunaan gaya tutur khas, hingga penyusunan naskah berita yang disesuaikan dengan karakteristik penonton lokal. Bahasa lokal ini direkonstruksi dalam ruang simulakra, yaitu ruang di mana realitas baru diproduksi tanpa mengacu pada referensi asli. Seluruh proses, mulai dari pra-produksi hingga pasca-produksi, dikendalikan secara penuh oleh produser sebagai aktor utama pembentuk narasi.

Program *Pojok Kampung* JTV secara kreatif membentuk simulasi bahasa Suroboyoan dengan menciptakan istilah-istilah baru yang tidak merujuk pada referensi kebahasaan asli, sebagai strategi komodifikasi untuk memperhalus, memperkaya, dan menarik minat penonton, namun sekaligus menciptakan realitas semu yang memburukkan batas antara bahasa asli dan ciptaan media demi kepentingan rating, pelestarian budaya lokal, dan eksistensi industri media lokal.

Akhirnya, praktik ini menghasilkan kondisi hiperrealitas, di mana bahasa Suroboyoan dalam *Pojok Kampung* tidak lagi bermakna sebagai dialek rakyat,

melainkan telah menjadi dialek media yang dimiliki dan dikendalikan oleh JTV. Realitas berita bukan lagi bersifat objektif, melainkan bercampur dengan konstruksi simbolik yang dikemas untuk tujuan komersial. Komodifikasi ini menunjukkan bahwa media lokal tidak lagi hanya sebagai penyampai informasi, tetapi telah menjadi produsen realitas simbolik yang membentuk persepsi publik melalui bahasa yang direkayasa. Komodifikasi menjadi strategi utama agar media tetap relevan dan menarik bagi pengiklan dan khalayak penonton.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Afwan, M. (2010). *Bahasa Siaran Berita Pojok Kampung di JTV dalam Tinjauan Undang-undang Penyiaran nomor 12 Tahun 2002 (Ananlisis Isi atas Penggunaan Bahasa Suroboyoan dalam siaran berita Pojok Kampung di JTV)*. Muhamamdiyah Malang University.
- Amanda, L. (2021). Komodifikasi Berita dalam Program Hiburan di Televisi (Studi Kasus dalam Program On The Spot Trans 7 Segmen Now On Socmed). Univeristas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Baudrillard, J. (1983). *Simulations* (P. Foss, P. Patton, & P. Beitchman, Eds.). New York: Semiotext(e).
- Baudrillard, J. (1998). *Consumer Society*. London: Sage Publications.
- Chistyakov, D. (2020). Media Construction of Social Reality and Communication Impact on an Individual. *Proceedings of 5th International Conference on Contemporary Education, Social Sciences and Humanities - Philosophy of Being Human as the Core of Interdisciplinary Research (ICCESSH 2020)*, 141–144. Moscow: Atlantis Ppress.
- Dharma, F. A. (2018). Komodifikasi Folklor dan Konsumsi Pariwisata di Indonesia. *BioKultur*, VII(1), 1–15.
- Fadillah, R. S., Abdullah, A., & Besman, A. (2022). Adaptation of Convergence by Local Media Pikiran Rakyat and AyoBandung.com. *Jurnal Kajian Jurnalisme*, 6(1), 45. <https://doi.org/10.24198/jkj.v6i1.39193>
- Farida, K. (2025, May 1). Daftar Perusahaan Media yang Melakukan PHK Karyawan hingga Awal 2025. Retrieved May 5, 2025, from Lombok Post website: <https://lombokpost.jawapos.com/aneka/1505956274/daftar-perusahaan-media-yang-melakukan-phk-karyawan-hingga-awal-2025>
- Fitrianti, R. (2017). *Simulacrum Media di Era Postmoern (Analisis Semiotika Jean Baudrillard dalam Narasi Iklan Kecantikan Dove Edisi 'Dove Real Beauty Sketches')*. Universitas Mercu Buana.
- Harahap, H., Mazdalifah, ., & Hanim, F. (2020). Local Content Program on Television. *3rd International Conference on Social and Political Development (ICOSOP 3 2019) - Social Engineering Governance for the People, Technology and Infrastructure in Revolution Industry 4.0*, 368–372. Medan: Scitepress. <https://doi.org/10.5220/0010033803680372>
- Hariyanto, D. (2018a). Commodification of Umrah Worship in Capitalism Umrah Travel in Indonesia. *IOSR*

- Journal Of Humanities And Social Science*, 23(10), 77–86. <https://doi.org/doi:10.9790/0837-2310047786>
- Hariyanto, D. (2018b). *Komodifikasi Ibadah Umrah di Jawa Timur dalam Perspektif Baudrillard*. Universitas Airlangga Surabaya.
- Hariyanto, D. (2018c). *Komodifikasi Ibadah Umrah Di Jawa Timur Dalam Perspektif Baudrillard*. Universitas Airlangga.
- Hegarty, P. (2004). *Jean Baudrillard: Live Theory*. London: Continuum.
- Hutomo, D. P., & Jusnita, R. A. E. (2020). Efektivitas Penggunaan Bahasa Suroboyoan dalam Penyampaian Berita Pojok Kampung JTV Bagi Masyarakat Kecamatan Gayungan, Kota Surabaya. *SOETOMO COMMUNICATION AND HUMANITIES*, 01(02), 73–86. <https://doi.org/https://doi.org/10.25139/sch.v1i2.3109>
- Kasiyan. (2008). *Manipulasi dan Dehumanisasi Perempuan dalam Iklan*. Yogyakarta: Ombak.
- Kellner, M., Gigi, D., & Douglas, M. (2006). *Media and Cultural Studies Revision Edition*. Hongkong: Blackwell Publishing.
- Kholifah, A. N., Sholikhah, I. M., & Wardani, E. (2021). Power and Branding: Language Commodification of Tourist Resorts. *Humanus*, 20(1), 21. <https://doi.org/10.24036/humanus.v20i1.111026>
- Khusbiya, N. L. (2016). *Festival Ken-Duren (Studi tentang Komodifikasi Kenduri Durian di Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang)*. Universitas Jember.
- Kisyani-Laksono. (2002). *Bahasa Jawa Di Jawa Timur Bagian Utara dan Blambangan: Kajian Dialektologis*. Jakarta: Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional.
- Krisdinanto, N. (2017). *Runtuh dari Dalam, Tekanan Komersialisasi terhadap Pagar Api Jurnalistik di Indonesia Surabaya*. Tangerang: Marjin Kiri.
- Liu, Y. (2022). Commodification of the Chinese language: investigating language ideology in the Chinese complementary schools' online discourse. *Current Issues in Language Planning*, 23(3), 319–342. <https://doi.org/10.1080/14664208.2022.2037290>
- Manggaga, I. P. (2018). Komodifikasi Konten Televisi Dalam Perspektif Ekonomi Politik Media. *Jurnal Tabligh*, 19(2), 257–276.
- Mansur, S., Saragih, N., Novianti, W., Istiyanto, S. B., & Mahligai, U. (2022). Commodification of Betawi Culture of Palang Pintu festival. *Informasi*, 52(1), 97–118. <https://doi.org/10.21831/informasi.v52i1.48825>
- Maryani, E., Rahmawan, D., & Karlinah, S. (2020). The implications of social media on local media business: Case studies in Palembang, Manado and Bandung. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 36(1), 317–333. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2020-3601-18>
- Miles, M. B., Huberman, M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis* (3rd ed.). London: Sage Publication Ltd.

- Mosco, V. (2009). *The Political of Communication* (2nd ed.). London: SAGE Publications.
- Muktiyo, W. (2015a). Komodifikasi Budaya dalam Konstruksi Realitas Media Massa. *MIMBAR*, 31(1), 113–122.
- Muktiyo, W. (2015b). Komodifikasi Budaya Dalam Konstruksi Realitas Media Massa. *MIMBAR*, 31(1), 113. <https://doi.org/10.29313/mimbar.v31i1.1262>
- Musthofa, A. (2012). Komodifikasi Kemiskinan Oleh Media Televisi. *Jurnal Ilmiah Komunikasi | MAKNA*, 3(1), 1–14. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30659/jikm.3.1.1-14>
- Muth, S., & Del Percio, A. (2018). Policing for commodification: turning communicative resources into commodities. *Language Policy*, 17(2), 129–135. <https://doi.org/10.1007/s10993-017-9441-7>
- Pavlik, J. (2001). *Journalism and New Media*. New York: Columbia University Press.
- Piliang, Y. A. (1999). *Hiper-Realitas Kebudayaan*. Yogyakarta: LKIS.
- Purwono, N. (2020). *Personal Interview*. Surabaya.
- Raharjo, S. (2011). *Komodifikasi Budaya Dalam Televisi: Studi Wacana Kritis Komodifikasi Pangkur Jenggeng* (Universitas Sebelas Maret). Universitas Sebelas Maret, Surakarta. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol5.iss2.art7>
- Sumartono. (2016). Komodifikasi Media dan Budaya Kohe. *THE MESSENGER*, 02(VIII), 43–51.
- Sutiyono, B. (2020). *Personal Interview*. Surabaya.
- Suyasa, I. M., & Sedana, I. N. (2020). Mempertahankan Eksistensi Media Cetak Di Tengah Gempuran Media Online. *Jurnal Komunikasi Dan Budaya*, 1(1), 56–64. <https://doi.org/10.54895/jkb.v1i1.314>
- Trisnanto, R. W. (2015). *Analisis Resepsi Masyarakat terhadap Program Berita Pojok Kampung di JTV (Studi Masyarakat Jawa Timur terhadap Bahasa Suroboyoan dalam Program berita Pojok Kampung JTV)*. IAIN Jember.
- Wahyudin, A. (2017). Commodification Broadcast Television Program on Local Television in Bandung, West Java. *International Conference on Communication and Media: An International Communication Association Regional Conference (i-COME'16)*, 33, 00069. Kuala Lumpur: SHS Web of Conferences. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20173300069>
- Winiasih, T. (2010). *Pisuhan dalam "bahasa Suroboyoan" Kajian Sociolinguistik*. Sebelas Maret University.