

**PRAKTIK KOMODIFIKASI KHALAYAK TERHADAP PELAKSANAAN
KODE ETIK JURNALISTIK
(Studi kasus LKBN Antara Jawa Timur)**

TESIS



Oleh :

ABDUL MALIK IBRAHIM

NPM: 23067020010

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR
SURABAYA
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN

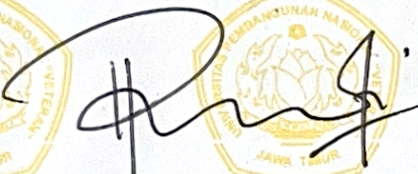
Praktik Komodifikasi Khalayak Terhadap Pelaksanaan Kode Etik Jurnalistik (Studi Kasus LKBN ANTARA Biro Jawa Timur)

Disusun oleh:

Abdul Malik Ibrahim
NPM. 23067020010

Telah disetujui mengikuti ujian lisan

DOSEN PEMBIMBING UTAMA



Aulia Rahmawati, S.Sos, M.Si, Ph.D
NPT. 382070602161

DOSEN PEMBIMBING KEDUA



Dr Ario Bimo Utomo, S.I.P, MIR
NPT. 1711993083037

Mengetahui
DEKAN FISIBPOL



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**Praktik Komodifikasi Khalayak Terhadap Pelaksanaan Kode Etik Jurnalistik
(Studi Kasus LKBN ANTARA Biro Jawa Timur)**

oleh:

Abdul Malik Ibrahim
NPM. 23067020010

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Tesis Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas
Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur pada tanggal 28 November 2025

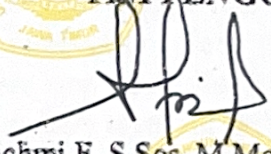
Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA



Aulia Rahmawati, S.Sos, M.Si, Ph.D
NPT.382070602161

TIM PENGUJI,



Dr Syafrida Nurrachmi F. S.Sos, M.Med.Kom
NIP.198302232021212008

Dra Dyva Claretta, M.Si
NIP.196601072021212001

PEMBIMBING KEDUA



Dr Ario Bimo Utomo, S.I.P., MIR
NPT.1711993083037



Aulia Rahmawati, S.Sos, M.Si, Ph.D
NPT.382070602161

Dr. Ario Bimo Utomo, S. I.P., MIR
NPT.1711993083037

DEKAN FISIPOL

Dr Catur Suratnoaji, M.Si
NIP.196804182021211006

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Abdul Malik Ibrahim

NPM : 23067020010

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya dan Politik

Judul Tesis : **Praktik Komodifikasi Khalayak Terhadap Pelaksanaan Kode Etik Jurnalistik** (Studi Kasus LKBN ANTARA Biro Jawa Timur)

Menyatakan bahwa dalam tesis ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga pendidikan tinggi dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam tesis ini dan disebutkan sumbernya secara lengkap dalam daftar rujukan. Apabila di kemudian hari tesis ini terbukti merupakan hasil plagiat dari karya penulis lain dan/atau dengan sengaja mengajukan karya atau pendapat yang merupakan karya penulis lain, penulis bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi hukum yang berlaku.



4 Desember 2025

Abdul Malik Ibrahim

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur bagi Alloh SWT, Tuhan semesta alam yang telah menganugerahkan segala karunia dan rahmat-Nya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan tesis dengan judul “Praktik Komodifikasi Khalayak Terhadap Pelaksanaan Kode Etik Jurnalistik” (Studi kasus LKBN Antara Biro Jawa Timur)”. Tesis ini membahas secara mendalam tentang praktik komodifikasi khalayak dan negoisasi kode etik jurnalistik yang terjadi di dalam LKBN ANTARA Biro Jawa Timur.

Tesis ini disusun sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan Program Magister (S2) di Program Studi Magister Ilmu Komunikasi FISIBPOL UPN Veteran Jawa Timur. Ucapan terima kasih penulis haturkan kepada seluruh pihak yang mendukung penulis dalam penyusunan tesis ini, di antaranya kepada:

1. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik.
2. Aulia Rahmawati, S.Sos, M.Si Ph.D selaku Koordinator Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, sekaligus dosen pembimbing penulis yang selalu memberikan masukan konstruktif.
3. Dr. Ario Bimo Utomo, S. I.P., MIR selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan waktu dan masukan yang positif kepada penulis.
4. Dosen penguji yang luar biasa, Dra Dyva Claretta, M.Si, Dr Syafrida Nurrachmi F, S.Sos, M.Med.Kom yang mengingatkan hal-hal teknis akademis dan kerangka pikir berkaitan dengan penulisan karya ilmiah

tesis ini.

5. Seluruh dosen program Studi Magister Ilmu Komunikasi FISIP UPN Veteran Jawa Timur yang telah sharing pengetahuan dan perspektif baru dalam pengembangan Ilmu Komunikasi selama dua tahun ini.
6. Kepala Biro LKBN ANTARA Jawa Timur, Rachmat Hidayat SH, MI, Kom serta karyawan LKBN ANTARA Biro Jawa Timur yang menjadi informan dan dengan sabar melayani dan meluangkan waktunya untuk berdiskusi bersama.
7. Istri Oky Dian Sulisty M Med.kom, anak-anak Safaraz Putra Nusantara dan Zahra Mutu Manikam serta semua keluarga internal yang mendukung proses berjalannya kuliah magister.
8. Rekan-rekan satu angkatan pertama Magic.Com UPN Veteran Jatim atas diskusi dan kebersamaan dalam menuntut ilmu komunikasi di kampus.

ABSTRAKSI

Penelitian ini menelaah praktik komodifikasi khalayak dan negosiasi Kode Etik Jurnalistik di LKBN ANTARA Biro Jawa Timur. Komodifikasi khalayak dipahami sebagai transformasi perhatian, data, dan interaksi audiens menjadi nilai tukar. Audiens diposisikan sebagai komoditas yang dapat dimonetisasi kepada pengiklan dan mitra komersial. Studi ini bertujuan untuk menganalisis penerapan KEJ, mengidentifikasi bentuk-bentuk komodifikasi khalayak yang berlangsung, serta memahami hubungan antara penerapan kode etik jurnalistik dan praktik komodifikasi di lingkungan redaksi.

Menggunakan metode etnografi yang mencakup observasi partisipatif di ruang redaksi, wawancara mendalam dengan wartawan, editor, dan manajemen, serta analisis dokumen internal, temuan menunjukkan bermacam manifestasi komodifikasi: pengumpulan dan pemanfaatan data pengunjung, strategi konten yang didorong metrik keterlibatan, dan upaya mengemas berita sebagai produk komersial sambil memenuhi target produksi. Sementara itu, mekanisme editorial yang meliputi verifikasi fakta, rapat redaksi, pelatihan, serta kompromi menjadi sarana utama penerapan dan adaptasi kode etik jurnalistik.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa kode etik jurnalistik berfungsi tidak hanya sebagai norma etis, tetapi juga sebagai kerangka negosiasi praktis yang memungkinkan manajemen redaksi mengelola tekanan komersialisasi tanpa sepenuhnya mengorbankan komitmen profesional. Kontribusi studi ini terletak pada penggabungan perspektif ekonomi-politik media dan etnografi newsroom

untuk memperkaya pemahaman tentang kerja etis dan batas-batas profesional di jurnalistik digital Indonesia.

Kata kunci: komodifikasi khalayak, kode etik, jurnalistik, etnografi newsroom, lkb antara, jurnalistik.

ABSTRACT

This study examined the practice of audience commodification and the negotiation of the Journalistic Code of Ethics at the ANTARA News Agency, East Java Bureau. Audience commodification was understood as the transformation of audience attention, data, and interactions into exchange value. In this process, audiences were positioned as commodities that could be monetized by advertisers and commercial partners. The study aimed to analyze the implementation of the journalistic code of ethics, to identify the forms of audience commodification that took place, and to understand the relationship between ethical guidelines and commodification practices within the newsroom.

The research employed an ethnographic approach that involved participant observation in the newsroom, in-depth interviews with reporters, editors, and managers, as well as an analysis of internal documents. The findings indicated multiple manifestations of commodification: the collection and utilization of visitor data, content strategies shaped by engagement metrics, and the packaging of news as commercial products while meeting production targets. At the same time, editorial mechanisms such as fact verification, newsroom meetings, professional training, and negotiated compromises functioned as the primary means through which the journalistic code of ethics was implemented and adapted.

The study concluded that the journalistic code of ethics functioned not only as an ethical norm but also as a practical negotiation framework that enabled newsroom management to address commercialization pressures without entirely sacrificing professional commitments. The contribution of this research lies in

combining the political economy of media perspective with newsroom ethnography to enrich the understanding of ethical labor and professional boundaries in Indonesian digital journalism.

Keywords: *audience commodification, journalistic code of ethics, newsroom ethnography, journalism, lkbh antara*

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	v
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1. Penelitian Terdahulu	17
2.2. Tinjauan Pustaka	22
2.2.1. Kode Etik Jurnalistik	23
2.2.2. Kantor Berita Negara	27
2.2.3. Teori Komodifikasi Khalayak	31
2.2.4. Teori Ekonomi Politik Media	57
2.2.5. Teori Manajemen Media Massa	61
2.3. Kerangka Berpikir	66
BAB III METODE PENELITIAN	68
3.1. Pendekatan Penelitian	68
3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian	72
3.3. Obyek Penelitian	72
3.4. Teknik Pengumpulan Data	74

3.5.	Teknik Analisis Data	80
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		83
4.1.	Gambaran Umum Obyek dan Subyek Penelitian	83
4.1.1.	Gambaran Umum dan Sejarah LKBN ANTARA Biro Jatim	84
4.1.2.	Struktur Organisasi LKBN ANTARA Biro Jatim	91
4.1.3.	Statistik kunjungan di laman website ANTARA JATIM	91
4.2.	Hasil dan Pembahasan	92
4.2.1.	Subyek Penelitian dan Proses Redaksi	92
4.2.2.	Temuan hasil penelitian	102
4.2.3.	Hubungan Komodifikasi dan Praktik Jurnalistik	108
4.2.4.	Akumulasi Kapital	111
4.2.5.	Kontradiksi Komodifikasi	114
4.3.	Negosiasi Kode Etik Jurnalistik dalam Tekanan Komersial	116
4.3.1.	Proses Internal Redaksi dalam Menerapkan KEJ	119
4.3.2.	Konflik Antara Idealisme Wartawan dengan Tuntutan Bisnis	122
4.3.3.	Mekanisme Kompromi yang Diterapkan	125
4.3.4.	Adaptasi KEJ terhadap Model Bisnis Digital	127
4.4.	Bentuk-Bentuk Komodifikasi Khalayak di Era Digital	129
4.4.1.	Komodifikasi Data Pengunjung Website	131
4.4.2.	Transformasi Berita Menjadi Produk Komersial	133
4.4.3.	Pemanfaatan Matrik Digital untuk Strategi Konten	136
4.4.4.	Model Bisnis Berbasis Audiens dan Pengiklan	139
4.5.	Dampak Digitalisasi terhadap Praktik Jurnalistik	142

4.5.1.	Perubahan Pola Produksi dan Distribusi Berita	145
4.5.2.	Tekanan Kecepatan VS Akurasi dalam Era Digital	147
4.5.3.	Pengaruh Algoritma dan Media Sosial terhadap Editorial	148
4.5.4.	Strategi Adaptasi Menghadapi Disruption Digital	151
BAB V PENUTUP		154
5.1.	Kesimpulan	154
5.2.	Refleksi Peneliti	156
5.3	Saran	157
DAFTAR PUSTAKA		158
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		173