



Strategi Moji TV Menarik Audiens Muda Melalui Diversifikasi Konten pada Era Digital di Indonesia

Moji TV's Strategy to Attract Young Audiences Through Content Diversification in the Digital Era in Indonesia

Anisa Ratna Madani¹, Athok Mahfud², Hapsari D. Sulistyani³

¹²³Program Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Diponegoro, Semarang, Indonesia
anisaratnamadani@gmail.com, ahfudatok@gmail.com, hapsaricomundip@gmail.com

Abstrak

Pada era digital saat ini, media massa berperan dalam membentuk opini publik dan budaya masyarakat. Moji TV sebagai televisi yang berfokus pada audiens muda menghadapi tantangan dalam menghadirkan konten yang menarik sekaligus mendidik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi spesialisasi Moji TV dalam menarik audiens muda serta mengevaluasi dampak dominasi konten hiburan dan keberadaan iklan rokok yang berujung pada teguran KPI. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis konten dengan pendekatan Teori Ekonomi Politik Media oleh Vincent Mosco. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dominasi konten hiburan dan iklan yang tidak sesuai dengan regulasi telah menyebabkan Moji TV mendapat teguran dari KPI. Oleh karena itu, Moji TV perlu meningkatkan keseimbangan antara hiburan dan edukasi serta memperketat kebijakan penyiaran iklan. Pada era digital, media massa memainkan peran penting dalam membentuk opini publik dan budaya masyarakat. Moji TV, sebagai stasiun televisi yang menargetkan audiens muda, menghadapi tantangan dalam menghadirkan konten yang tidak hanya menarik tetapi juga edukatif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi spesialisasi yang diterapkan Moji TV dalam menarik minat audiens muda serta mengevaluasi dampak dominasi konten hiburan dan keberadaan iklan rokok terhadap kualitas siaran. Metode yang digunakan adalah analisis konten dengan pendekatan Teori Ekonomi Politik Media oleh Vincent Mosco, khususnya dalam aspek spesialisasi dan komodifikasi media. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dominasi program hiburan dan penayangan iklan yang tidak sesuai regulasi telah menyebabkan Moji TV menerima teguran dari Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Temuan ini mengindikasikan perlunya perbaikan strategi konten dengan menyeimbangkan aspek hiburan dan edukasi serta memperkuat kebijakan internal terkait penyiaran iklan. Penelitian ini merekomendasikan penyesuaian konten agar sesuai dengan kebutuhan audiens muda dan regulasi penyiaran yang berlaku.

Kata kunci: *Audiens Muda; Diversifikasi Konten; Moji TV; Spesialisasi; Teori Ekonomi Politik Media*

Abstract

In the digital era, mass media plays a crucial role in shaping public opinion and societal culture. Moji TV, a television station targeting young audiences, faces challenges in delivering content that is both engaging and educational. This study aims to analyze the spatialization strategy adopted by Moji TV to attract young viewers and to evaluate the impact of entertainment content dominance and cigarette advertisements on broadcast quality. The research employed content analysis using Vincent Mosco's Political Economy of Media Theory, focusing on the concepts of spatialization and commodification. The findings reveal that excessive entertainment content and non-compliant advertising practices led to formal warnings issued by the Indonesian Broadcasting Commission (KPI). These results highlight the need for a more balanced content strategy that aligns entertainment with educational value while reinforcing internal policies for advertising compliance. The study recommends content adjustments to meet the expectations of young viewers and adhere to national broadcasting regulations.

Keywords: *Young Audience; Content Diversification; Moji TV; Spatialization; Media Political Economy Theory*

I. PENDAHULUAN

Dalam era digital saat ini, media massa memainkan peran penting dalam membentuk opini publik dan budaya masyarakat. Media massa bukan hanya menyebarkan informasi, tetapi juga membentuk dan memengaruhi pandangan masyarakat terhadap realitas sosial melalui sudut pandang yang diusungnya. (Mahfud, 2025) Media digital telah merevolusi cara informasi dibuat, disebarkan, dan dikonsumsi sejak munculnya internet. Perkembangan besar terjadi dengan hadirnya media sosial seperti Facebook dan YouTube, yang memungkinkan siapa saja berbagi dan berinteraksi secara global, menjadikan penyebaran informasi lebih merata. (Negi & Akanksha, 2024)

Moji TV, sebagai stasiun televisi yang menargetkan audiens muda, menghadapi tantangan dalam menyajikan konten yang tidak hanya menarik tetapi juga mendidik. Media digital dan platform sosial telah melahirkan format hiburan yang inovatif dan mampu menarik minat audiens muda secara efektif, (Kolotouchkina, Rangel, & Gómez, 2023) Namun, dominasi program hiburan dan keberadaan iklan yang tidak sesuai dengan regulasi, seperti iklan rokok, menimbulkan kekhawatiran akan degradasi nilai tontonan bagi penonton muda.

Moji TV, sebelumnya dikenal sebagai O Channel, merupakan jaringan televisi swasta di Indonesia yang dimiliki oleh PT Elang Mahkota Teknologi Tbk. Stasiun ini resmi mengudara pada 16 Juni 2005 di Jakarta dan berganti menjadi Moji TV pada 21 Agustus 2022 dengan fokus utama pada program-program hiburan. Sesuai namanya 'Moji TV' terinspirasi dari kata 'eMoji TV,' yang dalam bahasa Jepang berarti 'gambar' dan 'karakter', (MOJI, 2022) Meskipun strategi ini berhasil menarik perhatian, terdapat ketidakseimbangan antara tayangan hiburan dan tayangan edukatif atau informatif.

Situasi ini mencerminkan dilema antara orientasi komersial dengan tanggung jawab sosial media. KPI (Komisi Penyiaran Indonesia) telah beberapa kali menjatuhkan teguran kepada Moji TV, menunjukkan bahwa sebagian programnya melanggar prinsip etika penyiaran, khususnya terkait perlindungan anak dan remaja serta kepatuhan terhadap regulasi iklan. Pada tahun 2023, KPI melakukan teguran tertulis untuk program siaran iklan dan program tayangan di stasiun Moji TV. (Komisi Penyiaran Indonesia, 2023) Kritik yang diterima Moji TV dari KPI menunjukkan kompleksitas dalam mengelola konten media di tengah regulasi yang semakin ketat.

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti akan menanalisis tentang tayangan yang disiarkan oleh Moji TV dengan fokus kepada bagaimana strategi spesialisasi Moji TV diterapkan untuk menarik perhatian audiens muda serta implikasinya terhadap regulasi penyiaran dan nilai edukatif konten. Peneliti menggunakan teori spesialisasi dalam kajian ekonomi politik media dari Vincent Mosco dengan menggunakan analisis konten untuk melihat bagaimana kesesuaian siaran yang dihadirkan terhadap audiens muda.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi konten Moji TV dalam menarik audiens muda melalui pendekatan spesialisasi serta mengevaluasi dampaknya terhadap kualitas konten dan kepatuhan pada regulasi penyiaran. Penelitian ini memberikan kontribusi pada kajian media dan komunikasi, khususnya penyiaran konten untuk audiens muda di era digital. Temuan ini juga berguna dalam mengkaji keterkaitan antara regulasi penyiaran dan tanggung jawab sosial media, serta memperluas penerapan Teori Ekonomi Politik Media dalam konteks televisi swasta di Indonesia.

Teori Ekonomi Politik Media

Teori Ekonomi Politik Media adalah cara pandang yang mengkritisi hubungan antara ekonomi dan industri media serta isi ideologis yang dipengaruhi olehnya. Pemilik modal, media, dan pendapatan media dianggap sebagai faktor penting dalam menentukan konten dan arah pemberitaan media. Pendekatan ini meneliti bagaimana faktor ekonomi dan politik memengaruhi produksi dan distribusi konten media sebagai barang dagang. Konsep penting dalam pendekatan ini menurut Vincent Mosco dibagi menjadi tiga yaitu komodifikasi (perubahan menjadi barang dagang), spesialisasi (pembatasan ruang dan waktu), dan strukturasi (hubungan antara gagasan, proses, dan praktek sosial).

Dalam perspektif ekonomi politik, media dianggap tidak netral karena dipengaruhi kepentingan pemilik modal, negara, atau kelompok tertentu, sehingga berperan sebagai alat dominasi dalam masyarakat. (Dewantara, 2025) Struktur ekonomi politik yang berlaku dalam suatu masyarakat sangat memengaruhi jalannya komunikasi massa dan penyebaran informasi, yang pada akhirnya menciptakan proses dominasi tertentu. (Enga, 2017)

Konteks industri media seperti Moji TV menunjukkan bagaimana Teori Ekonomi Politik Media memberikan pandangan kritis terhadap pengaruh faktor ekonomi dan politik dalam produksi konten. Karena itu, perusahaan media perlu membangun kedekatan dengan audiensnya melalui pemetaan karakter dan target audiens, baik di media konvensional maupun digital, (Al-Ansori & Saifudin, 2025) Pemilik modal dan pendapatan media memainkan peran kunci menentukan jenis konten yang diproduksi dan disajikan kepada audiens. Sehingga penting untuk mengkaji bagaimana kepentingan ekonomi dan politik memengaruhi narasi dan pemilihan informasi yang disampaikan melalui media.

Dengan memahami konsep komodifikasi, spesialisasi, dan strukturasi dalam Teori Ekonomi Politik Media, Moji TV dapat lebih kritis dalam menyusun strategi produksi konten yang tidak hanya mempertimbangkan keuntungan ekonomi semata, tetapi juga dampak ideologis dan sosial dari konten yang disajikan kepada penonton. Dengan demikian, Moji TV dapat menjadi agen perubahan yang lebih bertanggung jawab dalam menyajikan informasi yang berimbang, relevan, dan bermanfaat bagi masyarakat.

Spasialisasi (*spatialization*)

Spasialisasi dalam konteks penelitian media mengacu pada analisis bagaimana media dan kontennya didistribusikan dan dikonsumsi dalam ruang tertentu. Menurut Vincent Mosco, spasialisasi adalah proses mengatasi kendala ruang geografis, antara lain dengan media massa dan teknologi komunikasi, (Mosco, 2009) Vincent Mosco menyoroti bahwa spasialisasi memainkan peran penting dalam memahami bagaimana cara kerja masyarakat modern dan bagaimana teknologi informasi mempengaruhi proses tersebut.

Spasialisasi muncul karena globalisasi yang memungkinkan media menyebarkan produk kepada audiens tanpa batas ruang dan waktu, dengan kemajuan teknologi seperti internet yang memudahkan akses Instagram kapan saja dan di mana saja, sehingga internet menciptakan ruang sosial sebagai produk sosial bagi khalayak, (Hanifah, Putri, & Utari, 2021) Hal ini memperluas jangkauan media secara signifikan. Selain itu, media dapat berinteraksi langsung dengan audiens secara real-time. Spasialisasi platform digital sebagai perusahaan bisnis besar berarti mereka berkembang dan terhubung dengan kekuasaan yang sudah ada, terutama melalui hubungan dengan jaringan keuangan global yang mengatur cara mereka berjalan, (Jia, 2025)

Mosco menggarisbawahi bahwa spasialisasi merupakan kunci dalam pengembangan pengetahuan yang mendalam dalam bidang-bidang tertentu serta dalam membentuk identitas individu dan kelompok. Menurutnya, ia melihat spasialisasi ini sebagai suatu proses yang memungkinkan individu atau kelompok untuk mengasah atau mempertajam keahlian dan keterampilan spesifik tertentu sehingga mereka dapat menjadi ahli dalam bidang-bidang yang mereka tekuni tersebut.

Dalam konteks Moji TV, penerapan konsep spasialisasi terlihat melalui fokusnya terhadap audiens muda melalui program-program yang dibuat dan disesuaikan dengan minat dan preferensi segmentasi tersebut. Namun, dalam perspektif kritis, terdapat pertanyaan mengenai dampak dari fokus yang terlalu khusus ini. Dalam konteks ini, penting untuk mempertimbangkan keseimbangan antara hiburan dan informasi yang disajikan, serta memastikan bahwa konten yang disediakan tidak hanya memenuhi kebutuhan hiburan semata, tetapi juga memberikan nilai edukatif dan informatif yang penting bagi perkembangan penonton muda. Dengan demikian, Moji TV perlu memperhatikan aspek-aspek ini dalam menerapkan konsep spasialisasi agar dapat memberikan pengalaman menonton yang berimbang dan bermanfaat bagi audiens muda mereka.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain deskriptif kualitatif. Desain ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis fenomena yang terjadi, yaitu strategi diversifikasi konten Moji TV dan dampaknya terhadap audiens muda. Diketahui berdasarkan pengamatan, misalnya pada 27 Mei 2024, Moji TV memiliki pola program harian yang cenderung monoton, di mana hanya satu kali dalam sehari menyiarkan program berita aktual. Adapun program-

program olahraga mendominasi siaran Moji TV. Ini dapat mengurangi kesempatan penonton untuk mendapatkan informasi aktual yang lebih beragam dan berimbang. Selain itu, fokus yang lebih besar pada siaran olahraga juga dapat mempengaruhi variasi dan kedalaman materi yang disajikan, sehingga berpotensi mengurangi nilai informasional dan edukatif dari tayangan Moji TV.

Dengan tayangan ini, peneliti akan menggunakan metode analisis konten untuk melihat bagaimana pola tayangan melalui berbagai program di Moji TV untuk dapat melakukan evaluasi berbagai jenis konten yang disajikan, termasuk hiburan, edukasi, berita, dan iklan. Metode pengumpulan data melibatkan observasi, di mana peneliti mengamati video yang akan dianalisis, melakukan pemantauan yang teliti, dan kemudian mentranskripsikan menjadi narasi atau skrip untuk analisis konten. Sumber data juga meliputi buku, jurnal penelitian, publikasi pemerintah, dan artikel terpercaya.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini meliputi analisis konten dari Bernard Berelson (1952). Menurutnya, analisis konten adalah teknik penelitian untuk menggambarkan secara objektif, sistematis, dan kuantitatif isi nyata dari komunikasi, (Reisner, 2023). Ole Holsti (1968) menggambarkan analisis konten sebagai metode untuk membuat inferensi dengan cara obyektif dan sistematis dalam mengidentifikasi karakteristik khusus dari pesan-pesan. Analisis konten ialah metode riset untuk mendeskripsikan, menganalisis, dan menginterpretasi isi pesan komunikasi secara objektif, sistematis, dan kuantitatif. (Prasad, 2006).

Analisis konten merupakan salah satu teknik penelitian yang semakin populer dalam bidang pemasaran dalam beberapa tahun terakhir, (Thomas & Elias, 2018). Metode ini berfokus pada pemeriksaan isi pesan, dengan memperhatikan makna, konteks, dan tujuan yang ingin disampaikan melalui pesan tersebut. Bahan analisis konten dapat berupa surat, catatan harian, isi surat kabar, lagu daerah, cerita pendek, pesan Radio, Televisi, dokumen, teks atau simbol apapun. Tujuannya adalah untuk menarik kesimpulan yang dapat direplikasi dan valid, serta mengukur variabel komunikasi yang relevan. Metode ini tidak mengganggu subjek dan melibatkan observasi terhadap komunikasi yang telah terjadi.

Objektivitas tercapai dengan menetapkan kategori analisis dengan tepat sehingga orang yang berbeda dapat mengaplikasikannya secara konsisten pada konten yang sama. Sistematis berarti menerapkan prosedur yang sama pada semua konten yang dianalisis, serta mengatur kategori dengan baik untuk menganalisis semua konten yang relevan. Kuantitatif berarti mencatat nilai numerik atau frekuensi dari berbagai jenis konten yang terjadi. Konten yang terlihat mengacu pada konten yang muncul secara nyata, sehingga penting untuk mengkodekan konten sebagaimana adanya daripada sebagaimana yang dirasakan oleh analis konten.

Adapun metode ini dipilih karena memiliki kelebihan dalam menyajikan data secara sistematis, objektif, dan terukur sehingga memudahkan identifikasi pola tayangan media secara kuantitatif, terutama dalam mengungkap kecenderungan struktural dan komersialisasi isi siaran. Metode ini juga mudah direplikasi dan

cocok digunakan dalam kerangka teori ekonomi politik media untuk menunjukkan bagaimana kepentingan ekonomi dan kekuasaan memengaruhi isi media. Namun, kelemahannya terletak pada keterbatasannya dalam menggali makna mendalam, konteks produksi, serta relasi kekuasaan yang tidak tampak secara langsung dalam isi, sehingga sering kali perlu dilengkapi dengan metode kualitatif lain agar hasil analisis lebih komprehensif.

Analisis konten yang terstandarisasi dilakukan untuk menemukan kekurangan dalam cara evaluasi dilakukan serta perbedaan antara hasil yang dijanjikan dan yang sebenarnya tercapai. (Volk, 2024) Pada konteks ini mengidentifikasi pola dan strategi yang digunakan oleh Moji TV dalam mengembangkan konten-konten yang sesuai dengan minat dan preferensi segmen audiensnya. Metode ini memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi dan menganalisis jenis-jenis konten yang disajikan oleh Moji TV, serta mengevaluasi dampaknya terhadap audiens muda. Dalam penelitian ini, digunakan paradigma kritis yang bertujuan untuk mengidentifikasi cara diversifikasi konten Moji TV bagi audiens muda.

Pada penelitian ini, data-data dikumpulkan melalui beberapa teknik, yaitu observasi konten dan dokumentasi. Observasi Konten adalah teknik yang dilakukan dengan melakukan pengamatan dan mencatat jenis-jenis konten yang ditayangkan oleh Moji TV selama periode penelitian. Kemudian, Dokumentasi merupakan teknik yang dapat dilakukan dengan cara mengumpulkan dokumentasi terkait jadwal tayangan harian dan daftar iklan yang ditayangkan. Dokumentasi ini akan digunakan untuk melengkapi data observasi.

Setelah melakukan observasi dan dokumentasi, data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan teknik analisis konten. Pertama, menganalisis frekuensi, yakni menghitung frekuensi penayangan masing-masing jenis konten untuk mengidentifikasi pola dominasi konten selama periode penelitian. Data frekuensi akan memberikan gambaran yang jelas tentang proporsi konten yang disajikan oleh Moji TV kepada audiens muda.

Selanjutnya interpretasi data, di mana peneliti menafsirkan hasil analisis untuk menyimpulkan temuan-temuan utama yang diungkapkan oleh data. Interpretasi data akan membantu dalam mengidentifikasi pola-pola, tren, atau kesimpulan yang relevan dengan tujuan penelitian. Hasil analisis digunakan untuk memberikan rekomendasi praktis bagi Moji TV dalam meningkatkan kualitas dan keseimbangan kontennya. Dengan menerapkan teknik-teknik analisis ini, diharapkan penelitian dapat memberikan pemahaman yang komprehensif tentang jenis konten yang disajikan oleh Moji TV dan dampaknya terhadap audiens muda.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, penulis menganalisis strategi Moji TV dalam menarik audiens muda melalui diversifikasi konten pada era digital di Indonesia. Diversifikasi konten tayangan ini mampu menarik audiens muda dengan

berbagai tayangan hiburan. Tulisan ini akan memuat strategi yang dilakukan Moji TV dalam memberikan tontonan yang layak untuk audiens muda.

Berdasar pada pengamatan yang dilakukan pada tanggal 27 Mei 2024, dapat terlihat bahwa tayangan yang disuguhkan dari pukul 00:00 hingga 23:59 hanya terdapat satu tayangan yang bersifat informatif dan faktual. Dalam satu hari penayangan terlihat tayangan hiburan yang paling banyak mengisi waktu tayang Moji TV, mulai dari siaran olahraga, *reality show*, *talk show*, drama, sinetron, dan program hiburan lainnya.

Berikut contoh daftar tayangan Moji TV pada 27 Mei 2024 dalam satu hari mulai pukul 00:00 hingga 23:59 :

| Jam | Nama Program | Kategori |
|-------|--|----------------------|
| 00:00 | Volley Nations League 2024 Men (Live) | Olahraga |
| 02:00 | Proliga 2024 Putra | Olahraga |
| 03:30 | Proliga 2024 Putra | Olahraga |
| 05:30 | Moji TV Sport | Olahraga |
| 06:15 | Liputan 6 Pagi Moji TV | Berita/Informasi |
| 07:00 | Ungkap | Hiburan/Reality Show |
| 08:00 | Ungkap | Hiburan/Reality Show |
| 09:00 | Netizen Update | Hiburan/Infotainment |
| 10:00 | Bisik Pagi | Hiburan/Talk Show |
| 11:00 | Tercyduk | Hiburan/Reality Show |
| 12:30 | Tercyduk | Hiburan/Reality Show |
| 14:30 | Moji TV Drama (Pangeran) | Drama/Sinetron |
| 17:30 | Proliga 2024 Putri | Olahraga |
| 19:00 | Proliga 2024 Putra | Olahraga |
| 21:00 | Moji TV Drama (Akan Indah Pada Mantunya) | Drama/Sinetron |
| 22:00 | Cinta Terlarang | Drama/Sinetron |
| 23:00 | Ungkap | Hiburan/Reality Show |

Dengan menggunakan metode analisis konten, penulis akan melihat pola dan strategi yang digunakan oleh Moji TV dalam mengembangkan konten-konten yang sesuai dengan minat dan preferensi segmen audiensnya. Mulai dari keragaman program tayangan hiburan yang dihadirkan hingga iklan yang ditampilkan sebagai selingan menuju program lainnya.

Dominasi Tayangan Hiburan

Kebanyakan konten yang disajikan tiap harinya didominasi untuk hiburan semata. Tentu hal ini dapat menumbuhkan degradasi konten tontonan pada audiens muda. Moji TV juga masih perlu memperbaiki tidak hanya konten tetapi juga iklan yang tayang di stasiunnya. Tentu saja karena sasarannya adalah audiens muda, tontonan harus disesuaikan dengan usia atau target audiens. Terlebih adanya kemudahan akses Moji TV yang dapat diakses dari mana saja dengan telepon pintar pada aplikasi Vidio.com.

Tahun 2024, Moji TV menjalin kerja sama eksklusif dengan ProLiga Voli, sebuah liga voli profesional yang berkembang pesat di Indonesia. Kerja sama ini bertujuan untuk meningkatkan eksposur dan popularitas olahraga voli di kalangan audiens Moji TV, khususnya di segmen anak muda yang menjadi fokus utama saluran. Selain itu, masih di tahun yang sama Moji TV dan ONE Championship menjalin kemitraan strategis yang bertujuan untuk memperluas cakupan penonton dan meningkatkan eksposur dari acara olahraga bela diri campuran (Mixed Martial Arts/MMA) di Indonesia.

Meskipun kerja sama eksklusif Moji TV dengan ProLiga Voli dan ONE Championship di tahun 2024 terlihat sebagai langkah strategis untuk meningkatkan eksposur dan popularitas olahraga di Indonesia, terdapat dampak buruk terkait dengan fokus konten yang diberikan. Olahraga voli dan bela diri campuran (MMA) memiliki daya tarik yang besar di kalangan penonton, terutama di segmen anak muda, terdapat kekhawatiran bahwa terlalu banyaknya fokus pada olahraga tertentu dapat mengurangi keragaman konten yang ditawarkan oleh Moji TV.

Hal ini dapat mengakibatkan kurangnya variasi dalam tayangan yang disajikan, sehingga membatasi pilihan penonton dan mengurangi kesempatan untuk mengeksplorasi berbagai jenis program. Oleh karena itu, Moji TV perlu memastikan bahwa meskipun fokus pada olahraga populer, mereka tetap menjaga keseimbangan antara konten olahraga dan konten lainnya guna memenuhi kebutuhan dan preferensi beragam penonton mereka.

Berdasarkan pengamatan pada tayangan Moji TV tanggal 27 Mei 2024, stasiun televisi ini memiliki pola program harian yang cenderung monoton, di mana hanya satu kali dalam sehari menyiarkan program berita aktual melalui Liputan 6 Pagi Moji TV. Meskipun menawarkan tayangan yang beragam, namun keberagaman tersebut terbatas dalam satu hari, dengan program olahraga yang mendominasi siaran sebelum dan setelah program berita. Hal ini dapat mengurangi kesempatan penonton untuk mendapatkan informasi aktual yang lebih beragam dan berimbang sepanjang hari. Selain itu, adanya fokus yang lebih besar pada siaran olahraga juga dapat mempengaruhi variasi dan kedalaman materi yang disajikan, sehingga mungkin mengurangi nilai informasional dan edukatif dari tayangan Moji TV.

Selain itu, pola program harian yang cenderung tetap dan terstruktur dengan ketat seperti yang terlihat pada jadwal siaran Moji TV pada 27 Mei 2024,

juga dapat menciptakan kejenuhan bagi penonton yang menginginkan variasi dan inovasi dalam tayangan televisi. Meskipun program-program yang disajikan beragam, namun pola yang sama setiap harinya dapat membuat penonton merasa kurang terpenuhi dalam hal kebutuhan hiburan dan informasi.

Keterbatasan dalam variasi dan spontanitas dalam siaran juga dapat mengurangi daya tarik dan keterlibatan penonton terhadap program-program yang disajikan. Oleh karena itu, Moji TV mungkin perlu mempertimbangkan untuk meningkatkan keberagaman dan fleksibilitas dalam jadwal siaran harian mereka guna memberikan pengalaman menonton yang lebih dinamis dan memikat bagi penonton mereka.

Meskipun olahraga memiliki daya tarik yang kuat, terdapat kekhawatiran bahwa audiens muda menjadi terlena dengan tontonan tersebut dan menyebabkan adanya degradasi pemahaman informasi penting dan berita terkini. Ini menunjukkan pentingnya keseimbangan antara hiburan dan informasi yang disajikan kepada audiens muda. Selain itu, walaupun Moji TV membidik audiens muda sebagai target konsumen utamanya, perlu diperhatikan bahwa konten yang disajikan haruslah sesuai dengan kebutuhan dan harapan mereka. Pada tahun sebelumnya, Moji TV bahkan mendapat sanksi teguran tertulis dari KPI terkait dengan konten program tayangan dan iklan yang ditayangkan di stasiunnya, khususnya terkait program iklan "Sukun Mc. Wartono".

Teguran KPI

Moji TV perlu mempertimbangkan strategi konten yang lebih berimbang antara hiburan dan informasi, sehingga audiens muda tidak hanya terlena dengan tontonan olahraga semata. Diperlukan upaya untuk menyajikan konten yang edukatif, informatif, dan sesuai dengan nilai-nilai yang diinginkan oleh audiens muda. Selain itu, peningkatan kesadaran terhadap regulasi dan kepatuhan terhadap aturan penyiaran menjadi hal yang krusial bagi Moji TV, guna menghindari pelanggaran yang dapat merugikan reputasi dan kepercayaan penonton. Dengan memperkuat aspek-aspek ini, Moji TV dapat lebih efektif memenuhi kebutuhan dan harapan audiens muda, serta memastikan bahwa konten yang disajikan memberikan nilai tambah yang positif bagi perkembangan penonton muda di masa depan.

Pihak KPI menjatuhkan teguran secara tertulis atas siaran iklan tersebut dengan mempertimbangkan putusan berikut:

1. Pada tanggal 7 Januari 2023 jam 16.15 WIB di stasiun Moji TV, ditemukan iklan promosi dari produsen rokok SUKUN Mc. WARTONO yang tidak bersifat sosial terkait hari besar, sehingga dianggap sebagai iklan rokok.
2. Menurut Peraturan KPI Nomor 01/P/KPI/03/2012 Pasal 14 Ayat (2), lembaga penyiaran harus memperhatikan kepentingan anak dalam semua tahap produksi siaran.
3. Sesuai dengan Peraturan KPI Nomor 01/P/KPI/03/2012 Pasal 43, lembaga penyiaran harus patuh pada peraturan perundang-undangan terkait periklanan dan mengikuti Etika Pariwara Indonesia.

4. Berdasarkan Peraturan KPI Nomor 02/P/KPI/03/2012 Pasal 15 Ayat (1), program siaran harus memperhatikan dan melindungi kepentingan anak-anak dan remaja.
5. Sesuai dengan Peraturan KPI Nomor 02/P/KPI/03/2012 Pasal 59 Ayat (2), program siaran yang mengandung promosi dari produsen rokok harus dianggap sebagai iklan rokok.

Kemudian pada 21 Juni 2023, KPI kembali mengeluarkan teguran tertulis terhadap program siaran “Bisik Pagi” dengan klasifikasi R-BO yang menampilkan perseteruan antara Dody Soedrajat dengan Puput yang merupakan mantan istrinya yang membahas status anak bungsu Puput yang dianggap bukan merupakan anak biologis dari Dody Soedrajat. Program tayangan ini mendapatkan teguran dengan dua belas pertimbangan putusan atas berbagai pelanggaran terhadap lebih dari satu pasal yaitu sebelas pasal dalam Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS) KPI tahun 2012 tentang penghormatan terhadap hak privasi seseorang dan perlindungan terhadap anak dalam siaran. (Komisi Penyiaran Indonesia, 2023) Pelanggaran dalam Peraturan Komisi Penyiaran Indonesia ini salah satunya adalah Nomor 02/P/KPI/03/2012 tentang Standar Program Siaran Pasal 15 Ayat (1), program siaran wajib memperhatikan dan melindungi kepentingan anak-anak dan/atau remaja. (Komisi Penyiaran Indonesia, 2023)

Dilema Strategi dengan Tanggung Jawab Sosial

Menurut Schwab, era disrupsi atau era 4.0 ditandai oleh konvergensi antara dimensi fisik, digital, dan biologis. (Schwab, 2019) Konvergensi ini menjadi inti dari revolusi industri keempat. Awalnya, kegiatan ini dilakukan melalui model bisnis linier yang bergantung pada penggunaan sumber daya yang besar, namun kini merupakan kesempatan bagi dunia industri untuk mengubah cara orang mengkonsumsi dan melakukan bisnis. (Sunarto, 2023) Konvergensi media sebagai hasil dari kemajuan teknologi digital telah membawa perkembangan ekonomi dalam industri media baru dengan penajaman segmentasi yang dikenal sebagai personalisasi (personalization) (Straubhaar dan LaRose, 2004).

Berdasarkan temuan di atas, dapat dilihat bahwa Moji TV menghadapi dilema antara strategi bisnis berbasis hiburan dengan tanggung jawab sosial dalam menyediakan konten yang lebih edukatif dan sesuai regulasi. Dalam perspektif Teori Ekonomi Politik Media, dominasi konten hiburan dapat dipahami sebagai bagian dari upaya stasiun televisi untuk menarik pengiklan dan meningkatkan pendapatan. Namun, pendekatan ini berpotensi mengabaikan tanggung jawab sosial media dalam memberikan konten yang lebih seimbang.

Munculnya berbagai isu yang kini meresahkan kalangan dewasa disebabkan oleh banyaknya konten bermasalah atau aktivitas terlarang yang beredar di berbagai platform, baik digital maupun konvensional. Konten bermasalah ini meliputi ujaran kebencian, materi seksual dan pornografi, kekerasan dan kecabulan, pelecehan, konten yang menggambarkan atau

mempromosikan tindakan menyakiti diri sendiri, kegiatan ilegal, dan lain-lain. (Manalu, 2023)

Seperti halnya Moji TV yang tidak hanya dapat disaksikan melalui cara konvensional, namun juga secara daring melalui aplikasi Vidio.com, jangkauannya pasti akan jauh lebih luas guna menarik audiens muda. Sehingga sangat penting bagi Moji TV untuk tetap memperhatikan konten yang menarik dengan tetap memperhatikan konten apa saja yang tidak layak ditampilkan. Moji TV seharusnya lebih berhati-hati dalam menyajikan konten yang ditujukan untuk audiens muda.

Evaluasi Iklan

Dengan melanggar berbagai peraturan KPI terkait iklan rokok dan perlindungan kepentingan anak-anak atau remaja dalam siaran, Moji TV menunjukkan ketidaksiapan dalam menyediakan konten yang sesuai dan aman bagi audiens muda. Keputusan untuk menayangkan iklan rokok yang tidak sesuai dengan regulasi dapat berdampak negatif terhadap audiens muda yang menjadi target utama stasiun televisi tersebut. Hal ini menimbulkan kekhawatiran terhadap pengaruh buruk yang mungkin diterima oleh audiens muda, baik dalam hal pola pikir maupun perilaku mereka di masa mendatang.

Meskipun sudah ditegur oleh KPI, pihak Moji TV tidak melakukan klarifikasi maupun memperikan penjelasan terkait munculnya atau penayangan iklan tersebut. Pihaknya juga tidak mengunggah atau menerbitkan surat permohonan maaf atas tayangnya iklan pada segmentasi yang tidak tepat tersebut. Sehingga, penting bagi Moji TV untuk lebih memperhatikan kepatuhan regulasi dan konten yang disajikan agar dapat memberikan pengalaman menonton yang positif dan mendidik bagi audiens muda.

Kemudian, program tayangan “Bisik Pagi” dengan kategori R-BO (Remaja-Bimbingan Orang Tua) yang tentu saja tayangan tersebut harus disesuaikan dengan kategorinya. Adanya teguran yang dilayangkan oleh KPI terhadap program tayangan tersebut didasarkan pada kontennya yang mengungkap masalah kehidupan pribadi dengan cara yang tidak pantas, berpotensi menimbulkan dampak buruk pada keluarga, terutama anak-anak dan remaja yang menjadi segmentasi stasiun ini.

Hal ini juga tidak sesuai dengan klasifikasi program dengan kategori R (Remaja) yang seharusnya berfokus pada nilai-nilai pendidikan, sosial, dan budaya yang positif. KPI melalui sidang pleno meminta Moji TV untuk memperbaiki internal dan menjadikan sanksi ini sebagai masukan, serta mengharapkan seluruh lembaga penyiaran menjadikan ketentuan dalam P3SPS sebagai acuan utama sebelum penayangan program. (Komisi Penyiaran Indonesia, 2023)

Respon KPI

KPI sebagai regulator telah berupaya menegakkan standar penyiaran yang lebih ketat, namun efektivitasnya tergantung pada sejauh mana lembaga

penyiaran bersedia mematuhi aturan yang berlaku. Oleh karena itu, Moji TV perlu memperkuat mekanisme internal dalam memastikan bahwa setiap program yang ditayangkan telah melalui proses evaluasi yang ketat agar tidak melanggar regulasi yang berlaku.

Dalam perspektif Teori Ekonomi Politik Media, Moji TV dihadapkan pada tantangan terkait pelanggaran regulasi, seperti iklan rokok, penayangan aib yang melanggar privasi anak-anak dan remaja yang mencerminkan ketidaksiapan mereka dalam mempertimbangkan aspek sosial dan moral dalam penyajian konten media yang tersegmentasi pada audiens muda. Hal ini menunjukkan bagaimana faktor ekonomi dan politik memengaruhi keputusan produksi konten serta pentingnya memastikan konten yang disajikan tidak hanya menghibur tetapi juga edukatif dan sesuai dengan nilai-nilai yang diinginkan oleh audiens muda. Dengan demikian, Moji TV perlu memperhatikan keseimbangan antara hiburan dan informasi, serta meningkatkan kesadaran terhadap regulasi dan kepatuhan terhadap aturan penyiaran.

Dengan pendekatan yang lebih kritis terhadap Teori Ekonomi Politik Media dan konsep spesialisasi, seharusnya Moji TV dapat menjadi agen perubahan yang dapat bertanggung jawab dalam menyajikan konten-konten yang bermanfaat dan mendidik bagi audiens muda mereka. Penting bagi Moji TV untuk mempertimbangkan kembali penggunaan strategi konten mereka, dengan menjaga keberagaman konten yang ditawarkan dan tetap memastikan kepatuhan terhadap regulasi serta kebutuhan audiens muda.

Moji TV disarankan untuk menambah program edukatif di jam tayang utama dan menjalin kerja sama dengan institusi pendidikan guna menyajikan konten yang relevan, membangun karakter, serta memenuhi kebutuhan informasi audiens muda. Dengan demikian, Moji TV dapat memenuhi harapan penonton, mendukung perkembangan olahraga di Indonesia, meraih lebih banyak audiens muda, dan memperkuat posisinya sebagai saluran televisi yang memberikan nilai tambah bagi masyarakat khususnya segmentasinya yaitu audiens muda.

Dominasi hiburan Moji TV menunjukkan reproduksi nilai pasar yang menekankan kesenangan dan konsumsi. Dalam perspektif Cultural Studies, media seharusnya tidak hanya mencerminkan nilai dominan, tetapi juga memberi ruang bagi makna alternatif yang memberdayakan audiens muda.

Tentu hal ini berdampak pada kualitas tontonan dan potensi degradasi nilai-nilai edukatif bagi audiens muda. Meskipun ada diversifikasi konten, proporsi antara hiburan, edukasi, dan informasi tidak seimbang. Penempatan program edukasi pada jam tayang non-prime time juga menunjukkan kurangnya prioritas pada konten yang mendidik.

IV. KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa Moji TV berhasil menarik perhatian audiens muda melalui strategi spesialisasi program, terutama dengan dominasi konten hiburan dan olahraga. Namun, dominasi ini belum disertai keberagaman konten yang mendidik, sehingga menimbulkan teguran dari Komisi Penyiaran Indonesia

(KPI), khususnya terkait pelanggaran regulasi periklanan dan perlindungan audiens muda. Ketidakeimbangan konten ini berisiko menghambat pembentukan nilai intelektual dan sosial yang konstruktif bagi generasi muda. Rekomendasi langkah yang dapat dilakukan oleh Moji TV mencakup: (1) meningkatkan porsi program edukatif dan informatif setidaknya 30% dari total jam tayang mingguan, dengan kemasan kreatif dan relevan bagi anak muda; (2) membentuk tim kurasi konten internal yang bertugas melakukan penyaringan iklan dan program sebelum ditayangkan; serta (3) menjalin kolaborasi dengan lembaga pendidikan dan organisasi kepemudaan dalam pengembangan program berbasis nilai edukasi, literasi media, dan penguatan karakter. Implikasi dari penelitian ini menunjukkan pentingnya keseimbangan antara fungsi hiburan dan edukasi dalam media televisi, khususnya dalam menghadapi tantangan era digital dan regulasi penyiaran. Ke depan, studi lanjutan disarankan untuk mengkaji efektivitas model hiburan-edukatif (edutainment) dalam meningkatkan literasi media dan memperkuat peran televisi sebagai agen sosialisasi nilai-nilai kebangsaan dan intelektual generasi muda.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

- Al-Ansori, M. Z., & Saifudin, W. (2025, Januari 3). Manajemen Konvergensi Radio Mercury 96 Fm Surabaya dalam Mempertahankan Eksistensinya. *Hulondalo Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Ilmu Komunikasi*, 4(1), 1-14.
- Berelson, B. (1952). *Content Analysis in Communication Research*. New York: The Free Press.
- Dewantara, A. S. (2025, Januari 3). Komodifikasi Kemiskinan Pada Konten Bagi-Bagi DiAkun Tik Tok @WillieSalim. *Hulondalo Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Ilmu Komunikasi*, 4(1), 97-115.
- Enga, A. H. (2017). Komodifikasi Pernikahan “Menuju Janji Suci “Di Trans Tv. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 177-186.
- Hanifah, R., Putri, V. F., & Utari, A. S. (2021, April 21). Komodifikasi, Spasialisasi, dan Strukturasi dalam Instagram (Studi Deskriptif Ekonomi Politik Komunikasi Vincent Mosco pada Instagram Anies Baswedan Terkait Covid-19). *Jurnal Komunikatio*, 7(1), 1-14.
- Jia, L. (2025, Januari). Spatialization of Digital Platforms. *Social Media + Society*, 11(1).
- Kolotouchkina, O., Rangel, C., & Gómez, P. N. (2023, November 16). Digital Media and Younger Audiences. *Media and Communication*, 11(4), 124-128.
- Komisi Penyiaran Indonesia. (2023, Juni 21). *Teguran Tertulis untuk Program Siaran “Bisik Pagi” Moji*. Dipetik Juni 16, 2024, dari Komisi Penyiaran Indonesia: <https://www.kpi.go.id/id/edaran-dan-sanksi/37108-teguran-tertulis-untuk-program-siaran-bisik-pagi-moji>
- Komisi Penyiaran Indonesia. (2023, Maret 6). *Teguran Tertulis untuk Program Siaran Iklan di Stasiun Moji*. Dipetik Mei 20, 2024, dari Komisi Penyiaran

Indonesia Lembaga Negara Independen: <https://www.kpi.go.id/id/edaran-dan-sanksi/36955-teguran-tertulis-untuk-program-siaran-iklan-di-stasiun-moji>

- Komisi Penyiaran Indonesia. (2023, Juli 11). *Umbar Aib dalam Siaran, KPI Jatuhkan Sanksi untuk Moji*. Dipetik Juni 16, 2024, dari Komisi Penyiaran Indonesia: <https://www.kpi.go.id/id/umum/38-dalam-negeri/37107-umbar-aib-dalam-siaran-kpi-jatuhkan-sanksi-untuk-moji>
- Mahfud, A. (2025, Januari 3). Analisis Wacana Kritis atas Standarisasi Kecantikan Perempuan dalam Pemberitaan Rubrik Figur di Joglojateng.com. *Hulondalo Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Ilmu Komunikasi*, 4(1), 280-299.
- MOJI. (2022). *Tentang Moji*. Dipetik Mei 19, 2024, dari Moji: <https://www.moji.id/profile>
- Moji. (2024, Mei). *Moji Schedule*. Dipetik Mei 28, 2024, dari Moji: <https://www.moji.id/schedule>
- Mosco, V. (2009). *The Political Economy of Communication* (2 ed.). London: Sage Publication.
- Negi, A., & Akanksha. (2024, Juli). Digital Media and Its Aspects. *Recent Researches in Social Sciences & Humanities*, 11(1), 40-44.
- Nicmanis, M. (2024, Maret). Reflexive Content Analysis: An Approach to Qualitative Data Analysis, Reduction, and Description. *International Journal of Qualitative Methods*, 23.
- Prasad, B. D. (2006). *Content Analysis: A method in Social Science Research*. New Delhi, India: Discovery Publishing House.
- Reisner, A. (2023). *Content Analysis Introduction*. Dipetik Mei 27, 2025, dari Illinois Library IOPN: <https://iopn.library.illinois.edu/pressbooks/socialsciencemethods/chapter/judgment-rule-1-for-content-analysis/#footnote-122-1>
- Schwab, K. (2019). *Revolusi Industri Keempat*. Jakarta: Gramedia.
- Thomas, S., & Elias, D. (2018, Maret). Content Analysis: A Powerful Tool for Advertising Research. *Global Journal of Engineering Science and Research Management*, V(3), 50.
- Volk, S. C. (2024, Desember). Assessing the Outputs, Outcomes, and Impacts of Science Communication: A Quantitative Content Analysis of 128 Science Communication Projects. *Science Communication*, 46(6), 758-789.

Buku

- Manalu, R. (2023). Regulasi dan Modernisasi Konten pada Platform Digital. Dalam N. Hasfi, *Komunikasi di Era Digital: Tantangan dan Peluang Menghadapi Disrupsi Sosial* (hal. 103). Bandung, Jawa Barat, Indonesia: PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Sunarto. (2023). Disrupsi Komunikasi di Era Digital: Tantangan dan Peluang Industri Media Konvensional. Dalam N. Hasfi, *Komunikasi di Era Digital:*

Tantangan dan Peluang Menghadapi Disrupsi Sosial (hal. 8-10). Bandung, Jawa Barat, Indonesia: PT REMAJA ROSDAKARYA.