

EKONOMI POLITIK MEDIA

@che_nugroho



Deskripsi Matakuliah

- Ekonomi Politik Media merupakan matakuliah yang memberi dasar pemahaman dan kemampuan menganalisis kepada mahasiswa tentang media (media massa dan media baru), bukan saja sebagai sumber informasi dan hiburan, tetapi sebagai lembaga ekonomi dan politik.
- Termasuk dalam konteks itu adalah bagaimana kekuatan ekonomi dan kebijakan negara (politik) mempengaruhi perkembangan industri media dan isi media (media content) di Indonesia maupun di dunia.

Capaian Pembelajaran

- ✓ Memahami proses dan dampak aspek ekonomi politik terhadap konten dan lembaga media, baik di Indonesia maupun dalam lingkup internasional.
- ✓ Memiliki kemampuan dalam berpikir logis, kritis, analitis, kreatif terhadap lembaga media yang dipengaruhi oleh kekuatan ekonomi dan politik nasional maupun global.

Sistem Penilaian

- Quiz : 15 %
- Tugas 1 : 15 %
- Tugas 2 : 20 %
- Mid Test : 25 %
- Ujian Akhir : 25 %

Metode Pengajaran

1. Ceramah & tanya jawab (sekitar 60%) atas beberapa materi perkuliahan, terutama yang menyangkut konsep, teori, dan data-data yang relevan dan mendukung. Beberapa materi akan disampaikan dengan menggunakan presentasi power point.
2. Diskusi kelompok (sekitar 40%) yang membahas berbagai masalah ekonomi politik media massa, baik media lokal maupun media internasional. Dalam setiap diskusi kelompok para mahasiswa diharuskan membuat sebuah paper/makalah yang topiknya telah ditentukan oleh dosen.

Bahasan

Minggu ke	Topik Bahasan
1	Pengantar Perkuliahan, SAP, Pengantar Ekonomi Politik Media
2	Produksi, Distribusi dan Konsumsi Konten Media
3	Struktur Kepemilikan Media di Indonesia dan GLocal
4	Teori Komodifikasi
5	Teori Spasialisasi
6	Strukturasi : Kelas, Gender, Ras, Pergerakan Sosial dan Hegemoni
7	Kuasa dan Ekonomi Politik Media Sosial
8	Ideologi dan Ekonomi Politik Google

Topik-topik Bahasan

Minggu ke	Topik Bahasan
9	Ekonomi Politik Facebook dan Instagram
10	Ekonomi Politik Twitter
11	Ekonomi Politik Wikipedia
12	Hubungan Pekerja dan Pemilik Media
13	Komunikasi dan Kapitalisme Simbolik Media dan Kapitalisme Global
14	Media dan Neo-Liberalisme

Tugas Pembuatan Makalah, Presentasi, dan Diskusi

Tugas 1 (kelompok) (pertemuan 4 – 7)

- Satu kelompok terdiri dari 2-3 orang mahasiswa. Tiap-tiap kelompok mendapat tugas untuk :
 - ✓ Membuat paper/makalah dengan materi pilihan yang disampaikan dosen.
 - ✓ Setiap paper minimal 3000 karakter.
 - ✓ Presentasi dan diskusi kelompok (tanya-jawab) di kelas.

Tugas Individu (pertemuan 10-14)

- ✓ Membuat paper/makalah dengan materi pilihan yang disampaikan dosen.
- ✓ Setiap paper minimal 2000 karakter.
- ✓ Presentasi dan diskusi (tanya-jawab) di kelas.

Referensi :

1. Christian Fuchs & Vincent Mosco. *Marx and The Political Economy of Media*, Library of Congress Cataloging in Publication Data. 2015
2. Catur Nugroho, *Ekonomi Politik Media ; Sebuah Pengantar Kritis*, Penerbit Sedayu. 2020.
3. Vincent Mosco, *The Political Economy of Communication*. Sage Publication. 2009.
4. *Anthony Giddens, Teori Strukturasi (Terjemahan)*. Pustaka Pelajar. 2010.
5. Christian Fuchs. *Social Media A Critical Introduction*. Sage Publication. 2014

Selain bahan-bahan di atas, para mahasiswa dianjurkan untuk menggunakan bahan bacaan lain yang terkait, terutama dalam tugas pembuatan makalah.

Pengantar Ekonomi Politik Media

- Dalam lingkup komunikasi khususnya industri media massa, maka yang dimaksud dengan produksi adalah surat kabar, buku, video, film, dst.
- Rangkaian produksi, distribusi, dan konsumsi dalam sebuah industri media ditentukan oleh relasi yang melibatkan pihak pengelola / pekerja media, pihak pemodal atau kapital (penguasa dalam arti ekonomi bisnis) dan negara atau pemerintah (penguasa dalam arti politis).
- Rumusan tentang ekonomi politik adalah kajian tentang hubungan-hubungan sosial, khususnya hubungan kekuasaan, yang bersama-sama dalam interaksinya menentukan aspek produksi, distribusi, dan konsumsi dari sumber-sumber yang ada.

Ekonomi Politik Indonesia

- Di Indonesia, persoalan menyangkut industri media massa berkisar pada hubungan yang bersifat tarik menarik kepentingan antara pihak pengelola media (soal kebebasan berekspresi dan tanggung jawab sosial terhadap masyarakat), pihak kapitalis (orientasi pada keuntungan), dan pihak negara melalui kemenkominfo serta lembaga semi atau quasi kemenkominfo seperti dewan pers, serta pengelola teknologi komunikasi.
- Pihak yang juga mempunyai kepentingan dengan produk dari sebuah media tentu saja adalah masyarakat sebagai konsumen dari produk media.
- Dalam industri media di Indonesia lebih banyak terjadi dalam relasinya dengan pihak pemodal (kapitalis) dan negara. Dari dua elemen ini, yang terasa sangat dominan perannya dalam industri media di Indonesia dewasa ini adalah pemodal.

Telaah Kritis Kajian Media

- ❖ Media dipahami sebagai representasi dari kepentingan ekonomi dan politik yang berada di balik proses produksi dan distribusi teks.
- ❖ *Critical theory* (teori kritis) berasal dari pemikiran sekelompok pemikir dan filosof Jerman yang tergabung dalam “Frankfurt School”, yang merupakan bagian dari Institut independen untuk Penelitian Sosial di Frankfurt University, Jerman.
- ❖ Ciri khas dari teori kritis mazhab Frankfurt adalah bahwa teori tersebut bertitik tolak dari inspirasi pemikiran sosial Karl Marx, tapi juga sekaligus melampaui bangunan ideologis Marxisme
- ❖ Beberapa tokoh Teori Kritis angkatan pertama diantaranya Max Horkheimer, Theodor W. Adorno, Friedrich Pollock, Erich Fromm, Karl Wittfogel, Leo Lowenthal, Walter Benjamin, dan Herbert Marcuse

Karl Marx

- Karl Marx menyampaikan infrastruktur (base structure) sebagai transformasi alam untuk memenuhi kebutuhan manusia yang melibatkan alat-alat produksi.
- Dengan terjadinya proses produksi, maka terjadi pembagian kerja antara pemilik modal/ kapital (borjuis) dengan pekerja / buruh (proletar).
- Hubungan borjuis dan pekerja ini pada akhirnya akan selalu penuh dengan konflik (antagonistik) dan ketegangan.
- Untuk meminimalisir dan meredam konflik tersebut maka diciptakanlah budaya dan ideologi (superstruktur).

- Dengan budaya dan ideologi, maka kaum borjuis akan tetap borjuis, sedangkan pekerja tetap pekerja yang mengabdikan pada infrastruktur.
- Perubahan sosial harus berlangsung pada level infrastruktur, di mana terjadi penguatan alat-alat produksi sehingga susunan kelas sosial akan berubah.
- Ideologi sebagai salah satu *superstructure* selalu dihubungkan dengan istilah kesadaran semu (*false consciousness*) yang disebar oleh kelas penguasa (*ruling class*) kepada kelas yang dikuasai (*subordinate class*).