

EKONOMI POLITIK MEDIA

Research PRepare #5





@CHE_NUGROHO

- Dosen Ilmu Komunikasi Telkom University Bandung
- Koordinator Divisi Riset Gerakan Nasional Literasi Digital **Siberkreasi** (2017–2019)
- Komunitas Pegiat Anti-Korupsi **Kawan Bung Hatta** (2018–Sekarang)
- Buku : **Cyber Society ; Teknologi, Media Baru & Disrupsi Informasi** (Kencana Prenada Media, 2020), **Dinamika Komunikasi Dalam Pandemi Covid-19** (Book Chapter, 2020), **Ekonomi Politik Media** (2020)

PE¹NDIKA
TAN
Ekonomi-Politik
STUDI
MEDIA

- Pemilik / pengusaha media
- Modal
- Pendapatan Media

2

Organisasi (Internal)

- Pengelola / Pekerja Media
- Organisasi Media

3

Kulturalis

- Eksternal dan Internal
- Hubungan Reporter dengan Narasumber

EKONOMI POLITIK MEDIA?

- ❖ 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).
- ❖ Dalam lingkup komunikasi, khususnya industri media massa, yang dimaksud dengan produk / teks media adalah surat kabar, buku, video, film, dll
- ❖ Ekonomi Politik Media merupakan kajian yang memberi dasar pemahaman media (media massa dan media baru), bukan saja sebagai sumber informasi dan hiburan, tetapi sebagai lembaga ekonomi dan politik

- 
- ❖ 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
 - ❖ 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.



RISET Ideologi & Propaganda EKONOMI Media POLITIK MEDIA

Media tak dapat lepas dari ideologi, karena selain sebagai lembaga penyiaran dan lembaga ekonomi, media sekaligus adalah lembaga politik

Media dapat dimanfaatkan sebagai alat mencapai kekuasaan.



Media dan Politik Representasi

Media tidak mengungkapkan makna atau mencerminkan realitas, tetapi memproduksi “representasi

Representasi media merujuk kepada konstruksi segala bentuk media terhadap aspek realitas, seperti masyarakat, objek, peristiwa, hingga identitas budaya



Konstruksi Realitas Media

- Proses produksi isi media (berita) tidak berlangsung dalam “ruang hampa” yang bebas nilai, tetapi terjadi dengan memperhitungkan kepentingan dan kekuatan sosial, ekonomi, dan politik.
- Media membentuk framing atau bingkai yang dimulai dengan pemilihan



Bahasa, Wacana dan Kekuasaan

- Ideologi terkait erat dengan bahasa, karena menggunakan bahasa adalah bentuk paling umum dari perilaku sosial, dan bentuk perilaku sosial di mana kita mengandalkan sebagian besar pada asumsi ideologi umum

KOMODIFIKASI

- Proses transformasi dari nilai guna menjadi nilai tukar, dalam media massa selalu melibatkan para awak media, khalayak pembaca, pasar, pengiklan, dan negara apabila masing-masing di antaranya mempunyai kepentingan (Mosco, 1996).
- Komodifikasi konten (isi media) sebagai sebuah proses komodifikasi dalam komunikasi yang melibatkan transformasi pesan, mulai dari hal-hal kecil sampai sebuah sistem yang memiliki makna berarti, menjadi produk pasar
- Komodifikasi khalayak mentransformasikan

Spasialisasi

- Spasialisasi berhubungan dengan proses pengatasan atau paling tepat dikatakan sebagai transformasi batasan ruang dan waktu dalam kehidupan sosial.
- Proses perpanjangan institusional media melalui bentuk korporasi dan besarnya badan usaha media (Mosco, 1996).
- Spasialisasi horizontal artinya bahwa bentuk badan usaha media tersebut adalah bentuk-bentuk konglomerasi dan monopoli (Konglomerasi Media)
- Spasialisasi yang bersifat vertikal adalah proses integrasi antara induk perusahaan dan anak perusahaannya yang dilakukan dalam satu garis bisnis untuk memperoleh sinergi, terutama untuk memperoleh kontrol dalam produksi media (Bisnis media yang berkembang ke bisnis lain seperti periklanan, transportasi, perbankan,dll)

STRUKTURASI MEDIA

- Menurut teori strukturasi, kehidupan sosial maupun kehidupan media yang telah ada, bukan lahir dengan sendirinya, namun terjadi hasil interaksi antara struktur dengan agensi.
- Bagaimana interaksi antara agen dan struktur dalam industri media komunikasi yang saling mempengaruhi dan mengikat
- Media sebagai institusi sosial tidak akan dapat lepas dari kejadian pergerakan sosial, kelas sosial, ras, dan gender.
- Media dapat diperlakukan sebagai fitur struktural yang memungkinkan dan membatasi hak pilihan manusia.



Mediatisasi

- ✓ Dari kata asalnya *mediatisierung*.
- ✓ Inti dari mediatisasi adalah dominasi media dalam sistem dan kelembagaan yang ada di masyarakat
- ✓ Hjarvard (2008) mendefinisikan mediatisasi sebagai proses di mana masyarakat pada tingkat yang semakin tinggi diserahkan kepada, atau menjadi tergantung pada media dan logika media
- ✓ Jika peran *mediation* adalah tugas media untuk memfasilitasi publik mendapatkan pesan dan konten yang sesuai dengan realitas sesungguhnya, maka mediatization terjadi ketika media merusak peran tersebut dan menentukan cara kerja komunikasi politik dan demokrasi.

HEGEMONI MEDIA

- Media sebagai salah satu sumber pengetahuan bagi masyarakat memiliki potensi untuk menyebarkan ideologi.
- Ideologi pada akhirnya melahirkan hegemoni pihak yang mendominasi terhadap pihak-pihak lain.
- Media menjadi salah satu alat bagi langgengnya hegemoni. Hegemoni media dapat dilakukan untuk kepentingan negara maupun kepentingan pemilik modal.
- Dalam sistem media yang dikuasai secara total oleh negara, maka media menjadi alat hegemoni paling ampuh.
- Dalam sistem media liberal, media digunakan oleh kelas yang berkuasa (pemilik media dan pemasang iklan) untuk melakukan pembenaran atas diri mereka.