

## **Ekonomi Politik Media; Historis hingga Praksis**

**Tommy Satriadi Nur Arifin**

Universitas Widya Mataram

Dalem Mangkubumen KT III/237, Kadipaten, Kraton, Kota Yogyakarta 55132

Email: tommyerawan@gmail.com

### **Abstract**

*This paper discusses the study of the political economy of the media in terms of historical aspects to current conditions. Political economy is not a study that was born from the merger of the two phrases “economics” and “politics”, but rather as a new and whole concept with ideological assumptions. Political economy also significantly influences the existence of mass media entities, both scientifically and in implementation, so that it is better known as media political economy. Following its development, the political economy of the media has become a separate study, especially media studies and communication studies. Media content is determined by economic and political forces outside the media. Media owner factors, capital, advertising, government regulations determine the content of the media.*

*Keywords: Economy, Politics, Media, Political Economy of Media, History*

### **Abstrak**

*Tulisan ini membahas mengenai kajian ekonomi politik media yang ditinjau dari aspek historis hingga kondisi terkini. Ekonomi politik bukanlah sebuah kajian yang lahir dari penggabungan dua frasa “ekonomi” dan “politik”, melainkan sebagai konsep baru dan utuh serta memiliki asumsi ideologis. Ekonomi politik juga mempengaruhi secara signifikan keberadaan entitas media massa, baik secara keilmuan maupun implementasinya, sehingga kemudian lebih dikenal sebagai ekonomi politik media. Sesuai perkembangannya, ekonomi politik media menjadi studi tersendiri, terutama studi media dan studi komunikasi. Isi media ditentukan oleh kekuatan ekonomi dan politik di luar media. Faktor pemilik media, modal, iklan, regulasi pemerintah lebih menentukan bagaimana isi media.*

*Kata kunci: Ekonomi, Politik, Media, Ekonomi Politik Media, Historis*

### **PENDAHULUAN**

Media dalam dunia ekonomi dan bisnis, mengalami perkembangan yang jauh lebih cepat daripada dalam dunia ilmu pengetahuan. Hal ini disebabkan kemajuan teknologi informasi yang mendukung perkembangan tersebut ditambah

orientasi manusia yang mencari keuntungan melalui perkembangan media ini. Istilah media disini artinya perangkat komunikasi dalam hubungan sosial dan budaya yang tidak tergantung pada interaksi tatap muka individu. Berbagai media ini didasarkan pada teknologi elektronik atau cetak. Media-

## AKRAB

media tersebut dihubungkan kepada institusi dan proses yang diasosiasikan dengan pers (koran, majalah, dan sebagainya), televisi, periklanan, radio, musik rekaman.

Dalam penyampaian berbagai produk tayangan, media massa berupaya menyesuaikan dengan khalayaknya yang heterogen dan berbagai sosio-ekonomi, kultural, dan lainnya. Produk media pun pada akhirnya dibentuk sedemikian rupa, sehingga mampu diterima oleh banyak orang. Di sisi lain, media juga seringkali menyajikan berita, film, dan informasi lain dari berbagai negara sebagai upaya media memberikan pilihan yang memuaskan khalayaknya. Produk media baik yang berupa berita, film, dan sebagainya, disebut budaya populer. Televisi, radio, film, video, surat kabar, majalah, komik, dan sebagainya, semuanya adalah produk budaya. Produk budaya mengandung makna, nilai, ide dan merupakan suatu bentuk komunikasi. Terlebih lagi mereka masing-masing bekerja pada level/dimensi yang berbeda. Produk ini diproduksi secara massal dan dipasarkan sebagai barang konsumen. Koran tabloid dan majalah gaya hidup terjual jutaan eksemplar. Program

televisi hingga film dan video ditonton jutaan orang. Dan seperti produk industri lain, mereka membutuhkan inovasi terus menerus dan harus dijual semurah mungkin.

Berdasarkan ciri yang demikian, maka budaya populer ini banyak diproduksi media untuk menarik sebanyak mungkin khalayaknya. Hal ini tidak hanya dipengaruhi kebutuhan khalayak massa yang heterogen, juga adanya kepentingan komersial media yang kini masuk sebagai industri yang membutuhkan modal besar melalui iklannya. Budaya populer dibentuk disebabkan adanya tuntutan industri kepada pencipta untuk menciptakan karya yang banyak dalam tempo singkat. Serta kecenderungan atau kelatahan budaya massa untuk menyulap atau meniru segala sesuatu yang sedang menjadi laris di pasaran sehingga media massa berlomba untuk memperoleh keuntungan sebanyaknya. Sebuah budaya yang akan memasuki dunia hiburan, maka budaya itu umumnya menempatkan unsur populer sebagai unsur utamanya. Dan budaya itu akan memperoleh kekuatan pengaruhnya ketika media massa digunakan sebagai jalur penyebaran

pengaruh di masyarakat (Bungin, 2013: 100).

Telaah literatur ini akan membawa beberapa pokok kajian ilmu, di antaranya kajian media, kajian ekonomi politik, dan kajian ekonomi politik media. Sub bab pertama tulisan ini akan mempelajari sejarah perkembangan kajian ekonomi politik dari dua perspektif –Klasik dan Marxian– disertai fakta sosial yang terjadi di dalamnya. Sub bab kedua tulisan ini akan mempelajari media massa sebagai industri budaya yang memiliki sumber daya besar –manusia, modal, konten– yang dioptimalkan hingga maksimal. Baik kajian ekonomi politik dan kajian media akan menjadi kajian baru disebut dengan kajian ekonomi politik media. Kajian ini berfungsi sebagai cara akademik memandang praktik-praktik media dewasa ini, sebagai industri ekonomi bisnis serta industri budaya.

#### **METODE PENELITIAN**

Tulisan ini disusun dengan menggunakan metode studi literatur yang dimulai dari pembahasan teoritik dengan perspektif Ekonomi Politik Media. Studi literatur merupakan serangkaian pendekatan yang menggunakan berbagai referensi yang

relevan dan bermaksud untuk mendapatkan jawaban atas permasalahan ataupun guna memperoleh gambaran yang jelas mengenai kajian yang sedang diteliti. Pengkajian dilakukan oleh penulis setelah menentukan topik atau tema kajian dan menetapkan rumusan permasalahan. Studi literatur juga menjadi kerangka penting dalam melanjutkan penelitian ke tahap selanjutnya, seperti pengambilan data di lapangan ataupun penyusunan pembahasan.

#### **Kajian Ekonomi Politik Klasik dan Marxian**

Ekonomi politik dalam kajiannya merupakan disiplin ilmu yang lahir bukan dari kesederhaan penggabungan frasa “ekonomi” dan “politik”. Melainkan menjadi konsep baru dan utuh serta memiliki asumsi ideologis di belakangnya, hal ini sama dengan kajian budaya dan media (*culture and media studies*). Pendekatan ekonomi politik ini bermacam-macam, setidaknya dia tidak berdiri dalam satu disiplin ilmu tersendiri, bukan monodisiplin melainkan multidisiplin. Dalam tulisan ini akan diuraikan secara singkat bagaimana ekonomi politik (klasik dan Marxian) lahir sebagai

## AKRAB

sebuah konsep keilmuan hingga fakta sosial yang terjadi.

Pendekatan ekonomi politik klasik dimulai di abad ke-18 dan 19, sejak terbitnya buku *Wealth of Nations* karya Adam Smith (1776) sampai terbitnya buku *Principles of Political Economy* karya John Stuart Mill (1848). Pendekatan ekonomi politik klasik dibagi menjadi dua, pertama, adalah mengenai argumen tentang pasar yang mengatur dirinya sendiri, membahas tentang sifat dari sistem pasar dan hubungan antara pasar dengan negara. Kedua, adalah mengenai teori nilai dan distribusi, membahas produksi dan penggunaan surplus ekonomi (Caporaso dan Levine, 2008: 68-69).

Pendekatan ekonomi politik klasik menyatakan bahwa pasar memiliki kemampuan untuk mengelola dirinya sendiri menjadi entitas yang kuat (*strong sense*), dimana pandangan ini seringkali dijadikan dasar untuk melaksanakan kebijakan perdagangan bebas. Ini adalah cara pandang ekonomi dalam melihat sebuah sistem yang secara prinsip terpisah dari politik dan rumah tangga/keluarga. Konsep pasar yang mengatur dirinya sendiri dinyatakan sebagai realitas yang mampu menciptakan dirinya sendiri

tanpa campur tangan manusia, dimana pasar memiliki hubungan dengan negara tetapi bukan sebuah organisasi di bawah negara. Ide ini adalah sebuah inovasi di masa itu yang diajukan oleh ekonomi politik klasik (Caporaso dan Levine, 2008: x-xi).

Sebuah pasar akan berjalan dengan baik jika individu di dalamnya bertindak sebagai pembeli sekaligus penjual. Komoditas yang dijual akan mendapatkan uang yang bisa digunakan untuk membeli barang-barang sebagai pemenuhan kebutuhannya. Baik itu sebagai pembeli dan penjual akan mendapatkan sesuatu sebagai kebutuhannya. Komoditas ini berlaku sebagai faktor penting dalam mendorong individu (motif) untuk bersedia menjual dan membeli, serta menjalankan fungsi pasar tersebut. Pasar berfungsi untuk memfasilitasi pertukaran hak kepemilikan agar sesuai dengan keinginan dari pemilik komoditas yang menjadi pelaku pasar. Pasar adalah mekanisme sosial yang berfungsi untuk menjamin bahwa kebutuhan pribadi dapat terpenuhi. Sifat mekanisme pasar yang pasif ini terutama dilihat dari ketidakadanya pengaruh komoditas apa atau mana yang akan dipertukarkan dan

kebutuhan mana yang akan dipuaskan dari pertukaran komoditas itu. Sejak awal adanya penerimaan bahwa kebutuhan dimiliki oleh setiap individu dan tiap individu tersebut akan berusaha untuk melakukan pemenuhan dan pencarian kepuasan terhadap kebutuhan tersebut.

Ketika pasar berjalan secara normal tanpa ada regulasi dari luar, maka pasar akan menjamin bahwa kapital masyarakat akan termanfaatkan sepenuhnya. Sebuah masyarakat mempunyai kapital dan tenaga kerja dalam jumlah yang tertentu, dimana besarnya porsi kedua hal tersebut yang diberikan terhadap berbagai industri yang ada dalam masyarakat akan tergantung pada profitabilitas karena mengukur kontribusi dari tiap individu terhadap pendapatan dan pertumbuhan kekayaan masyarakat. Inilah pendekatan ekonomi politik klasik dalam kaitannya antara kepentingan individu dengan kepentingan publik dan Negara.

Selain pendekatan ekonomi politik klasik yang dicetuskan oleh Adam Smith dan John Stuart Mill, ada sebuah pendekatan terkenal dalam disiplin ekonomi politik yang dikemukakan oleh Karl Marx yang lebih dikenal dengan

pendekatan Marxian/Marxisme. Istilah ekonomi politik yang digunakan dalam pendekatan Marxian tidak merujuk pada pemikiran tentang hubungan ekonomi dengan politik, melainkan merujuk pada sebuah cara berpikir tentang perekonomian yang didasarkan pada metode dan teori dari pemikir ekonomi politik klasik. Pendekatan ini menekankan bahwa perekonomian pasar bekerja menurut prinsip reproduksi dan perluasan sistem saling ketergantungan material antar individu atau pembagian kerja sosial (Caporaso dan Levine, 2008: 124).

Proses ini terjadi menurut pola-pola perkembangan dalam pandangan ekonomi politik klasik tidak dipengaruhi oleh kebutuhan atau keinginan dari tiap individu. Namun kebutuhan individu ini sebenarnya berdiri di atas sebuah struktur reproduksi yang objektif, memiliki tuntutan sendiri yang mengendalikan individu dalam menentukan apa yang menjadi kebutuhannya. Pendekatan Marxian lebih memfokuskan pada proses reproduksi yang bersifat objektif ini dikarenakan dominasi sifatnya dalam diri individu (tidak bersifat subjektif) (Caporaso dan Levine, 2008: 125).

## AKRAB

Dalam pendekatan ini, Marx telah membuat sintesis kuat dari aliran pemikiran yang telah berkembang dalam kaitannya dengan perbedaan sosial, ekonomi serta politik di antara tiga negara terkemuka di Eropa Barat. Ekonomi politik yang terjalin erat dengan filsafat utilitarianisme, tetap efektif sebagai satu-satunya teori sosial yang penting di Inggris selama abad ke-19. Marx menerima beberapa dalil pokok yang dikembangkan oleh Adam Smith, David Ricardo, serta pencampuran dengan beberapa perspektif atas keterbatasan masyarakat borjuis, yang berada di dalam pelbagai aliran sosialisme Perancis. Sosialisme Perancis merupakan sumber terdekat dari masyarakat di masa depan, yang dibayangkan oleh Marx di dalam *Economic and Philosophical Manuscripts* yang ditulisnya di Paris dalam tahun 1844. Dimensi riwayat yang mengintegrasikan ekonomi, politik, dan sosialisme diberikan dalam dialektika Hegel. Karya-karya Marx menyatukan kembali secara kaitan yang logis kesadaran intelektual dari dinamika pengalaman Inggris, Perancis, dan Jerman, dan pada saat yang sama juga menyajikan suatu landasan bagi

tafsiran intelektual mengenai perbedaan ini dalam struktur sosial, ekonomi, dan politik (Giddens, 2009: xvi).

Salah satu sumbangsih terbesar Marxian dalam memahami tatanan kehidupan sosial adalah dengan membagi masyarakat ke dalam dua kelas: kelas pekerja dan kelas kapitalis. Konsep “kelas” menjadi konsep dasar dalam pendekatan Marxian. Awalnya merupakan kesadaran individu dalam memahami kepentingan satu sama lain melalui perekonomian kapitalis. Semakin seorang individu sadar bahwa ia memiliki kesamaan kondisi dan kesamaan tujuan dengan individu lainnya, maka semakin luas pandangan mereka terhadap kepentingan material sehingga kepentingan individu berubah menjadi kepentingan kelas. Kelas adalah sesuatu yang berdiri sendiri secara objektif tanpa harus dihubungkan dengan kesadaran subjektif dari individu di dalamnya (Caporaso dan Levine, 2008: 127-128 dan 145).

Pendekatan ekonomi politik Marxian lebih menggarisbawahi adanya konflik antar kelas pekerja dengan kelas kapitalis. Ada berbagai ancaman yang diakibatkan oleh pertentangan tersebut –yang secara umum digambarkan kelas

pekerja memiliki status sosial yang lebih rendah dibandingkan kelas kapitalis-. Jika kelas pekerja dan kelas kapitalis tidak menyadari bahwa mereka memiliki kesamaan kepentingan dengan sesama pekerja atau dengan sesama kapitalis yang membuat mereka bertentangan dalam kelas yang lain, maka mereka akan kesulitan untuk bisa menjadikan kepentingan mereka itu sebagai agenda politik. Marxian melihat bahwa baik sesama kelas dan antar kelas terjadi pertentangan kepentingan dan ideologi yang dilandaskan oleh kapitalis. Ekonomi politik Marxian melihat proses ekonomi politik dari adanya dua kelas sosial tersebut disertai pertentangan yang terjadi. Pada akhirnya pembagian dua kelas sosial dan pertentangannya akan selalu ada dalam bentuk masyarakat modern manapun. (Caporaso dan Levine, 2008: 145).

Menurut Marx, kenyataan pembentukan tindakan ekonomi pertukaran adalah hasil suatu proses sejarah dan kapitalisme merupakan suatu sistem produksi yang spesifik secara historis. Kapitalisme hanya merupakan salah satu sistem produksi di antara sistem-sistem produksi lainnya, yang telah mendahuluinya

dalam sejarah dan hanya merupakan bentuk akhir dari sistem-sistem lain yang mendahuluinya. Fakta sosial bahwa semakin maju kapitalisme akan semakin memiskinkan kelas pekerja. Kekayaan melimpah yang memungkinkan cara-cara produksi kapitalis, ditunjang oleh pemilik tanah dan modal. Akan tetapi pemisahan antara pekerja dan hasil kerjanya bukan sekedar perampasan hak milik pekerja tersebut. Pokok pembahasan Marx adalah bahwa dalam kapitalisme, obyek-obyek materiil yang diproduksi disejajarkan dengan pekerja itu sendiri, tepat sebagaimana halnya komoditas itu berada pada tingkat teoritis murni dalam disiplin ekonomi politik. Pekerja menjadi komoditi yang lebih murah dengan semakin banyaknya produktivitas yang dihasilkan. Devaluasi manusia meningkat secara langsung berkaitan dengan meningkatnya nilai dunia berada. (Giddens, 2009: 12-13).

Dari pembahasan dua pendekatan ekonomi politik di atas; klasik dan Marxian, diketahui bahwa ekonomi politik dipandang secara substantif sehingga teori yang diajukan berusaha menjelaskan satu sama lain. Sebagai pemetaan konsep ekonomi politik yang sudah dibahas, secara

singkat dapat dipetakan sebagai berikut:

**Tabel 1. Pemetaan konsep Ekonomi dan Politik serta Ekonomi Politik**

Metode	Substansi	
	Ekonomi	Politik
Ekonomi	(1) Teori ekonomi tradisional, perilaku maksimalisasi dalam kondisi pasar, teori harga, efisiensi alokasi	(2) Penerapan metode ekonomi terhadap politik, pilihan publik
Politik	(3) Penerapan metode politik terhadap ekonomi, analisa distribusi kekuasaan dalam situasi pasar	(4) Ilmu politik tradisional, analisis distribusi kekuasaan dalam bidang politik

Ekonomi politik memberikan dorongan yang besar bagi pergeseran fokus semacam ini di mana penekanan terhadap politik dikurangi dan digeser ke arah pemahaman terhadap faktor-faktor yang dapat menjelaskan perubahan-perubahan historis besar yang membentuk dunia sosial. Transisi masyarakat kurang beradab menjadi masyarakat beradab adalah dikarenakan perubahan sejarah yang disebabkan oleh kapitalisme, di mana peradaban dibentuk sebagai konsekuensi yang tidak sengaja dari begitu banyak tindakan yang dilakukan banyak orang semata-mata demi pemenuhan terhadap kepentingan pribadi mereka masing-masing, baik

oleh kelas pekerja maupun kelas kapitalis.

#### **Kajian Ekonomi Politik Media**

Dalam tulisan ini membahas pendekatan ekonomi politik media dengan beberapa pendekatan yaitu: pendekatan ekonomi politik, Marxisme, dan komunikasi. Ekonomi politik media menggunakan tiga pendekatan tersebut dalam mendedah tiap fenomena, khususnya praktik media sebagai institusi dan industri budaya. Ketiga pendekatan ini berasal dari disiplin ilmu yang berbeda namun menjadi sintesis dari konsep ekonomi politik media.

Konsep ekonomi politik menurut McQuail adalah sebagai sebuah teori dari berbagai disiplin,



namun terkadang dikenal sebagai teori kritis yang dikemukakan dalam tradisi neo-Marxian dalam melihat media dan masyarakat, dimana faktor materi dan ekonomi memiliki peran yang dominan dan ranah politik pun juga dipengaruhi secara dominan oleh kekuatan ekonomi (McQuail, 2005: 563).

Pendekatan ekonomi politik media juga ditandai dengan munculnya berbagai tren baru dalam bisnis media dan teknologi seperti, pertama, adanya pertumbuhan bisnis media secara global namun dengan kepemilikan yang semakin sedikit, adanya konsentrasi kepemilikan media global serta kecenderungan untuk melakukan *merger* antara perusahaan perangkat keras elektronik serta perusahaan pemrograman. Kedua, adanya pertumbuhan masyarakat secara global yang mengarah pada “masyarakat informasi”, ditandai dengan konvergensi antara telekomunikasi dengan penyiaran. Ketiga, pembatasan ruang komunikasi publik di bawah kuasa deregulasi, privatisasi atau liberalisasi. Keempat, adanya pertumbuhan penerimaan informasi dalam masyarakat namun sama sekali tidak mengurangi masalah dalam

ketidaksetaraan informasi yang diterima (McQuail, 2005: 100).

Teori ekonomi politik media merupakan pengaruh Marxis yang paling penting di masa-masa terakhir ini. Teori ekonomi politik media adalah teori media yang dikembangkan dari pendekatan Marxis sejauh ia memunculkan perhatian tentang bagaimana hegemoni media berfungsi untuk melayani kepentingan yang kuat (kuasa dan kapital). Teori ekonomi politik media memfokuskan pada pemahaman mengenai arti penting basis ekonomi media. Teori ekonomi politik media menjelaskan bagaimana kepemilikan bentuk-bentuk media bisa memasukkan posisi-posisi ideologis dan mitos-mitos sosial dari orang-orang yang mengkreasi pesan media. Kajian ekonomi politik media bertujuan untuk memahami struktur kepemilikan media, dan bagaimana relasi-relasi ekonomi politik industri ekonomi politik industri media mempengaruhi industri berita itu sendiri. Di sini ‘industri berita’ atau ‘bisnis berita’ bisa dibaca sebagai ‘berita sebagai industri’, terutama ketika praktik jurnalisme sangat digerakkan oleh pasar dan jurnalis mulai menjadi sekadar pelengkap dalam mesin industri bisnis media.

## AKRAB

Kekuatan utama pendekatan tersebut terletak pada kemampuannya dalam menyodorkan gagasan yang dapat dibuktikan secara empiris, yakni gagasan menyangkut kondisi pasar. Meskipun demikian, pembuktian secara empiris sangat kompleks untuk dilakukan. Kelemahan dalam pendekatan ekonomi politik media adalah unsur-unsur media yang berada dalam kontrol publik tidak mudah dijelaskan dalam pengertian mekanisme kerja pasar bebas. Media sebenarnya mengarahkan sekaligus menciptakan khayalak serta membentuk perilaku publik media (audiens) sampai pada batas tertentu.

Media merupakan alat produksi yang disesuaikan dengan tipe umum industri kapitalis beserta faktor produksi dan hubungannya dengan produksinya. Media cenderung di monopoli oleh kelas kapitalis, yang penanganannya dilaksanakan baik secara nasional maupun internasional untuk memenuhi kepentingan kelas sosial tersebut. Para kapitalis melakukan hal tersebut dengan mengeksploitasi pekerja budaya dan konsumen secara material demi memperoleh keuntungan yang berlebihan. Kompleksitas gagasan

Marxis tersebut mendorong lahirnya beberapa analisis media modern yang dipengaruhi oleh gagasan Marxis, yakni teori ekonomi politik; teori kritik; teori hegemoni media. Teori ekonomi politik lebih sesuai dengan tradisi Marxis-materialis, yang menekankan pada faktor ekonomi. Sedangkan teori kritis dan hegemoni media lebih menekankan pada faktor ideologi (superstruktur) (McQuail, 1987: 64).

Pandangan kritis dipengaruhi oleh ide dan gagasan Marxis yang melihat masyarakat sebagai suatu sistem kelas. Masyarakat dilihat sebagai suatu sistem dominasi, dan hubungannya dengan media adalah salah satu bagian dari sistem dominasi tersebut. Pandangan kritis justru melihat masyarakat di dominasi kelompok elit. Media adalah alat kelompok dominan untuk memanipulasi dan mengukuhkan kehadirannya sembari memarjinalkan kelompok yang tidak dominan. Pandangan kritis ini banyak memperhatikan aspek ekonomi politik dalam proses penyebaran pesan.

Pandangan kritis lahir karena ada keprihatinan akumulasi dan kapitalisme modal lewat modal yang besar, yang mulai menentukan dan mempengaruhi kehidupan masyarakat.

Modal inilah yang kini menggerakkan dan menentukan masyarakat. Individu tidak lagi mempunyai kontrol terhadap modal tersebut namun justru harus menyesuaikan dengan masyarakat yang dikuasai modal. Salah satu sifat dasar dari pandangan kritis adalah selalu “kritis” dan mempertanyakan kondisi masyarakat dewasa ini. Karena kondisi masyarakat yang keliatannya produktif ini sesungguhnya terselubung struktur masyarakat (para penguasa kapital) yang menindas dan menipu kesadaran khalayak (Eriyanto, 2009: 24).

Teori ekonomi politik media merupakan sebuah pendekatan yang memusatkan perhatian lebih banyak pada struktur ekonomi daripada muatan ideologis media, diwujudkan dalam konten media itu sendiri. Teori ini mengemukakan ketergantungan ideologi pada kekuatan ekonomi dan mengarahkan perhatian penelitian pada analisis empiris terhadap struktur kepemilikan dan mekanisme kerja kekuatan pasar media. Institusi media harus dinilai sebagai bagian dari sistem ekonomi yang juga berkaitan erat dengan sistem politik. Kualitas pengetahuan tentang masyarakat yang diproduksi oleh media sebagian besar dapat ditentukan oleh nilai tukar

berbagai ragam konten dalam kondisi yang memaksakan perluasan pasar, dan juga ditentukan oleh kepentingan ekonomi para pemilik dan penentu kebijakan.

Ada relasi antara kekuasaan dan integritas publik menurut pandangan Marxis. Dalam kekuasaan, Marxis mengakui adanya keanekaragaman pendapat, namun pada hakikatnya media massa merupakan alat kontrol penguasa kapitalis. Media massa cenderung dimiliki oleh para anggota kelas atas yang diharapkan mampu menjalankan media tersebut demi kepentingan dalam kelas tersebut. Terdapat hubungan langsung antara kepemilikan kekuatan ekonomi dengan penyebaran pesan yang menegaskan legitimasi dan nilai-nilai suatu kelas dalam masyarakat. Dewasa ini, pandangan demikian di dukung oleh kenyataan adanya kecenderungan banyaknya kepemilikan media berada di tangan pengusaha kapitalis, juga konservatif dalam hal penataan konten media. Dalam integritas publik, menurut Marxis, adanya pemaksaan konsensus ideologis (kesadaran palsu), mekanisme kontrol sosial yang menguntungkan kelas penguasa (McQuail, 1987: 83 dan 92).

## AKRAB

Ekonomi politik media yang (salah satunya) dilatarbelakangi oleh pemikiran Marxis mengonseptkan media massa sebagai industri budaya. Awal mulanya adalah saat pasar dan inovasi secara global untuk mengembangkan komoditas menjadi menipis, kapitalisme modern cenderung memindahkan perhatiannya pada industri yang permintaannya punya lebih sedikit keterbatasan, dan menargetkan kebutuhan yang baru sama sekali yang diciptakan oleh situasi historis. Industri jasa, industri militer dan industri hiburan (pariwisata, musik, hiburan, olahraga) masing-masing menyediakan pasar ekonomi yang secara potensial tak terbatas dan tak pernah terpuaskan. Pemikir awal mengenai fenomena ini adalah Theodor Adorno dan Max Horkheimer (Holmes, 2012: 51).

Kapitalisme mempunyai sistemnya sendiri dalam menentukan pasar mana yang akan dieksplorasi sehingga mendapatkan keuntungan yang luar biasa. Pada akhirnya media massa dalam pandangan kapitalisme hanyalah menjadi sumber pendapatan yang dapat dioptimalkan berdasarkan sumber-sumber daya yang dimiliki oleh media massa tersebut.

Teori ekonomi politik media telah dikonseptkan dengan baik oleh Vincent Mosco dalam bukunya *The Political Economy of Communication*. Menurut Mosco, pendekatan dengan teori ekonomi politik media pada intinya berpijak pada pengertian ekonomi politik sebagai studi mengenai relasi sosial, khususnya yang menyangkut relasi kekuasaan baik dalam produksi, distribusi, dan konsumsi sumber daya (*resources*). Dalam ekonomi politik media, surat kabar, buku, video, film, audiens, dianggap sebagai sumber daya utama (Mosco, 2009: 24).

Sistem ini membawa implikasi mekanisme pasar yang tidak mau ambil resiko, suatu bentuk mekanisme pasar yang “kejam” karena membuat media tertentu mendominasi wacana publik dan lainnya terpinggirkan. Ekonomi politik media ditandai dengan pertumbuhan konsentrasi kepemilikan media di tangan segelintir orang saja. Gejala ini dianggap sebagai sebuah konsentrasi kepemilikan media, menyebabkan semakin sedikitnya lembaga yang memiliki media. Semakin sedikitnya lembaga yang menguasai media tentu dapat menyebabkan informasi yang disebarkan dengan

mudah dikendalikan orang-orang tertentu saja. Akibatnya, bias informasi dan keberpihakan dapat dengan mudah terjadi. Faktor rutinitas organisasi, latar belakang individu pekerja media, eksternal media (pemasang iklan), pemilik perusahaan dan ideologi media, juga membutuhkan corak persebaran informasi media yang bersangkutan.

Mosco memetakan konsep ekonomi politik media dengan menentukan tiga pintu masuk utama dalam membahasnya yaitu komodifikasi, spesialisasi, strukturasi. Lagi-lagi, ketiganya merupakan sumbangan pemikiran yang berbeda namun justru menjadikan pemetaan ekonomi politik media ini menjadi komprehensif. Tiap-tiap pemikiran membahas apa yang menurut pemikirnya dominan, namun Mosco melihat bahwa adanya perluasan relasi sosial yang dibuat oleh media dengan publik, ini sesuai dengan definisi Mosco di awal bukunya mengenai ekonomi politik media.

Komodifikasi, proses mengubah nilai kegunaan suatu benda menjadi produk pasar yang memiliki nilai yang akan mereka peroleh dalam pertukaran. Pemikiran komodifikasi ini berasal dari Marx dan neo-Marxian yang

menganggap bahwa nilai kegunaan suatu benda, baik itu abstrak maupun laten, baik itu manusia maupun budaya, semuanya bisa diubah menjadi produk pasar yang memiliki nilai tukar. Mosco memetakan konsep komodifikasi dalam ekonomi politik media menjadi tiga bagian: pekerja media, konten media, audiens (Mosco, 2009: 127-156).

Teoritis Mahzab Frankfurt (awalnya dinamakan *Institute of Social Research* di tahun 1923) mengembangkan satu versi penting neo-Marxian yang disebut dengan teori kritis. Theodor Adorno, Herbert Marcuse, Mark Horkheimer, Walter Benjamin, Erich Fromm, Leo Lowenthal, Franz Neumann, Friedrich Pollock serta Jurgen Habermas membuat revisi canggih atas teori asli Marx, yaitu melalui rekonstruksi filosofis dan psikoanalisis marxisme. Mereka berkarya dalam semangat menjaga warisan Marx, di atas semua kritik Marx atas alineasi dan tujuannya menciptakan masyarakat yang bebas dari alineasi (Agger, 2012: 157).

Rumusan ulang Adorno dan Horkheimer berisi dua elemen krusial: mereka menawarkan satu analisis tentang "Dialektika Pencerahan" (*Dialectic of Enlightenment*, 1972) untuk

## AKRAB

menjelaskan bagaimana positivisme telah menjadi mitologi, dan konsep industri budaya untuk menjelaskan aspek ideologis dan manipulasi kultural. Kelas pekerja yang bagi Marx merupakan agen revolusi, oleh teori kritis dilihat sebagai sesuatu yang terjebak dalam yang mereka sebut sebagai tendensi kapitalisme terhadap kompromi. Teknologi, teknik, produksi massal, komodifikasi karya seni, dan konfigurasi kelas baru membatasi kesempatan munculnya gangguan terhadap tatanan sosial yang telah ada.

Spasialisasi, proses menanggulangi hambatan ruang dan waktu dalam kehidupan sosial. Pemikiran ini berasal dari Marx dalam bukunya *The Grundrisse* (1973) yang menggambarkan kecenderungan kapitalisme dalam “menghilangkan ruang serta waktu” (*annihilate space with time*) dan Henri Lefebvre dalam bukunya *Space: Social Product and Use Value* (1979). Konsep ini dipandang penting karena proses komunikasi yang semakin global membutuhkan teknologi dan modal sebagai kebutuhan sekaligus kekuatan media dalam menyebarkan informasi mereka. Mosco memetakan konsep spasialisasi dalam ekonomi politik media menjadi tiga bagian:

ruang, waktu, komunikasi (Mosco, 2009: 157-184).

Konsep spasialisasi secara umum merupakan penggambaran fakta dan lingkungan sosial dalam media massa yang berlaku entitasnya sebagai penyebar informasi. Sifatnya sebagai penyebar informasi terutama dalam dewasa ini yang mengenal informasi berskala global, akan memiliki hambatan dari segi ekonomi dan teknologi. Hambatan dalam segi ekonomi dan teknologi ini merupakan hambatan utama dalam menghadapi persaingan media massa sebagai industri ekonomi, dimana proses komunikasi dan proses distribusi akan informasi. Kedua hambatan ini akan membawa kita pada dilematis dalam media massa itu sendiri. Lebih mana yang dipentingkan dalam kedua hambatan tersebut ketika membahas operasional media massa.

Baik dalam hal ekonomi dan teknologi, keduanya menjadi hambatan sekaligus tantangan yang harus dihadapi oleh media massa di zaman digitalisasi dan informasi global ini. Bagi mereka yang bekerja di bagian ekonomi akan berpikir secara strategis mengenai bagaimana memanfaatkan modal dan sumber daya yang ada untuk mampu

terus beroperasi, termasuk mengatur pengeluaran dan pendapatan. Bagi mereka yang bekerja di bagian teknologi akan berpikir secara teknis mengenai bagaimana penguasaan teknologi akan menjadi perpanjangan “tangan” media dalam menjangkau audiens dan pasarnya (Sparks, 2004: 316-320).

Strukturasi, proses dimana struktur merupakan dasar dari agensi manusia. Pemikiran ini berasal dari Anthony Giddens dalam bukunya *The Constitution of Society: Outline of a Theory of Structuration* (1984). Ide dasarnya adalah analisis struktur sosial berdasarkan agensi, proses sosial, dan praktek sosial. Mosco memetakan konsep strukturasi dalam ekonomi politik media menjadi enam bagian: kelas, *gender*, ras, pergerakan sosial, hegemoni (Mosco, 2009: 185-210).

Konsep strukturasi dalam ekonomi politik media lebih diarahkan pada bagaimana audiens sebagai agensi media dipandang krusial, baik sebagai audiens, konsumen, hingga komoditas. Agensi ini dilahirkan melalui segmentasi yang dilakukan oleh media melalui lingkungan geografis serta sosio-kultural publik sehingga target audiens dalam sebuah media massa bisa diperoleh

maksimal. Ada beberapa proses strukturasi dalam ekonomi politik media seperti permasalahan perhatian audiens akan iklan, ras dan produktifitas audiens dalam ber-media massa, identitas audiens dalam konsumsi media (Gandy, 2004: 327-337). Kenyataannya adalah media mempunyai konsep strategis dalam menilai dan mempertimbangkan apa konten di dalamnya serta penyesuaian dengan lingkungan sosial serta publik sekitarnya.

#### **SIMPULAN DAN SARAN**

Kajian ekonomi politik media mempunyai sejarah panjang dalam dunia keilmuan manusia. Ia berangkat dari proses pengkajian ekonomi politik klasik abad 18 hingga memiliki wilayah kajiannya sendiri dalam bentuk ekonomi politik media yang menjadi tren kajian disiplin ilmu sosial di abad 21 ini. Ekonomi politik sendiri memiliki perkembangan keilmuan di tangan seorang pemikir sosial Jerman bernama Karl Marx yang memiliki pemikirannya sendiri –berangkat dari ekonomi politik klasik- terhadap struktur masyarakat yang terbagi dua: kelas pekerja dan kelas pengusaha. Adanya ketidakadilan terhadap kedua kelas tersebut sehingga mengembangkan pemikiran ekonomi

## AKRAB

politik menjadi kajian yang komprehensif di zamannya.

Sesuai dengan wilayah perkembangannya, kajian ekonomi politik media menjadi studi tersendiri, terutama dalam studi media dan studi komunikasi. Isi media ditentukan oleh kekuatan-kekuatan ekonomi dan politik di luar media. Faktor seperti pemilik media, modal, iklan, regulasi pemerintah lebih menentukan bagaimana isi media. Penentuan di sini bisa mencakup peristiwa apa saja yang bisa atau tidak bisa ditampilkan dalam pemberitaan, atau ke arah mana kecenderungan pemberitaan itu hendak diarahkan. Dalam pendekatan ini, mekanisme produksi berita dilihat tidak ubahnya seperti relasi ekonomi dalam struktur produksi sebuah perusahaan bisnis. Pola dan jenis pemberitaan ditentukan oleh kekuatan-kekuatan ekonomi yang secara dominan menguasai perusahaan media (Sudibyo, 2000: 120).

Semakin banyaknya wilayah penelitian akademis dalam ilmu pengetahuan kemanusiaan menjadikan kajian ekonomi politik semakin meluas dari waktu ke waktu, khususnya dari sudut pandang transformasi historis terhadap objek kajian –sebuah institusi

dan teknologi yang kini disebut dengan “media”- dan perkembangan intelektual yang memberikan karakter terhadap penelitian tersebut (Calabrese, 2004: 1)

Ekonomi politik media menjadi kajian yang penting dalam memahami cara dan praktik media dalam melakukan kegiatan sesuai dengan entitasnya; mediasi dengan publik secara jumlah besar dan diyakini memiliki pengaruh-pengaruh yang kuat dalam informasi yang disebarkan tersebut. Ekonomi politik media merupakan metode tepat –apabila digunakan sebagai metode penelitian– untuk mendedah bagaimana media hidup dan bekerja yang tidak terlihat oleh publik secara umum. Ini merupakan kajian kritis akademis dalam melihat media –sebagai industri budaya– untuk tidak menjadi “pengikut setia” media massa dengan agenda-agenda yang sudah dikonstruksi sebelumnya.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Agger, Ben (2012) *Teori Sosial Kritis: Kritik, Penerapan, dan Implikasinya*, terj. Nurhadi. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Bungin, Burhan (2013) *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma,*



- dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Calabrese, Andrew. "Toward a Political Economy of Culture", *Toward a Political Economy of Culture Capitalism and Communication in the Twenty-First Century*, eds. Andrew Calabrese, Colin Sparks (United States of America: Rowman & Littlefield Publishers, 2004), hal 1-12.
- Caporaso, James A., David P. Levine (2008) *Teori-teori Ekonomi Politik*, terj. Suraji. Yogyakarta: Pustaka Pelajar dan Matapena Institut.
- Eriyanto (2009) *Analisis Wacana; pengantar analisis teks media*. Yogyakarta: LKiS Yogyakarta.
- Gandy, Oscar H. "Audience on Demand", *Toward a Political Economy of Culture Capitalism and Communication in the Twenty-First Century*, eds. Andrew Calabrese, Colin Sparks (United States of America: Rowman & Littlefield Publishers, 2004), hal 327-341.
- Giddens, Anthony (2009) *Kapitalisme dan Teori Sosial Modern; suatu analisis karya tulis Marx, Durkheim dan Max Weber*, terj. Soeheba Kramadibrata. Jakarta: UI-Press.
- Holmes, David (2012) *Teori Komunikasi; Media, Teknologi, dan Masyarakat*, terj. Teguh Wahyu Utomo. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- McQuail, Denis (2005) *Mass Communication Theory*, Fifth Edition. London: Sage Publications.
- \_\_\_\_\_ (1987) *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, terj. Agus Dharma, Aminuddin Ram. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Mosco, Vincent (2009) *The Political Economy of Communication*, Second Edition. London: Sage Publications.
- Sparks, Colin (2004) "The Impact of the Internet on the Existing Media", *Toward a Political Economy of Culture Capitalism and Communication in the Twenty-First Century*, eds. Andrew Calabrese, Colin Sparks (United States of America: Rowman & Littlefield Publishers, hal 307-326.

AKRAB

Sudiby, Agus. "Absennya Pendekatan Ekonomi Politik untuk Studi Media", *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Volume 4, Nomor 2 (November 2000), hal 115-134.