



## BAHAN AJAR EKONOMI POLITIK MEDIA

PROF. DR. HERU NUGROHO  
KAJIAN BUDAYA DAN MEDIA - UGM

### Deskripsi Singkat

Mata kuliah ini bertujuan untuk memberikan pemahaman teoretik dan analitik mengenai cara kerja media dalam kerangka ekonomi politik. Mahasiswa akan difasilitasi untuk mendiskusikan sejarah ekonomi politik yang berkembang baik dari Mazhab liberal dan kritis. Selanjutnya, diskusi akan menyentuh ekonomi politik pembangunan dan keterbelakangan sebagai konteks dominan yang melatari ekonomi politik media.

### Sejarah Ekonomi Politik

- Pada awal perkembangannya, ekonomi politik merupakan studi tentang produksi, pembelian dan penjualan dan hubungannya dengan hukum, cukai, pemerintah seperti juga dengan distribusi pendapatan dan kemakmuran/kesejahteraan termasuk juga soal anggaran.
- Pada tahun 1615, Antoine de Montchretien memperkenalkan istilah ekonomi politik dalam bukunya *Traité de l'économie politique*. Istilah tersebut digunakan di Austria pada tahun 1763 dan seterusnya di USA. Pada tahun 1805, Adam Smith, David Ricardo, Thomas Robert Malthus dan Karl Marx juga menggunakannya.
- Secara umum ekonomi politik adalah kajian-kajian multidisiplin yang berakar pada abad 18 (pencerahan) dan diambil dari ilmu ekonomi, hukum, dan politik dalam menjelaskan hubungan kerja lembaga-lembaga ekonomi, politik, dan sistem ekonomi (kapitalis dan sosialis) dengan menggunakan metode ilmu (*scientific inquiry*).

- Secara garis besar, ekonomi politik terbagi menjadi dua mazhab besar yang dimulai oleh dua tokoh utama:
  - Adam Smith dengan karyanya *The Wealth of Nation*. Smith mempromosikan kebebasan menumbuhkan perdagangan untuk menghasilkan kemakmuran (*prosperity*). Kemakmuran dapat dinikmati semua orang jika negara tidak campur tangan dalam urusan privat.
  - Karl Marx melalui karyanya *A Critique of Political Economy* berusaha memahami relasi-relasi struktural dalam aktivitas ekonomi. Bagi Marx, kemajuan ditandai dengan tesis materiisme historis. Dia menekankan bahwa *progress* sejarah membawa ketidakadilan dan eksploitasi. *Vulgar Economics* merupakan istilah Marx untuk menunjuk ekonomi pasca Ricardian yang berkonsentrasi pada sebuah analisa tentang fenomena permukaan, contohnya, interaksi *demand and supply*, yang menolak hubungan-hubungan nilai struktural.

### Neo Marxisme dan Neoliberalisme

- Sejarah tersebut kemudian melatari terbaginya dua pendekatan utama, yakni neoliberalisme (Politik Ekonomi) dan neomarxisme (ekonomi politik).
- Liberalism dan neoliberalisme mempercayai mekanisme Pasar Bebas sebagai jalan menuju kemajuan. Pandangan ini meyakini bahwa kebijakan-kebijakan dalam mengatur hidup manusia sebaiknya dipercayakan kepada mekanisme pasar dan kompetisi.
- Sosialisme atau Neo-marxisme menekankan peran negara sebagai penentu arah kemajuan melalui kebijakan-kebijakannya. Pandangan ini meyakini bahwa negara harus memegang kekuatan dalam pengelolaan hidup warga dan institusi yang melekat di dalam masyarakat.
- Di antara kedua mazhab tersebut terdapat tesis *mixed policy* atau keseimbangan kekuatan antara Pasar dan negara dalam kerangka *Welfare State*.

## Ekonomi Politik Pembangunan dan Keterbelakangan

- Ekonomi politik pembangunan mengandung kompetisi pemikiran di dalamnya terkait dengan aktor penentu kebenaran (*regime of significance*). Terdapat empat paradigma/kebenaran dominan dalam wacana pembangunan, yakni: 1) Pembangunan sebagai tahapan dan karenanya bersifat Gradual; 2) Pembangunan merupakan lompatan atau diskontinyu yang ditandai dengan momentum revolusi; 3) Paradigma Orthodox; dan 4) Paradigma Ekonomi Politik
- Karakter gradual mengandaikan tujuan kemakmuran dan tidak revolusioner. Di dalamnya, pasar dipercayai sebagai mekanisme untuk meningkatkan kemakmuran. Oleh karena itu, kapital dan pertumbuhan dijadikan sebagai kata kunci pembangunan.
- Karakter revolusioner memiliki tujuan akhir keadilan sosial melalui perubahan cepat dan diskontinyu. Negara dianggap sebagai lembaga yang mampu mendistribusikan kesejahteraan. Kata kunci dalam paradigma ini adalah pemerataan (*justice*). Pada titik tertentu yang ekstrem, paradigma ini dapat melahirkan ekonomi komando
- Paradigma Orthodox memahami pembangunan melalui tahapan pertumbuhan ekonomi yang dicetuskan oleh W.W Rostow. Baginya, tahap pertumbuhan perlu melalui lima tangga utama, yakni 1) *traditional society*; 2) *preconditions to takeoff*; 3) *takeoff*; 4) *drive to maturity*; 5) *age of high mass consumption*.
- Paradigma Ekonomi Politik mempersoalkan proses alamiah pertumbuhan ekonomi. Dalam hal ini, pertumbuhan sosial dapat dilakukan jika sesuai dengan nilai-nilai sosial. Pandangan ini meyakini bahwa pembangunan dapat digunakan sebagai momentum pembebasan (*liberation*) dan bahkan perdamaian (*peace*). Kontrol utama dalam proses pembangunan berada di tangan rakyat (*people*).

## Ekonomi Politik Media

- Media sebagai determinan atau menjadi “Tuhan” nya masyarakat (ambiguitas McLuhan). Selain itu, media juga sebagai *social opium* melalui platform-platform digital seperti Youtube, Facebook, Twitter, dan lain-lain. Di dalamnya terselip kepentingan pemilik modal dan penguasa pasar yang terlihat dalam tindakan penjinakan, penundukan, disiplinisasi, hegemoni, dan dominasi.
- Terdapat tiga pendekatan yang dapat digunakan dalam membongkar praktik media.
  - Liberalisme dan Neo-liberalisme (Politik Ekonomi), mekanisme PASAR BEBAS sebagai penentu kebijakan media massa
  - Sosialisme atau Neo-Marxisme (Ekonomi Politik), bertumpu pada NEGARA sebagai regulator media massa
  - Mixed Policy (keseimbangan kekuatan PASAR dan NEGARA dalam Welfare State)
- Media tidak hanya menjalankan fungsi sosial dan ekonomi tetapi juga instrumen ideologis (tesis Ritzer Globalization of Nothing).
- Chomsky menawarkan terma *manufacturing consent* dalam melihat ekonomi politik media. Media komunikasi bukan lagi sekedar transmisi pesan dari komunikator ke komunikan, melainkan arena pendulang keuntungan. Di samping itu, munculnya media baru (*New Media*) menghadirkan arena bisnis baru yang mengandung semakin menekankan karakter *entrepreneurial* dari media. Hal tersebut mengandung konsekuensi distorsi pemberitaan (dalam hal tipe berita apa, item dan bagaimana direportasi). Kompetisi tersebut memungkinkan dengan menempatkan badan hukum (media cetak, radio, TV) sebagai subjek bisnis agar dapat bersaing secara komersial melalui iklan dalam upaya meraih pendapatan dan keuntungan. Model ini dinamakan model propaganda
- Kondisi tersebut memunculkan kontradiksi antara kepentingan publik dan kepentingan bisnis. Media digerakkan oleh penjualan (*sales*) dan peringkat (*rating*)

- Distorsi penerbitan diperburuk oleh ketergantungan media pada sumber-sumber berita privat dan pemerintah. Akibatnya, media mengalami distorsi karena cenderung membantu pemerintah atau privat dalam upaya mempertahankan pendapatan dan meningkatkan profit.
- Realitas ekonomi politik mengandung bias editorial oleh karena ukuran, kepemilikan dan orientasi profit dari sebuah media (hubungan bisnis di antara pemilik, campur tangan investor, afiliasi politik *stakeholders*). Di samping itu, lisensi periklanan untuk bisnis atau pendapatan berbasis iklan harus menyediakan segala keperluan prasangka politis dan hasrat ekonomi pengiklan.
- Model propaganda mumi dari negara juga berpeluang mendistorsikan ‘kenyataan’, misalnya propaganda anti komunisme oleh karena perubahan politik global, dengan usainya perang dingin, maka propaganda “anti komunisme” berubah menjadi “perang melawan teror”.

### **Kasus-Kasus Ekonomi Politik Media di Indonesia**

- Pada jaman otoritarianisme Orde Baru (kasus pembredelan Tempo, Editor dan Detik), penyiaran terpusat di Jakarta. Setelah pembredelan (21/6/1994) demonstrasi meningkat. Kekerasan negara terhadap demo menguat. Beberapa media menayangkan kekerasan negara terhadap kekuatan masyarakat sipil termasuk CNN dan jaringannya. Siaran-siaran tersebut memperkuat Gelombang demokratisasi yang sedang bergejolak hingga menjatuhkan Soeharto pada tahun 1998. Era kebebasan mulai terwujud.
- Era keterbukaan mulai terjadi pada tahun 2002 ketika UU Penyiaran No. 32 tahun 2002 disahkan. UU tersebut berdiri di atas prinsip Kebebasan berekspresi, frekuensi milik publik, asa demokrasi, dan legitimasi atas keberadaan lembaga penyiaran komersial, publik, komunitas, dan penyiaran berlangganan. Sejak saat itu, penyiaran terdesentralisasi secara lokal dengan sifat berjaringan.
- Demokrasi diwujudkan lewat penyiaran lewat ruang publik. Salah satunya adalah dengan eksperimen jaringan penyiaran dan regulasi,

dari penyiaran terpusat di Jakarta ke penyiaran lokal berjaringan, Contoh: Radio 68H dengan 350 jaringan di pelosok tanah air

- Realitas tersebut sejalan dengan tujuan/cita-cita atas ruang publik yang bebas atau kerap disebut sebagai *open sky* dan *open society*, yakni kawasan di mana publik bisa menayangkan wacana demokratis dan rasional. Dalam bahasa Habermas disebut sebagai Ruang Publik yang bebas dominasi, atau Curran & Gurevitch menyebutnya sebagai ‘partisipasi warga yang bebas dari dominasi negara dan pasar’
- Kenyataannya, Konsentrasi kepemilikan masih berkuat pada segelintir orang (konglomerasi). Tipe kepemilikan yang tidak berpihak pada *people*. Di dalamnya, praktik komodifikasi masih mendominasi alih-alih penyejahteraan. Konsekuensinya, praktik tersebut justru memarginalisasi publik
- Media masih menjadi alat kekuasaan untuk menundukan publik (kasus pencitraan politik, komoditi, iklan layanan, dll.), bahkan tujuan politik
- Indonesia menceminkan kenyataan bahwa Media sebagai kelas yang menentukan, mengkonstruksi bahkan mengatur.
- Media sebagai alat dominasi kelompok yang kuat (ekonomi dan politik). Media menjadi perangkat ideologis bagi pemiliknya (TV One, Metro TV, MNC, Trans TV, Kompas, dll.

### Poin Reflektif

- Ekonomi politik media mencakup analisis terkait dengan pola kepemilikan dan praktik produksi berita. Hal ini memunculkan pertanyaan-pertanyaan lanjutan, seperti:
  - Apa yang terjadi dengan pola kepemilikan?
  - Bagaimana dengan praktik produksi?
  - Praktik distribusi produksinya seperti apa?
  - Konkretnya apakah telah terjadi kebebasan pers/media yang mendukung demokrasi atau sebaliknya demokratisasi telah menghasilkan penyempitan ruang publik oleh media?

- Kritik yang dapat disampaikan pada praktik ekonomi politik media, antara lain:
  - Pasar yang sempurna sebagai ilusi kaum neo-klasik tidak akan pernah bisa tercapai
  - Negara gagal menjadi lembaga pengatur yang obyektif dan independen
  - Masyarakat sipil (*civil society*) perlu mengalami proses penguatan melalui media literasi
- Kritik tersebut dapat dilakukan melalui tiga varian pendekatan, antara lain:
  - Instrumentalis (Herman dan Chomsky): media massa sebagai instrumen kelas dominan
  - Strukturalis (Schudson): karakteristik produksi dan konsumsi media sebagai representasi struktur politik yang ada
  - Konstruktivis (Golding & Murdock): interaksi struktur dan agen

## Referensi

Golding, Peter & Graham Murdock Vol 1 and II. *The Political Economy of Media*, Cheltenham: Edward Elgar, 1997.

Herman, Edward S & Noam Chomsky. *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. New York: Pantheon Books, 1988.

McLuhan, Marshall. *Understanding Media: The Extension of Man*. Pennsylvania: McGraw-Hill, 1964.

Mosco, Vincent. *The Political Economy of Communication*, London: Sage Publications, 2009.

Schudson, Michael. *The Sociology of News*. New York: W.W Norton & Company, 2003.

Wasko, Janet., Graham Murdock., Helena Sousa (ed). *The Handbook of Political Economy of Communication*, Oxford: Blackwell Publishing, 2011.

Wilber, Charles K., *The Political Economy of Development and Underdevelopment*, New York: Random House, 1984.

Wilkin, Peter. *The Political Economy of Global Communication: an Introduction*, London: Pluto Press, 2001.