

---

## Komodifikasi Konten Media Penyiaran: Relasi Politik pada Program Media MNCTV (Lintas iNews)

Iffa Auliya<sup>1\*</sup>, Inki Azir<sup>2</sup>, Intan Tri Utami<sup>3</sup>, Muhammad Thoriq Aziz<sup>4</sup>, Pia Khoirotn Nisa<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Pengembangan Masyarakat Islam, Fakultas Dakwah Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, Indonesia

Email: <sup>1</sup>[iffaauliya7@email.com](mailto:iffaauliya7@email.com), <sup>2</sup>[inkiazir1602@gmail.com](mailto:inkiazir1602@gmail.com), <sup>3</sup>[utamiintan61@gmail.com](mailto:utamiintan61@gmail.com), <sup>4</sup>[mthariqa1410@gmail.com](mailto:mthariqa1410@gmail.com), <sup>5</sup>[piakhoirotnnisa2411@gmail.com](mailto:piakhoirotnnisa2411@gmail.com)

### Abstract

*Media is a public means that functions to fulfill society's need for information and is a pillar of democracy. However, in the industrial structure, media is no longer seen based on its use value, but focuses on the exchange rate in obtaining economic benefits. The media and press, as the 4th pillar of democracy and a tool of social control, continue to have their independence stripped away by economic and political interests. The aim of this research is to determine the power relations and dynamics of media content in the study of the political economy of media on MNCTV in the cross i-news program. The research method uses a qualitative descriptive research type using an approach to political economy studies. Primary data collection techniques through literature study regarding MNCTV data on cross-i-News programs, and secondary data through observation and literature on MNCTV. The results of this research can be concluded that MNCTV as a media corporation cannot avoid intervention by the interests of capital and power owners. Political Economy and Power Relations are two things that a media corporation like MNCTV must continue to play correctly in order to continue to win the competition between media.*

**Keywords:** *Media, Political Economy, Commodification*

### Abstrak

Media merupakan sarana publik yang berfungsi memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi dan pilar demokrasi. Akan tetapi dalam struktur industri, media tidak lagi dilihat berdasarkan nilai gunanya, tetapi dititikberatkan pada nilai tukar dalam memperoleh keuntungan ekonomi. Media dan pers sebagai pilar ke 4 demokrasi serta alat kontrol sosial, independesinya terus menerus dilucuti oleh kepentingan ekonomi dan politik. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui relasi kuasa dan dinamika isi media pada studi ekonomi politik media di MNCTV pada Program lintas i-news. Metode Penelitian menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan pendekatan pada studi ekonomi politik. Teknik pengumpulan data primer melalui studi pustaka mengenai data MNCTV pada acara program lintas i-News, dan data sekunder melalui observasi dan literatur pada MNCTV. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa MNCTV sebagai sebuah korporasi media tidak bisa menghindarkan diri intervensi kepentingan pemilik modal dan kekuasaan. Ekonomi Politik dan Relasi Kuasa adalah dua hal yang harus terus dimainkan dengan tepat oleh sebuah korporasi media seperti MNCTV untuk bisa tetap memenangkan kompetisi antar media.

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

## **PENDAHULUAN**

Teori ekonomi politik media adalah bagian daripada teori makro. Teori ini merupakan nama lama yang dihidupkan kembali untuk digunakan dalam menyebutkan sebuah pendekatan yang memusatkan perhatian lebih banyak pada struktur ekonomi dari pada muatan (isi) ideologis media. Teori ini mengemukakan ketergantungan ideologi pada kekuatan ekonomi dan mengarahkan perhatian penelitian pada analisis empiris terhadap struktur pemilikan dan mekanisme kerja kekuatan pasar media. Menurut tinjauan ini, institusi media harus dinilai sebagai bagian dari sistem ekonomi yang juga bertalian erat dengan sistem politik. Kualitas pengetahuan tentang masyarakat, yang diproduksi oleh media untuk masyarakat, sebagian besar dapat ditentukan oleh nilai tukar berbagai ragam isi dalam kondisi yang memaksakan perluasan pasar, dan juga ditentukan oleh kepentingan ekonomi para pemilik dan penentu kebijakan (Hidayat & Ruslan, 2018: 4). Ekonomi politik media terkait dengan masalah modal atau modal dari para investor yang bergerak dalam industri media. Para pemilik modal menjadikan media sebagai usaha untuk meraih untung, dimana keuntungan tersebut diinvestasikan kembali untuk pengembangan medianya. Sehingga pengakumulasian keuntungan itu, menyebabkan kepemilikan media semakin besar. Dalam menjalankan media, investor. Mempekerjakan karyawan untuk menghasilkan produk. media. Untuk mengetahui lebih jauh tentang bagaimana media memproduksi isi, mendistribusikan sehingga bernilai ekonomis, Vincent Mosco menawarkan tiga konsep untuk mendekatinya yakni: komodifikasi (commodification), spesialisasi (spatialization) dan strukturasi (structuration) (Anggraeni & Wuryanta, 2020: 24).

Komodifikasi berhubungan dengan bagaimana proses transformasi barang dan jasa beserta nilai gunanya menjadi suatu komoditas yang mempunyai nilai tukar di pasar. Spesialisasi, berkaitan dengan sejauh mana. media mampu menyajikan produknya di depan pembaca dalam batasan ruang dan waktu. Strukturasi berkaitan dengan relasi ide antar agen masyarakat, proses sosial dan praktik sosial dalam analisis struktur. Strukturasi dapat digambarkan sebagai proses dimana struktur sosial saling ditegakkan oleh para agen sosial, dan bahkan masing-masing bagian dari struktur mampu bertindak melayani bagian yang lain. Hasil akhir dari strukturasi adalah serangkaian hubungan sosial dan proses kekuasaan diorganisasikan di antara kelas, gender, ras dan gerakan sosial yang masing-masing berhubungan satu sama lain.

Mosco menjelaskan bahwa ekonomi politik komunikasi semacam itu adalah soal survivalitas, dan bagaimana tatanan dilanggengkan untuk memenuhi kebutuhan dan tujuan masyarakat. Ada poin-poin penting yang menjadi basis pemikiran Mosco tentang ekonomi politik komunikasi: Ekonomi Politik merupakan lanjutan dari tradisi kapitalisme. Oleh karena itu, pemikirannya bersifat historis dan melihat persoalan perubahan sosial, ekonomi Politik merupakan pendekatan yang bersifat holistik yang mencakup pendekatan terhadap relasi-relasi komoditas, relasi-relasi kelembagaan ekonomi dan politik, kekuatan dan hegemoni, dan determinasi di antara elemen-elemen tersebut, pemikiran ekonomi politik mengikuti para teoritis klasik yang menekankan pada filsafat moral, tidak sebatas pada filsafat moral pada sistem ekonomi itu sendiri, melainkan pada segi kebijakan dan moralitas yang timbul dari relasi-relasi kuasa yang ada, pemikiran ekonomi politik bersifat praksis. Dalam arti kata, pemikiran ini menekankan segi perubahan. Pertama, memahami sistemnya, kemudian melakukan perubahan. Untuk komodifikasi isi, beberapa media massa sengaja menyajikan informasi bertema sensasional, mistik maupun informasi yang mengandung sensualitas, untuk

mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya, karena hal itu yang laris di pasar (Heryanto 2010).

Fase-fase pemikiran Ekonomi Politik yang demikian itu, pada gilirannya juga berdampak pada tipe, tema dan arah penelitian- penelitiannya. Misalnya kajian historis (historical studies). Kajian-kajian historis ini mengacu pada praktik-praktik komersialisasi media dan relasi kelas pada institusi pers misalnya. Sejarah industri penyiaran, industri periklanan dan Public Relations, turut menjadi perhatian dalam kajian melalui pendekatan ekonomi politik. Pada umumnya penelitian-penelitian yang menggunakan teori ekonomi politik media memberi perhatian pada relasi kuasa yang terjadi atas proses- proses produksi, konsumsi dan distribusi suatu produk media. Dimensi politik terhadap ekonomi terlihat bahwa fungsi "power" beroperasi pada kepentingan ekonomi (Sucahya, 2013: 16-17).

Misalnya program televisi infotainment, yang secara konten berisi tentang kehidupan sehari-hari seorang selebritis, menjadi komoditas yang menghasilkan keuntungan ekonomi. Nilai (values) yakni apakah merupakan nilai sosial, budaya, dan agama mengalami transformasi menjadi komoditas. Oleh karena itu, konten suatu media dapat dibaca dan dianalisis melalui pemikiran ekonomi politik media. Apakah itu musik, film, iklan, sinetron, talkshow, reality show, pemberitaan, kepemilikan media, dan semisal tentang itu, dapat dibaca melalui pemikiran ekonomi politik media. Dan ujung dari permasalahan ini bermuara pada kekuatan kapitalisme.

Melihat media online di Indonesia sedang tumbuh dan mulai melakukan akuisisi media. Terdapat delapan perusahaan konglomerasi media atau "konglomerat digital" yang menguasai lanskap media di Indonesia. Delapan perusahaan tersebut adalah CT Corp, EMTEK, Visi Media Asia, Media Group, Berita Satu Media Holding, Jawa Pos, Kompas Gramedia dan Global Mediacom yang merupakan induk dari MNC Media Group. MNC dicatat punya satu satelit sendiri yang dibeli pada 2010, dan punya kapasitas 160 kanal. MNC Group punya 19 kanal TV berbayar, 46 stasiun TV lokal, dan 2,6 juta pelanggan lewat IndoVision, TopTV, dan OKVision. Pada 2015, ekspansi itu makin besar ketika iNews, stasiun berita 24 jam, diluncurkan pasca-MNC Group menghabiskan 250 juta dolar AS untuk membeli 40 fasilitas studio di Jakarta Pusat.

Adapun rumusan masalah yang akan dibahas pada penelitian kali ini ada dua hal, yaitu pertama, Bagaimana bentuk relasi antara Politik dengan Industri Media MNCTV? Dan yang kedua Apa saja bentuk komodifikasi yang terjadi didalam proses penayangan program Lintas iNews oleh MNCTV. Penelitian ini bertujuan untuk mengonseptualisasikan bentuk komodifikasi yang terjadi didalam proses penayangan program Lintas Inews oleh MNCTV. Dan juga Mengetahui apa saja keuntungan bagi MNCTV dalam proses komodifikasi ekonomi politik media.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian kami, diantaranya sebagai berikut, *pertama*, penelitian yang dilakukan oleh (Zahara dan Rika, 2022) Media massa merupakan topik yang selalu menarik untuk dibahas, terutama dalam perkembangannya di era industri dimana teknologi berkembang cukup pesat dan dapat merubah berbagai bidang kehidupan mulai dari sosial, ekonomi, politik dan lainnya. Akibat dari perkembangan ini, industri media konvensional seperti surat kabar mulai tertinggal, hal ini dikarenakan adanya perubahan perilaku pada masyarakat yang beralih ke dunia digital. Tersisihnya sebagian media cetak dalam industri ini membuktikan bahwa perubahan yang terjadi harus diikuti agar tidak menjadi barang mati. Metode penelitian yang digunakan dalam jurnal ini adalah menghimpun data-data dan kepustakaan yang ada kaitannya dengan permasalahan pada jurnal ini. Objek pada penelitian ini adalah MNCGroup karena Hary Tanoesoedibdjo sebagai pemilik salah satu perusahaan televisi terbesar di Indonesia. Hasilnya adalahkomodifikasi konten

media penyiaran pada MNC Group sangat terlihat jelas, terutama ketika Hary Tanoe terjun ke dunia politik dimana perspektif dan preferensi politiknya memengaruhi bagaimana dia bersikap dan membuat kebijakan melalui kekuasaan yang dimiliki di mediana untuk membuat konten yang menguntungkan dirinya dan kelompok yang didukung.

*Kedua*, penelitian yang dilakukan oleh (Muhammad, Dessy, dan Bachtiar 2023) dengan judul Relasi Kuasa dan Dinamika Isi Media Studi Ekonomi Politik Media di Metro Tv Pada Program Metro Siang memiliki tujuan untuk mengetahui relasi kuasa dan dinamika isi media pada studi ekonomi politik media di Metro TV pada Program Metro Siang. Metode Penelitian menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan pendekatan pada studi ekonomi politik. Teknik pengumpulan data untuk primer melalui wawancara dengan produser program Metro Siang di Metro TV, pakar media, dan data sekunder melalui observasi dan literatur pada Metro TV. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Metro TV sebagai sebuah korporasi media tidak bisa menghindarkan diri intervensi kepentingan pemilik modal dan kekuasaan. Ekonomi Politik dan Relasi Kuasa adalah dua hal yang harus terus dimainkan dengan tepat oleh sebuah korporasi media seperti Metro TV untuk bisa tetap memenangkan kompetisi antar media.

*Ketiga* penelitian yang dilakukan oleh (Anggalih, dan Muhammad 2019) dengan judul Konglomerasi Media dan Partai Politik: Membaca Relasi MNC Group dengan Partai Perindo Artikel ini bertujuan untuk menggambarkan bagaimana strategi Perindo yang membangun hubungan dengan pemilih dengan dukungan sumber daya dari MNC Group. Untuk memenuhi tujuan tersebut, artikel ini ditulis dengan pengumpulan data yang dilakukan dengan menelusuri berbagai artikel jurnal, laporan penelitian serta liputan media daring mengenai Partai Perindo. Hasil penelitian menunjukkan Hary Tanoe berusaha membesarkan Perindo dengan memanfaatkan pengerahan sumber daya MNC Group untuk mendukung partai dan meningkatkan citra dirinya. Keberhasilan Hary Tanoe sebagai pebisnis menjadi arahan bagi Perindo untuk mengerahkan berbagai bantuan UMKM untuk meraih dukungan dan kesetiaan dari pemilih.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Politik**

Secara etimologi kata “Politik” berasal dari Bahasa Yunani, yakni “Polis” yang dapat berarti kota atau negara Kota. Dari kata Polis ini kemudian diturunkan pada kata-kata seperti polites yang berarti warga negara politicos (nama sifat) yang berarti kewarganegaraan (civic), politike Techne yang berarti kemahiran politik dan politike episteme yang berarti Ilmu politik, dan lain sebagainya (Curran & Gurevitch, 1991: 16-17). Politik adalah siapa memperoleh apa, kapan, dan bagaimana. Pembagian nilai-nilai oleh yang berwenang, kekuasaan dan pemegang kekuasaan pengaruh, tindakan yang diarahkan untuk mempertahankan dan atau memperluas tindakan lainnya. Dari semua pandangan yang beragam itu ada persesuaian umum bahwa politik dapat mencakup sesuatu yang dilakukan oleh sekelompok orang. Ilmuwan politik Mark Roelofs mengatakan dengan cara sederhana, “politik adalah pembicaraan, atau lebih tepat, kegiatan politik (berpolitik) adalah berbicara”. Ia menekankan bahwa politik tidak hanya pembicaraan (Wanna, 2015: 9).

### **Media Massa**

Kata media berasal dari Bahasa latin, median, yang merupakan bentuk jamak dari medium, yang secara etimologi yang berarti alat perantara. Menurut Hafied Cangara (2016: 123), media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan

dari komunikator kepada khalayak, sedangkan pengertian media massa sendiri alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi seperti surat kabar, film, radio dan televisi. Salah satu karakteristik media massa yaitu, Meluas dan serempak, artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak, karena ia memiliki kecepatan. Bergerak secara luas dan simultan, dimana informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang dalam waktu yang sama.

### **Ekonomi Politik**

Secara etimologi, ekonomi berasal dari kata Oikos yang secara umum berarti keluarga atau rumah tangga dan Nomos yang berarti aturan atau hukum. Ilmu ekonomi juga mempelajari manusia dengan insitusi ekonomi itu sendiri yang mendasari sikap dan tindakanya. Perdagangan, investasi kegiatan produksi dan konsumsi, serta praktik-praktik sejenis lainnya merupakan bagian dari institusi bagi manusia dalam ekonomi yang termasuk ke dalam objek kajian ekonomi. Ilmu ekonomi atau ekonomi politik adalah suatu studi tentang kegiatan-kegiatan yang dengan atau tanpa menggunakan uang, mencangkup atau melibatkan transaksi-transaksi pertukaran antar manusia (Yasa, 2017: 2).

### **Kekuasaan**

Pengertian kekuasaan berasal dari kata "kuasa" yang berarti kemampuan atau kesanggupan untuk melakukan sesuatu. Kekuasaan erat kaitannya dengan pengaruh atau mempengaruhi. Ilmuwan di bidang politik dan pemerintahan sejak zaman Yunani kuno menganggap bahwa kekuasaan adalah unsur utama tindak politik. Dan kekuasaan selalu bersifat politik. Karena itu ilmuwan asal Amerika Serikat Harold Lasswell merumuskan kekuasaan sebagai politik yakni siapa, mendapat apa dan bagaimana caranya. Pada dasarnya kekuasaan biasanya digunakan sebagai salah satu konsep kunci dalam istilah yang dikenal dengan kekuasaan politik. Kekuasaan politik menurut Roger Scruton diartikan "sebagai pelaksanaan politik seluruhnya seolah tidak ada faktor yang terlibat selain faktor kekuasaan, sehingga kelompok-kelompok tanpa kekuasaan tidak dipertimbangkan, dan mereka yang memiliki kekuasaan dipertimbangkan hanya pada batas kekuasaan yang mereka miliki" (Haboddin, 2017: 3).

### **Komodifikasi**

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), komodifikasi memiliki arti perubahan sesuatu menjadi komoditas (barang dagangan) yang dapat diperjual belikan. Komodifikasi yaitu Komodifikasi merupakan sebuah proses transformasi hal yang bernilai untuk dijadikan produk yang dapat dijual. Komodifikasi mendeskripsikan cara kapitalisme melancarkan tujuannya dengan mengakumulasi kapital atau menyadari transformasi nilai guna menjadi nilai tukar. Komodifikasi adalah suatu proses mentransformasi barang dan jasa nilai guna (nilai yang didasarkan pada kemampuan memenuhi kebutuhan) menjadi nilai tukar (nilai yang didasarkan pada pasar). Komodifikasi ini merupakan salah satu cara melihat fenomena proses transformasi barang dan jasa menjadi sesuatu yang bernilai jual melalui pendekatan ekonomi politik media (Wahdan et al., 2023: 55-57).

### **METODE**

Metode yang kami pakai di dalam penelitian ini yaitu kualitatif yang bersifat studi pustaka (library research) yang menggunakan buku-buku dan literatur lainnya sebagai objek yang utama. Dalam menggunakan studi kepustakaan, penulis dapat memperoleh informasi tentang teknik-teknik penelitian yang diharapkan dengan cara menelaah dan

membandingkan sumber kepustakaan untuk memperoleh data yang bersifat teoritis. Tahapan pengumpulan data terdiri dari usaha usaha pengumpulan data berupa buku, jurnal, dan artikel artikel yang berkaitan dengan topik pembahasan penelitian. Memahami apa yang diteliti, maka upaya untuk menjadikan penelitian tersebut baik maka perlu adanya materi-materi yang diperoleh dari pustakapustaka lainnya. Studi kepustakaan adalah segala usaha yang dilakukan oleh peneliti untuk menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang akan atau sedang diteliti. Informasi dapat diperoleh dari buku ilmiah, laporan penelitian, karangan ilmiah, ensiklopedia, dan sumber-sumber tertulis baik tercetak maupun elektronik lain. Adapun definisi studi Pustaka yang dikemukakan Sarwono (2010: 34-35) dalam buku Pintar Karya Ilmiah: “Studi pustaka adalah suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti dengan menelaah teori-teori, pendapat-pendapat serta pokok-pokok pikiran yang terdapat dalam media cetak, khususnya buku-buku yang menunjang dan relevan dengan masalah yang dibahas dalam penelitian”.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Studi Kasus**

Studi kasus yang akan dibahas dalam paper ini, dikonseptualisasikan dengan menggunakan teori komodifikasi ekonomi politik oleh Vincent Mosco. Vincent Mosco merumuskan tiga karakter tambahan studi ekonomi- politik: realis, inklusif, dan kritis. Pengaruh realisme membuat ekonomi-politik kritis sangat menghindari ketergantungan eksklusif terhadap teori abstrak atau deskripsi empiris. Ekonomi-politik dalam hal ini memberikan bobot yang sama terhadap pertimbangan teoretis dan empiris. Watak inklusif berasal dari kesadaran bahwa kehidupan sosial tidak dapat dirangkum ke dalam satu teori. Tidak ada pendekatan yang paling tepat dan paling mendekati ideal dalam studi ekonomi-politik komunikasi. Studi ekonomi-politik sangat terbuka terhadap perdebatan-perdebatan multi-perspektif dan lintas disiplin. Watak kritis ekonomi-politik mewujud pada kepekaan terhadap berbagai bentuk ketimpangan dan ketidakadilan. Ekonomi-politik memberi perhatian besar terhadap faktor-faktor ideologis dan politis yang pengaruhnya bersifat laten terhadap suatu masyarakat. Berdasarkan karakter-karakter sentral di atas. Mosco memandang ekonomi politik sebagai titik awal dalam analisis sosial.

Ekonomi politik menawarkan alasan lain untuk berhati-hati dalam menghindari analisis komunikasi yang sifatnya esensialisme. . Istilah 'ekonomi politik' diartikan oleh Vincent Mosco, "Political economy capture the wide range of approaches to the discipline. In the narrow sense, political economy is the study of the social relations, particularly the power relations, that mutually constitute the production, distribution, and consumption of resources, including communication resources. This formulation has a certain practical value because it calls attention to how the communication business operates" (Mosko 2009).

Media massa adalah “kelas yang mengatur”. Demikian premis teori marxis tentang posisi media dalam sistem kapitalisme modern. Media massa diyakini bukan sekedar medium lalu lintas pesan antara unsur-unsur sosial dalam suatu masyarakat, melainkan juga berfungsi sebagai alat penundukan dan pemaksaan konsensus oleh kelompok yang secara ekonomi dan politik dominan. Media adalah perangkat ideologis yang melanggengkan dominasi kelas pemodal terhadap public yang dilakukan semata-mata sebagai konsumen, dan terhadap pemegang kekuasaan untuk memuluskan lahirnya regulasi- regulasi yang pro pasar. Media juga menjadi medium pengiklanan utama yang secara signifikan mampu meningkatkan penjualan produk barang dan jasa. Media massa mampu menghasilkan

surplus ekonomi dengan menjalankan peran penghubung antara dunia produksi dan konsumsi (Golding & Graham, 1997: 4).

James Curran merumuskan empat proses sejarah yang menjadi fokus dalam tradisi kritis studi ekonomi-politik media: (1) Pertumbuhan media; (2) Perluasan jangkauan perusahaan dalam industri media; (3) Proses komodifikasi informasi; (4) Perubahan peran negara dan intervensi pemerintah” (Curran, 2011: 16-18).

Televisi sebagai media massa, banyak menarik munculnya kelompok atau individu yang memanfaatkan peran dari media massa itu sendiri. Tidak hanya sebagai hiburan, televisi juga dapat menyebarkan informasi secara tepat, massif dan menjangkau masyarakat sampai ke pelosok. Hal ini disebabkan televisi memiliki unsur immediacy dan realism. Televisi dapat di katakan sebagai media massa sebab dapat memenuhi UU Nomor 40 Tahun 1999 tentang pers, media massa berfungsi untuk menginformasikan, mendidik, menghibur, dan pengawasan sosial (social control) pengawas perilaku publik dan penguasa. Namun seiring berkembangnya media massa, sama halnya seperti siaran radio, televisi pada saat ini berperan tidak hanya sebagai informasi atau hiburan semata, tetapi media masa kini bisa dipakai oleh beberapa pihak maupun golongan untuk kepentingan mereka. Dari berbagai tokoh yang menjadi pemilik media sekaligus eli politik, Hary Tanoesoedibjo adalah salah satu yang paling menarik untuk dibahas.



Sumber: Detiknews

Gambar 1. Pemilik MNC Group, Hary Tanoesoedibjo

Dalam studi kasus ini menitik beratkan pada konsep Vincent Moscow tentang komodifikasi, spesialisasi dan stukturasi. Komodifikasi merupakan proses transformasi pesan dan nilai hingga menjadi sistem makna yang dapat dipasarkan. Proses ini dilakukan. untuk mendapatkan keuntungan dengan menjual komoditas. Dalam hal ini MNC Media Group melakukan modifikasi dalam tiga konsep yang diusung oleh Moscow, dalam komodifikasi isi atau konten pemberitaan MNC Media Group membagi segmen pemberitaan. yang disesuaikan dengan pasar, mulai dari ekonomi politik sampai dengan hiburan. Selain itu, MNC Media Group juga mengembangkan aplikasi tanpa bayar melalui MNC Now dan RCTI Plus untuk dapat menikmati konten-konten yang diproduksi oleh MNC Media Group. Pemanfaatan teknologi informatika menjadi vital di era globalisasi dan internet saat ini, khususnya dalam memperluas pasar dan khalayak. Komodifikasi khalayak yang dilakukan MNC Media Group dengan memfasilitasi audience untuk berpartisipasi melalui komentar di media sosial, yang kemudian dijadikan database karakteristik pemirsa. Integrasi usaha dibawah MNC Media Group atau dapat disebut sebagai one stop solutions for effective advertising, dimana pengiklan mendapatkan keuntungan dengan sekali beriklan dan dapat. ditayangkan di media milik group. Komodifikasi Pekerja melalui integrasi struktural, dalam hal ini rotasi, mutasi atau

promosi dimana pekerja dibawah MNC Media Group bersedia ditempatkan di semua lini usaha yang dimiliki oleh MNC Media Group berdasarkan kebutuhan lini usaha dan kompetensi pekerja.

Proses Komodifikasi konten media bisa dilihat didalam konteks pemberitaan politik di MNCTV. Sama seperti media lainnya MNCTV memiliki peran penting dalam membentuk opini publik dan mempengaruhi agenda politik. Melalui berbagai program berita, talk show, dan diskusi politik, MNCTV memiliki kekuatan untuk membentuk narasi politik yang dapat memengaruhi persepsi masyarakat terhadap isu-isu politik tertentu. Dalam hubungan antara politik dan media, terdapat dinamika yang kompleks. Di satu sisi, media seringkali berusaha mempertahankan independensinya agar dapat memberikan liputan yang obyektif dan kritis terhadap pemerintah dan kekuasaan politik. Namun, di sisi lain, politik juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap media, baik melalui kebijakan publik maupun hubungan yang terjalin antara pemilik media dengan elit politik. Perkembangan MNC Media menjadi stasiun televisi terintegrasi terbesar di Asia Tenggara, telah terjadi praktik komodifikasi para pekerjanya. Spasialisasi yang dilakukan MNC Media melalui integrasi empat stasiun televisi swasta menyebabkan para jurnalis mengalami komodifikasi. Pekerja media telah ditransformasikan menjadi komoditas utama dalam industri media massa sebagai alat untuk mengakumulasi modal kapital. Kekuasaan yang berpusat pada pemilik modal membuat proses komodifikasi dapat dengan mudah dilakukan terhadap pekerja media, sementara mereka menerima bentuk komodifikasi tersebut sebagai suatu kewajiban atas profesinya.

Dalam hubungan antara politik dan media, terdapat dinamika yang kompleks. Disatu sisi, media seringkali berusaha mempertahankan independensinya agar dapat memberikan liputan yang obyektif dan kritis terhadap pemerintah dan kekuasaan politik. Namun, di sisi lain, politik juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap media, baik melalui kebijakan publik maupun hubungan yang terjalin antara pemilik media dengan elit politik. Perkembangan MNC Media menjadi stasiun televisi terintegrasi terbesar di Asia Tenggara, telah terjadi praktik komodifikasi para pekerjanya. Spasialisasi yang dilakukan MNC Media melalui integrasi empat stasiun televisi swasta menyebabkan para jurnalis mengalami komodifikasi. Pekerja media telah ditransformasikan menjadi komoditas utama dalam industri media massa sebagai alat untuk mengakumulasi modal kapital. Kekuasaan yang berpusat pada pemilik modal membuat proses komodifikasi dapat dengan mudah dilakukan terhadap pekerja media, sementara mereka menerima bentuk komodifikasi tersebut sebagai suatu kewajiban atas profesinya.



Sumber: detiknews

Gambar 2. Prabowo menyambut Hary Tanoe dan rombongan di kediaman pribadinya di Jalan Kertanegara, Jakarta, Rabu (5/4/2023).

Salah satu komodifikasi konten televisi yang paling terlihat salah satunya adalah keberadaan iklan perindo yang hampir ada disetiap waktu jeda program iklan. Namun nampaknya saat ini iklan tersebut sudah di copot dan tidak boleh ditayangkan kembali sebab dapat dikatakan sebagai penyalahgunaan kewewenangan. Tidak hanya di manfaatkan pada partainya, Hary juga memiliki program siaran televisi berita salah satunya yaitu Lintas iNews. Lintas iNews adalah program berita induk yang disiarkan di jaringan televisi MNCTV, menggantikan Lintas mulai dari 1 November 2017 hingga sekarang. Lintas iNews bersiaran selama tiga setengah jam hingga empat jam setiap harinya melalui program berita Lintas iNews Pagi, Lintas iNews Siang, Jurnal Lintas iNews Siang (dahulu Lintas Kriminal), Lintas iNews Malam, Lintas iNews dan Breaking iNews. Pada tayangan siaran Lintas iNews, tidak hanya berita mengenai bencana alam atau kriminalitas yang ditayangkan, tetapi juga menayangkan beberapa berita mengenai kepolitikan seperti salah satunya Kawal Suara Rakyat yang ditayangkan selama Pemilu. Dengan ditayangkannya berita mengenai politik, sudah pasti bersifat mempengaruhi masyarakat yang jelas menjadi target dalam berpolitik.



Sumber: [lintasinews.com](http://lintasinews.com)  
Gambar 3. Lintas iNews

### **Pembahasan Kasus**

Industri media dan politik memiliki peran penting dalam membentuk distribusi kekayaan dalam masyarakat. Kedua entitas ini saling terkait dan sering kali saling mempengaruhi dalam konteks ekonomi, politik, dan sosial. Jika kita tinjau dari industri media. Media memiliki kekuatan besar dalam memengaruhi opini publik dan persepsi masyarakat terhadap isu-isu politik dan ekonomi. Melalui pemberitaan, opini, dan narasi yang mereka buat, media dapat memengaruhi keputusan politik, termasuk kebijakan ekonomi yang dapat mempengaruhi distribusi kekayaan. Media yang dimiliki oleh kelompok atau individu tertentu dapat digunakan sebagai alat untuk mempromosikan kepentingan mereka, termasuk memperkuat posisi mereka dalam hierarki kekayaan. Dan politik juga memiliki peran penting dalam distribusi kekayaan. Kebijakan yang dibuat oleh pemerintah dapat secara langsung mempengaruhi bagaimana kekayaan didistribusikan dalam masyarakat. Misalnya, kebijakan pajak, subsidi, dan regulasi ekonomi dapat memengaruhi bagaimana kekayaan didistribusikan antara kelompok-kelompok dalam masyarakat. Selain itu, praktik korupsi dan nepotisme dalam politik juga dapat memperkuat ketidaksetaraan kekayaan. Dan sering kali hubungan antara industri media dan politik tidak selalu bersifat negatif. Media juga dapat memainkan peran penting dalam mengawasi pemerintah dan mengekspos korupsi atau kebijakan yang tidak adil. Selain itu, politik juga dapat digunakan sebagai alat untuk menciptakan kebijakan yang bertujuan mengurangi kesenjangan ekonomi dan meningkatkan distribusi kekayaan yang

lebih adil. Dampak keuntungan antara industri media dan politik terhadap distribusi kekayaan dalam masyarakat sangat kompleks. Sementara keduanya dapat digunakan untuk memperkuat ketidaksetaraan kekayaan, mereka juga memiliki potensi untuk memainkan peran dalam menciptakan distribusi kekayaan yang lebih adil jika digunakan dengan tepat dan bertanggung jawab. Diperlukan pemantauan yang ketat dan partisipasi aktif dari masyarakat untuk memastikan bahwa kekuatan ini digunakan untuk kebaikan bersama.

Industri media dan politik memiliki hubungan yang kompleks dan sering kali saling memengaruhi. Media berfungsi sebagai saluran komunikasi yang penting antara pemerintah dan masyarakat. Politikus dan pejabat pemerintah menggunakan media untuk menyampaikan pesan mereka kepada pemilih dan mempengaruhi opini publik tentang kebijakan tertentu. Media juga memainkan peran penting dalam mengawasi tindakan pemerintah dan mengkritik kebijakan yang dianggap tidak sesuai dengan kepentingan publik. Media memiliki kekuatan besar dalam membentuk opini publik tentang isu-isu ekonomi dan kebijakan yang berkaitan. Melalui pemberitaan, editorial, dan opini yang disajikan, media dapat memengaruhi cara masyarakat memahami isu-isu ekonomi dan kebijakan yang diperdebatkan. Pemberitaan yang tidak seimbang atau tendensius dapat membentuk persepsi yang salah tentang suatu kebijakan atau isu tertentu. Politik memiliki peran kunci dalam pembentukan kebijakan ekonomi. Keputusan politik tentang kebijakan pajak, subsidi, regulasi pasar, dan anggaran negara dapat memiliki dampak yang signifikan terhadap perekonomian suatu negara dan distribusi kekayaannya. Politikus sering kali berusaha mempromosikan kebijakan yang sesuai dengan platform politik mereka atau mendukung kepentingan kelompok tertentu yang mendukung mereka finansial. Di balik industri media dan politik terdapat kekuatan ekonomi yang kuat. Pemilik media besar dan perusahaan-perusahaan besar yang memiliki kepentingan ekonomi tertentu sering kali memiliki pengaruh yang signifikan dalam politik dan kebijakan ekonomi. Mereka dapat menggunakan sumber daya finansial mereka untuk mempengaruhi kebijakan yang menguntungkan mereka sendiri atau kelompok-kelompok yang mereka wakili. Dan Partisipasi Masyarakat dan Tanggapan Terhadap Media dan Politik yaitu: Partisipasi aktif masyarakat dalam proses politik dan media juga memainkan peran penting dalam pembentukan kebijakan ekonomi yang adil dan berkelanjutan. Masyarakat yang teredukasi dan kritis mampu menafsirkan informasi yang diberikan oleh media dengan lebih baik, serta menuntut akuntabilitas dari para pemimpin politik mereka.

## **PENUTUP**

Dari uraian hasil penelitian yang telah dikemukakan sebelumnya peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut:

Industri media dan politik memiliki peran penting dalam membentuk distribusi kekayaan dalam masyarakat. Kedua entitas ini saling terkait dan sering kali saling mempengaruhi dalam konteks ekonomi, politik, dan sosial. Jika kita tinjau dari industri media. Media memiliki kekuatan besar dalam memengaruhi opini publik dan persepsi masyarakat terhadap isu-isu politik dan ekonomi. Melalui pemberitaan, opini, dan narasi yang mereka buat, media dapat memengaruhi keputusan politik, termasuk kebijakan ekonomi yang dapat mempengaruhi distribusi kekayaan. Media yang dimiliki oleh kelompok atau individu tertentu dapat digunakan sebagai alat untuk mempromosikan kepentingan mereka, termasuk memperkuat posisi mereka dalam hierarki kekayaan.

Industri media dan politik memiliki hubungan yang kompleks dan sering kali saling memengaruhi. Media berfungsi sebagai saluran komunikasi yang penting antara pemerintah dan masyarakat. Politikus dan pejabat pemerintah menggunakan media untuk

menyampaikan pesan mereka kepada pemilih dan mempengaruhi opini publik tentang kebijakan tertentu. media juga memainkan peran penting dalam mengawasi tindakan pemerintah dan mengkritik kebijakan yang dianggap tidak sesuai dengan kepentingan publik. Media memiliki kekuatan besar dalam membentuk opini publik tentang isu-isu ekonomi dan kebijakan yang berkaitan. Melalui pemberitaan, editorial, dan opini yang disajikan, media dapat memengaruhi cara masyarakat memahami isu-isu ekonomi dan kebijakan yang diperdebatkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, Ary, and Eka Wenats Wuryanta. 2020. "Industri Religi Pada Media Online: Penerapan Teori Ekonomi Politik Vincent Moscow (Komodifikasi) Pada Pemberitaan Umroh Di Tribunnews.Com." *Communications* 2(2):61–73. doi: 10.21009/communications.2.2.4.
- Changara, Hafied. 2016. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Edisi Kedu. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Curran, James. 2011. *Media and Democracy*. Vol. 72. London: Routledge:
- Curran, James, and Michael Gurevitch. 1991. *Mass Media and Society*. London: London; New York: Edward Arnold.
- Golding, Peter, and Graham. 1997. *Murdock The Political Economy of the Media*. Vol. 12.
- Haboddin, Muhtar. 2017. *Memahami Kekuasaan Politik*. Malang: UB Press.
- Heryanto, Gun Gun. 2010. *KOMUNIKASI POLITIK DI ERA INDUSTRI CITRA*. PT. Lasswell Visitama.
- Hidayat, Arif Nur, and Arief Ruslan. 2018. "Penerapan Teori Ekonomi Politik Media Dalam Program Fashion Eritage Di TV MNC Fashion TV Satelit Indovision." *Jurnal Komunikasi Universitas Garut* 4(2):188–94. doi: <http://dx.doi.org/10.10358/jk.v4i2.482.g460>.
- Mosko, Vincent. 2009. *The Political Economy of Communication*. SAGE Publication.
- Sarwono, Jonathan. 2010. *Pintar Menulis Karya Ilmiah-Kunci Sukses Dalam Menulis Ilmiah*. Yogyakarta: Andi.
- Sucahya, Media. 2013. "Ruang Publik Dan Ekonomi Politik Media." *Jurnal Komunikasi* 2:16–17.
- Wahdan, Muhammad, Dessy Linda S, and Bachtiar Febriana. 2023. "Relasi Kuasa Dan Dinamika Isi Media Studi Ekonomi Politik Media Di Metro TV Pada Program Metro Siang." *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 7(1):55–67. doi: 10.30596/ji.v7i1.13117.
- Wanma, Alex Victor. 2015. "Pentingnya-Pendidikan-Politik-Generasi-Muda-Terhadap-Pelaksanaan-Partisipasi-PoliTIK." *Politico* 2(6):1–16.
- Yasa, G. W. Murjana. 2017. *INTRODUCTION TO MICRO ECONOMIC THEORY*.