

Ekonomi Politik Media Global dan Tantangannya di Indonesia: Telaah Kritis atas *The Handbook of Political Economy of Communications*

Rachmat Hidayat*

Universitas Muhammadiyah Palangka Raya, Indonesia

Corresponding Author Email: rachmathidayat@umpr.ac.id

Abstract

The Handbook of Political Economy of Communications by Janet Wasko, Graham Murdock, and Helena Sousa (2011) is a comprehensive work that provides a strong theoretical foundation and critical mapping of the global media industry through the lens of political economy. This article systematically reviews the book's structure, content, and intellectual contributions by highlighting its analytical strengths, contextual limitations, and relevance to the development of media ecosystems in Indonesia. Using a qualitative-interpretative approach based on literature study, this article examines how the political economy framework can be applied to analyze key issues such as media ownership concentration, digital transformation, creative labor precarity, and the dominance of global platforms. A case study on media oligarchy in Indonesia is presented to demonstrate the applicability of this theoretical framework in the context of a developing country. The findings indicate that the Handbook is not only significant as a theoretical reference but also as a critical tool for understanding power relations and information inequality in today's media industry. This study is expected to strengthen critical analysis and encourage further research that is responsive to local challenges in the era of global digitalization.

Keywords: political economy of the media, communication, digitalization, media oligarchy, Indonesia

Abstrak

Buku *The Handbook of Political Economy of Communications* karya Janet Wasko, Graham Murdock, dan Helena Sousa (2011) merupakan karya komprehensif yang menyajikan fondasi teoretis dan pemetaan kritis terhadap dinamika industri media global melalui pendekatan ekonomi politik. Artikel ini mereview secara sistematis struktur, isi, dan kontribusi intelektual buku tersebut dengan menyoroti kekuatan analisis, keterbatasan konteks, serta relevansinya terhadap perkembangan ekosistem media di Indonesia. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif-interpretatif berbasis studi literatur, artikel ini menganalisis bagaimana kerangka ekonomi politik media dapat digunakan untuk memahami isu-isu strategis seperti konsentrasi kepemilikan media, transformasi digital, prekarisasi kerja kreatif, serta dominasi platform global. Studi kasus Indonesia, khususnya mengenai oligarki media dan pengaruhnya terhadap demokrasi, menjadi sorotan untuk menunjukkan aplikabilitas teori dalam konteks negara berkembang. Hasil kajian menunjukkan bahwa *Handbook* ini tidak hanya penting sebagai referensi teoritis, tetapi juga sebagai alat kritik terhadap ketimpangan informasi dan relasi kuasa

dalam industri media kontemporer. Temuan ini diharapkan dapat memperkuat basis analisis kritis dan mendorong riset lanjutan yang responsif terhadap tantangan lokal di era digitalisasi global.

Kata kunci: ekonomi politik media, komunikasi, digitalisasi, oligarki media, Indonesia

1. Pendahuluan

Dalam era digital, media tidak lagi sekadar instrumen komunikasi, tetapi telah menjadi bagian integral dari infrastruktur ekonomi dan politik global. Industri media kini terjalin erat dengan jaringan kekuasaan dan akumulasi modal, yang menimbulkan pertanyaan mendasar mengenai siapa yang mengontrol informasi, bagaimana informasi diproduksi dan didistribusikan, serta bagaimana media membentuk opini publik dan menciptakan dominasi simbolik (Wasko, Murdock, & Sousa, 2011). Di tengah gelombang transformasi digital dan ekspansi platform global seperti Google, Meta, dan TikTok, terjadi pergeseran dalam lanskap kekuasaan informasi yang menantang konsep-konsep tradisional tentang kebebasan pers dan kedaulatan komunikasi (Rahmawati & Siregar, 2023; Tapsell, 2017).

Pendekatan ekonomi politik media menawarkan kerangka teoretis kritis untuk memahami hubungan antara struktur ekonomi, kekuasaan politik, dan praktik komunikasi dalam sistem kapitalisme. Tidak seperti ekonomi media konvensional yang lebih fokus pada efisiensi pasar dan perilaku konsumen, ekonomi politik media menyoroti isu struktural seperti konsentrasi kepemilikan, peran negara, relasi kelas, serta implikasi ideologis dari isi media (Mosco, 2009; Hesmondhalgh, 2013). Dalam konteks ini, *The Handbook of Political Economy of Communications* yang disunting oleh Wasko, Murdock, dan Sousa (2011) merupakan kontribusi utama yang memetakan perkembangan teori, perdebatan klasik, serta tantangan baru dalam kajian ekonomi politik komunikasi secara global dan lintas disiplin.

Kajian kritis terhadap buku tersebut menjadi semakin penting, terutama dalam rangka menguji relevansi dan aplikabilitas kerangka teoretis ekonomi politik dalam konteks negara berkembang seperti Indonesia. Fenomena konsentrasi kepemilikan media oleh konglomerasi besar, menguatnya pengaruh oligarki media terhadap agenda publik, serta meningkatnya tekanan terhadap media independen dan pekerja kreatif akibat platformisasi, adalah persoalan yang membutuhkan analisis struktural dan kritis (Safrudin, 2020; Widodo, 2024). Dengan menelaah buku *The Handbook* secara mendalam dan mengaitkannya dengan konteks lokal, artikel ini bertujuan tidak hanya untuk mereview isi dan kontribusinya secara akademik, tetapi juga merefleksikan tantangan riil dalam tata kelola media Indonesia di tengah kapitalisme digital global.

2. Tinjauan Pustaka: Ekonomi Politik Media

Ekonomi politik media berakar dari tradisi teori kritis, khususnya pemikiran Marxian dan Mazhab Frankfurt, yang menekankan bahwa media massa tidak dapat dipahami secara netral atau semata-mata sebagai saluran informasi, melainkan harus dilihat sebagai bagian dari struktur kekuasaan ekonomi-politik yang membentuk kesadaran sosial dan relasi ideologis (Adorno & Horkheimer, 1944; Mosco, 2009). Dalam perspektif ini, media dipahami sebagai institusi yang mereproduksi struktur dominasi dan ketimpangan melalui kontrol terhadap produksi dan

sirkulasi simbol. Ekonomi politik media menelaah bagaimana dinamika kepemilikan, logika pasar, kebijakan publik, serta relasi antara negara dan korporasi berkontribusi dalam membentuk isi dan fungsi media dalam masyarakat kapitalis.

Pendekatan ini memiliki empat karakteristik utama sebagaimana dirumuskan oleh Wasko, Murdock, dan Sousa (2011). Pertama, bersifat **holistik**, yakni menganalisis media sebagai bagian dari keseluruhan sistem sosial, ekonomi, dan politik, serta keterkaitannya dengan institusi lain dalam masyarakat. Kedua, bersifat **historis**, dengan menelusuri evolusi media dalam kerangka perubahan struktur kapitalisme dan perkembangan teknologi komunikasi. Ketiga, mengedepankan orientasi **normatif**, dengan kepedulian terhadap isu keadilan sosial, akses informasi, dan representasi kelompok marjinal. Keempat, bersifat **advokatif**, karena bertujuan mendorong transformasi menuju sistem media yang lebih demokratis, pluralistik, dan berkeadilan.

Perbedaan fundamental antara ekonomi politik media dan pendekatan ekonomi media konvensional terletak pada fokus dan orientasinya. Ekonomi media konvensional cenderung bersifat positivistik, menekankan efisiensi pasar, perilaku konsumen, dan strategi profit maksimalisasi. Sementara itu, ekonomi politik media menganalisis bagaimana media sebagai institusi ekonomi-politik melayani kepentingan dominan dan menciptakan ketimpangan struktural, termasuk melalui komodifikasi informasi, privatisasi ruang publik, dan penguatan oligarki media (Hesmondhalgh, 2013).

Dalam *The Handbook of Political Economy of Communications*, pendekatan ekonomi politik diterapkan secara luas dan lintas disiplin untuk mengkaji isu-isu kontemporer seperti konsentrasi kepemilikan media, deregulasi industri komunikasi, peran iklan dalam membentuk budaya konsumen, hingga platformisasi dan ekonomi data. Buku ini mengintegrasikan pemikiran klasik dan isu mutakhir dalam kajian global tentang bagaimana media beroperasi dalam struktur kapitalisme transnasional dan digitalisasi neoliberal (Wasko et al., 2011).

Dalam konteks Indonesia, pendekatan ini sangat relevan dan aplikatif. Fenomena konsentrasi kepemilikan media oleh segelintir konglomerat, seperti MNC Group dan Kompas Gramedia, telah menimbulkan persoalan serius terkait pluralitas informasi dan independensi jurnalisme (Tapsell, 2017; Safrudin, 2020). Dominasi platform digital asing seperti YouTube, Facebook, dan TikTok dalam distribusi konten juga menimbulkan tantangan baru terhadap kedaulatan data dan keberlangsungan media lokal. Selain itu, munculnya ekonomi kerja digital dan prekarisasi pekerja kreatif menggarisbawahi pentingnya memperluas cakupan ekonomi politik media ke ranah tenaga kerja digital, algoritma, dan ekosistem platform (Widodo, 2024). Integrasi antara teori ekonomi politik media dan studi kasus Indonesia menjadi penting untuk mengembangkan pemahaman yang kontekstual sekaligus kritis terhadap tantangan komunikasi kontemporer di era kapitalisme digital.

3. Metodologi

Artikel ini menggunakan metode studi literatur kualitatif dengan pendekatan kritis-interpretatif. Sumber utama kajian ini adalah buku *The Handbook of Political Economy of Communications* (Wasko, Murdock, & Sousa, 2011), yang dianalisis secara mendalam untuk mengidentifikasi struktur isi, argumen teoritis, serta relevansi empirisnya. Analisis dilakukan melalui pembacaan

kritis terhadap bagian-bagian utama buku, dikombinasikan dengan telaah literatur pendukung yang membahas praktik media dan komunikasi di Indonesia.

Tujuan dari pendekatan ini bukan hanya untuk merangkum isi buku, tetapi juga memberikan refleksi dan evaluasi terhadap kontribusi teoretis buku tersebut dalam memahami dinamika media global dan lokal. Selain itu, analisis ini berupaya mengontekstualisasikan temuan-temuan teoretis dengan situasi kontemporer media di Indonesia, khususnya melalui studi kasus mengenai konsentrasi kepemilikan media dan implikasinya terhadap demokrasi dan keberagaman informasi.

4. Hasil dan Pembahasan

Struktur dan Isi Buku

Buku ini terdiri dari lima bagian: (1) warisan teori dan debat klasik, (2) mekanisme kekuasaan (kepemilikan, iklan, negara), (3) kondisi produksi dan kerja kreatif, (4) dinamika konsumsi dan kontrol, serta (5) isu-isu mutakhir seperti globalisasi, platformisasi, dan digitalisasi. Setiap bagian menggabungkan teori dengan studi kasus global yang memperkaya pemahaman tentang bagaimana media dikendalikan dan dimanfaatkan dalam sistem kapitalisme global.

Kekuatan Buku

Buku ini unggul dalam pemetaan topik, integrasi teori dengan isu kontemporer, dan cakupan global. Penulisnya merupakan tokoh sentral dalam studi ekonomi politik komunikasi, yang berhasil menyajikan analisis lintas disiplin, mulai dari sejarah pemikiran, studi media kritis, hingga analisis kebijakan. Kontribusi ini penting untuk mendukung pengembangan teori dan pendidikan media di negara berkembang seperti Indonesia.

Keterbatasan Buku

Meski komprehensif, buku ini masih bias Barat, dengan dominasi studi kasus dari Eropa dan Amerika Utara. Representasi Asia Tenggara, khususnya Indonesia, masih minim. Beberapa isu kontemporer seperti platformisasi besar-besaran, algoritmisasi ruang publik, dan ekonomi data belum dibahas mendalam karena buku ini terbit sebelum ledakan media digital pasca-2015.

Relevansi untuk Indonesia

Dalam konteks Indonesia, ekonomi politik media menawarkan cara berpikir kritis untuk memahami konsentrasi kepemilikan oleh konglomerasi seperti MNC Group, Kompas Gramedia, dan Emtek. Fenomena ini berkonsekuensi pada homogenisasi informasi, keberpihakan media terhadap kepentingan pemilik, serta lemahnya jurnalisme kritis. Pendekatan ekonomi politik juga penting dalam mengkaji relasi kerja di era digital, seperti prekarisasi pekerja media dan tantangan platformisasi informasi yang mengancam kedaulatan data nasional.

The Handbook of Political Economy of Communications menawarkan fondasi teoretis yang sangat relevan untuk menganalisis perkembangan media di Indonesia. Fenomena konsentrasi kepemilikan media seperti dominasi beberapa konglomerasi besar (Kompas Gramedia, MNC Group, Trans Media, dan lainnya), dapat dikaji melalui perspektif ekonomi politik, khususnya terkait implikasi pada keberagaman informasi, demokrasi, dan akses publik. Maraknya digitalisasi dan migrasi ke platform daring memunculkan isu baru tentang ketimpangan ekonomi

digital, peran platform asing, dan ancaman terhadap kedaulatan data serta jurnalisme independen di Indonesia.

Studi Konsentrasi Kepemilikan Media

Studi kepemilikan di Indonesia menunjukkan bagaimana ekonomi politik media menjelaskan relasi antara pemilik media, afiliasi politik, dan praktik pemberitaan. Fenomena ini berdampak pada demokrasi, keterbukaan informasi, dan keberlangsungan media alternatif. Kasus-kasus seperti bias media dalam Pemilu 2024 atau lemahnya pemberitaan kritis terhadap elite ekonomi-politik menunjukkan pentingnya regulasi yang menjamin pluralisme media.

Studi kasus seperti pengaruh kuat platform digital global terhadap distribusi berita lokal, peran influencer dalam pembentukan opini publik, serta upaya media lokal untuk bertahan dan berinovasi di tengah tekanan pasar global, menunjukkan urgensi pemakaian pendekatan ekonomi politik media dalam riset-riset kontemporer Indonesia. Dengan demikian, buku ini tidak hanya menawarkan peta teori, tetapi juga menjadi pijakan kritis untuk mengembangkan riset dan kebijakan media yang lebih responsif terhadap tantangan lokal di era globalisasi digital.

Pembahasan

Relevansi Teoretis

Seperti ditekankan oleh Wasko, Murdock, dan Sousa (2011), konsentrasi kepemilikan media adalah salah satu isu sentral dalam ekonomi politik komunikasi karena berkaitan langsung dengan distribusi kekuasaan, akses terhadap informasi, dan pluralisme opini di masyarakat. Buku ini menunjukkan bahwa ketika industri media didominasi oleh segelintir pemilik atau korporasi besar, maka potensi terjadinya homogenisasi informasi, pembentukan opini yang bias, hingga manipulasi agenda publik menjadi semakin tinggi. Lebih jauh, logika kapitalisme media cenderung mendorong ekspansi, integrasi vertikal dan horizontal, serta akumulasi modal yang berujung pada penguatan oligarki media.

Studi Kasus Indonesia: Konsentrasi Kepemilikan dan Oligarki

Dalam dua dekade terakhir, ekosistem media Indonesia semakin didominasi oleh kelompok konglomerasi besar seperti MNC Group, Kompas Gramedia, Emtek, dan Trans Media. Setiap kelompok ini menguasai beragam platform mulai dari televisi, radio, media cetak, hingga portal berita daring dan rumah produksi. Fenomena cross-ownership ini bukan hanya memperkuat posisi tawar kelompok pemilik di hadapan negara maupun pasar, tetapi juga menyebabkan terbatasnya keragaman konten dan kecenderungan praktik self-censorship atau pemberitaan yang berpihak pada kepentingan ekonomi-politik pemilik media .

Kasus nyata terjadi pada pemberitaan Pemilu 2024, di mana sejumlah media arus utama kerap dituding menampilkan narasi yang menguntungkan kandidat atau partai tertentu yang memiliki kedekatan dengan pemilik media. Contoh lainnya adalah fenomena media capture, di mana kekuatan modal dan afiliasi politik pemilik media digunakan untuk memengaruhi opini publik, membentuk agenda setting, hingga menekan kritik terhadap kepentingan tertentu. Beberapa penelitian juga menemukan kecenderungan minimnya pemberitaan kritis terhadap isu-isu strategis yang dapat merugikan kelompok pemilik atau afiliasi politiknya, sementara isu-isu yang menguntungkan kepentingan mereka mendapatkan porsi liputan yang besar .

Konsentrasi kepemilikan juga berdampak pada struktur industri, kesejahteraan pekerja media, dan keberlanjutan media lokal/alternatif. Media-media independen dan lokal seringkali kesulitan bersaing dalam hal distribusi, sumber daya, dan akses iklan karena harus berhadapan dengan dominasi grup besar yang menguasai jejaring distribusi dan pasar iklan nasional.

Implikasi Praktis

Implikasi praktis dari temuan ini adalah urgensi perlunya reformasi kebijakan media di Indonesia untuk mendorong desentralisasi kepemilikan, memperkuat regulasi anti-monopoli, dan memastikan transparansi afiliasi politik-ekonomi pemilik media. Regulasi yang efektif diharapkan dapat meningkatkan pluralisme informasi, mendukung munculnya media independen, dan melindungi ruang publik demokratis.

Penting bagi masyarakat sipil, akademisi, dan komunitas pers untuk terus melakukan advokasi dan pendidikan literasi media agar publik mampu mengenali bias kepemilikan dan kritis terhadap narasi yang disampaikan media arus utama. Penelitian lanjutan juga diperlukan untuk memantau perkembangan struktur kepemilikan media, dampaknya pada demokrasi, serta efektivitas regulasi yang sudah diterapkan.

Dengan menempatkan kasus empiris Indonesia ke dalam kerangka ekonomi politik media global, artikel ini menegaskan pentingnya adaptasi teori untuk menjawab persoalan spesifik di tingkat lokal dan mendorong praktik media yang lebih demokratis dan adil di era kapitalisme digital.

5. Kesimpulan

The Handbook of Political Economy of Communications adalah kontribusi penting dalam studi media kritis. Dengan memadukan teori klasik dan isu kontemporer, buku ini menyediakan fondasi teoretis yang kokoh untuk menganalisis dinamika industri media global. Dalam konteks Indonesia, buku ini relevan sebagai acuan teoretis untuk memahami konsentrasi kepemilikan, ketimpangan digital, dan tantangan demokrasi dalam lanskap media yang didominasi kepentingan korporasi. Untuk menjawab tantangan lokal, perlu dikembangkan riset-riset berbasis data Indonesia yang lebih kontekstual dan responsif terhadap transformasi digital. Integrasi antara teori global dan praktik lokal menjadi jalan strategis untuk membangun ekosistem media yang adil dan demokratis.

Daftar Pustaka

- Adorno, T. W., & Horkheimer, M. (1944). *Dialectic of Enlightenment*. New York: Herder and Herder.
- Aliansi Jurnalis Independen. (2023). *Laporan Tahunan AJI: Situasi Kebebasan Pers di Indonesia 2023*. Jakarta: AJI Indonesia.
- Kompas.com. (2024, Desember 23). Marak isu PHK karyawan, industri televisi nasional dalam kondisi tertekan. <https://money.kompas.com/read/2024/12/23/081145526/marak-isu-phk-karyawan-industri-televisi-nasional-dalam-kondisi-tertekan>

- Nugroho, Y. (2012). *Mapping Media Policy in Indonesia*. Jakarta: Centre for Innovation Policy and Governance (CIPG).
- Rahmawati, F., & Siregar, R. (2023). Platformisasi Media: Tantangan Industri Pers di Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, 15(2), 125–139.
- Safrudin, I. (2020). Konsentrasi Kepemilikan Media di Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, 12(1), 37–50.
- Tapsell, R. (2017). *Media Power in Indonesia: Oligarchs, Citizens and the Digital Revolution*. Lanham: Rowman & Littlefield.
- Wasko, J., Murdock, G., & Sousa, H. (Eds.). (2011). *The Handbook of Political Economy of Communications*. Oxford: Wiley-Blackwell.
- Widodo, S. (2024). Prekarisasi Pekerja Media Digital di Indonesia. *Jurnal Media dan Komunikasi*, 19(1), 89–104.