

## **Jejak uang: mengungkap kepentingan pemilik modal di balik layar media dalam kajian teori ekonomi politik media**

Nadya Primaditya Maharani  
Universitas Negeri Yogyakarta, Indonesia  
[nadyaprimaditya.2022@student.uny.ac.id](mailto:nadyaprimaditya.2022@student.uny.ac.id)

### **Abstrak**

Televisi merupakan bentuk dari salah satu media massa yang dalam hal ini mempunyai pengaruh yang paling besar terhadap pembentukan opini publik. Teori ekonomi politik termasuk yang menggunakan pendekatan kritis, terutama berfokus tentang kaitannya antar struktur ekonomi, proses produksi media, dan pandangan konten media. Fokus penelitian ini mempunyai implikasi terhadap penelitian berfokus pada kepemilikan media dan struktur kendali serta fungsi kekuatan pasar media. Teori ekonomi politik media McQuail menyatakan bahwa kepemilikan media berdampak negatif pada masyarakat. Dari sudut pandang politik dan ekonomi, media tidak bisa dipisahkan dari kepentingan kapitalis, negara, dan kelompok lainnya. Media berfungsi sebagai alat untuk mengendalikan masyarakat dan menciptakan dominasi ideologi tertentu. Terdapat kekhawatiran bahwa monopoli atau penguasaan media oleh segelintir pemilik dapat mengancam kebebasan pers dan kebebasan masyarakat umum untuk memilih dan mengakses informasi sesuai kebutuhan mereka. Dari sudut pandang demokrasi, televisi adalah salah satu media pendukung. Televisi dapat menyajikan informasi politik yang dapat digunakan masyarakat dalam mengambil keputusan politik. Ekonomi politik berkembang sebagai tanggapan terhadap akselerasi kapitalisme. Kepuasan audiens dengan Penggunaan media mempengaruhi pada pembentukan modal. Dimmick dan Rothenbuhler (1984) berpendapat bahwa mengenai hal tersebut media mempunyai tiga sumber kehidupan yaitu konten, modal dan khalayak. Jika kontennya menarik, pemirsa akan terus memilih saluran TV tertentu untuk ditonton. TV menunjukkan bahwa kemajuan teknologi media masyarakat tidak mengetahui mengenai batas ruang dan waktu. Dalam arti sempit, Moskow mengatakan bahwa ekonomi politik adalah penelitian tentang hubungan sosial, terutama hubungan kekuatan yang saling menguntungkan antara distribusi, konsumsi, dan sumber produksi. yang berkaitan termasuk dengan sumber komunikasi. Konten atau Media Konten merupakan barang yang dapat dijual di pasar, dan informasi yang disebarkan didasarkan pada apa yang ada di pasar saat ini.

**Kata kunci: pemilik modal, televisi, ekonomi politik media**

### **Abstract**

*Television is a form of mass media which in this case has the greatest influence on the formation of public opinion. Political economy theory includes those that use a critical approach, mainly focusing on the relationship between economic structure, the process of media production, and the view of media content. The focus of this research has implications for research focusing on media ownership and the control structure and function of media market forces. McQuail's media political economy theory states that media ownership has a negative impact on society. From a political and economic point of view, the media cannot be separated from the interests of capitalists, the state, and other groups. The media serves as a tool to control society and create the dominance of certain ideologies. There are concerns that monopoly or control of the media by a few owners could threaten press freedom and the freedom of the general public to choose and access information according to their needs. From the point of view of democracy, television is one of the supporting media. Television can present political information that can be used by the public in making political decisions. Political economy developed in response to the acceleration of capitalism. Audience satisfaction with media use affects capital formation. Dimmick and Rothenbuhler (1984) argue that in this regard, the media has three sources of life, namely content, capital and audience. If the content is interesting, viewers will continue to choose a specific TV channel to watch. TV shows that the advancement of media technology does not know about the limits of space and time. In a narrow sense, Moskow says that political economy is the study of social relations, especially the mutually beneficial power relations between distribution, consumption, and sources of production. related to communication sources. Content or Media Content is an item that can be sold in the market, and the information disseminated is based on what is currently in the market.*

**Keywords: capital owners, television, media political economy**

## A. Pendahuluan

Televisi adalah salah satu dari media komunikasi massa. Karakteristik Komunikasi massa melibatkan sarana komunikasi dilembagakan, komunikasi bersifat heterogen, keumuman pesan, komunikasi searah, simultanitas, dan ketergantungan pada peralatan teknis, serta dikendalikan yaitu oleh *gatekeeper* (Nurudin, 2009:19-32). Dalam era dimana dengan semakin terintegrasinya teknologi dan globalisasi yang menyatu dengan kehidupan sehari-hari, media memiliki peran yang semakin besar dalam membentuk pandangan karena ada beberapa di antaranya di TV memiliki karakteristik adalah bisa didengarkan secara bersamaan dan dilihat (audio-visual). Dalam kajiannya Hermin Indah Wahyuni dalam kajiannya mengenai Televisi dan Intervensi Negara menyatakan bahwa televisi, seperti media massa lainnya, muncul sebagai institusi yang berakar pada lingkungan sosialnya. Televisi adalah entitas politik, ekonomi, sosial, dan budaya. (Bakshin, 2006: 38).

Organisasi berita adalah entitas korporat. Sebagai perusahaan kapitalis, Struktur industri kapitalis mengatur operasi media penyiaran. Smythe mengatakan fungsi paling utama media adalah menciptakan stabilitas sosial, yang pada akhirnya mengarah pada monopoli pengiklan. (Smythe, 1997: 1). Kepuasan audiens terhadap penggunaan media mempengaruhi dalam pembentukan modal. Menurut Dimmick dan Rothenbuhler (1984) mengenai hal ini disebutkan bahwa media mempunyai tiga sumber kehidupan yaitu konten, modal, dan khalayak. Jika kontennya menarik, pemirsa akan terus memilih saluran TV tertentu untuk ditonton. Saat ini, pertunjukan televisi adalah sebuah entitas sosial itu yang berarti harus mendapat dukungan masyarakat melalui program yang disiarkannya. Seiring dengan jumlah audiens yang menonton program tersebut, maka ratingnya meningkat.. Akibatnya, para pengiklan pasti akan lebih tertarik untuk memasang iklan mereka pada program tersebut. Dalam situasi seperti ini, kehadiran media televisi yang akrab dengan citra industri sering mendapatkan informasi. Sebagai entitas politik, Media televisi dianggap memiliki kekuatan politik yang signifikan untuk memengaruhi masyarakat

serta dapat membentuk opini publik. tentang berbagai isu suatu masalah.

Keuntungan imperialisme ekonomi tidak berakhir, namun terus berlanjut yang banyak disebut imperialisme budaya, selanjutnya filosofi perusahaan. Akumulasi keuntungan adalah ideologi korporat media massa modern. Pengembangan pasar adalah konsekuensi logis dari kapitalisme media. Dengan kemajuan teknologi, hal ini juga dapat melibatkan peningkatan dan penambahan modal untuk diversifikasi barang atau jasa yang ditawarkan dalam media kontemporer. Dalam tulisan ini dibuat hanya sebagai alat bertukar pikiran di mana kita dapat berdiskusi, meneliti dan Pelajari tentang organisasi media, kapitalisme, dan jurnalistik media dari sudut pandang ekonomi politik media. Pada konteks ini Hegemoni adalah dasar ideologi kapitalisme dalam. hingga tingkat imperialisme budaya, tentu juga memegang peranan penting.

Dalam acara TVRI Dunia dalam Berita pada 22 Desember 1978, Televisi menunjukkan bahwa kemajuan masyarakat dalam teknologi media tidak pernah mengenal batas ruang dan waktu. Masyarakat Indonesia dapat mengikuti serta mengetahui apa yang terjadi di luar negeri secara cepat. Sejak saat itu kemudian muncul sebuah budaya baru dalam menilai sebuah berita di Indonesia mengapresiasi berita, Sekaligus menjadi awal dari proses persepsi masyarakat terhadap siaran berita di Indonesia. Media massa mulai mencari konten dari berbagai sumber yang dapat menarik audiens mereka.

Beragam topik yang dimuat, mulai dari masalah yang berkaitan dengan politik, sosial, dan publik hingga rumor tentang selebriti, terungkap seolah-olah tidak ada yang dapat mencegah informasi tersebut tersebar luas. Hal yang paling menonjol adalah munculnya bagian yang disebut subsistem pers infotainment, yang berisi informasi tentang program berita dan selebriti. Salah satu produk media televisi yang paling banyak ditonton adalah program infotainment. tetapi juga paling kontroversial. Namun, penyebaran infotainment juga disebabkan oleh meningkatnya persaingan antar lembaga penyiaran televisi untuk mendapatkan akses pasar, karena televisi hidup dari iklan. Ketidakkampuan memproduksi yang

disebabkan oleh program secara nasional serta persaingan di dalam pasar, jaringan televisi menjadi tidak terlalu teliti dalam memilih program. Sayangnya, tayangan ini justru menarik perhatian pemirsa dengan gosip seputar keluarga selebriti, seperti perselingkuhan, ataupun perceraian, hingga hal-hal lainnya seperti pertengakaran tentang orang tua dan anak mereka. Parahnya, acara-acara semacam ini justru mencapai rating pemirsa tertinggi, yang berarti secara otomatis dapat menghasilkan pendapatan iklan dalam jumlah besar untuk kepentingan perusahaan media televisi. Bahkan pemirsa yang haus akan informasi terbatas selama beberapa dekade pun merasakan euforia ketika mereka melahap semua informasi yang diberikan oleh suatu media. Informasi dapat diterima tanpa batasan usia atau kelas sosial.

Misalnya, industri media di Indonesia, seperti televisi, hanya dimiliki oleh sejumlah kecil investor (kaum kapitalis) yang secara eksplisit mendukung suatu hal tentang kebebasan. Bhakti Investama merupakan pemilik dari ekuitas sejumlah saluran televisi seperti RCTI, Global TV, Metro TV, dan TPI (Agus Sudibyo, 2003). Pendekatan ekonomi politik mempertimbangkan siapa yang mengendalikan sumber media massa, orang yang mengawasi rantai distribusi media massa, serta pola konsumsi masyarakat terhadap media massa dan barang lain karena akibat dari aktivitas media.

Salah satu cara untuk mengetahui siapa yang menguasai sumber produksi media massa adalah dengan melihat kepemilikan media massa dan kepemilikan rumah produksi yang memproduksi program yang terdapat di TV. Kepemilikan terhadap media di Indonesia dapat terlihat adalah antara lain Televisi Pendidikan Indonesia (TPI), Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI), Metro TV, dan Media Indonesia, yang dimiliki oleh Kelompok Usaha Bimantara. Majalah *Cosmopolitan*, *Cosmo Girl* dan *Hard Rock FM* yang tergabung dalam bagian grup bisnis usaha yang dimiliki oleh sekelompok perusahaan yang dijalankan oleh pengusaha yaitu Adiguna Sutowo. ANTV dan TV One ialah Perusahaan yang dimiliki salah satu grup perusahaan Bakrie. Dan Indosiar saat ini pemiliknya yaitu Grup Salim.

Khusus mengenai penyiaran berita, Undang-undang Indonesia mencakup Undang- Undang Nomor 40 Tahun 1999 mengenai Pokok-pokok Pemberitaan dan Undang-undang Nomor 32 Tahun 2002 yang membahas tentang Penyiaran, dengan memberikan peraturan secara jelas mengenai bagaimana suatu berita dan informasi harus disebarluaskan terhadap khalayak. Dengan begitu saat ini penyampaian pesan mempunyai aturan yang jelas, frekuensi- frekuensi yang mewakili ruang publik masih terdapat banyak sekali dengan isi pesan yang jauh dari kata netral. Terutama dalam siaran berita. Mengenai hal ini terlihat begitu jelas sebelum pemilu Presiden Republik Indonesia pada tahun 2019 beberapa waktu yang lalu. Berbagai jaringan pemilik televisi ada bebrapa orang-orang yang secara langsung terlibat dalam politik selama pemilihan presiden 2019, menyelenggarakan program tayangan berita yang bertujuan untuk mempengaruhi opini masyarakat dan mempengaruhi pandangan publik dalam mencapai tujuan.

## **B. TEORI**

Memiliki empat teori dalam ekonomi politik yang berkaitan dengan liberalisme, kapitalisme, sosialisme, dan libertarianisme modern, serta kepemilikan media yang sangat berkembang pesat di dunia modern saat ini. (Usman, 2009:22). Libertarianisme merupakan teori ekonomi yang berpendapat bahwa peran pemerintah dan kebebasan manusia sangat penting untuk kelangsungan hidup manusia. Teori ekonomi politik mengizinkan kepemilikan swasta atas media dan pemerintah memantau bahwa persaingan keadaanya menjadi lebih baik. Kapitalisme merupakan teori ini yang memungkinkan suatu individu dan organisasi untuk memiliki dan mengontrol sumber kekayaan. yang dimiliki suatu negara. Dalam sebuah industri program media yang dimiliki oleh pihak swasta dan secara bebas bersaing dalam mendapatkan keuntungan secara maksimal. Sosialisme merupakan pandangan ekonomi politik yang dikenal dengan menyatakan bahwa pemerintah harus memiliki, mengawasi, dan mengontrol kekayaan. nasional. Dalam industri media massa tidak memiliki persaingan ekonomi. karena negara mengontrol media. Liberalisme modern

merupakan suatu teori politik dan ekonomi yang menggabungkan libertarianisme, kapitalisme, serta sistem sosialis. Liberalisme mengambil keuntungan positif dari ketiga sistem ini.

Sementara itu, Dennis McQuail menjelaskan bahwa ada tiga jenis kepemilikan media: komersial (media sektor swasta), media nirlaba (media komunitas), dan perusahaan serta media pemerintah dan lembaga yang berada di bawah kendali publik (media publik). (Usman, 2009:23). Dalam arti sempit, menurut Mosko, Ekonomi politik merupakan ilmu yang mempelajari hubungan sosial, terutama tentang hubungan yang saling menguntungkan antara sumber yang digunakan untuk produksi, distribusi, dan konsumsi, termasuk sumber komunikasi. Konten atau media konten merupakan Informasi yang disebar dan komoditas yang dijual di pasar didasarkan pada informasi yang tersedia di pasar. Proses bisnis sangat terkait dengan produk, sedangkan proses pembuatan adalah aktivitas atau penggunaan tenaga kerja, pekerja menjadi barang dagangan, dan pemilik modal mengubahnya menjadi barang dagangan. Contohnya seperti jika seseorang selebriti yang membuat suatu humor atau hal yang dianggap tidak biasa oleh Masyarakat yang kemudian di masukkan dalam program acara televisi, sehingga acara-acara humor seperti itu yang mengeksploitasi kebodohan justru lebih digemari oleh Masyarakat dan membuat rating acara tersebut naik. Komodifikasi kemiskinan pada acara reality show menunjukkan masyarakat miskin dieksploitasi dan dikomodifikasi dalam berbagai cara, yang mengalir ke program media industri. Parahnya lagi, stasiun televisi lain bergabung dan membuat program yang sama dengan ide yang berbeda. Meskipun mirip, tidak identik.

Teori Media Kritis terdiri dari lima bidang utama, menurut pandangan McQuail, dan Teori Ekonomi Politik Media adalah cabang atau bagian dari teori tersebut yang pertama adalah Marxisme klasik, yang melihat media sebagai alat kelas penguasa dan peluang bagi kaum kapitalis untuk mengungkapkan keinginan mereka untuk menghasilkan keuntungan. Media menyebarkan keyakinan dorongan kuat di

masyarakat sehingga menindas suatu kelompok tertentu tersebut. (Littlejohn, 2009:432). Dari cabang teori yang selanjutnya merupakan *Frankfurt School*, yang melihat media sebagai konstruksi budaya dan menekankan pada pemikiran daripada pembuatan materi. Teori ini menyatakan bahwa media mendorong dominasi ideologi kelas atas. Hasil ini dicapai melalui penggunaan media untuk mengubah gambar serta simbol sesuai dengan kepentingan kelompok dominan.

Cabang lainnya merupakan dari teori hegemonik (*hegemonic theory*). Yaitu hegemoni adalah aturan ideologi ataupun praktik yang salah memikirkan kondisi nyata. Ideologi bukan hanya karena sistem ekonominya, tapi berinvestasi secara mendalam semua fitur komunitas. Sebuah kelompok tidak memaksakan ideologinya kepada kelompok lain; sebaliknya, ideologi dapat digunakan secara sadar atau tidak yang bersifat persuasif. Teori selanjutnya adalah *Cultural Studies*. Semiotika adalah dasar penelitian kajian budaya, dan para peneliti ini berfokus pada makna budaya dari produk media. Peneliti melihat bagaimana konten media ditafsirkan, yang mencakup interpretasi dominan dan berlawanan. Cabang ini juga mencakup penerimaan teori analisis Stuart Hall.

Studi komunikasi massa secara umum dikaitkan dengan bagaimana budaya, politik, dan ekonomi berinteraksi satu sama lain. Media massa adalah institusi sosial yang membentuk realitas sosial dan menggambarkan identitas hidup yang dihayati bersama. (Sunarto, 2009:13). Secara ekonomi politik, media tidak dapat lepas dari kepentingan pemilik modal, negara, atau kelompok lain. Oleh karena itu, media telah berubah menjadi alat untuk mengontrol dan menghegemonikan masyarakat. Ekonomi politik media telah dipelajari beberapa variasi yaitu instrumentalisme, budaya dan strukturalisme. Variasi Instrumentalisme menekankan determinisme ekonomi, yang berarti bahwa semuanya berhubungan secara langsung dengan kekuatan ekonomi yang menentukan segala sesuatu.

### C. METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kepustakaan atau penelitian

sekunder. Beberapa penelitian terdahulu yang membahas tentang bagaimana pemangku kepentingan industri media dengan tayangan suatu program di televisi. Data dikumpulkan dari berbagai sumber literatur, jurnal ilmiah, dan publikasi terkait. Jenis pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kualitatif deskriptif. Menurut David Williams (Moleong, 2005:5) metode kualitatif deskriptif yaitu penelitian dengan menggunakan latar alamiah yang bertujuan untuk menafsirkan fenomena-fenomena yang terjadi, serta dilakukan melalui berbagai metode yang saat ini tersedia untuk memungkinkan hasilnya dapat digunakan untuk mengartikan fenomena dan terdapat metode penelitian berbeda yang digunakan untuk penelitian kualitatif.

#### **D. HASIL DAN DISKUSI**

Berbagai pihak mungkin tidak menyadari masalah kepemilikan sumber dari media penyiaran, terutama pada televisi komersial atau "televisi swasta", yang merupakan istilah yang populer. Selama pemerintahan Orde Baru, anak-anak Soeharto memiliki hak monopoli atas televisi swasta nasional selama pemerintahan Orde Baru, diantaranya Bimantara Citra yang dimiliki oleh Bambang Trihatmojo, TPI, yang dimiliki oleh pemilikinya Siti Hardiyanti Rukmana, disertai oleh pejabat pemerintah seperti Sudwikatmono, Liem Sioe Liong, Henry Pribadi, dan Hary Tanoë Soedibyo, serta para petinggi Partai Golkar, yang berfungsi sebagai mesin politik di era Orde Baru (Ida, 2011 & Soedibyo, 2007), sehingga kepemilikan dari media penyiaran selama reformasi mengalami beberapa perubahan. Ini masih memiliki pengaruh besar pada sistem penyiaran media Indonesia, meskipun tidak ditunjukkan secara publik. PT. Bimantara dan anak perusahaannya MNC, adalah pemegang kepentingan dalam tiga televisi nasional. Selain itu, PT. Bimantara membangun jaringan kerajaan pertelevisian di daerah-daerah, di mana kabel televisi dijual secara eceran atau terpisah. Akibatnya, bisnis TV kabel yang berada di tingkat daerah dan perkampungan di seluruh Indonesia sangat sulit untuk diidentifikasi dan dihapus sesuai dengan undang-undang penyiaran yang berlaku.

Selain itu, para pemimpin golkar, termasuk Aburizal Bakrie serta anak-anaknya, terlibat dalam pembangunan televisi nasional dan pengendalian jaringan televisi daerah. Kondisi daerah juga tidak jauh berbeda dari tingkat nasional. Konglomerat media yang tersebar dari Aceh hingga Papua telah dipimpin oleh pengusaha yang dikenal sebagai "pengusaha lokal". Jawa Pos Grup dan Bali Post Grup adalah dua contoh perusahaan pers daerah yang berkembang pesat dan sekarang menjadi penyiaran lokal (Ida, 2010 dan 2011).

Konglomerat media lokal ternyata mendorong konglomerat besar tingkat nasional untuk membangun jaringan dan menyebar ke tingkat daerah. Selain itu, pada saat Undang-Undang Penyiaran mewajibkan pengembangan gagasan televisi berjaringan, selanjutnya diinterpretasikan oleh pemilik modal besar dengan cara yang berbeda. Meskipun ada banyak Media massa di Indonesia hanya dimiliki oleh orang-orang itu, meskipun jumlah media yang beroperasi di Indonesia sangat besar.

Contoh lainnya tentang kepemilikan media penyiaran yaitu pemberitaan Partai Perindo di stasiun televisi iNews. Secara garis besar, ada empat jenis pemberitaan: yang pertama menunjukkan perhatian Partai Perindo terhadap masyarakat pra sejahtera; ini ditunjukkan dengan membagikan gerobak dengan logo Perindo kepada pedagang kecil UMKM, pembagian beras dan air bersih, serta unit ambulance gratis ke 19 provinsi. Kedua, afiliasi politik: Perindo berkomunikasi politik dengan menghadiri Musyawarah Luar Biasa Partai Golkar. memberikan dukungan pada berbagai tokoh politik yang berkontestasi. Ketiga, pada pemilihan legislatif 2019 Partai Perindo. Dengan memberitakan DPP, DPD dan DPW di iNews. Keempat, tingkat religius Partai Perindo dengan mendirikan Majelis Zikir Ittihad untuk tujuan organisasi dalam bidang agama dan beberapa kegiatannya.

Relasi yang dibangun untuk setiap teks berita memiliki hubungan dengan orang-orang yang disebut sebagai narasumber di media, akan tetapi orang-orang yang diminta untuk menjadi narasumber yang digunakan dalam pemberitaan tersebut berasal dari anggota Partai Perindo sendiri, meskipun ada juga narasumber dari luar partai yang

mendapatkan bantuan dari Partai Perindo. Oleh karena itu, sangat mungkin bahwa komentar dan tanggapan dari narasumber tersebut bersifat positif dan serta bernada apresiasi atas kegiatan yang dilakukan Partai Perindo.

Dalam pemberitaan stasiun televisi iNews dalam membuat konten berisi diskursus kegiatan dan aktifitas Partai Perindo, iNews condong dalam membuat aktifitas-aktifitas Partai Perindo sebagai diskursus yang sangat dominan pada pemberitaan. Pada teks pemberitaan menggambarkan sisi positif Partai Perindo disetiap pemberitaan.

Bukan melalui pemberitaan saja, akan tetapi iklan untuk mars Partai Perindo dengan foto dan video dari kegiatan Partai Perindo. Dalam studi yang dilakukan oleh Ariviyanti dan Nurfebiaraning (2017: 48) menunjukkan bahwa mereka telah menemukan bahwa 15 adegan berfungsi sebagai unit identitas dalam iklan Mars Perindo, yang dibagi menjadi 4 kategori utama, Ini mencakup pandangan tentang bagaimana kandidat politik dilihat, partai politik dilihat, bagaimana kandidat politik menangani masalah, dan bagaimana peristiwa yang terjadi selama kampanye politik dilihat. Tirto.id menampung data *adstensity* pada periode terdapat 1918 kali iklan Partai Perindo di MNC Group dari November 2015 hingga Januari 2016, yang dengan pembagian 648 slot pada stasiun televisi Global TV, 630 slot pada MNC TV, dan pada RCTI terdapat 640 slot.

## **E. KESIMPULAN**

Televisi adalah salah satu media massa yang mempunyai kekuatan paling besar untuk membentuk opini publik. Hal ini disebabkan sifat yang dimiliki oleh media yang memiliki tampilan audiovisual. Televisi memainkan peranan penting dalam proses sebuah demokratisasi suatu negara. Di Indonesia, televisi berperan menarik perhatian masyarakat, membujuk dan mempengaruhi sikap pemirsanya. Tentang Peristiwa Menjelang Saat ini, fokus media televisi terfokus pada kampanye pemilihan presiden Republik Indonesia. serta sejumlah besar informasi yang berkaitan dengan calon presiden dan masalah politik lainnya. Meskipun televisi tidak memberikan pengaruh secara langsung terhadap

perubahan jumlah suara calon mana pun, namun masih ada kemungkinan bahwa televisi dapat mempengaruhi jumlah suara yang diterima menjelang pemilihan presiden Indonesia.

Media televisi dikuasai oleh beberapa konglomerat multinasional dan bahkan dianggap sebagai kekuatan anti-demokrasi. di sisi lain banyak orang menginginkan budaya baru yang diciptakan oleh televisi swasta menunjukkan komitmen untuk menggunakan milik umum untuk kebaikan masyarakat. Karena demokrasi muncul dan masyarakat menjadi lebih bertanggung jawab, bukan digunakan untuk menguasai negara atau pemilik modal, perlu ada budaya berita yang lebih dibangun yang berkaitan dengan kampanye. Fenomena serupa terjadi di tingkat daerah, di mana Pengusaha lokal berkembang menjadi perusahaan media yang kuat dari Aceh sampai ke Papua. Contohnya adalah Jawa Pos Grup dan Bali Pos Grup yang telah berkembang dengan baik dan menjadi lembaga penyiaran lokal.

Tergambarnya konglomerat media di tingkat lokal terbukti menjadi pendorong bagi konglomerat besar nasional untuk tertarik dan memperluas aktivitas bisnisnya hingga ke tingkat regional. Hal ini terutama terjadi ketika UU Penyiaran mendorong konsep televisi jaringan. Para pemilik modal besar melihat kemungkinan dan makna yang berbeda-beda dari konsep tersebut, sehingga menyebabkan dominasi pemain besar media penyiaran di Indonesia. Meskipun terdapat berbagai jenis media di Indonesia, kenyataannya kapitalis besar seperti Aburizal Bakrie dan konglomerat nasional memainkan peran dominan dalam mengendalikan dan mengarahkan perkembangan media penyiaran. Hal ini mungkin menimbulkan pertanyaan mengenai keberagaman dan independensi media di Indonesia serta dampaknya terhadap berbagai perspektif yang disajikan kepada masyarakat. Dengan demikian, sangat penting untuk terus melihat serta menganalisis dinamika kepemilikan media di tingkat nasional dan lokal untuk memastikan keberagaman suara dan keberagaman informasi.

## **F. DAFTAR PUSTAKA**

Dwita, D. (2014). Televisi dan kepentingan pemilik modal dalam perspektif teori

- ekonomi politik media. *Jurnal ipteks terapan*, 8(4), 252-261.
- Adheista, M., Nabilah, I., & Iqbal, M. (2020). Kepentingan Ekonomi dan Politik Media dalam Ruang Publik Indonesia. *Akrab Juara: Jurnal Ilmu-ilmu Sosial*, 5(2), 1-17.
- Heryanto, G. G. (2017). *Ekonomi Politik Media Penyiaran: Rivalitas Idealisme Nilai Islami dan Mekanisme Pasar*.
- Setiowati, E. (2010). Infotainment: Kebebasan atau Keablasan Ditinjau dari Kajian Ekonomi Politik Media. *Humaniora*, 1(1), 20-28.
- Hasan, K. (2009). Kapitalisme, Organisasi Media Dan Jurnalis Perspektif Ekonomi Politik Media. *Jurnal online Dinamika Fisip Unbara Palembang, Volume 2 Nomor 3*.
- Manggaga, I. P. (2018). Komodifikasi konten televisi dalam perspektif ekonomi politik media. *Jurnal Dakwah Tabligh*, 19(2), 257-276.
- Triyono, A. (2012). *Produksi teks dalam perspektif ekonomi politik media*.
- Manggaga, I. P. (2018). Komodifikasi konten televisi dalam perspektif ekonomi politik media. *Jurnal Dakwah Tabligh*, 19(2), 257-276.
- Aguswandi, A., Cangara, H., & Sultan, M. (2019). Konstruksi Pemberitaan Partai Perindo di iNews TV. *Jurnal Pewarta Indonesia*, 1(2), 142-154.
- Sunardi, S. (2021). PERAN MAJALAH HIBURAN VARIA DALAM MENYEBARKAN WACANA KEBIJAKAN PEMERINTAH ORDE BARU TAHUN 1967-1972. *Mozaik: Kajian Ilmu Sejarah*, 12(1).  
<https://komunikasi.trunojoyo.ac.id/wp-content/uploads/2016/12/ekonomi-politik-media-penyiaran-lokal-INTERPENA.pdf>