

PRODUKSI TEKS DALAM PERSPEKTIF EKONOMI POLITIK MEDIA

Agus Triyono

Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Informatika
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Email : agus@fki.ums.ac.id

ABSTRAK

Teori ekonomi politik termasuk teori yang menggunakan pendekatan kritis dimana fokus utamanya terletak pada hubungan antara struktur ekonomi, dinamika industri media dan ideologi isi media. Fokus kajian yang demikian berimplikasi pada perhatian kajian yang diarahkan pada struktur kepemilikan dan kontrol dari media serta bagaimana kekuatan pasar media berlangsung. Dari pandangan tersebut, institusi media dianggap sebagai bagian dari sistem ekonomi yang sangat berdekatan dengan sistem politik. Di dalam perkembangannya, ekonomi politik yang lahir sebagai bentuk respon terhadap akselerasi kapitalisme. Menurut Golding dan Murdock, setidaknya terdapat tiga tugas utama pendekatan ekonomi politik terhadap sebuah budaya (teks) yang telah dihasilkan. Pertama, melakukan analisa terhadap produksi budaya (teks). Kedua, menganalisa teks yang telah dihasilkan oleh industri media. Ketiga, menilai ekonomi politik dari sisi konsumsi budaya untuk menggambarkan relasi ketidakseimbangan antara materi dan budaya. Dalam pembahasan kali ini kali ini, fokus kajian akan dilakukan terhadap produksi teks yang telah dihasilkan oleh media.

Kata kunci : Ekonomi Politik, Produksi, Ideologi,

EKONOMI POLITIK GOLDING DAN MURDOCK

Golding dan Murdock, membagi studi ekonomi politik media dalam dua varian besar, yakni ekonomi politik liberal dan ekonomi politik kritis. Dalam varian ekonomi politik liberal, fokus kajian utamanya terdapat pada proses pertukaran

pasar dimana individu sebagai konsumen mempunyai kebebasan untuk menentukan komoditas-komoditas yang sedang bersaing berdasarkan pada asas manfaat dan kepuasan yang ditawarkan oleh komoditas tersebut (Golding dan Murdock dalam Curran and Gurevitch, 1991 : 15 -30).

Hukum yang berlaku selanjutnya adalah bahwa semakin besar kekuatan pasar menjalankan perannya, maka kebebasan konsumen untuk menentukan pilihannya pun akan semakin besar. Mekanisme pasar yang demikian, menurut Adam Smith dikendalikan oleh “tangan tersembunyi” (*hidden hand*). Dalam pandangan ekonomi politik liberal, media massa secara utuh dilihat sebagai produk kebudayaan yang harus diberikan kesempatan sebebas-bebasnya serta seluas-luasnya untuk kemudian dimiliki oleh siapapun juga dan yang terpenting adalah untuk berkompetisi secara bebas di dalam pasar tersebut. Dengan demikian, ekonomi politik liberal lebih menekankan pada proses dan dampak dari liberalisasi pasar.

Berbeda ekonomi politik liberal yang menekankan pada proses pertukaran komoditas dari industri budaya, varian ekonomi politik kritis yang mengikuti Marx, memberikan afirmasi pada pengorganisasian kepemilikan dan produksi industri budaya. Akan tetapi, bukan berarti perspektif ini mengabaikan pilihan yang telah ditentukan oleh produsen maupun konsumen, akan tetapi melihatnya dalam struktur yang lebih luas.

Dalam pandangannya, ekonomi politik kritis menolak anggapan neoklasik

bahwa negara dapat berperan sebagai lembaga pengatur yang objektif dan mandiri. Dalam realita yang ada, Negara acap kali bertindak subjektif dan melakukan intervensi yang bias kepentingan pasar ketika berada dibawah tekanan kapitalisme domestik maupun global. Ekonomi politik kritis juga menentang tesis neo klasik yang mengatakan bahwa kondisi ekuilibrium adalah suatu keniscayaan dalam pasar bebas kapitalis.

Golding dan Murdock menempatkan ekonomi politik media mereka pada pendekatan kritis yang menekankan pada beberapa isu sentral. *Pertama*, holistik. Hal ini dimaksudkan bahwa kajian ekonomi politik kritis meneliti keseluruhan interelasi antara dinamika sosial, politik dan budaya dalam suatu masyarakat dan menghindari kecenderungan untuk mengabstraksikan realitas-realitas sosial kedalam teori ekonomi dan politik. Dalam memulai analisisnya, yang harus dilakukan pertama kali adalah meletakkan media dalam totalitas sistem yang lebih luas sebagai bagian integral dari proses-proses ekonomi, sosial dan politik yang berlangsung di masyarakat.

Kedua, historis. Ekonomi politik kritis berusaha menjelaskan secara memadai bagaimana perubahan-perubahan dan dialektika yang terjadi berkaitan dengan posisi dan peranan media komunikasi dalam

sistem kapitalisme global. *Ketiga*, praksis. Ekonomi politik kritis mempunyai perhatian terhadap segi-segi aktivitas manusia yang bersifat kreatif dan bebas dalam rangka untuk mengubah keadaan, terutama ditengah arus perubahan sosial dan kapitalisme. Pendekatan praksis memandang bahwa pengetahuan adalah produk interaksi dan dialektika antara teori dan praktik secara terus menerus (Agus Sudibyo,2004, 8).

Analisa ekonomi politik kritis juga memperhatikan perluasan dominasi perusahaan media, baik melalui peningkatan kuantitas dan kualitas produksi budaya yang secara langsung dilindungi oleh pemilik modal. Perluasan dominasi media dikendalikan melalui dominasi produksi isi media yang sejalan dengan preferensi pemilik modal. Dampak yang ditimbulkan selanjutnya adalah adanya usaha untuk melakukan komodifikasi produk dengan memperhatikan pasar sebagai acuan. Alih-alih memberikan kebebasan kepada konsumen untuk bebas menentukan pilihan, hal yang demikian berimplikasi pada terbatasnya pilihan yang disediakan oleh produsen (Wenats, 2004, 26-27).

Studi ekonomi politik kritis, menurut Golding dan Murdock setidaknya terdapat dua varian utama, yakni : instrumentalis dan strukturalis. Dalam analisis instrumentalis

(Herman dan Chomsky) fokus utama diletakan pada bagaimana cara para pemilik modal menggunakan kekuasaan ekonomi mereka dalam sebuah sistem pasar komersial untuk menjamin aliran informasi publik yang sejalan dengan misi dan tujuan mereka. Sehingga yang terjadi adalah adanya berubahnya fungsi media sebagai dominasi kelas. Akan tetapi, meskipun kapitalis mempunyai kekuasaan untuk menentukan aliran informasi yang sesuai dengan pandangan mereka, masih terdapat struktur yang lebih luas yang memberikan keterbatasan kepada kapitalis. Menjadi penting untuk dilakukan adalah tugas dari analisis instrumentalis ini adalah berusaha untuk menganalisa berbagai sifat dan sumber-sumber keterbatasan yang dimiliki oleh kapitalis dan elit politik dalam struktur yang lebih besar tersebut.

Di sisi yang lain, analisis strukturalis (Schudson) cenderung melihat struktur sebagai sesuatu yang monopolitik, mapan, statis dan determinan. Karakteristik produksi dan konsumsi media semata-mata dilihat sebagai representasi struktur dominan yang ada, baik struktur politik otoritarian maupun kapitalis. Analisis ini mengabaikan potensi dan kapasitas agen social untuk memberikan respon terhadap kondisi-kondisi structural. Sehingga interaksi antar agen sosial serta

interaksi timbale balik antara agen dan struktur kemudian dinafikan keberlangsungannya.

Sebagai upaya menjembatani kedua analisis tersebut, maka lahirlah analisis konstruktivis (Golding dan Murdock) yang memandang struktur sebagai sesuatu yang belum sempurna dan bergerak dinamis. Kehidupan media tidak hanya dipengaruhi oleh faktor ekonomi tetapi juga oleh faktor-faktor lain : budaya, politik, individu dan lain-lain. Menurut analisis konstruktivis, negara dan pemodal tidak selalu menggunakan media sebagai instrumen penundukan terhadap kelompok lain. Mereka beroperasi dalam struktur yang bukan hanya menyediakan fasilitas namun juga hambatan-hambatan bagi praktik dominasi dan hegemoni.

Dalam pandangannya, melakukan analisa terhadap bagaimana makna

diproduksi dan direproduksi melalui aktivitas konkrit dari produsen dan konsumen merupakan sesuatu yang esensial. Tujuan dari analisis ini adalah untuk menjelaskan bagaimana struktur tersebut dibentuk melalui tindakan dan begitu pula sebaliknya, bagaimana tindakan tersebut dibentuk secara struktural. Dengan demikian, Golding dan Murdock melihat struktur bukanlah sebagai bangunan yang solid, permanen dan dan tidak bias dipindahkan. Struktur merupakan formasi-formasi dinamis yang secara terus menerus direproduksi dan diubah melalui tindakan praktis (Agus Sudibyo, 2004,12). Keberadaan struktur semacam tersebut dipahami dalam pengertian Gidden sebagai sebuah formasi dinamis yang secara konstan memproduksi dan mereproduksi dirinya sendiri melalui tindakan-tindakan praktis (Sunarto, 2008, 48)

Tabel 1. Kekuatan dan kelemahan Teori Ekonomi Politik

Strength	Weakness
Provides focus on how media are structured and controlled	Has a little explanatory at microscopic level
Offers empirical investigation	Is not concerned with scientific verification; is based on subjective analysis of finances
Seek link between media content production and media finances	

Sumber : Baran dan Davis, 2000, 228

Menurut Golding dan Murdock, setidaknya terdapat tiga tugas utama

pendekatan ekonomi politik terhadap sebuah budaya (teks) yang telah dihasilkan.

Pertama, melakukan analisa terhadap produksi budaya (teks). Kedua, menganalisa teks yang telah dihasilkan oleh industri media. Ketiga, menilai ekonomi politik dari sisi konsumsi budaya untuk menggambarkan relasi ketidakseimbangan antara materi dan budaya. Dalam pembahasan kali ini kali ini, fokus kajian akan dilakukan terhadap produksi teks yang telah dihasilkan oleh media.

EKONOMI POLITIK PRODUKSI TEKS

Perkembangan teknologi dan ekonomi telah membawa manusia yang semula berperan sebagai *political citizen* menjadi unit konsumsi pada perusahaan di dunia. Dengan demikian, ranah *public sphere* menurut Philip Elliot lambat laun telah mengalami erosi secara serius. Menjadi pertanyaan penting bagi kajian ekonomi politik adalah melakukan kajian bagaimana kekuasaan yang ada melakukan kendali atas produksi budaya (teks) dan distribusinya baik membatasi atau menyebar luaskan pada ranah *public sphere*. Dalam prakteknya, muncul dua isu kunci. Pertama, pola kepemilikan dari beberapa institusi dan konsekuensi dari pola tersebut untuk mengendalikan aktivitas mereka. Kedua, hubungan alamiah antara regulasi negara dengan institusi komunikasi (Golding dan

Murdock dalam Curran and Gurevitch, 1991 : 15 -30).

Ahli demokrasi mengkhawatirkan keadaan dimana media yang seharusnya berfungsi sebagai *public sphere*, kemudian kepemilikannya dikuasai oleh segelintir pihak swasta. Implikasi yang muncul adalah para pemilik media tersebut akan menggunakan hak mereka untuk melakukan kontrol atas aliran informasi. Pada tahap selanjutnya, yang dikhawatirkan adalah terjadinya ketidakseimbangan dalam politik dimana mereka tidak sungkan-sungkan akan memberi dukungan kepada siapa saja yang mendukung visi misi mereka dan mencemarkan siapapun yang tidak sependapat dengan mereka. Dengan demikian, konglomerasi komunikasi (media) menjadi elemen baru dalam ranah penyalahgunaan kekuasaan.

Produksi teks juga dipengaruhi oleh strategi komersial yang dibangun atas dasar sinergitas antar perusahaan media yang mempunyai kepentingan yang berbeda. Misalnya, perusahaan surat kabar akan memberikan publikasi yang gratis stasiun TV mereka, studio rekaman dan divisi buku melakukan *launching* produk mereka yang berhubungan dengan film terbaru yang dirilis oleh bagian film. Dengan demikian,

dampak yang dimunculkan adalah tidak adanya keragaman produk budaya.

Beberapa dekade terakhir menunjukkan bahwa sistem kepemilikan media publik telah berubah dengan adanya kebijakan privatisasi. Beberapa media yang seharusnya menjadi milik publik, telah dijual pada investor swasta. Resiko yang dimunculkan dengan kebijakan yang demikian adalah kebudayaan (teks) yang dihasilkan hanya akan mengikuti kepentingan dari para pemilik modal tersebut. Sehingga tugas dari ekonomi politik kritis adalah mencari dampak terhadap keragaman budaya (teks) atas kebijakan privatisasi tersebut.

Menurut Mc Manus (1994, 114-115), terdapat tiga tahapan penting dalam proses produksi berita. *Pertama, news discovery* yakni upaya pencarian berita. *Kedua, news selection*, proses memilih berita yang akan diproduksi. Dalam tahap pemilihan berita ini ada tiga pertimbangan yang lazim digunakan, yakni : pertimbangan jurnalistik, pertimbangan pasar dan kompromi antara jurnalisme dan pasar. Pada pertimbangan jurnalistik yang digunakan adalah kode etik dasar dari jurnalisme yang disebut sebagai tanggung jawab sosial, bahwa informasi harus dapat memberdayakan publik melalui proses-proses demokratik, tidak untuk

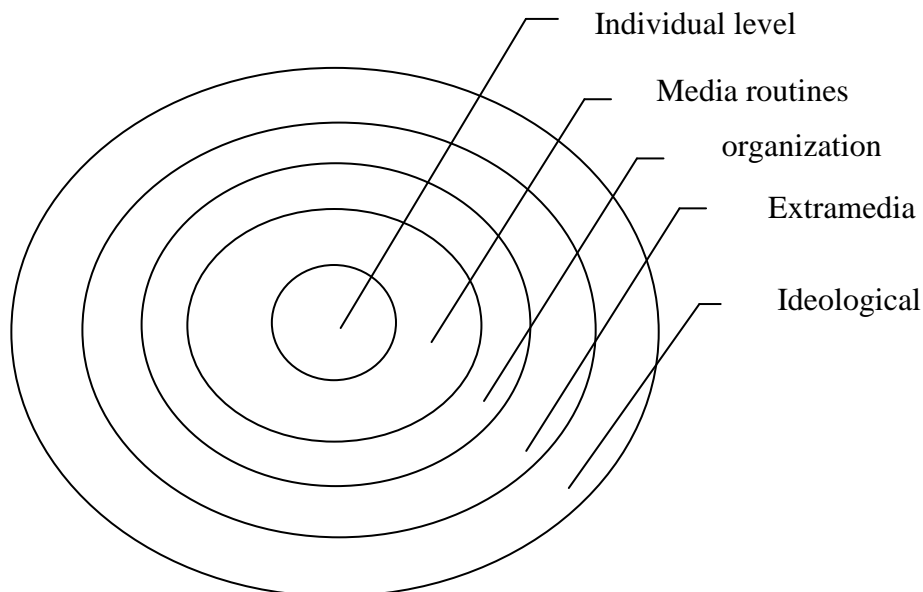
kepentingan perusahaan media. Berita seharusnya mengorientasikan orang pada lingkungannya dan membantu mereka membuat keputusan. Pertimbangan pasar biasanya mengarahkan pemilihan berita pada isu atau kejadian yang menarik dengan rasio yang paling besar pada khalayak yang diinginkan dan lebih jauh lagi mendahulukan kepentingan pengiklan dan investor atau paling tidak meminimalisasi hal-hal yang justru dapat merugikan mereka. Jalan tengah atau kompromi dilakukan dengan membuat dua jenis berita yang bisa mengikuti dua cara di atas atau dengan hanya meliput kejadian atau isu yang memenuhi kedua persyaratan di atas.

Ketiga, news reporting yang memerlukan keputusan jurnalis untuk hal-hal sebagai berikut : pemilihan nara sumber dan data-data atau dokumen yang diperlukan. Ketika seorang jurnalis sudah memperoleh berbagai informasi yang dikehendaki timbul pertanyaan berikut : kutipan mana yang hendak dimasukkan? Fakta apa dari sejumlah fakta yang akan digunakan? Bagaimana menyusun berita sehingga menghasilkan narasi yang koheren?

Shoemaker dan Reese (1996), menyatakan bahwa dalam proses produksi berita setidaknya dipengaruhi oleh sejumlah

faktor. Secara garis besar, faktor-faktor tersebut antara lain (1) ideologi, (2) ekstra media, (3) organisasional, (4) rutinitas

media, dan (5) faktor individual yaitu pekerja media. Masing-masing faktor ini juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya.



Gambar 1. Model Hirarki Faktor-faktor yang Mempengaruhi Isi Media (Shoemaker & Reese, 1996)

Pertama, faktor individual. Dalam melakukan konstruksi realitas, faktor individual pekerja media sangat berpengaruh sebagaimana dia akan mengkonstruksi sebuah realitas yang dilihatnya di lapangan. Faktor-faktor tersebut adalah karakteristik komunikator dan latar belakang kepribadian dan profesionalismenya. Pengaruh sikap pribadi, nilai-nilai dan keyakinan dari seorang komunikator, sikap yang dianggap sebagai latar belakang pengalaman pribadi. Orientasi profesionalisme dan konsepsi peran yang dipegang seorang komunikator,

sehingga fungsi untuk mensosialisasikannya terhadap pekerjaannya.

Kedua adalah faktor rutinitas media (*media routine*). Faktor ini berkaitan dengan keseharian dari mekanisme pembentukan berita. Pada setiap media massa memiliki kebijakan pemberitaan dan pengolahan berita tersendiri yang sudah menjadi ciri khas media tersebut. Kebijakan redaksional tersebut dioperasionalkan dalam mekanisme kerja redaksi yang dimulai dari proses perencanaan berita. Kenyataan juga menunjukkan mekanisme kerja redaksional

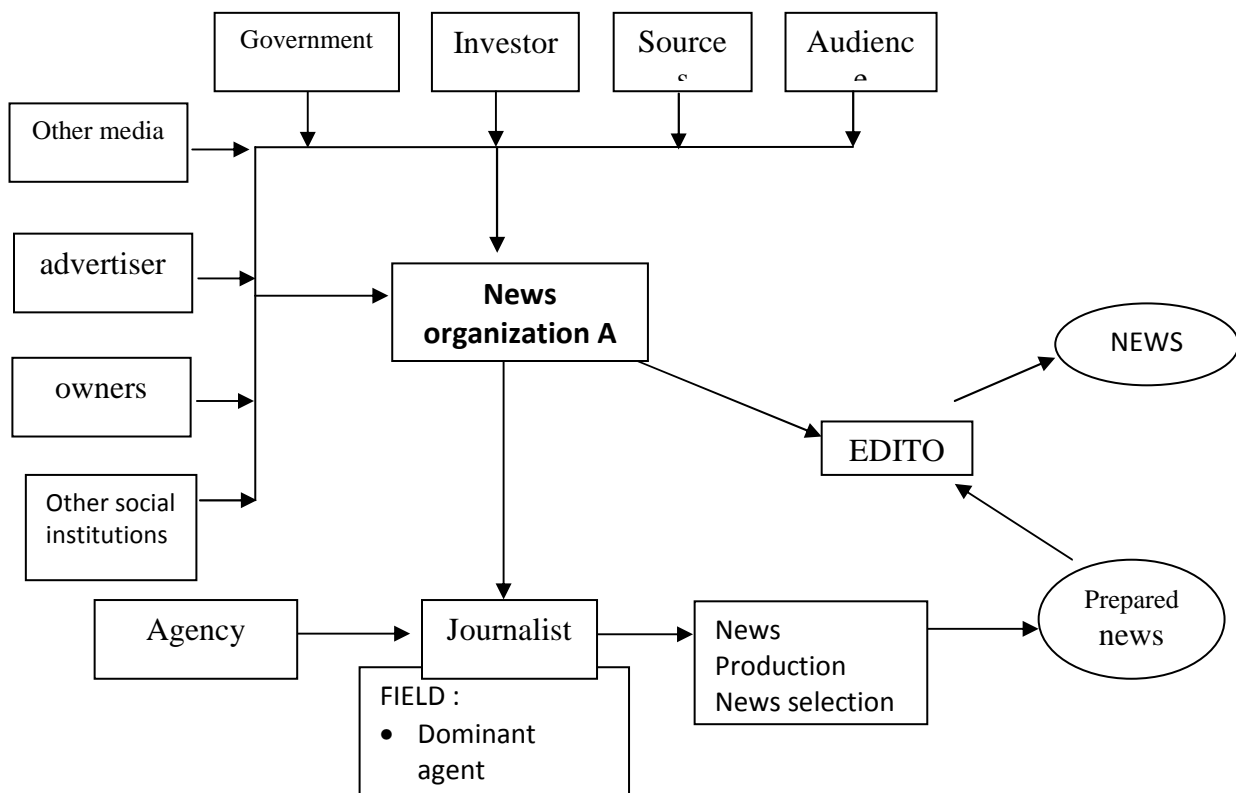
dibatasi oleh hambatan waktu dan halaman, kedua batasan ini dianggap juga sebagai faktor yang mempengaruhi rutinitas. Di samping kedua hambatan tersebut, mekanisme kerja redaksional tersebut dipengaruhi dengan alur produksi berita, dimana sebuah berita yang terbentuk harus melalui suatu proses *gatekeeping*, yaitu rangkaian penjaga gerbang yang muncul mulai dari jajaran reporter, redaktur hingga pemimpin redaksi.

Ketiga, faktor organisasi media. Karakter organisasi terdiri dari komponen kelembagaan organisasi itu sendiri, struktur organisasi, hingga sistem keorganisasian yang diterapkan. Mengenai kelembagaan organisasi misalnya, aspek redaksional pemberitaan adalah bukan satu-satunya faktor yang mempengaruhi proses produksi berita. Unit-unit lainnya, seperti sirkulasi iklan, merupakan aspek lain yang turut berperan dalam proses pengambilan keputusan redaksional.

Keempat, faktor ekstra media, yaitu faktor yang berasal dari luar lingkungan media yang turut mempengaruhi proses produksi ebrita. Berkaitan dengan faktor ini, Shoemaker dan Reese (1996) mengidentifikasi tiga aspek yang dipengaruhi, yaitu: sumber berita media massa, sumber penghasilan media massa, dan institusi lain di luar media massa seperti pemerintah, kalangan bisnis maupun keberadaan teknologi.

Kelima, faktor ideologi, yang seringkali diartikan dengan kerangka referensi yang ada di dalam masing-masing individu tersebut dalam melihat suatu realitas dan bagaimana individu-individu tersebut menyikapi realitas tersebut. Melalui faktor ini, dapat dilihat kekuatan yang dominan di masyarakat dan sekaligus di media massa, sehingga kekuatan tersebut mampu berperan dalam penentuan agenda media tersebut.

Disamping itu proses produksi berita juga bisa dijelaskan melalui gambar berikut :



Gambar 2. Pengaruh dalam Produksi Berita (Camelia, 2007, 22)

Pemilik media dan investor sebagai agen ekonomi secara alamiah akan berupaya untuk mendukung kebijakan berita dan prosedur yang menjamin keuntungan baik jangka panjang maupun jangka pendek. Untuk ini, mereka berupaya merespon kepentingan baik khalayak maupun pengiklan. Pada waktu yang bersamaan, setiap organisasi berita harus mengorientasikan dirinya juga pada kompetitor yang berada pada arena yang sama.

Agen politik seperti pembuat kebijakan adalah mereka yang membuat

kerangka kerja secara umum mengenai bagaimana sebuah media berita harus beroperasi dengan berbagai kepentingan. Agen nara sumber merepresentasikan pemberi informasi bagi berita dan karenanya hubungan dengan nara sumber ini dipelihara untuk memastikan peliputan yang berkelanjutan dari sector-sector sosial utama.

Pemerintah mempengaruhi media bukan hanya melalui tekanan ekonomi, melainkan juga monopoli terhadap informasi yang resmi, nara sumber pemerintah adalah contoh yang paling nyata. Jenis monopoli ini

memberikan pada pemerintah yang memiliki otoritas kekuasaan untuk memanipulasi berita atau memilih sumber-sumber berita tertentu untuk mendapatkan berita yang eksklusif.

Khalayak juga dilihat sebagai pasar atau konsumen yang juga harus dipahami dan dalam kerangka yang luas, khalayak dari sebuah organisasi berita terdiri dari konstitusi yang heterogen, mulai dari jurnalis lain sampai pada public umum yang akan memberikan label dan memuat peringkat media berita dalam hubungannya dengan yang lain.

News organization atau media lain juga berandil dalam menentukan suatu isi media. Jurnalis dalam upaya mendapatkan eksklusifitas pada sisi lain mengarahkannya pada uniformitas. Mereka mendapatkan tekanan untuk memperoleh berita dari kejadian-kejadian yang tidak biasa. Dalam persaingan dengan media lain, wartawan kemudian berlomba-lomba lebih cepat

dalam mendapatkan dan menyajikan berita. Hasilnya adalah banyaknya wartawan yang saling mengkopi isi media dan semuanya berupaya mengejar berita yang sama (Bourdieu, 1998, 20)

Dalam sektor ekonomi dan politik, media massa mampu menyebarkan dan memperkuat sistem ekonomi dan politik tertentu dan tidak jarang melakukan negasi atas sistem ekonomi dan politik yang lain. Meskipun demikian, satu hal yang tidak bisa kita abaikan adalah bahwa media massa secara tidak langsung menjalankan fungsi ideologis tertentu seperti yang dianut oleh pemilik media. Berdasarkan hal tersebut, upaya melihat media secara integratif tidak bisa hanya dilakukan dengan pendekatan ekonomi semata, akan tetapi juga melibatkan pendekatan politik. Untuk itulah, kemudian, kajian ekonomi politik tentang produksi budaya (teks) menjadi suatu kajian yang penting.

DAFTAR PUSTAKA

- Baran, J. Stanley. & Davis, K. Dennis. 2000. *Mass Communication Theory*. Wadsworth/Thomson Learning
- Bourdieu, Pierre, 1998, *On Television*, New York : The New York Press.
- Eriyanto, 2001, *Media dan konflik Etnis*, ISAI Yogyakarta.
- _____, 2001, *Analisis wacana: pengantar analisis teks media*. LKis, Yogyakarta.

- _____, 2005, *Analisis Framing : Pengantar Analisis Teks Media*, LkiS, Yogyakarta.
- Golding, Peter dan Graham Murdock. *Culture, Communications and Political Economy* dalam James Curran dan Michael Gurevitch. 1991. *Mass Media and Society*. London: Edward Arnold.
- Golding, Peter dan Graham Murdock, 1997, *The Political Economy of the Media*, Volume I, , Edward Elgar Publishing.
- Littlejohn, Stephen W. 2002. *Theories of Human Communication*, 7th edition. Belmont, California: Wadsworth Publishing Company.
- Mc Quail's, Denis, 2005, *Mass Communication Theory (5th Editon)*, London-Thousand Oaks-New Dehli : SAGA Publications.
- Mosco, Vincent. 2011. *The Political Economy of Communication*. Thousand Oaks, California: SAGE Publications
- McManus, John H. (1994). *Market-Driven Journalism: Let The Citizen Beware?* USA: Sage Publications, Inc.
- Nugroho, Bimo, dkk, (tidak bertahun), *Politik Media Mengemas Berita*, Yogyakarta : ISAI.
- Sudibyo, Agus,, 2001, *Politik Media dan Pertarungan Wacana*, LkiS, Yogyakarta,
- _____, 2004, *Ekonomi Politik Penyiaran*, , LkiS : Yogyakarta, Januari.

Karya ilmiah :

- A.G. Eka Wenats Wuryanta. 2004. *Ideologi, Militerisme, dan Media Massa : Representasi Legitimasi dan Delegitimasi Ideologi” Studi Analisis Wacana Kritis Media Massa dalam Situasi Krisis di Indonesia terutama pada Harian Angkatan Bersenjata dan Berita Yudha periode tahun 1965 –1968*. Jakarta : Progam Pasca Sarjana Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia
- Catharina,Camelia LS, 2007, *Relasi Struktur dan Agensi dalam Proses Produksi Berita (Studi kasus proses produksi berita pada transisi sistem pers)*, Jakarta : Progam Pasca Sarjana Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia
- Harnowo, Adi, 2004, *Pembaharuan Pemikiran Islam Nurcholish Madjid Dalam Pers Indonesia, Analisis Wacana Teks Berita Majalah TEMPO edisi Mei 1971- April 1993 dan Majalah MEDIA DAKWAH edisi Desember 1992-Mei 1993*, Malang : Universitas Muhammadiyah Malang
- Lau, Raymond W.K, 2004, *Critical Realism and News Production, Media, Culture & Society*, SagePub, <http://mcs.sagepub.com/content/26/5/693>

Prasetyo, Stanley Adi, *Konflik dan Ide Jurnalisme Damai*, makalah dimuat dalam jurnal KUPAS, Vol. 3, No. 2, Tahun 2001.

Van Hout, Tom and Geert Jacobs, 2008, *News Production Theory And Practice: Fieldwork Notes on Power, Interaction And Agency*, International Pragmatics Association.