

EKONOMI POLITIK MEDIA BARU



Dr. Media Sucharya



EKONOMI POLITIK MEDIA BARU

Buku *EKONOMI POLITIK MEDIA BARU* membahas secara mendalam bagaimana dinamika ekonomi, politik, dan teknologi membentuk lanskap media kontemporer. Di era digital, media tidak lagi hanya berfungsi sebagai saluran informasi, tetapi juga sebagai arena politik dan ekonomi yang kompleks, di mana kepentingan pemilik modal, pemerintah, dan masyarakat saling bertaut. Buku ini menguraikan bagaimana media baru—terutama platform digital, media sosial, dan layanan streaming—memengaruhi cara masyarakat mengakses, memproduksi, dan menyebarkan informasi, serta bagaimana hal ini berdampak pada kebijakan publik dan opini publik.

Selain itu, buku ini menyoroti fenomena konsentrasi kepemilikan media dan implikasinya terhadap pluralitas informasi, kebebasan pers, dan demokrasi. Dengan menggabungkan teori ekonomi politik klasik dengan studi kasus media digital terkini, buku ini menawarkan kerangka analisis kritis yang relevan untuk memahami ketegangan antara kepentingan ekonomi, kontrol politik, dan kebutuhan masyarakat akan informasi yang akurat.

Para pembaca diajak memahami bagaimana algoritma, model bisnis berbasis iklan, dan praktik monetisasi data memengaruhi konten yang disajikan, serta bagaimana aktor-aktor besar dalam industri media membentuk narasi publik. Buku ini juga membahas potensi resistensi, regulasi, dan gerakan media alternatif sebagai strategi menghadapi dominasi korporasi media.



Penerbit : CV. AA. RIZKY
Alamat : Jl. Raya Ciruas Petir,
Puri Citra Blok B2 No. 34 Pipitan
Kec. Walantaka - Serang Banten
E-mail : aa.rizkypress@gmail.com
Website : www.aarizky.com

EKONOMI POLITIK MEDIA BARU

Undang-undang No.19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta
Pasal 72

1. Barang siapa dengan sengaja melanggar dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam pasal ayat (1) atau pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling sedikit 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp.1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).
2. Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran hak cipta terkait sebagai dimaksud pada ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah)

EKONOMI POLITIK MEDIA BARU

Dr. Media Suahya



**PENERBIT:
CV. AA. RIZKY
2025**

EKONOMI POLITIK MEDIA BARU

© Penerbit CV. AA RIZKY

Penulis:
Dr. Media Suahya

Desain Cover & Tata Letak:
Tim Kreasi CV. AA. Rizky

Cetakan Pertama, Desember 2025

Penerbit:
CV. AA. RIZKY
Jl. Raya Ciruas Petir, Puri Citra Blok B2 No. 34
Kecamatan Walantaka, Kota Serang - Banten, 42183
Hp. 0819-06050622, Website : www.aarizky.com
E-mail: aa.rizkypress@gmail.com

Anggota IKAPI
No. 035/BANTEN/2019

ISBN :
xii + 134 hlm, 23 cm x 15,5 cm

Copyright © 2025 Hak Cipta pada Penulis

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak buku ini dalam bentuk dan dengan cara
apapun tanpa izin tertulis dari penulis dan penerbit.

PRAKATA

Saya bersyukur kepada Allah Subhanahu wa ta'ala atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga buku ***EKONOMI POLITIK MEDIA DIGITAL*** ini dapat diselesaikan dengan baik. Proses penulisan buku ini tidak lepas dari berbagai tantangan, baik dalam pengumpulan referensi, perumusan kerangka teoretis, maupun penyusunan analisis yang relevan dengan konteks perkembangan media saat ini. Oleh karena itu, saya berharap kehadiran buku ini dapat memberikan kontribusi akademik yang bermakna serta menjadi referensi bagi mahasiswa, peneliti, praktisi media, dan masyarakat luas yang ingin memahami relasi kompleks antara kekuasaan, ekonomi, dan teknologi dalam ekosistem media digital kontemporer.

Perkembangan teknologi digital telah mengubah secara fundamental struktur industri media. Proses produksi, distribusi, dan konsumsi informasi kini semakin ditentukan oleh keberadaan platform digital, sistem algoritmik, serta praktik komodifikasi data pengguna. Media tidak lagi semata-mata berfungsi sebagai penyampai informasi, melainkan juga sebagai ruang ekonomi yang sarat dengan kepentingan komersial dan politik. Dalam konteks ini, pendekatan ekonomi politik menjadi sangat penting karena membantu mengungkap bagaimana relasi kuasa bekerja di balik layar media digital, bagaimana kepemilikan dan konsentrasi platform membentuk wacana publik, serta bagaimana kepentingan pasar memengaruhi arah jurnalisme, kebebasan berekspresi, dan kualitas demokrasi.

Buku ini berupaya memetakan dinamika tersebut melalui berbagai kajian teoretis dan empiris yang relevan dengan fenomena media digital masa kini. Pembaca diajak untuk melihat bahwa media digital bukan sekadar alat komunikasi yang netral, melainkan arena pertarungan kepentingan ekonomi,

negosiasi kekuasaan, serta proses pembentukan opini publik. Dengan sudut pandang ini, media dipahami sebagai bagian dari sistem sosial yang saling memengaruhi dengan struktur politik, budaya, dan ekonomi masyarakat.

Saya berharap buku ini dapat memberikan perspektif kritis sekaligus reflektif bagi siapa saja yang ingin memahami media digital secara lebih mendalam. Tidak hanya sebagai ruang hiburan dan informasi, tetapi juga sebagai medan strategis yang menentukan arah kehidupan sosial dan politik modern. Akhir kata, saya mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, masukan, dan semangat dalam penyusunan buku ini. Semoga buku ini dapat menambah wawasan, memicu diskusi yang konstruktif, serta menjadi bahan refleksi untuk membangun ekosistem media yang lebih adil, transparan, dan demokratis di era digital.

Cilegon, Desember 2025

Penulis

DAFTAR ISI

PRAKATA	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Ada Apa Dengan Media?	1
B. Mengapa Media Penting?	2
C. Teori Konvergensi Media	5
D. Menciptakan Perubahan Sosial	10
BAB 2 MEDIA SOSIAL	17
A. Pembentukan Media Sosial	17
B. Iklan Era Internet	21
C. Monetisasi	25
D. Posisi Media Sosial	31
BAB 3 EKONOMI POLITIK MEDIA	31
A. Ekonomi Politik Media	33
B. Ekonomi Klasik	34
C. Marxian Dalam Ekonomi Politik	35
D. Ekonomi Politik Berkeadilan	39
BAB 4 EKONOMI POLITIK	41
A. Ekonomi Politik Kritis	41
B. Paradigma Kritis	43
C. Kritik Ekonomi Politik Kritis	45
D. Tiga Varian Ekonomi Politik Kritis	46
E. Komodifikasi	49
F. Spasialisasi	50
G. Strukturasi	52
H. Meningkatkan Kapasitas Ekonomi	53
I. Tren Bisnis Media	55

BAB 5	KONSUMSI MEDIA	59
	A. Produksi	59
	B. Media dan Ruang Publik	60
BAB 6	INDUSTRI MEDIA DAN EKONOMI KREATIF	65
	A. Struktur Industri Media.....	66
	B. Model Bisnis Media.....	67
	C. Peran Media dalam Ekonomi Kreatif	72
	D. Digitalisasi dan Transformasi Industri Media ..	74
	E. Persaingan Global dalam Industri Media	78
BAB 7	POLITIK, REGULASI, DAN MEDIA	81
	A. Peran Negara dalam Regulasi Media.....	82
	B. Kebijakan Publik dan Media	84
	C. Sensor, Kebebasan Pers, dan Kontrol Politik ...	88
	D. Media sebagai Alat Propaganda dan Kritik	91
	E. Media dan Partisipasi Politik Publik.....	95
	F. Tantangan Regulasi di Era Digital.....	97
BAB 8	TREN MASA DEPAN MEDIA DAN EKONOMI POLITIK.....	103
	A. Perkembangan Teknologi dan Media Baru	104
	B. Media Sosial dan Demokrasi Digital	106
	C. Prediksi Perubahan Ekonomi Politik Media.....	115
	D. Media Berbasis AI dan Otomasi Konten	120
	E. Etika dan Tanggung Jawab Sosial Media	125
	DAFTAR PUSTAKA	127
	TENTANG PENULIS	133

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Media dan Teknologi Komunikasi dalam Mengatasi Batasan Ruang dan Waktu.....	51
Tabel 6.1	Dampak Digitalisasi Terhadap Industri Media ...	76
Tabel 7.1	Kebijakan Publik pada Media dan Dampakn	87
Tabel 7.2	Media sebagai Alat Propaganda dan Kritik.....	94
Tabel 7.3	Tantangan Regulasi Utama Di Era Digital.....	100
Tabel 8.1	Peran Media Sosial dalam Demokrasi Digital ...	114
Tabel 8.2	Tren Utama Ekonomi Politik Media Di Masa Depan.....	118

