Jurnal Kebijakan Publik, Vol.13, No.3, 2022
p-ISSN 1978-0680, e-ISSN 2655-5204
https://jkp.ejournal.unri.ac.id

IMPLEMENTASI EKONOMI POLTIK MEDIA BATAMTODAY.COM DAN BATAMNEWS.CO.ID ERA PERSAINGAN DIGITAL

IMPLEMENTATION OF THE POLITICAL ECONOMIC MEDIA BATAMTODAY.COM AND BATAMNEWS.CO.ID THE ERA OF DIGITAL COMPETITION

Suyanto,* Taslimahudin
Magister Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Riau, Jl. H.R Soebrantas, KM. 12,5 Pekanbaru
*Email korespondensi: suyanto@lecturer.unri.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan industri media tidak bisa terlepas dari persoalan ekonomi dan politik. Meski media merupakan perantara, namun upaya membangun dan membranding media itu sendiri membutuhkan investasi yang lumayan besar. Kepentingan ini dilihat dari sisi ekonomi politik. Metode penelitian dalam tulisan ini merupakan deskriptif kualitatif. Metode yang digunakan untuk menceritakan atau menggambarkan kondisi lapangan atau area populasi tertentu yang jujur sesuai dengan kejadian secara sistematis dan akurat. Hasil penelitian ini melihat bagaimana Batamtoday.com dan Batamnews.co.id melakukan komodifikasi, yaitu: komodifikasi konten, terkait dengan konten media yang akan dibagikan kepada publik, komodifikasi audien terkait dengan rating untuk kebutuhan para pengiklan, serta komodifikasi pekerja bagaimana karyawan dimanfaatkan media sesuai dengan kebutuhanya. Sementara ppasialisasi mengangkat masalah distribusi produk media kepada publik tanpa terhalang oleh ruang dan waktu dengan menggunakan kemajuan teknologi komunikasi dan terakhir strukturasi mengangkat tentang agen sebagai pembentuk suatu struktur begitu sebaliknya, sehingga menimbulkan terjadinya proses produksi dan re-produksi yang saling mempengaruhi satu dengan yang lainnya. Pembahasan ini sesuai dengan teori ekonomi politik media yang diungkapkan Vincent Moscow.

Kata Kunci: Ekonomi politik, media online, digital

ABSTRACT

The development of the media industry is inseparable from economic and political problems. Although the media is an intermediary, the effort to build and market the media itself requires a fairly large investment. This interest is seen from the political economy side. The research method in this paper is descriptive qualitative. The method used to tell or describe the conditions of a particular field or area that is honest according to events in a systematic and accurate manner. The results of this study look at how Batamtoday.com and Batamnews.co.id carry out commodification, namely: content commodification, related to media content that will be distributed to the public, audience commodification related to ratings for the benefit of advertisers, and commodification of workers how employees are used by media interests. Spatialization discusses the distribution of products by the media to the public without being hindered by space and time by using advances in communication technology and the last structure discusses agents as forming a structure and structures form agents, giving rise to production and reproduction processes that influence each other. This discussion is in accordance with Vincent Moscow's political economy theory of media.

Keywords : *Political economy, online media, digital*

PENDAHULUAN

Kompetisi antar media online saat ini tidak bisa dielakkan seiring pertumbuhan industri tersebut semakin meningkat. Manajemen industri media online melakukan ragam cara guna menjadi yang terdepan sebagai penyaji guna menarik minat audien. Keadaan ini mengantarkan persaingan media online tidak dapat dipungkiri. Kemajuan teknologi megubah cara kerja media dalam segala lini, baik dilihat dari sisi bisnis, pemberitaan, distribusi, dan iklan. Perkembangan itu, mengantarkan, media online, khususnya portal berita bukan hanya sekedar kegiatan sambilan namun sudah menjadi industri yang membutuhkan investasi.

Kehadiran teknologi digital ini secara signifikan dapat meningkatkan ukuran, cakupan, dan efisiensi di semua jenis bisnis untuk memenuhi persaingan di sektor media. Teknologi juga menciptakan produk media baru yang memiliki nilai ekonomis, seperti film, radio, televisi, dan internet. Karakter bisnis media harus memiliki kecepatan, ketepatan dan keakuratan, untuk menyampaikan kepada publik. Dukungan untuk ini terkait erat dengan teknologi baru seperti internet.

Teknologi ini mengantarkan media online bukan lagi sekedar alat untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat, namun jauh dari itu, sebagai industri yang tidak bisa dilepaskan dari prinsip untung dan rugi. Maka tidak terkecuali diversifikasi, ekspansi, merger dan akuisisi menjadi hal yang lumrah di dunia media. Hal ini terutama dicirikan oleh bisnis sektor media dalam bentuk perseroan terbatas (PT) dengan melahirkan anak usaha yang banyak dengan bentuk media yang lebih khusus. Atas dasar itu, muncullah persaingan media yang ketat sehingga mempengaruhi upaya reposisi media, terutama media yang sudah ada sejak lama tetapi mengalami penurunan iklan dan pembaca karena semakin banyaknya media menarik perhatian audien dan pengiklan.

Kompetisi atau persaingan antar industri media (baik kompetisi antar-populasi media ataupun kompetisi sesama populasi) tidak dapat dipungkiri. Hal ini terlihat dari jumlah media massa terus bertambah dari tahun ke tahun. Namun umumnya perkembangan ini terjadi khususnya media dalam jaringan (online) yang dinamakan media baru menggunakan transmisi internet. Jika dilihat lebih jauh, media online adalah istilah kolektif untuk format media yang berbasis komunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Diantaranya portal, website (website), radio online, televisi online, jurnalistik online, email online dan banyak lagi. Namun, survei ini akan fokus pada portal berita. Banyaknya media, upaya untuk bertahan dan berkembang menjadi tujuan utama dari semua jenis media. Jika tidak, media akan dikecewakan oleh audiensnya dan posisinya akan dihancurkan oleh media lain. Dengan demi-kian persaingan dapat dipahami sebagai perebutan pasar bagi pembaca media. Faktor ini juga mempengaruhi keberadaan media itu sendiri dalam penyebaran konten. Ia berdiri bukan hanya sebatas penyampai informasi, namun lebih dari itu muaranya adalah profit. Maka tidak heran, kepentingan ekonomi dan politik sangat mempengaruhi arah media itu sendiri termasuk dalam pengembangan selanjutnya.

Ekonomi politik adalah pendekatan sosio-kritis yang berhubungan dengan hubungan antara struktur ekonomi dan dinamika industri media dan konten ideologis media. Dalam pengertian ini, organisasi media dianggap sebagai bagian dari sistem ekonomi dan terkait erat dengan sistem politik. Itu berarti lebih sedikit sumber media independen, fokus pada khalayak yang lebih luas, penghindaran risiko dan lebih sedikit investasi dalam publikasi media yang kurang menguntung-kan.

Di sisi lain, media juga akan mengabaikan kekhawatiran khalayak potensial yang kecil dan miskin, karena dianggap tidak menguntungkan. Pada saat yang sama, laporan kelompok minoritas cenderung tidak seimbang. Teori ekonomi politik media berfokus pada penggunaan elit sosial atas kekuatan ekonomi untuk mengeksploitasi institusi media. Vincent Mosco menawarkan tiga konsep untuk mendekatinya yakni: komodifikasi (*commodification*), spasialisasi (*spatialization*) dan strukturasi (*structuration*) (Mosco, 2012). Teori ini memiliki kekuatan pada tiga hal yaitu, fokus bagaimana media dibangun dan dikendalikan, menawarkan penyelidikan empiris mengenai keuangan media, dan mencari hubungan antara proses produksi konten media dan keuangan media (Barant, 2010).

Dari hal diatas, peneltian ini melihat implementasi ekonomi politik media yang terdapat pada portal berita Batamnews.co.id dan Batamtoday.com. Batamnews.co.id merupakan salah satu media yang berkedudukan di Kota Batam Provinsi Kepri dengan trafik mencapai ratusan ribu pengunjung sehingga menempatkan media ini salah satu yang terdepan. Media ini sendiri hadir sejak 2014 tanpa konvergensi media konvensional. Sementara Batamtoday.com, merupakan salah satu media online pertama yang ada di Provinsi Kepri. Ia mulai ada sejak 2005 dan sampai saat ini terus berkembang. Media ini juga bukan konvergensi dari media cetak.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang implementasi ekonomi politik media pada Batamnews.co.id dan Batamtoday.com. Peneltian-penelitian sebelumnya, hanya membahas salah satu konsep yang disampaikan Vincent Mosco. Sementara dalam penulisan ini akan melihat ketiganya, bagaiamana implementasi komodifikasi, spasialisasi dan strukturasi.

METODE

Metode penelitian dalam tulisan ini merupakan deskriptif kualitatif. Metode yang digunakan untuk menceritakan atau menggambarkan kondsi lapangan atau area populasi tertentu yang jujur sesuai dengan kejadian secara sistematis dan akurat. Metode ini diambil guna melihat secara menyeluruh realitas dilapangan yang tidak dapat dikuantifikasikan namun bersifat deskriptif seperti proses suatu langkah kerja, formula suatu resep, pengertian-pengertian tentang suatu konsep yang beragam, karakteristik suatu barang dan jasa, gambar-gambar, gaya-gaya, tata

cara suatu budaya, model fisik suatu artifak dan lain sebagainya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Komodifikasi Batamnews.co.id dan Batamtoday.com

Komodifikasi Konten

Konten-konten yang dimuat dalam Batamtoday.com dan Batamwnews.co.id mencakup semua lini pemberitaan. Aspek-aspek tersebut dipandang layak dimuat sebagai upaya menggaet pemirsa dari berbagai segementasi. Pimpinan redaksi berpandangan, segala bentuk pemberitaan nantinya mampu menarik pembaca untuk bertahan dalam satu website dengan ragam pilihan. Namun demikian, dari sekian banyak segmentasi, beberapa aspek menjadi menu tersendiri bila dilihat dalam pembagian pemberitaan. Dalam Batamtoday.com terdapat segmentasi khusus seperti warta buruh yang didalamnya mengangkat permasalahan tenaga kerja. Menu khusus ini dianggap mampu mendongkrak pembaca mengingat Provinsi Kepri khusunya Kota Batam menjadi kota industri dengan jumlah tenaga kerja ratusan ribu orang, baik yang bekerja di sektor formal maupun non formal.

Menu khusus lasinya adalah Green and Clean. Menu ini menjadi perhatian mengingat permasalahan lingkungan dirasa menjadi tanggung jawab bersama untuk menjaga. Menjaga kelesterian lingkungan dianggap juga bagian dari tanggung jawab dari media tersebut. Kemudian ada RTMC Ditlantas. Kejadian kejadian lalu lintas menjadi perhatian juga dari mereka. Baik dari sisi pemberitaan kecelakaan, operasi atau razia dan lain sebagainya. Umumnya, pemberitaan terkait dengan lalu lintas merupakan kejadian di Provinsi Kepri. Menu lainya adalah, Ada-ada saja. Konten yang dimuat didalamnya merupakan kejadian-kejadian yang dianggap menggelitik bagi pembaca atau kejadian nyeleneh yang terjadi dimana saja. Menu khusus lainya adalah, Malaysia dan Singapura. Rubrik ini mengangkat isu di dua negara tersebut ang dianggap dibutuhkan masyarakat Kepri akan ditampilkan dalam website mereka.

Komodifikasi ini erat kaitannya dengan konten media yang sangat cocok untuk dijual di pasar karena untuk kepentingan pasar. Isi media adalah pasar karena mengandung simbol, makna, gambar, informasi, dan lain-lain sesuai dengan kepentingan pasar. Merchandising konten atau konten media dan format media harus terus diukur dan dipantau untuk memastikan selalu ada paket total untuk transaksi.

Tabel 1. Rubrik Konten Batamnews.co.id dan Batamtoday.com

No	Batamnews.co,id	Batamtoday.com
1	Bisnis	Seputar Kepri
2	Daerah	Hukum dan Kriminal
3	Tekno	Ekbis
4	Video	Politik
5	Nasional	Kepri Memilih
6	Nusantara	Hiburan
7	Internasional	Singapura – Malaysia
8	Unik	Pendidikan
9	Properti	Opini
10	Seleb	Tokoh
11	Kuliner	Kuliner
12	Female	Green and clean
13	Travel Hotel	Nasional
14	Gaya Hidup	Wartaburuh
15	Otomotif	RTMC Ditlantas
16	Foto	Otomotif
17	Hotshot	Advetorial
18	Batam Shopping	Ada-ada saja
19	Komunitas	Gallery
20	Batam	Kesehatan
21	Opini	Liputan Khusus
22	Kepri	Olahraga
23	Galery Foto	
24	Kriminalitas	
25	Peristiwa	
26	Politik	
27	Olahraga	
28	Kesehatan	
29	Metro	

Hal serupa juga terjadi pada Batamnews.co.id. Peneliti melihat, isi yang dibuat da-lam portal Batamnews.co.id sudah melihat kebu-tuhan dari para pembacanya. Oleh karena itu, tidak heran kreator menjadikan kolom komentar sebagai salah satu sumber ide atau inspirasi untuk dibawa ke ruang redaksi guna menentukan konten selanjutnya agar berkesinambungan. Menurut pe-neliti, hal ini merupakan strategi yang sangat bagus, karena pembaca seakan-akan dibuat se-bagai agen yang turut serta dalam membuat alur cerita. Isi konten yang meanrik pembaca sejalan dengan menu-menu yang ada di Batamnews.co.id itu sendiri. Isi konten yang dihimpun selalu ter-update, atau menggali isu yang sempat menjadi perhatian masyarakat juga dilakukan. Beranjak ke menu yang ada, juga diselaraskan dengan perki-raan mereka agar mudah dalam pencarian.

Diakui, konten berita kriminal dan politik masih menjadi primadona, namun informasi-informasi ringan juga menjadi perhatian meraka. Portal Batamnews.co.id juga menempatkan rubrik

yang mereka anggap dapat memicu pembaca untuk tetap berada dalam website tersebut, di-antaranya berita unik, gaya hidup, travel dan hotel, batam shopping dan hot shot serta perhatian khu-sus mengenai wanita, berupa female. Konten yang terdapat dalam menu tersebut punya segementasi tersendiri hingga dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan. Bisa saja media lain memuat konten yang sama, namun tidak tidak ditempatkan secara spesifik, sehingga dianggap kurang efisien dalam pencarian.

Komodifikasi Audiens

Smythe dalam Mosco (2012) menyebutkan, komodifikasi khayalak berkaitan tentang rating yang diterima dari konten media, dan rating tersebut dijual kepada pengiklan dengan menggunakan khayalak sebagai tolak ukurnya. Batamtoday mengubah nilai yang digunakan dari rating menjadi nilai tukar advertiser agar pengiklan mau mengisi dan membeli slot iklan Batamtoday. Peringkat dan peringkat media. Hal ini sangat bermanfaat bagi ekonomi politik media, karena salah satu pendapatan media berasal dari iklan.

Pengiklan diketahui berhati-hati dalam memilih media komunikasi yang mereka gunakan untuk mempromosikan produk mereka, tergantung pada target pasar mereka. Oleh karena itu, pada tahap ini, audiens diubah menjadi komoditas bagi pengiklan melalui komunikasi. Pemirsa dapat menggunakan kembali produk dari iklan, menghasilkan pembelian atau konsumsi. Jadi terus berputar seperti ini. Analisa trafik melalui www. semrush.com menujukkan, pengunjung Batamtoday.com selama September 2021 diatas 29.000 orang, dengan tambahan pengjung baru sebanayak 12.00 lebih dengan lama di website tersebut selama 04:11 menit dan 01.99 perhalaman. Jika dilihat maka, pengunjung setidaknya rata-rata mengakses dua konten dalam kunjungan yang dilakukan.

Citra Batamtoday.com harus terus dibangun dengan cara menampilkan informasi-informasi terpercaya dan berani memberitakan segala bentuk penyimpangan dan selalu update. Dengan demikian, masyarakat secara sendiri akan membranding media ini dengan baik. Promosi yang dilakukan dari mulut kemulut akan berdampak besar terhadap kepercayaan terhadap media. Audiens merupakan sumber daya penting bagi media dalam menghasilkan iklan dan pendapatan. Media dapat menciptakan audiensnya sendiri dengan membuat program semenarik mungkin dan audiens yang tertarik ini kemudian diteruskan ke pengiklan. Secara khusus, media biasanya menjual kepada publik dalam bentuk rating atau pesan kepada pengiklan agar mereka dapat menggunakan mereka. Cara yang paling efektif adalah dengan membuat program yang dapat menjangkau khalayak lebih luas. Sementara Batamnews.co.id sendiri memiliki jumlah pembaca relatife besar dalam satu bulan. Analisa data yang dilakukan www.semrush.com memperlihatkan jumlah pengunjungnya selama September 2021 diatas 209.200 orang dengan penunjung baru rata-rata memncapai 99.000 lebih dan lama rata-rata kunjungan 04:24 menit dengan 1.96 menit perhalaman.

Dalam hal membranding dan menarik minat baca, batamnews.co.id juga memberikan penghargaan kepada sejumlah tokoh dan korporasi, sempena hari jadinya ke 5 tahun. Penghargaan ini diberikan kepada tokoh-tokoh yang dianggap telah berkontribusi dalam berbagai bidang seperti pembangunan, ekonomi, sosial, politik, kebudayaan, pariwisata dan olahraga terhadap perkembangan di Provinsi Kepri kekinian. Ada beberapa kategori penghargaan di Batamnews Awards yakni, seperti Lifetime Achivement, The Best Innovative Leader, The Best Influencer, The Best News Maker, The Best CEO, The Best Humanist, The Best Property, The Best Hotel, The Best Resort, The Best Startup Activist. Kemudian The Best Activist Humanitarian, The Best Athlete, The Best Young Entrepreneur, The Best Fastest Growing Company, The Best Developer, The Best Entrepreneur Culinary, The Inspiring Wo-men, Malay Youth Figure Inspire dan terakhir The Inspiring Figure. Branding media ini harus dibangun. Bukan hanya sebatas kualitas konten dan distribusinya.

Komodifikasi Pekerja

Kemajuan teknologi komunikasi, komersialisasi perusahaan media semakin maju. Komersialisasi pekerja media terkait dengan kewajiban mereka untuk memproduksi dan mendistribusikan produk media yang mungkin tidak sepadan dengan jumlah pekerjaan dan upah yang diperoleh. Perusahaan menggunakan pekerja untuk mendapatkan keuntungan. Sementara dari sisi konten, Batamtoday.com memberikan kemudahan dan kesempatan bagi mereka untuk mempublikasikan karya kepada khalayak luas melalui fasilitas, seperti opini. Namun para kreator tidak akan menerima bayaran atau imbalan berupa uang dari manajemen Batamtoday. Selanjutnya, pekerja industri media khususnya Batamtoday.com me-

nempatkan mereka untuk melaksanakan tugas lebih dari sekedar menulis atau membuat konten yang ada. Namun juga berfungsi sebagai marketing perusahaan dalam menjalankan tugas lapangan. Maka tidak heran jika reporter dapat melakukan penjajakan iklan dengan berbagai pihak yang selanjutnya dikonversi sebagai bonus tambahan.

Hal ini sejalan dengan komodifikasi pekerja yang dijelaskan oleh Mosco. Dimana, beban kerja dengan upah yang diberikan perusahaan. Terkadang pekerjaan ganda tidak dapat dipungkiri dapat dilakukan dalam satu waktu bersamaan, seperti halnya promosi di media sosial. Pelaksanaan seperti ini dipastikan bisa menghemat pengeluaran perusahaan. Rangkap jabatan juga terjadi di Batamtoday.com dengan menempatkan orang yang sama dalam satu posisi. Pekerja merupakan penggerak kegiatan produksi. Bukan hanya produksi sebenarnya, tapi juga distribusi. Pemanfaatan tenaga dan pikiran mereka secara optimal dengan cara mengkonstruksi pikiran mereka tentang bagaimana menyenangkannya jika bekerja dalam sebuah institusi media massa, walaupun dengan upah yang tak seharusnya.

Penerapan komodifikasi pekerja juga sejalan dalam manajemen Batamnews.co.id. Pekerja pers, khususnya dalam ruang redaksi, reporter lapangan tidak hanya sebatas kemampuan narasi berupa teks, foto atau bahkan video. Lebih dari itu, kahadiran reporter lapangan menjadi multifunsgi. Semisal, apabila seorang reporter merasa ada potensi-potensi kerjasama berupa iklan maka ia dapat menindaklanjut. Meski pada akhirnya keputusan ada pada bidang pemasaran, namun fungsi-fungsi itu tidak lepas pada mereka, begitu juga sebaliknya, bila memang tim dari bagian iklan melihat suatu kejadian, maka teks, foto atau video bisa dia ambil akan disampaikan ke bagian redaksi meski pada akhirnya disempurnakan. Komodifikasi ini juga termasuk penempatan pembaca sebagai pekerja pengisi konten. Mereka yang mengirimkan opini-opini dianggap sebagai salah satu penyokong Batamnews.co.id terus berdiri. Meski tidak ada imbalan yang diberikan, pemikiran yang mereka sampaikan dalam bentuk teks dan ditampilkan dianggap

Media online seperti Batamtoday.com dan Batamnews.co.id menempatkan reporter sebagai ujung tombak dalam keberlangsungan media. Seluruh konten hasil produksi mereka mampu menghasilkan pundi-pundi pemasukan bagi perusahaan. Seiring dengan hal tersebut, pemanfaatan pekerja sebagai nafas perusahaan memang tetap dijaga, namun timbal balik atas jasa mereka relatif kecil bila dibandingkan atas beban kerja seorang wartawan. Baik atas resiko pekerjaan, hingga tidak adanya jam kerja tetap karena peristiwa dapat terjadi kapan saja.

Spasialisasi Batamtoday.com dan Batamnews.co.id

Spasialisasi berarti memanfaatkan kemajuan teknologi komunikasi untuk memungkinkan media mendistribusikan produk kepada pemirsa tanpa terganggu oleh ruang dan waktu. Hal ini memudahkan pembaca untuk mengakses kapan saja, di mana saja. Hal ini terkait jenis teknologi yang digunakan, jaringan, kecepatan distribusi dalam berbagai cara, dan integrasi yang dilakukan perusahaan baik secara vertikal maupun horizontal. Ruang yang dimaksud saat ini bukan lagi ruang atau jarak secara fisik atau geografis lokal dan global, melainkan jaringan internet yang dapat menjangkau tanpa terpengaruh oleh perbe-daan letak geografis yang sebenarnya. Ada per-bedaan waktu di setiap wilayah, tetapi dapat distribusikan pada waktu yang sama. Proses dari mulai produksi, distribusi dan konsumsi, ter-masuk sumber komunikasi, disebarluaskan secara serentak kepada masyarakat luas.

Batamtoday.com sendiri dalam pendistribusian dilakukan dalam satu situs web utama tanpa ada ikatan saling bekerjasama dengan media lain. Kecuali isu-isu tertentu yang menjadi perhatian khalayak. Berdasarkan hasil wawancara menjelaskan jumlah pengunjung memiliki korelasi dengan pengiklan. Karena saat ini, para calon pengiklan juga melihat traffic website selain memang hubungan yang sudah terjalin.

Spasialisasi merupakan sistem pemusatan perhatian yang menitikberatkan pada bagaimana subsistem dipusatkan sehingga pemilik media, yaitu kapitalis media, mendominasi apa yang muncul di media. Fenomena konsentrasi berjalan seiring dengan perkembangan teknologi penyiaran dan informasi, dan perusahaan media terbentuk dan menjadi besar dengan berkontribusi, melebur atau membentuk kemitraan atau membuat kartel telekomunikasi raksasa dengan puluhan bahkan ratusan media yang dimiliki. Konsep ini sendiri tidak terjadi di Batamtoday.com maupun Pemegang saham umumnya terfokus pada pengembanan satu situs web.

Penyebaran konten-konen media ini dapat diakses oleh seluruh pengguna asalkan tersambung jaringan internet. Konten tersebut akan tetap tinggal dalam website tersebut ada. Penye-

baran konten dalam website dilakukan berbagai cara, salah satunya adalah melalui share media sosial. Hasil analisa alexa.com pembaca Batamtoday.com berasal dari berbagai daerah, 100 persen berasal dari Indonesia.

Batamtoday.com sudah membangun media baru sejak 2018 lalu yang bernaung dibawah group induk, yakni Wisatakepri.co.id dan propertinews.com. Konten yang dihasilkan dua media ini lebih spesifik, berkaitan dengan pariwisata dan property. Sementara itu, Konsep ini sempat mau direalisasikan pada 2019 oleh manajemen Batamnews.co.id. Secara peralahan mereka mau mengakuisis beberapa media dibeberapa wilayah di Indonesia. Namun sayangnya, konsep tersebut tidak terwujud dengan berabagi kendala

Tabel 2. Media sosial Batamnews.co.id dan Batamtoday.com (September 2021)

No	Media Sosial	Batamnews.co.id		
		Hadir	**Pengikut**	**Posting an**
1	Facebook	2019	29.537	
2	Instagram	2016	110.245	8.554
3	Twitter	2014	10.484	73.006
4	Youtube	2015	21.000	662
5	Tiktok	2020	85.000	
6	Sptify	2021	-	7
No	**Media Sosial**	**Batamtoday.com**		
		Hadir	**Pengikut**	**Posting an**
1	Facebook	2011	36.825	2.525
2	Instagram	2016	20.076	135.134
3	Twitter	2010	30.019	39
4	Youtube	2012	188	

Dari table diatas dapat dilihat jelas, dari enam media sosial yang saat ini tren, Batamtoday.com hanya memiliki empat akun saja, yakni facebook, Instagram, Twitter dan Youtube. Namun dari semua itu, hanya tiga yang terlihat aktif kecuali Youtube. Sementara batamnews.co.id aktif disluruh media tersebut, meski updating beberapa media sosial tidak secara konsisten. Namun jauh lebih baik bila dibandingkan dengan Batamtoday.com.

Pertimbangan mendasar membangun suatu media sampai tumbuh besar dan dikelola dengan professional juga harus dilihat dari keadaan ekonomi suatu daerah dimana media itu berada. Jika tidak, media tersebut akan stagnan tanpa ada perkembangan yang berarti. Begitu juga dalam hal penempatan reporter dilapangan. Ada tujuh kabupaten kota di Kepri, ada satu kabupaten tidak ditempatkanseorang reporter. Alasan mendasar yakni Mencari SDM relatif sulit untuk reporter, wilayah yang dituju juga kurang berkembang dalam sisi perekonominya menjadi pertimbangan. Namun, bukan berarti penempatan tidak adanya reporter wilayah tersebut permanen namun lebih pada memastikan orang yang tepat.

Gambar 1. Iklan Batam FM tampil dalam Portal Batamnews.co.id Strukturasi

Sementara itu, dalam proses pendistribusian konten yang ada di Batamnews.co.id seperti umumnya media saat ini yakni peman-faatan media sosial menjadi prioritas. Kemudian, salah satu strategi lainya adalah dengan bekerja-sama dengan media lain, yakni Radio Batam FM. Kerjasama berupa banner Batam FM muncul dalam portal Batamnews.co.id sementara Batam FM membacakan beberapa konten berita berbeda yang ada di Batamnews.co.id saat jadwal berita di Batam FM, pagi, siang dan sore hari. Media baru juga telah dibangun oleh manajemen Batamnews.co, yakni melayupedia.com. Konten dalam media ini lebih berfokus pada budaya melayu, sejarah dan ragam kegiatan wilayah di Provinsi Kepri.

Strukturasi Batamtoday.com dan Batamnews.co.id

Strukturisasi bisa dikatakan penyeragaman ide secara terstruktur antara satu media dengan yang lainya namun pemiliknya sama. McQuails (20003) mengatakan, isi media selalu merefleksikan kepentingan pihak yang membiayai mereka. Praktik dan pola aturan (rules) dalam Batamtoday.com dan Batamnews.co.id menempatkan pemilik media melakukan kontrol pada distribusi media agar segera tersampaikan ke masyarakat. Komponen utama yang membentuk berita di berupa teras berita atau lead, umumnya menggunakan pola piramida terbalik, dimulai dari bagian paling penting (teras) makin ke bawah makin kurang penting. Berita umumnya ditulis

secara langsung (straight news). Fakta yang paling penting adalah bagian atas (paragraf pertama) dari cerita. Konten berita yang diberitakan Batamtoday.com memperlihatkan keterkaitan antara kegiatan organisasi atau kegiatan para pemimpin daerah setelah acara diterbitkan dalam edisi ini. Menjadi alat bagi produsen untuk menyampaikan praktik dan kesadaran dalam pelaporan. Media memiliki legitimasi perekaman, struktur berubah dan direproduksi sebagai struktur baru yang menekankan ruang.

Dominasi terlihat pada struktur yang terbentuk antara hubungan keagenan dalam pemberitaan media. Maknanya, kemudian, mengacu pada wacana yang dibangun oleh para aktor dari semua upaya untuk mencapai semua tujuan eko-nomi media. Dominasi ekonomi media dicapai dengan melakukan segala upaya untuk mencapai tujuan ekonomi tersebut. Ini telah dipromosikan dan dilegitimasi oleh kebijakan media, untuk kepentingan pemimpin media dan organisasi media. Realitas ini menjelaskan, bahwa Batamtoday.com melihat nilai berita dari sisi magnitude, bahwa berita tentang Bupati atau Gubernur diperkiran mampu menjadi daya tarik. Begitu juga mengenai kedekatan psikologis diharapkan muncul apabila sering diberitakan tentang kepala daerah.

Gambar 2. Judul dan Lead Batamtoday.com

Penulisan berusaha untuk tidak berpihak, berusaha untuk adil dan berusaha untuk melibatkan semua pandangan atau segala sudut pandang saat yang sama diproduksi oleh untuk di konstitusi sebagai struktur. Praktek-praktek sosial yang direproduksikan seagai konten Batamtoday.com adalah kegiatan-kegiatan yang terikat pada ruang dan waktu tertentu yang diadakan kembali dalam lintas ruang dan waktu yang secara berulang melibatkan struktur di dalamnya.

Apabila diamati dari teks judul di pemberitaan diatas maka akan terlihat relasi ide antar agen. Kemampuan memberdayakan terlihat antar agen pemilik media dan sumber berita dan struktur yakni media dan instansi yang diberitakan saling melengkapi dan mempengaruhi realitas. Dari kontek ini juga, maka dua instansi ini, baik Pemkab Karimun dan Pemprov Kepri, tidak pernah lepas dari langganan iklan ke Batamtoday.com.

Pola sedemikian, ditarik dalam kaitannya ekonomi politik media, dalam hal strukturisasi maka, konten Batamnews.co.id polanya tidak ubah dengan media lain. Media akan terlihat menggambarkan hubungan relasi antar kegiatan stakeholder sebagai produk aktifitas. Media mempunyai legitimasi atas pemberitaan, struktur berubah dan tereproduksi sebagai struktur baru yang lebih menonjolkan sebuah peran. Kemudian pada dominasi atas ekonomi media akan diperoleh ketika semua usaha mencapai tujuan ekonomi tersebut.

Hal ini bisa dilihat contoh berita : *"Pemkab Lingga Berencana Jadikan Temiang Pesisir Kawasan Industri"* dengan lead berita adalah *"Pemerintah Kabupaten (Pemkab) Lingga, Kepulauan Riau (Kepri), berencana menjadikan wilayah Kecamatan Temiang Pesisir sebagai kawasan industry".*

Gambar 3. Konten Batamnews.co.id. Bupati Lingga, jadi magnet pembaca

Bila dilihat dari berita ini maka dapat dijelaskan, Batamnews.co.id melihat nilai berita dari sisi magnitude, bahwa berita tentang Bupati Lingga diperkiran mampu menjadi daya tarik. Be-gitu juga mengenai kedekatan psikologis diharap-kan muncul apabila sering diberitakan tentang kepala daerah. Hal ini juga bisa dilihat relasi ide antar agen. Kemamapuan memberdayakan terlihat antar agen pemilik media dan sumber berita dan struktur yakni media dan stakeholder yang men-jadi maker saling melengkapi dan mempengaruhi realitas. Dari kontek ini juga, maka dua instansi ini, baik Pemkab Lingga, tidak pernah lepas dari langganan iklan ke Batam-today.com. Selain itu, model lainya

yang ada pada Batamnews.co.id yakni menonjolkan Badan Pengusahaan (BP) Ba-tam. Rubrik khusus ada dalam portal mereka de-ngan mencakup seluruh isi pemberitaan yang ada pada mereka.

KESIMPULAN

Kebijakaan dua media Batamtoday.com dan Batamnews.co.id, khususnya dalam bentuk pemberitaan, portal media ini tidak terlepas dari kepentingan pemilik dan ekonomi politik media yang ditempuhnya. Sehingga sangat dimaklumi, bila portal ini mengalami komersialisasi yang luar biasa. Media menempatkan audien semata-mata hanya dilihat sebagai pasar, yang ujungnya men-jadi komoditas untuk mendongkrak pemasukan melalaui, iklan atau kerjasama lainya. Seperti yang diketahui bersama, tujuan utama pembuatan media adalah untuk menghasilkan keuntungan bagi pemiliknya dan pemangku kepentingan lain-nya. Dengan demikian, peran media sebagai wa-hana berbagai ide, informasi, edukasi dan integ-rasi sosial merupakan esensi dari ketersediaan ruang publik dan semakin terpinggirkan oleh ke-pentingan pemasaran.

Penelitian dalam studi ini juga mengkaji ekonomi politik media, dengan fokus pada struk-tur produksi industri media di bawah kapitalisme dengan konsumsi fakta sebagai bahan baku pro-duksi informasi publik. Dalam konteks ini, efek negatif muncul. Ini terjadi ketika produk berita lebih diarahkan pada kebutuhan elit daripada yang harus dibaca audiens. Konsumsi informasi yang terdistorsi berbanding lurus dengan peningkatan keuntungan perusahaan media. Oleh karena itu, tantangan terbesar penelitian ekonomi media ada-lah masalah akurasi. Keakuratan yang dilaporkan adalah dampak total atau tersirat. Oleh karena itu, kehilangan kritik media bukanlah "hasil akhir" dari penerapan kapitalisme media.

DAFTAR PUSTAKA

Shandy, R. & Jhanttan, M. 2020. Komodifikasi Pekerja Lepas di Industri Media Online : Pemanfaatan Community Writers oleh idntimes.com, *Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika, 9 (2).*

Zulfaningrum, R. 2014. Spasialisasi dan Praktik Konglomerasi Media Kelompok Kompas Gramedia, *Jurnal Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi, 2 (3).*

Krisnawati, D. 2018. Peran Perkembangan Teknologi Digital Pada Strategi Pemasaran Dan Jalur Distribusi UMKM Di Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis .6 (1).*

Effendy, OU. 2011. *Ilmu komunikasi: Teori dan Praktek,* Bandung : Remaja Rosdakarya.

Fidler,R. 2003. *Mediamorfosis,* Yogyakarta: Bentang Budaya.

Bahri, H & Masriadi. 2018. Ekonomi Politik Media di Indonesia, *Jurnal At-Tanzir,9 (1).*

Mc.Quail, Denis. 2009. *Mass Communication Theory*. London ; Sage Publication.

Sucahya, M. 2017. Manajemen Media Digital, *Jurnal Tarbawi, 3 (1).*

Sucahya, M. 2013. Ruang Publik dan Ekonomi Politik Media, *Jurnal Lontar, 2 (2).*

Moleong, Lexy J. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja. Rosdakarya.

Inayah,SS. 2015. Aspek Ekonomi, Politik dan Kultural Media Massa, *Jurnal Lentera, 9 (2).*

Agus Muhamad Nadin, AM & Ikhtiono, G. 2019. Manajemen Media Massa Menghadapi Persaingan Media Online, *Jurnal Komunika, 3 (1).*

Parahita, A & Rahardjo. 2019. Analisis Isi Tingkat Keberimbangan Berita Rubrik News Dan Showbiz Yang Disajikan Dalam Portal Berita Line Today, *Jurnal Interaksi Online, 7 (2).*

Baran, dkk. 2010. *Teori Komuikasi Massa : Dasar, Pergelokan dan Masa Depan*, Jakarta: Salemba Humanika.

Re'aini, I & Sulistiana, W. 2017. Industri Media Massa Lokal dalam Tinjauan Manajemen Media Ideal, *Jurnal Ilmu Komunikasi Efek, 1 (1).*

Mosco, V. 2009. The Political Economy Of Communication. SAGE Publications Ltd

Nashrudin, A. 2017. Ekonomi Politik Media : Pada Pemberitaan Pemilukada Banten 2011 Oleh Radar Banten dan Baraya TV, *Jurnal Komuniti, 9, (1).*

Parwati, N & Nurzain, AB.2020. Strategi Redaksi dalam Menjaga Keakuratan dan Kecepatan Berita Media Online (Studi Kasus di detiknews.com Jakarta). *Jurnal Ilmiah Pemberitaan, 5(1).*

Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa.* Jakarta : Raja Grafindo Persada.

Pelican Landri, Pelican. 2018. Menajemen Industri Koran Harian Lokal Dalam Menghadapi Konvergendi Media di Pekanbaru. *Tesis,* Pekanbaru: Program Pascasarjan - UNRI.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Syamsul & Romli. 2014. *Jurnalistik Online; Panduan Mengelola Media Online,* Bandung: Nuansa.

Yasir. 2011. *Perencanaan Komunikasi.* Pekanbaru: Pusat Pengembangan Universitas Riau.