

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bisnis dan dinamika politik penyiaran LPP RRI Purwokerto dan BMS TV di era digital dalam perspektif Ekonomi Politik Media. Perkembangan konvergensi dan digitalisasi telah mengubah pola konsumsi media serta mendorong lembaga penyiaran lokal untuk menyesuaikan strategi distribusi, monetisasi, dan pengelolaan konten. Di sisi lain, lembaga penyiaran tetap berada dalam kerangka regulasi Undang-Undang Penyiaran Nomor 32 Tahun 2002 yang menjadi pedoman sekaligus mengarahkan praktik operasionalnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma kritis untuk menganalisis praktik komodifikasi, spesialisasi, dan strukturasi sebagaimana dikemukakan oleh Vincent Mosco. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi dengan teknik analisis data melalui tahapan pengumpulan data, reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan. Dilanjut dengan uji keabsahan menggunakan triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komodifikasi terlihat dari pengelolaan konten dan audiens sebagai nilai ekonomi, spesialisasi tampak pada perluasan distribusi ke berbagai platform digital dan sistem jaringan, sedangkan strukturasi tercermin dalam relasi antara regulasi, struktur organisasi, dan praktik kerja media.

Kata kunci: ekonomi politik media, komodifikasi, spesialisasi, strukturasi, media penyiaran.

ABSTRACT

This study aims to analyze the business and political dynamics of broadcasting at LPP RRI Purwokerto and BMS TV in the digital era from a Media Political Economy perspective. The development of convergence and digitalization has transformed media consumption patterns and encouraged local broadcasters to adapt their distribution, monetization, and content management strategies. Meanwhile, broadcasters remain within the regulatory framework of Broadcasting Law Number 32 of 2002, which serves as a guideline and directs their operational practices. This study uses a qualitative approach with a critical paradigm to analyze the practices of commodification, spatialization, and structuration, as proposed by Vincent Mosco. Data collection techniques were conducted through in-depth interviews, observation, and documentation, with data analysis techniques encompassing the stages of data collection, reduction, presentation, and drawing conclusions. This was followed by a validity test using source triangulation. The results show that commodification is evident in the management of content and audiences as economic value, spatialization is evident in the expansion of distribution to various digital platforms and network systems, while structuration is reflected in the relationship between regulations, organizational structures, and media work practices.

Keywords: political economy of media, commodification, spatialization, structuration, broadcast media.