

ABSTRAK

Relasi ekonomi politik pemilik akun Instagram @pasarbrantas mendorong terjadinya komodifikasi kebudayaan pada konten dan audiens @pasarbrantas. Melalui kepemilikan akun @pasarbrantas dan kuasa atas beberapa media membuat konten yang ditampilkan menjadi praktis dan pragmatis. Dalih efisiensi ini membuat tim penyelenggara mengalami dominasi dan eksploitasi kerja. Penelitian studi kasus ini bertujuan untuk mengulas dan mendiskusikan komodifikasi konten kebudayaan dan komodifikasi audiens pada akun @pasarbrantas. Teknik pengumpulan data penelitian ini terdiri dari observasi, wawancara mendalam, dokumentasi dan kajian literatur. Melalui prespektif kritis dengan pendekatan ekonomi politik media oleh Vincent Mosco (2009) peneliti menemukan adanya relasi ekonomi politik, *media ownership*, dan konstruksi kebudayaan yang dilakukan oleh pemilik akun untuk melanggengkan komodifikasi konten kebudayaan. Bentuk komodifikasi audiens @pasarbrantas dapat ditemukan melalui konstruksi kultural dan keterlibatan audiens dalam kegiatan @pasarbrantas. Kondisi tersebut kemudian dimanfaatkan oleh pemilik akun guna memperoleh keuntungan secara materiil maupun non materiil. Melalui kegiatan *open* donasi, *sponsorship*, kolaborasi hingga pengisi konten @pasarbrantas dalam hal ini audiens pun terkomodifikasi. Penelitian ini diharapkan dapat menyumbang kontribusi keilmuan dibidang kajian media dan kebudayaan terutama dalam konteks ekonomi politik.

Kata Kunci : Komodifikasi Kebudayaan, Komodifikasi Konten, Komodifikasi Audiens, Pasar Brantas.

ABSTRACT

The political economic relations of the Instagram account owner @pasarbrantas encourage the commodification of culture in the content and audience of @pasarbrantas. Through the ownership of the @pasarbrantas account and power over several media, the content displayed becomes practical and pragmatic. This pretext of efficiency makes the organizing team experience domination and exploitation of work. This case study research aims to review and discuss the commodification of cultural content and the commodification of the audience on the @pasarbrantas account. The data collection techniques for this research consist of observation, in-depth interviews, documentation and literature review. Through a critical perspective with the political economy of media approach by Vincent Mosco (2009), the researcher found that there were political economic relations, media ownership, and cultural construction carried out by the account owner to perpetuate the commodification of cultural content. The form of commodification of the @pasarbrantas audience can be found through cultural construction and audience involvement in @pasarbrantas activities. This condition is then utilized by the account owner to obtain material and non-material benefits. Through open donation activities, sponsorship, collaboration to content fillers @pasarbrantas in this case the audience is also commodified. This research is expected to contribute to scientific contributions in the field of media and cultural studies, especially in the context of political economy.

Keywords: *Culture Commodification, Content Commodification, Audience Commodification, Pasar Brantas.*