

ABSTRACT

Kridha Rakyat is a regional weekly newspaper, with editorial offices in Madiun Regency, East Java. Since its publication in 2002 and pioneered by the NGO PERMI, the media has tried to survive amidst the intense competition and the printing of various print media. Its presence in the media market is faced with the spatial conception that media is a public space. The social relations built by the media to get a place in the Districts and Cities of Madiun, Ngawi Regency, Magetan Regency, Ponorogo Regency and Pacitan Regency, actually become the production arena for the meaning exchanged. That inevitably, media institutions in addition to being a medium of information circulation, also gave birth to a battle of power and space battles. In the end the newsroom and advertisement space became the product of mediating the duality of battle for recognition of existence.

This study examines three things. First, how is the process of commodification of news and *Kridha Rakyat* advertisements in the media market. Second, how are spatialization efforts carried out by *Kridha Rakyat* in expanding the production of news and advertisements to increase media resources. Third, what is the dynamics of the practice of producing and reproducing news and advertisements between agents and media structures in *Kridha Rakyat*. To analyze these three things, the political economy approach of Vincent Mosco (1996) was used with three process concepts, namely commodification, spatialization and structuration.

The process of commodification in the production of news and advertisements at *Kridha Rakyat* was created to meet needs and be exchanged because it has economic and political value. News content and advertisements as commodities for exchange rates are designed to generate profits. Headlines and greeting advertisements are created through collaboration with advertisers, by means of media space being sold to advertisers. Corporations, media, readers and advertisers are in a reciprocal / symbiotic relationship. Through rubrics, media forms readers and advertisers by paying "print costs" to the media. The spatial process in relation to the development of the *Kridha Rakyat* competition is manifested in the process of institutional expansion in the media industry. The growth of the media company is measured by assets, income, profits, workers, the value of media in the financial market. The company's managerial mastery is seen in the control and communication network through technology. Mastery of regional and business networks in the form of alliances with regional agencies. Whereas the structuring process is seen in the rules that apply in *Kridha Rakyat* which are produced and reproduced. The media structure along with the operating rules are constructions that are made to support regional interests. The building created by its media relations is played in the battle between social agents in the media. The media, advertisers and leaders of regional / agency / institution leaders become agencies in the process of structuring in the media. Media elites (classes) produce and reproduce control through the agenda of news settings and advertisements. Map of control over class control in *Kridha Rakyat* has the power to penetrate news and advertisements. Media interrelation shows that it is no longer strong in the dominance of local government forces and the dominance of market forces in the regions, but moves towards the dominance of political regulation in the regions. In other words, the media political economy causes a deterioration of public sphere in the region. The media experiences duality and bayes between two positions namely media idealism and economic, political, socio-cultural interests.

Keywords: Commodification, Spatialization, Structuration, Deterioration of Public Sphere

ABSTRAK

Kridha Rakyat adalah media cetak mingguan daerah, berkantor redaksi di Kabupaten Madiun Jawa Timur. Sejak terbit tahun 2002 dan dirintis oleh LSM PERMI, media berusaha bertahan hidup ditengah gencarnya persaingan dan gulung tikarnya berbagai media cetak. Keberadaannya di pasar media dihadapkan pada konsepsi spasial bahwa media sebagai ruang publik. Relasi sosial yang dibangun media untuk mendapat tempat di Kabupaten dan Kota Madiun, Kabupaten Ngawi, Kabupaten Magetan, Kabupaten Ponorogo dan Kabupaten Pacitan, justru menjadi arena (*field*) produksi atas makna yang dipertukarkan. Tidak terhindarkan, institusi media selain menjadi medium sirkulasi informasi, juga melahirkan pertarungan kuasa dan pertarungan ruang. Pada akhirnya ruang berita dan ruang iklan menjadi produk mediatisasi dualitas pertarungan untuk pengakuan keberadaan.

Penelitian ini mengkaji tentang tiga hal. *Pertama*, bagaimana proses komodifikasi berita dan iklan *Kridha Rakyat* di pasar media. *Kedua*, bagaimana upaya spasialisasi yang dilakukan *Kridha Rakyat* dalam memperluas produksi berita dan iklan untuk meningkatkan sumber daya media. *Ketiga*, Bagaimana dinamika praktik produksi dan reproduksi berita dan iklan antara agen dan struktur media di *Kridha Rakyat*. Untuk menganalisis tiga hal tersebut digunakan pendekatan ekonomi politik Vincent Mosco (1996) dengan tiga konsep proses yaitu komodifikasi, spasialisasi dan strukturasi.

Proses komodifikasi pada produksi berita dan iklan di *Kridha Rakyat* diciptakan untuk memenuhi kebutuhan dan dipertukarkan karena memiliki nilai guna ekonomi dan politik. Isi berita dan iklan sebagai komoditas untuk nilai tukar dirancang untuk menghasilkan keuntungan. Berita tokoh dan iklan ucapan diciptakan melalui kerjasama dengan pengiklan, dengan cara ruang media dijual kepada pengiklan. Korporasi, media, pembaca dan pengiklan berada pada hubungan timbal balik/simbiosis. Melalui rubrik, media membentuk pembaca dan pengiklan dengan cara membayar “biaya cetak” kepada media. Proses spasialisasi dalam kaitannya dengan perkembangan persaingan *Kridha Rakyat* dimanifestasikan pada proses perluasan kekuatan korporasi secara institusional dalam industri medianya. Pertumbuhan perusahaan medianya terukur dari aset, pendapatan, keuntungan, pekerja, nilai media di pasar finansial. Penguasaan manajerial perusahaan terlihat pada kontrol serta jaringan komunikasi melalui teknologi. Penguasaan terhadap jaringan daerah dan bisnis berupa aliansi dengan instansi daerah. Sedangkan proses strukturasi terlihat pada aturan yang berlaku di *Kridha Rakyat* yang diproduksi dan direproduksi. Struktur media beserta *operating rules*-nya merupakan konstruksi yang dibuat untuk mendukung kepentingan daerah. Bangunan yang tercipta dari relasi-relasi medianya diperankan dalam pertarungan antar-agen sosial di media. Media, pengiklan dan tokoh pimpinan daerah/instansi/lembaga menjadi agensi dalam proses strukturasi di media. Elit-elit media (kelas) memproduksi dan mereproduksi kontrol melalui *agenda setting* berita dan iklan. Peta penguasaan atas kontrol kelas di *Kridha Rakyat* memiliki kekuatan melakukan penetrasi terhadap pemberitaan dan iklan. Interelasi media menunjukkan tidak lagi kuat pada dominasi kekuatan pemerintah daerah (*local state regulation*) dan dominasi kekuatan pasar (*market regulation*) di daerah, namun bergerak ke arah dominasi kekuatan politik (*political regulation*) di daerah. Dengan kata lain bahwa ekonomi politik media menyebabkan deteriorasi ruang publik di daerah. Media mengalami dualitas dan bayes antara dua posisi yaitu idealisme media dan kepentingan ekonomi, politik, sosial budaya.

Kata Kunci : Komodifikasi, Spasialisasi, Strukturasi, Deteriorasi Ruang Publik