

**KOMODIFIKASI WARTAWAN LOKAL DALAM HUBUNGAN KERJA SAMA
MEDIA DENGAN PEMERINTAH DI KABUPATEN OGAN ILIR**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan
Mencapai derajat Sarjana Strata (S1) Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Jurnalistik



**Oleh : Daniela Simamora
07031182025041**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA TAHUN 2025**

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

**“KOMODIFIKASI WARTAWAN LOKAL DALAM HUBUNGAN
KERJASAMA MEDIA DENGAN PEMERINTAH DI
KABUPATEN OGAN ILIR”**

SKRIPSI

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana S-1
Ilmu Komunikasi**

Oleh:

**Daniela Simamora
07031182025041**

Pembimbing I

1. Farisha Sestri Musdalifah, S.Sos., M.Si
199309052019032019

Tanda Tangan

Rish

Tanggal

15-11-2024

Pembimbing II

2. Annisa Rahmawati, S.I.Kom., M.I.Kom
199209292020122014

Annisa

15-11-2024

Mengetahui,



**Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si
NIP. 196406061992031001**

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

**KOMODIFIKASI WARTAWAN LOKAL DALAM HUBUNGAN KERJASAMA
MEDIA DENGAN PEMERINTAH DI KABUPATEN OGAN ILIR**

SKRIPSI

Oleh:

**DANIELA SIMAMORA
07031182025041**

**Telah dipertahankan di Depan Komisi Penguji
Pada tanggal 29 November 2024
Dan dinyatakan Telah Memenuhi Syarat**

KOMISI PENGUJI

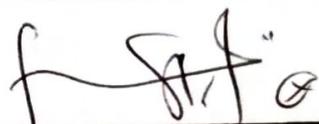
**Krisna Murti, S.I.Kom., Ma
NIP. 198807252019031010
Ketua**

**Feny Selly Pratiwi, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 198607072023212056
Anggota**

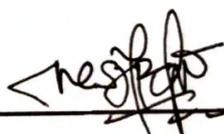
**Farisha Sestri Musdalifah, S.Sos., M.Si
NIP. 199309052019032019
Anggota**

**Annisa Rahmawati, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 199209292020122014
Anggota**









**Mengetahui,
Dekan FISIP UNSRI,**



**Prof. Dr. Alfitri, M.Si.
NIP. 196601221990031004**

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi



**Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si.
NIP. 196406061992031001**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Daniela Simamora
NIM : 07031182025041
Tempat dan Tanggal Lahir : 15 April 2002
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Komodifikasi Wartawan Lokal dalam Hubungan
Kerjasama Media Dengan Pemerintah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang,
Yang membuat pernyataan,



Daniela Simamora
NIM. 07031182025041

ABSTRAK

Kerjasama media dengan pemerintah merujuk pada hubungan timbal balik, di mana media memberikan ruang publikasi bagi agenda pemerintah, sementara pemerintah memberikan dukungan finansial atau akses informasi kepada media. Penelitian "**Komodifikasi Wartawan Lokal dalam Hubungan Kerjasama Media dengan Pemerintah di Kabupaten Ogan Ilir**" bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana wartawan lokal mengalami proses komodifikasi dalam konteks kerjasama media dengan pemerintah daerah. Penelitian ini menggunakan paradigma kritis dengan pendekatan kualitatif. Data dikumpulkan melalui wawancara terhadap lima wartawan lokal dan Kepala Bidang Komunikasi, Informasi, dan Statistika Diskominfo Ogan Ilir, observasi, dan studi dokumen terkait komodifikasi wartawan lokal terhadap kerjasama antara media dan pemerintah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa wartawan di Kabupaten Ogan Ilir mengalami komodifikasi yang ditandai dengan pemberitaan tentang pemerintah Kabupaten Ogan Ilir dan kesepakatan lainnya terhadap kerjasama yang terjalin dalam wartawan melakukan proses jurnalistik. Berada dalam struktur Ekonomi Politik Media yang ada dibawah kepentingan, kesepakatan kerjasama ini berfungsi sebagai strategi *Political Branding*, yang membangun citra pemerintah daerah, dan berpengaruh terhadap independensi dan objektivitas pemberitaan yang menciptakan tantangan bagi profesionalisme wartawan.

Kata kunci : Komodifikasi, Wartawan Lokal, Political Branding, Ekonomi Politik Media.

Pembimbing I

Pembimbing II



Farisha Sestri Musdalifah, S.Sos., M.Si
NIP. 199309052019032019



Annisa Rahmawati, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 199209292020122014

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi



Dr. Muhammad Husni Thamrin, M. Si
NIP. 196406061992031001

ABSTRACT

Media cooperation with the government refers to a reciprocal relationship in which the media provide publication space for government agendas, while the government offers financial support or access to information for the media. The study "Commodification of Local Journalists in the Cooperation Between Media and Government in Ogan Ilir Regency" aims to explore how local journalists experience commodification within the context of media cooperation with the local government. This research employs a critical paradigm with a qualitative approach. Data were collected through interviews with five local journalists and the Head of the Communication, Information, and Statistics Department of Diskominfo Ogan Ilir, as well as through observations and document studies related to the commodification of local journalists in the cooperation between media and the government. The findings indicate that journalists in Ogan Ilir Regency undergo commodification, as reflected in news coverage about the Ogan Ilir government and other agreements within the cooperation that influence the journalistic process. Situated within the structure of the Political Economy of Media, which operates under vested interests, this cooperation agreement functions as a Political Branding strategy that builds the image of the local government and influences the independence and objectivity of news coverage, posing challenges to journalistic professionalism.

Keywords: *Commodification, Local Journalist, Political Branding, Political Economy of Media.*

Pembimbing I



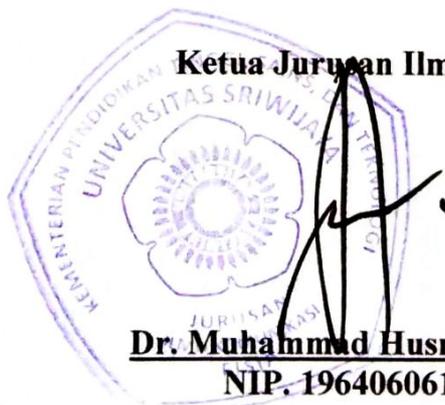
Farisha Sestri Musdalifah, S.Sos., M.Si
NIP. 199309052019032019

Pembimbing II



Annisa Rahmawati, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 199209292020122014

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi



Dr. Muhammad Husni Thamrin, M. Si
NIP. 196406061992031001

MOTO DAN PERSEMBAHAN

Bukan Karna Kuat dan Gagah Ku, Semua Hanya Oleh Karna Kasih, Anugrah dan
Kemurahan Tuhan.

Skripsi ini dibuat pada tahun 2024-2025. Saya persembahkan untuk kedua orang tua,
saudara, keluarga, orang yang hadir dalam hidupku, dan almamater tercintaku
Universitas Sriwijaya.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan yang maha Esa atas kasih dan anugerah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Komodifikasi Wartawan Lokal dalam Hubungan Kerja Sama Media dengan Pemerintah di Kabupaten Ogan Ilir"** dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana di Universitas Sriwijaya.

Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan saya pertolongan, cinta, berkat, kesehatan, dan kesetiaan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik.
2. Kedua orang tua Papa, mama, dan saudaraku tercinta Kak Lois, Kak Febe, Mikael, Gabriel, Opung yang selalu memberikan doa, dukungan moril dan material, dan motivasi dalam setiap langkah penulis.
3. Dosen Pembimbing saya yang terhormat Mbak Farisha Sestri Musdalifah, S.Sos, M.Si dan Mbak Annisa Rahmawati, S.I.Kom., M.I.Kom
4. Prof. Dr. Alfitri, M. Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sriwijaya beserta seluruh jajarannya.
5. Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi. Dr. M. Husni Thamrin, S.IP., M.Si. selaku ketua jurusan Ilmu Komunikasi beserta jajarannya.

6. Teman-teman dan rekan-rekan seperjuangan, yang selalu memberikan semangat serta bantuan dalam berbagai bentuk selama penyusunan skripsi ini, jemaat GPDI Eben Haezer Sungai Penuh, Siti, adik-adik grub Pinjam 100, Ibu Gembala GPdI Eben Hazer, Cool Indralaya, Keluarga Rendom Girl dan Wartawan PWI Ogan Ilir.
7. Seluruh dosen atas pengajaran yang diberikan semasa perkuliahan dan Staf, admin, Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik atas bantuan dalam proses penyelesaian skripsi.
8. Seluruh pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan dan pengembangan keilmuan di masa mendatang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta menjadi kontribusi yang bermanfaat dalam kajian ekonomi politik media dan dunia jurnalistik.

Indralaya, 10 maret 2025

penulis

DAFTAR ISI

1.1 LATAR BELAKANG	5
1.2 RUMUSAN MASALAH	26
1.3 TUJUAN PENELITIAN	26
1.4 MANFAAT PENELITIAN	26
1.4.1 MANFAAT TEORITIS.....	26
1.4.2 MANFAAT PRAKTIS	26
2.1 LANDASAN TEORI.....	28
2.1.1 KOMODIFIKASI.....	31
2.1.2 WARTAWAN LOKAL	29
2.1.3 EKONOMI POLITIK MEDIA	34
2.1.4 HUBUNGAN KERJA SAMA MEDIA DENGAN PEMERINTAH.	37
2.1.5 PEKERJA PREKARIAT.....	41
2.1.6 <i>POLITICAL BRANDING</i>.....	43
2.2 KERANGKA TEORI	44
2.3 KERANGKA PEMIKIRAN DAN ALUR PIKIR.....	46
2.4 PENELITIAN TERDAHULU	48
3.1 DESAIN PENELITIAN.....	53
3.2 DEFINISI KONSEP	55
3.3 FOKUS PENELITIAN	57
3.4 UNIT ANALISIS.....	57

3.5 INFORMAN PENELITIAN	58
3.6 SUMBER DATA	59
3.7 TEKNIK PENGUMPULAN DATA	60
3.8 TEKNIK KEABSAHAN DATA	61
3.9 TEKNIK ANALISIS DATA.....	62
4.1 PROFIL TEMPAT PENELITIAN.....	64
5.1 HASIL DAN PEMBAHASAN	69
5.1.1 KOMODIFIKASI.....	70
5.1.2 PREKARIAT	79
5.1.3 EKONOMI POLITIK MEDIA	84
5.1.4 <i>POLITICAL BRANDING</i>	93
5.1.5 HUBUNGAN KERJA SAMA MEDIA DENGAN PEMERINTAH	98
5.2 HASIL PEMBAHASAN	102
5.2.1KOMODIFIKASI PEKERJA MEDIA LOKAL	102
5.2.2 PEKERJA PREKARIAT.....	108
5.2.3 EKONOMI POLITIK MEDIA	112
5.2.4 <i>POLITICAL BRANIDNG</i>	119
6.1 KESIMPULAN DAN SARAN	125
3.10 DAFTAR PUSTAKA	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Pemkab OI raih penghargaan unggahan. Id	9
Gambar 2. Pemkab Atasi Krisis Air unggahan. Id.....	10
Gambar 3. Pemkab Raih Penghargaan unggahan. Id.....	10
Gambar 4. Pemkab Bersih Bersih lingkungan kantor Radar Bahtera	10
Gambar 5. DPRD sarankan pasar murah Radar Bahtera	11
Gambar 6. Gelar pasar murah mentelut.com	12
Gambar 7. Bupati perhatikan nasib guru Sumajaku.com.....	12
Gambar 8. Gambar Logo PWI	60
Gambar 9. Efisiensi Anggaran Ogan Post	75
Gambar 10. Buka layanan panggilan darurat Ogan Post.....	77
Gambar 11. Tinjau Lokasi Tanah Hibah Ogan Post.....	79
Gambar 12. Sabet Kategori Nominasi Ogan Post.....	81
Gambar 13. Bagikan 1 Ton Beras Ogan Post.....	83
Gambar 14. Salurkan Bantuan Ngaji Ogan Post.....	90
Gambar 15. Produsen Songket Jangkau Pasar Luas Tribun Sumsel.....	91
Gambar 16. Bupati Panca ingin OI jadi Percontohan Tribun Sumsel	93
Gambar 17. Penyaluran Logistik Pilkada Tribun Sumsel	95

Gambar 18. Pemkab Raih Penghargaan Tribun Sumsel.....	96
Gambar 19. Bupati Lawan Kotak Kosong Tribun Sumsel.....	106
Gambar 20. Bupati Terima Tanda Kehormatan Tribun Sumsel.....	108
Gambar 21. Tegaskan Komitmen Berantas Korupsi Sumek.co.....	109
Gambar 22. Tinjau Lokasi Kebakaran Sumek.co	111
Gambar 23. DPRD Minta Pasang CCTV Sumek.co.....	113
Gambar 24. Polres Berikan Penghargaan Sumek.co.....	119
Gambar 25. Masyarakat ingin Panca Jadi Bupati Jurnal Sumatra	120
Gambar 26. Umroh gratis Jurnal Sumatra	122
Gambar 27. Bupati Siagakan Relawan Jurnal Sumatra.....	124
Gambar 28. Terima Penghargaan Jurnal Sumatra.....	126
Gambar 29. Angka Partisipasi Pemilih Rendah Sumek.Co.....	155
Gambar 30. Kelebihan bayar perjalanan Sumek.Co	156
Gambar 31. Kecewa dengan DPC Sumek.Co.....	157
Gambar 32. Diterpa Isu Konflik Internal Sumek.Co	158
Gambar 33. Anggaran Dinas Membengkak Ogan post	160
Gambar 34. Evaluasi Direktur RSUD Ogan post	161
Gambar 35. Kemiskinan turun drastis Ogan post.....	162

DAFTAR TABEL

Table 2. Kerangka Pemikiran.....	42
Table 1. Penelitian Terdahulu.....	45
Table 3. Struktur Organisasi	63

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Dunia pers terus mengalami kemajuan dari berbagai sisi, hal ini ditandai dengan terus berkembangnya media online dalam perputaran bentuk sebaran informasi sesuai dengan keunikan, kedinamisan jaman modern. Kemajuan teknologi mendorong Eksistensi media online dalam membawa arus informasi terus membuat Media mengalami pergeseran dari fungsi edukasi, informasi menjadi fungsi industri. Berita atau informasi yang kini dipahami sebagai komoditas utama media, diproduksi dan dikonsumsi oleh masyarakat sebagai makna, pesan, dan data, yang mengakibatkan informasi yang tersalurkan menjadi kebutuhan tambahan bagi masyarakat. Meningkatnya kemampuan media dalam menjangkau *audience* dalam lingkup lokal, nasional dan internasional dalam menyalurkan informasi, menjadi bentuk eksistensi modernitas informasi (Sugawara, Nikaido, 2014:14).

Kemampuan media dalam menyalurkan segala bentuk kebutuhan masyarakat akan informasi fakta, opini, instruksi, berita, dan hiburan mengakibatkan Media menjadi salah satu elemen terpenting dalam kehidupan masyarakat. Dalam penelitian ini, peneliti akan membahas keberadaan pelaku media sebagai saluran informasi terkait dengan media online dalam menyalurkan informasi kepada masyarakat yang didasarkan pada Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik yang bertujuan Untuk menghubungkan masyarakat dengan pemerintah dalam semua aturan kebijakan serta peraturan dalam pemerintahan yang berkaitan dengan kebijakan pemerintah yang

disebut Hubungan Kerja sama Media dengan Pemerintah dalam sistem Negara demokrasi, dengan tujuan melahirkan transparansi dalam pemberitaan pemenuhan kebutuhan masyarakat akan informasi yang dibungkus dalam kesepakatan kerja sama media dengan pemerintah.

Media massa menjadi salah satu penunjang terhubungnya komunikasi antar pemerintah, media, dan masyarakat. Salah satunya adalah bentuk informasi yang berisikan kebijakan pemerintah yang kemudian menjadi landasan bagi masyarakat dalam mengambil keputusan, dibentuk oleh besarnya cakupan media dalam mempublikasikan berita hingga fungsi media yang menjadi saluran penyebar informasi, mempublikasikan berita terkait dengan kebijakan pemerintah. Keterbukaan informasi Penting bagi masyarakat, untuk mengetahui kinerja yang sudah dicapai oleh pemerintah pusat dan pemerintah daerah, baik kebijakan yang disepakati dan aturan yang ditetapkan. Dengan demikian, untuk menjamin ketepatan, akurasi, dan kecepatan, informasi tersalurkan, pemerintah membutuhkan media sebagai wadah menyalurkan informasi kepada masyarakat, berdasarkan hal inilah penting untuk membangun hubungan kerja sama media dengan pemerintah. Denis McQuail (1987:123) Citra politik terbentuk berdasarkan informasi yang diterima, baik langsung maupun melalui media politik, termasuk media sosial dan media massa yang bekerja menyampaikan pesan yang umum dan aktual.

Citra politik merupakan salah satu efek dari komunikasi politik dalam paradigma atau perspektif mekanistik. Meskipun demikian citra itu dapat berbeda dengan realitas yang sesungguhnya atau tidak merefleksikan kenyataan objektif (Anwar Arifin, 2011: 177) Media memiliki peran penting dalam membentuk citra pemerintah.

Citra pemerintah mencakup persepsi dan pandangan masyarakat terhadap kinerja dan integritas pemerintah. Harold Lasswell seorang ilmuwan politik dan komunikasi, mengemukakan bahwa media memiliki peran vital dalam pembentukan opini publik. Menurutnya, media membantu menyampaikan informasi, mempengaruhi persepsi, dan memobilisasi dukungan untuk kebijakan pemerintah. Dalam hal ini pemerintah diuntungkan, mengingat kemampuan multi fungsional media bagi pemerintah. Akibat kapitalisme yang hingga kini masih ada dalam sistem pemerintahan, Media menjadi sarana politisasi yang digunakan pemerintah untuk membentuk citra pemerintah dengan cara yang cepat. Melalui media yang dimiliki pers dalam jumlah yang banyak dan fungsinya yang dapat dengan cepat mempengaruhi opini publik terhadap pemerintah, sehingga media menjadi *tools* yang digunakan untuk memberitakan berita tentang pemerintahan, media menjadi jalan pintas bagi pemerintah untuk membangun citra pemerintah. Dalam hal ini membentuk penggiringan opini publik oleh media terhadap masyarakat (Triyono, 2012:20).

Menurut Frank Jefkins dalam Soemirat dan Ardianto (2007:114), citra diartikan sebagai kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalaman, gambaran tentang realitas dan tidak harus sesuai dengan realitas, citra adalah dunia menurut persepsi. Sebagai penyalur informasi kepada masyarakat, wartawan memiliki tanggung jawab etis untuk menjaga independensi dan integritas dalam melaksanakan tugas jurnalistiknya. Kode etik jurnalistik menyatakan bahwa wartawan harus bekerja tanpa adanya pengaruh external yang dapat mengganggu keobjektifan dan kebenaran informasi yang disampaikan kepada publik.

Namun, dalam praktiknya, hubungan kerja sama media dengan pemerintah seringkali dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk faktor ekonomi yang dialami para pekerja media. Keberadaan kesepakatan kerja sama media dengan pemerintah dimana wartawan lokal yang didalamnya menjadi komoditas yang dapat dimanfaatkan untuk kepentingan ekonomi dan politik, perlu untuk menjaga integritas jurnalistik. Ekonomi politik media mengkaji bagaimana kekuatan ekonomi dan politik mempengaruhi struktur, konten, dan distribusi media. Vincent Moscow mengatakan, media tidak hanya dipengaruhi oleh tekanan politik dan opini public, tetapi juga oleh kebijakan pemerintah. Menurut perspektif Moscow, media adalah bagian dari struktur kapitalis yang lebih ekspansif, dimana kepentingan politik dan ekonomi saling terkait dan seringkali melemahkan objektivitas dan independensi media (Marwantika, 2018 64).

Hubungan kerja sama media dengan pemerintah adalah suatu bentuk hubungan kerja sama yang terjalin antara media pers, dan wartawan yang terikat melalui kontrak kerja sama. Dimana melalui kesepakatan dan syarat yang ada para pekerja media melakukan proses jurnalistik, mulai dari pencarian berita, penulisan berita, dan menyalurkan berita yang sesuai dengan kesepakatan kerja sama dan dipublikasikan, dalam hal ini kesepakatan tersebut mencerminkan keberadaan hubungan media dengan pemerintah ke ranah politik. Undang-undang keterbukaan informasi publik (UU KIP) memberikan dasar hukum bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi yang jelas, benar, dan akurat dari pemerintah. (UU KIP) juga menegaskan pentingnya transparansi dan akuntabilitas dalam pemerintahan, serta memberikan akses yang lebih luas kepada masyarakat untuk mengawasi dan mengkritisi kebijakan pemerintah.

Dalam konteks hubungan kerja sama media dengan pemerintah, UU KIP menekankan bahwa informasi yang diberikan kepada media haruslah akurat, tidak tendensius, dan tidak dipengaruhi oleh kepentingan politik atau ekonomi tertentu. Wartawan sebagai penyalur informasi kepada masyarakat memiliki peran penting dalam memastikan bahwa informasi yang disampaikan kepada masyarakat memiliki peran penting dalam memastikan bahwa informasi yang disampaikan kepada publik sesuai dengan prinsip-prinsip transparansi dan kebenaran (Poentarie, 2015: 2).

Fenomena ini mengarah kepada Komodifikasi pekerja yang dilakukan oleh pemerintah terhadap pekerja media, dalam hal ini peneliti menemukan bahwa terjadi komodifikasi terhadap pekerja media online yang ada di Kabupaten Ogan Ilir terhadap wartawan sebagai pekerja media massa. Fenomena Komodifikasi wartawan lokal, yang terbentuk dari adanya hubungan kerja sama media dengan pemerintah yang terjadi melalui perjanjian hitam diatas putih, yang tentunya kegiatan jurnalistik yang berjalan berlandaskan asas kesepakatan kerja sama, bukan lagi berpadan pada etika Jurnalistik yang menjadi kewajiban bagi para pelaku media untuk ditaati, dengan demikian identitas media menjadi dipertanyakan dan mempengaruhi independensi serta integritas, independensi jurnalistik.

Berkaitan dengan konteks kebebasan pers dalam kegiatan kerja sama yang terjalin antara media online dalam hal ini wartawan lokal yang turut di jaring untuk terikat dengan kerja sama, ketika wartawan lokal dianggap sebagai komoditas dalam hubungan ini, independensi dalam menyajikan berita dan keberadaan media yang berguna untuk menganalisis setiap kebijakan yang dipublikasikan dapat terancam.

Kecenderungan berita yang dihasilkan bersifat subjektif dan dipengaruhi oleh kepentingan pihak tertentu, yang pada akhirnya dapat merugikan masyarakat sebagai konsumen informasi (Muttaqin, 2011:2).

Fenomena ini menjadi relevan dalam keberadaan media digital yang memberikan ruang bagi berbagai pihak untuk menyebarkan informasi, terlebih lagi kebebasan yang pemerintah berikan kepada media untuk ikut dalam hubungan kerja sama media dengan pemerintah, untuk semakin memperluas jangkauan dan tujuan pemerintah sebagai aktor dalam setiap berita yang dipublikasikan, media sebagai alat, wadah, yang digunakan pemerintah, terlihat tidak menyadari keberadaan mereka sebagai komoditi yang digunakan pemerintah untuk mencapai tujuan tertentu dari pihak pemberi modal (Safitri, 2019:9) Integritas wartawan dalam menyajikan berita sangatlah penting. Penelitian mengenai komodifikasi wartawan lokal dalam hubungan kerja sama media dengan pemerintah ini menjadi perhatian yang mendesak dalam dunia jurnalistik untuk di analisis, diungkapkan dan dipahami lebih dalam.

Sebagai mitra kerja yang dapat menjadi sarana pemerintah dalam publikasi mengenai program pembangunan dan kebijakan, serta memberikan pemahaman kepada masyarakat atas setiap hal yang dilakukan oleh pemerintah daerah, media harus memiliki hubungan kerja sama yang saling mendukung dalam tercapainya sinergi. Undang-undang nomor 14 tahun 2008 tentang keterbukaan informasi publik KIP merupakan payung hukum untuk membangun pemerintahan yang lebih terbuka, dampak diberlakukannya undang-undang ini, masyarakat dipastikan memiliki akses yang lebih mudah untuk mendapatkan informasi. Salah satunya kebebasan bagi

masyarakat untuk mengakses, mengetahui terkait dengan kinerja pemerintah secara lokal maupun nasional, semua hasil dari kebijakan pemerintah dan program yang terselenggara akan menjadi kebutuhan yang memenuhi keperluan masyarakat terhadap informasi, karna menjadi dasar bagi masyarakat dalam mengambil keputusan. Dengan adanya tawaran kerja sama media dengan pemerintah yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Ogan Ilir kepada wartawan yang memiliki media maka terbentuklah hubungan kerja sama antara media dengan pemerintah melalui kesepakatan kerja sama.

Hubungan kerja sama media dengan pemerintah di Kabupaten Ogan Ilir telah berlangsung sejak Humas memberikan tanggung jawab penuh kepada Dinas Komunikasi, Informasi dan Statistika Kabupaten Ogan Ilir pada tahun 2020 dalam penanganan media massa atau wartawan yang terikat kontrak kerja melalui hubungan kesepakatan menjalin Kerja sama Dengan Pemerintah (wawancara dengan kabid komunikasi dan informasi). Pada tahun 2023 tercatat sebanyak 104 media online yang terdaftar melakukan kesepakatan kerja sama dengan pemerintah melalui Dinas Komunikasi Informasi dan Statistik Ogan Ilir bidang Komunikasi dan Informasi, dan 70 media yang terikat secara sah karena telah melalui tahapan verifikasi (wawancara dengan Kabid Diskominfo).

Media melakukan kerja sama dengan pemerintah, media online, media cetak, televisi dan radio menjadi alat pemerintah yang menjadi bagian dalam penyebarluasan informasi tentang kebijakan pemerintah di Kabupaten Ogan Ilir. Hubungan ini menghasilkan Komodifikasi yang di satu sisi tampak mampu memberikan kesempatan bagi masyarakat terkhusus untuk wartawan lokal dalam menulis berita dan mendapat

jaminan dari pemerintah untuk keberlangsungan kesejahteraan dalam perekonomian sebagai kebutuhan bagi jurnalis. Kinerja wartawan yang telah disepakati dalam hubungan kerja sama media dengan pemerintah mempublikasikan berita pemerintah dalam melakukan tugasnya dan kebijakannya didokumentasikan dan dipublikasikan di media atau blog online masing-masing sesuai dengan kriteria dan syarat yang harus dipenuhi dalam menjalankan profesi wartawan lokal dalam hubungan kerja sama media dengan pemerintah.

Dalam publikasi kesepakatan kerja sama yang berlangsung antara media dengan pemerintah tipe berita yang diangkat membentuk citra dari pemerintah berikut contoh media online yang mempublikasikan berita advetorial berbayar pada laman blog media online yang sudah menjalin hubungan kerja sama media dengan pemerintah.



(Gambar I. Berita Unggahan)
(Sumber : Unggahan.id)

Gerak Cepat Pemkab Ogan Ilir Atasi Krisis Air Bersih Untuk Warga Pelabuhan Dalam, 3 Tangki Air Bersih Langsung Didistribusikan

Rendi Unggahan
26 Agustus 2023



Gambar 2. Berita Media Online Unggahan
(Sumber : Unggahan. id)

“Bergerak Bersama Turunkan Emisi Gas Rumah Kaca” Pemkab Ogan Ilir Raih Penghargaan ProKlim 2023

Rendi Unggahan
25 Oktober 2023



Gambar 3. Berita Media Online
(Sumber :Unggahan.Id)



Gambar 4. Berita Media Online
(Sumber :Radar Bahtera)



Gambar 5. Berita Media Online
(Sumber :Radar Bahtera)



Gambar 6. Berita Media Online
(Sumber : Mentelut.com)

Bupati OI Perhatikan Nasib Guru dan Fasilitas Pendidikan



Bupati Ogan Ilir Panca Wijaya Akbar

Posted by: admin Desember 10, 2021

Reply

OGAN ILIR Sumaja Post.- Perhatian Bupati Ogan Ilir (OI) Panca Wijaya Akbar terhadap dunia pendidikan luar biasa. Ini bisa dilihat dari anggaran Dinas Pendidikan dan Kebudayaan (Disdikbud) Pemkab OI pada Tahun 2022 nilainya Fantastis atau paling tertinggi dari seluruh Organisasi Perangkat Daerah (OPD) lainnya.

Gambar 7. Berita Media Online
(Sumber : Sumajaku.com)

Dapat dilihat dari judul berita bahwa pembentukan citra yang terjadi akibat dari adanya hubungan kerja sama media dengan pemerintah dengan produk berita yang diproduksi seolah sesuai dengan kriteria pemilik modal.

Namun demikian, wartawan lokal yang terikat kerjasama dengan pemerintah tetap menjaga independensinya melalui publikasi berita yang masih bersifat netral, diantaranya terkait dengan isu politik dan ekonomi yang keduanya berkaitan dengan pemerintah ogan ilir dan berdampak pada citra pemerintah dalam usaha pemerintah membangun kerjasam media dengan pemerintah.

1.2 Terbentuknya Kesepakatan Kerja sama media dengan Pemerintah

Hubungan kerja sama media dengan pemerintah awalnya tidak dianggap sebagai hubungan yang menghasilkan bentuk Komodifikasi wartawan lokal, hal ini belum banyak diteliti dan masih perlu pedalaman secara khusus terhadap Ekonomi Politik Media. Dalam kerja sama ini, media dituntut untuk mempublikasikan berita terkait dengan segala kegiatan Pemerintah Kabupaten Ogan Ilir selama melaksanakan kewajiban (*Advertorial* Berbayar), media melaksanakan tugas dari pencarian berita, penulisan berita, hingga pempublikasian berita yang hanya berkaitan dengan kebijakan dan aktivitas pemerintah, setelah melalui tahapan verifikasi data, maka media layak untuk mendapatkan upah (*fee*) dari pemerintah karena sudah melakukan kewajiban kerja sama yang terlihat dianggap saling menguntungkan. Dalam hal inilah Komodifikasi perubahan nilai jasa terhadap wartawan lokal sebagai objek dalam terbentuknya Hubungan Kerja sama Media Dengan Pemerintah menjadi nilai tukar terbentuk. Dalam hal ini peneliti melihat bahwa Proses Komodifikasi terjadi setelah

memenuhi syarat antara kedua belah pihak, hal ini dilihat dari sudut pandang kaca mata dunia pendidikan, dalam jurnalisme adalah komodifikasi terhadap tenaga kerja wartawan lokal yang melakukan kerja sama media dengan pemerintah.

Banyak pihak yang berpendapat terkait dengan adanya hubungan kerja sama media dengan pemerintah, di berbagai daerah pihak-pihak banyak memberikan pandangan persepsi yang berbeda terhadap keberadaan kontrak kerja yang tercipta dalam media *pers* terhadap pemerintah. Layanan hubungan media dikembangkan dengan sistem kemitraan ini tidak diartikan sebagai hubungan kontrak sehingga tetap menjalankan fungsi kontrol sosial sebagaimana mestinya media terhadap profesinya.

“Hubungan kerja sama media dengan pemerintah ini tentunya memberikan peluang bagi kami sebagai jurnalis yang bekerja di profesi ini, dengan hal ini kami cukup terbantu karena tidak lagi berpatok pada jumlah masyarakat atau publik yang melihat berita kami tapi kami mendapat jaminan lebih untuk berani menjalankan profesi karena pemerintah menyediakan dan memberikan peluang bagi kami sebagai wartawan jurnalis untuk kesempatan melakukan kerja sama serta mendapatkan bayaran.” (Wawancara Dengan Wartawan PWI)

Dewan *pers* beranggapan bahwa kontrak media dengan pemerintah ini dapat berpotensi membunuh independensi media yang tetap dibutuhkan sebagai kontrol sosial dalam memberikan masukan dan kritik yang konstruktif bagi pemerintah. Dengan demikian keberadaan Kerja sama media dengan pemerintah masih menjadi gejala dalam dunia jurnalistik. Semua bentuk kerja sama yang ada masih berlandas dan berpedoman kepada Kebijakan pemerintah daerah. Komodifikasi yang terbentuk dalam kerja sama ini pun mengartikan bahwa kesepakatan kerja ini berlandaskan pada kedua belah pihak baik media dan pemerintah.

Dalam hubungan kerja sama ini meski media seolah-olah diberikan kesempatan dan peluang untuk mendapatkan penghargaan berupa upah hasil dari produksi berita yang sesuai dengan syarat yang disepakati sebagai tujuan akhir dari bentuk kerja sama dikatakan sebagai hubungan yang saling menguntungkan, namun kedua objek tersebut tetap memiliki kedudukan yang berbeda, seolah pemilik modal mendapatkan keuntungan dari alat produksinya. Sesuai dengan pemikiran Marx yang meyakini bahwa sistem produksi kapitalis menjadikan kerja manusia tidak sesuai dengan hakikat kemanusiaanya. Ketidaksesuaian antara kerja dan hakikat kemanusiaan tersebut sering disebut sebagai alienasi (Anisa, 2019: 2) dengan kata lain hubungan ini tidak dilakukan dengan paksaan oleh pemilik modal secara terang-terangan namun didorong oleh kebutuhan pekerja yang hanya dapat dipenuhi melalui kerja. Dalam hal ini Karl Marx menekankan kepada bentuk kapitalisme yang terjadi di kehidupan masyarakat yang hingga saat ini masih dapat digunakan bahkan dalam lingkup pemerintahan dan media massa.

Berdasarkan surat keputusan Dewan pers tentang pemuatan rubrik pemberitaan yang bertujuan kehumasan, pernah menyerukan terkait kerja sama media dengan pemerintah menolak untuk media terikat kontrak kerja dengan pemerintah, karena akan merusak reputasi pers sebagai badan yang menormalisasi hubungan antara masyarakat dengan pemerintah. Namun pada akhirnya tidak dipungkiri tawaran kerja sama ini memberikan peluang bagi wartawan lokal untuk mendapatkan pemasukan yang menjamin dan malah memberi keuntungan yang tanpa disadari lepas dari peran Media itu sendiri, hal ini akan menjadi masalah baru bagi perkembangan sejarah dunia

jurnalistik ke depan. Bukan suatu hal yang salah ketika pemerintah menggunakan media sebagai sarana untuk menginformasikan segala hal yang berkaitan dengan pemerintahan yang sifatnya memberikan masyarakat informasi, dalam laporan harian Kementerian sekretariat Negara republik Indonesia dalam peran penting media membangun demokrasi, Presiden Jokowi menyebutkan media memiliki peran penting dalam membangun *check and balance*, dan memperkuat partisipasi warga. Karena itu, kebebasan *pers* memunculkan pemerintahan yang responsif, transparan, dan akuntabel, namun tanpa disadari wartawan lokal yang melakukan kerja sama dengan pemerintah menjadi komoditi untuk pembentukan citra politik dan terlena dengan kebebasan dan kenyamanan yang ditawarkan dalam kesepakatan kerja sama yang terjalin antara kedua belah pihak.

Lantas pada tahun 2015 Dewan Pers sebagai lembaga independen di Indonesia yang berfungsi untuk mengembangkan dan melindungi kehidupan pers yang ada di Indonesia menyuarakan pendapatnya terkait hubungan kerja sama media dengan pemerintah. Seruan Dewan Pers tentang pembuatan pemberitaan yang bertujuan kehumasan pada 18 Juli 2015 menyampaikan bahwa Dewan Pers akhir-akhir ini menerima laporan dari masyarakat, termasuk diantaranya pejabat pemerintah dan pengamat masalah pers, bahwa di beberapa daerah telah beredar penawaran untuk mengadakan kontak kerja sama bagi penyedia rubrik pemberitaan tertentu di media pers, untuk menyajikan rubrik khusus ini yang agaknya dimasukkan sebagai bagian dari kegiatan kehumasan lembaga-lembaga pemerintah, dikenai pembayaran seperti layaknya pembuatan iklan, namun hingga saat ini kegiatan Kerja sama media dengan

pemerintah masih tetap berlanjut. Penawaran kontrak “kerja sama pemberitaan” ini diajukan oleh pihak pengelola atau manajemen media pers kepada lembaga pemerintah, seperti pemerintah daerah Provinsi dan Pemerintah Daerah Kabupaten dan dewan perwakilan rakyat daerah. Mereka diminta untuk membuka rubrik khusus yang memuat pemberitaan mengenai kegiatan lembaga pemerintahan tersebut. Sesuai dengan surat seruan dewan pers yang dikeluarkan secara *online* melalui dewan pers lembaga pemerintah yang berminat mengadakan kontak kerja sama ini tentunya menjadikan media sebagai alat bantu untuk mempromosikan kegiatan lembaga tersebut, akan tetapi, ada pula lembaga pemerintahan yang tidak bersedia membuka rubrik serupa ini. Salah satu alasan penolakan kontrak kerja sama itu adalah seperti yang disampaikan kepada dewan pers oleh seorang kepala pemerintah, adalah “untuk menjaga independensi pers agar dapat melaksanakan tugasnya secara sehat dan professional.”

Dalam ekonomi media pergerakan arus jurnalistik untuk menghasilkan suatu nilai tergantung pada jumlah *audience*, dan iklan. Namun dalam Hubungan Kerja sama media dengan pemerintah, ekonomi politik media yang tervisualisasikan adalah kinerja jasa wartawan yang di Komodifikasikan dalam mempublikasi berita sesuai dengan ketentuan kontrak kerja yang berlaku mendapatkan pendanaan atau pembiayaan atas konten berita yang dipublish oleh setiap media baik wartawan dan wartawan lokal.

Dalam Komodifikasi wartawan lokal yang peneliti angkat terdapat bentuk kerja sama media dengan pemerintah yang melandasi terbentuknya Komodifikasi media. Peneliti menemukan bahwa hubungan kerja sama ini membawa pekerja media,

wartawan lokal menjadi sarana dan alat bagi pemerintah untuk menyebarkan berita terkait dengan kinerja dan semua kebijakan yang dilakukan pemerintah. melalui kesepakatan kerja sama dan syarat-syarat berlaku.

Media dan pemerintah memiliki hubungan yang terikat, dan pada akhirnya konten media yang dipublikasikan adalah konten media yang bukan hanya menjadi konten tentang informasi pemerintah dalam melakukan kewajibannya namun mengarah pada konten yang bersifat membangun citra pemerintah. Dengan demikian Apakah dengan adanya kerja sama media dengan pemerintah ini tetap mampu memberikan pendirian independensi kepada para pelaku media dalam menjalankan perannya sebagai jurnalis, media harus memperhatikan dan mengingat fungsinya. Berdasarkan UUD Nomor 40 tahun 1999 tentang pers, Media massa berfungsi untuk meng informasi, mendidik, menghibur, dan pengawasan sosial (*social kontrol*) pengawas perilaku publik dan penguasa wartawan lokal ini kemudian dimanfaatkan oleh pemerintah untuk dijadikan sebagai instrumen politik yang membantu pemerintah dalam upaya membangun citra.

Dalam konteks media dan jurnalisisme, teori komodifikasi dapat diterapkan untuk menganalisis bagaimana wartawan dan produk jurnalistik menjadi bagian dari mekanisme pasar sesuai dengan fenomena kerja sama media dengan pemerintah. Mosow mengidentifikasi bahwa komodifikasi seringkali melibatkan perubahan fungsi dan nilai dari elemen-elemen tersebut, yang sebelumnya memiliki nilai sosial atau kultural yang lebih besar daripada nilai ekonominya. Kerja sama media dengan pemerintah menyebabkan komodifikasi dalam bentuk yang lebih kompleks.

Pemerintah seringkali menyajikan informasi atau berita dengan tujuan tertentu, pekerja media yang kemudian hadir membentuk kerja sama yang dan menyebabkan komodifikasi yang terjadi terhadap pekerja media, dalam hal ini Wartawan lokal, sebagai instrumen, sebagai penyalur informasi. Terikat kontrak kerja sama dengan pemerintah media online memiliki kewajiban untuk menyajikan berita yang sesuai dengan hasil kesepakatan kerja sama media dengan pemerintah. Komodifikasi wartawan dalam media online dapat berdampak pada cara berita disajikan dan diterima publik. Ketika wartawan beroperasi dalam kerangka komersial dan ketat, ada risiko bahwa berita yang disajikan menjadi terdistorsi.

Media massa banyak digunakan sebagai medium penyampaian pesan komunikasi politik yang sangat diminati, dalam hal ini keterlibatan pemerintah dengan media dalam menjalin hubungan kerja sama dapat menciptakan *image* tertentu. Dalam hal ini proses hegemoni kesadaran media masa ini tidak bisa terlepas dari berbagai kepentingan dalam pemanfaatan media massa sebagai instrumen pemenuhan kepentingan (Misliyah, 2013:24) Demikian pula sama halnya dengan Hubungan kerja sama media dengan pemerintah yang terjadi antara wartawan lokal Kabupaten Ogan Ilir, yang terikat dengan pemerintah untuk saling bekerja sama dan pada akhirnya melalui kontrak kerja sama ini membentuk Komodifikasi terhadap wartawan lokal sesuai dengan Teori ekonomi politik media yang dikemukakan Vincent Moscow dapat digunakan untuk memahami fenomena kerja sama media dengan pemerintah dalam memahami bagaimana kekuatan ekonomi politik mempengaruhi produk jurnalistik

serta bagaimana media dapat digunakan oleh pemerintah sebagai alat untuk mencapai tujuan tertentu.

Dalam konteks media dan jurnalisme, komodifikasi dapat diterapkan untuk menganalisis bagaimana wartawan dan produk jurnalistik menjadi bagian dari mekanisme pasar. Moscow mengidentifikasi bahwa komodifikasi seringkali melibatkan perubahan fungsi dan nilai dari elemen-elemen tersebut, yang sebelumnya memiliki nilai sosial atau kultural yang lebih besar daripada nilai ekonominya. Kerja sama media dengan pemerintah menyebabkan komodifikasi dalam bentuk yang lebih kompleks. Pemerintah seringkali menyajikan informasi atau berita dengan tujuan tertentu, pekerja media yang kemudian hadir membentuk kerja sama yang dan menyebabkan komodifikasi yang terjadi terhadap pekerja media, dalam hal ini Wartawan lokal, sebagai instrumen, sebagai penyalur informasi, terikat kontrak kerja sama dengan pemerintah, media online memiliki kewajiban untuk menyajikan berita yang sesuai dengan hasil kesepakatan kerja sama media dengan pemerintah. Komodifikasi wartawan dalam media online dapat berdampak pada cara berita disajikan dan diterima publik. Ketika wartawan beroperasi dalam kerangka komersial dan ketat, ada risiko bahwa berita yang disajikan menjadi terdistorsi.

Teori komodifikasi Vincent Moscow memberikan kerangka analisis yang berguna untuk memahami bagaimana wartawan media online mengalami perubahan peran dalam konteks pasar dan kerja sama dengan pemerintah. Proses ini mengubah wartawan dari perilaku jurnalistik menjadi komoditas yang pada akhirnya berdampak kepada kualitas berita yang dipublikasikan Komodifikasi ini mengubah prioritas

wartawan, yang sering kali harus menyeimbangkan antara kualitas jurnalistik dan tuntutan pasar yang berorientasi pada profit.

Kesempatan hubungan kerja sama yang terbangun antara media dengan pemerintah tidak lepas dari politisasi komunikasi politik. Alih-alih Berlandaskan pada pentingnya bagi masyarakat untuk mendapat informasi yang menginformasikan pemberitaan politik yang pada akhirnya tanpa disadari media dituntut untuk mempublikasikan berita yang subjektif tentang pemerintahan. Apakah dalam hal ini jika media tidak melakukan kesepakatan kerja sama dengan pemerintah akan tetap menyuguhkan informasi ke publik yang mempublikasikan setiap kegiatan politik yang dilakukan oleh pemerintah dalam berbagai ranah pemberitaan secara netral. Dengan demikian apakah dalam hal ini masyarakat memiliki pemikiran kritis terhadap kerja sama media dengan pemerintah. Kemajuan pola pikir masyarakat juga menjadi unsur yang selayaknya tidak dapat dilupakan. Apakah penting bagi wartawan lokal untuk terikat kontrak kerja dengan pemerintah jika berdasarkan pada kontrak kerja yang ditawarkan serta disepakati oleh kedua belah pihak, pemerintah Kabupaten Ogan Ilir serta jasa wartawan lokal dalam menyalurkan informasi yang sifatnya membentuk citra pemerintah Kabupaten Ogan Ilir. Fenomena ini menjadi perhatian penulis untuk melihat dan meneliti lebih dalam terhadap Komodifikasi yang terjadi pada wartawan lokal dalam hubungan kerja sama media dengan pemerintah.

Teori komodifikasi Vincent Moscow memberikan kerangka analisis yang berguna untuk memahami bagaimana wartawan media online mengalami perubahan peran dalam konteks pasar dan kerja sama dengan pemerintah. Proses ini mengubah

wartawan dari perilaku jurnalistik menjadi komoditas yang pada akhirnya berdampak kepada kualitas berita yang dipublikasikan. Komodifikasi ini mengubah prioritas wartawan, yang sering kali harus menyeimbangkan antara kualitas jurnalistik dan tuntutan pasar yang berorientasi pada profit.

Penelitian ini akan membahas secara mendalam tentang fenomena Komodifikasi dalam hubungan kerja sama media dengan pemerintah. Penelitian ini akan melihat bagaimana praktik wartawan lokal dalam hubungan kerja sama media dengan pemerintah yang berpengaruh kepada kualitas informasi yang subjektif.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian latar belakang diatas rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana “Komodifikasi wartawan lokal dalam hubungan kerja sama media dengan pemerintah.”

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Untuk mengetahui bagaimana hubungan kerja sama media dengan pemerintah Ogan Ilir yang membentuk Komodifikasi pada wartawan lokal Ogan Ilir.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Berdasarkan tujuan penelitian maka manfaat dari penelitian tersebut sebagai berikut

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah rujukan keilmuan dalam penelitian selanjutnya

2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan untuk pengembangan ilmu komunikasi khususnya pada Konsentrasi Jurnalistik

1.4.2 Manfaat praktis

1. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi terhadap Pemerintah dan wartawan lokal yang ada di Kabupaten Ogan Ilir dalam Hubungan Kerja sama Media dengan Pemerintah yang membentuk Komodifikasi dan dapat menjadi masukan positif bagi para wartawan yang ada di Kabupaten Ogan Ilir
2. Peneliti berharap hasil penelitian dapat memberikan manfaat bagi masyarakat agar lebih cerdas dalam memilih konten berita yang akan di konsumsi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat terhadap informasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar arifin. Komunikasi politik. (2011). Graha Ilmu
- Adhi, Rakhmat Nur, M Ramli AT, dan Sawedi Muhammad. 2023. “Pekerja Prekariat dan Implikasi Atas Fleksibilitas Kerja di Kawasan Industri Kota Makassar.” *Jurnal Noken: Ilmu-Ilmu Sosial* 9, no. 1: 141–50.
- Asiva Noor Rachmayani. 2015. “Kajian Komunikasi Kritis Terhadap Ekonomi Politik Media,” 6.
- Dharma Putra, Octival, Siska Armawati Sufa, dan Eny Ratnasari. 2022. “POLITICAL BRANDING GANJAR PRANOWO MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @ganjar_pranowo.” *Restorica: Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara dan Ilmu Komunikasi* 8, no. 2: 1–16. <https://doi.org/10.33084/restorica.v8i2.3334>.
- Fitri, Alifa Nur. 2022. “Political Branding Arief Rohman dalam Menyukkseskan Kampanye Pilkada 2020 di Media Sosial.” *JPW (Jurnal Politik Walisongo)* 4, no. 2: 1–18. <https://doi.org/10.21580/jpw.v4i2.14872>.
- Ghassani, Venezia Indra, dan Praptining Sukowati. 2016. “Bentuk Hubungan Pers Dengan Pemerintah Terkait Dengan Fungsi Media Sebagai Kontrol Sosial.” *Publisia: Jurnal Ilmu Administrasi Publik* 1, no. 2. <https://doi.org/10.26905/pjiap.v1i2.502>.
- Karman. 2014. “Monopoli Kepemilikan Media & Lenyapnya Hak Publik Monopoly in Media Ownership & the Lost of Public Rights.” *Jurnal Masyarakat Telematika dan Informasi* 5, no. 1: 69–84.
- Marwantika, Asna Istya, Galih Akbar Prabowo, Agus Triyono, Norma Cecilia Ezpinoza Juanillo, Alexandra Rupa Huayllapuma, Muhammad Hasan, Aziz Muhammad, et al. 2018. “Industri Religi Pada Media Online.” *Wardah* III, no. 2: 87–101. <https://doi.org/10.21009/communications.2.2.4>.
- Misliyah. 2013. *KOMUNIKASI POLITIK MELALUI MEDIA MASSA PASANGAN MOCHTAR MUHAMMAD – RAHMAT EFFENDI (MuRah) DALAM PILKADA WALIKOTA BEKASI PERIODE 2008-2013*.
- Muttaqin, Ahmad. 2011. *IDEOLOGI DAN KEBERPIHAKKAN MEDIA MASSA Ahmad Muttaqin. Komunika: Jurnal Dakwah*. Vol. 5.
- “Kritik Karl Marx Terhadap Kapitalisme” 2019. https://www.minsal.cl/wp-content/uploads/2019/01/2019.01.23_PLAN-NACIONAL-DE-CANCER_web.pdf.
- Nugroho, Bakti, dan Samsuri. 2013. “Pers Berkualitas, Masyarakat Cerdas.” *Dewan Pers*, 1–345. https://dewanpers.or.id/assets/ebook/buku/822-Buku_Pers_berkualitas_masyarakat_Cerdas_final.pdf.

- Poentarie, Emmy. 2015. "The Comparison of Truth, Relevance, Balance and Netrality in News Reporting." *Jurnal Studi Komunikasi dan Media* 19, no. 1: 1–13. <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/jskm/article/view/190101>.
- Safitri, Priska Nur. 2019. "Dinamika Media Komunikasi Sebagai Interaksi Politik." *Komunike* 11, no. 2: 1–21. <https://doi.org/10.20414/jurkom.v11i2.2282>.
- Sugawara, Etsuko, dan Hiroshi Nikaido. 2014. "PERAN PERSONAL BRANDING ELIT POLITIK DALAM PEMBENTUKAN IDENTITAS PARTAI POLITIK" *Antimicrobial agents and chemotherapy* 58, no. 12: 7250–57. <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/25246403> <http://www.pubmedcentral.nih.gov/articlerender.fcgi?artid=PMC4249520>.
- Sutra, Rama, M Amin Sihabudin, dan Ahmad Harun Yahya. 2024. "Implementasi Trilogi Jurnalisme Oleh Wartawan Dalam Peliputan Berita (Study Di Tribun Sumsel)." *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial Politik* 01, no. 04: 466–72.
- Triyono, Agus. 2012. "Produksi Teks Dalam Perspektif Ekonomi Politik Media." *Komuniti III*, no. 1: 20.
- Wibawa, Darajat. 2020. "Wartawan dan Netralitas Media." *Communicatus: Jurnal Ilmu komunikasi* 4, no. 2: 185–206. <https://doi.org/10.15575/cjik.v4i2.10531>.
- Winseck, Dwayne. 2021. *The Political Economies of Media and the Transformation of the Global Media Industries. The Political Economies of Media*. <https://doi.org/10.5040/9781849664264.0008>.
- Adhi, Rakhmat Nur, M Ramli AT, dan Sawedi Muhammad. 2023. "Pekerja Prekariat dan Implikasi Atas Fleksibilitas Kerja di Kawasan Industri Kota Makassar." *Jurnal Noken: Ilmu-Ilmu Sosial* 9, no. 1: 141–50.
- Asiva Noor Rachmayani. 2015. "Kajian Komunikasi Kritis Terhadap Ekonomi Politik Media," 6.
- Dharma Putra, Octival, Siska Armawati Sufa, dan Eny Ratnasari. 2022. "POLITICAL BRANDING GANJAR PRANOWO MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @ganjar_pranowo." *Restorica: Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara dan Ilmu Komunikasi* 8, no. 2: 1–16. <https://doi.org/10.33084/restorica.v8i2.3334>.
- Fitri, Alifa Nur. 2022. "Political Branding Arief Rohman dalam Menyuksesan Kampanye Pilkada 2020 di Media Sosial." *JPW (Jurnal Politik Walisongo)* 4, no. 2: 1–18. <https://doi.org/10.21580/jpw.v4i2.14872>.
- Ghassani, Venezia Indra, dan Praptining Sukowati. 2016. "Bentuk Hubungan Pers Dengan Pemerintah Terkait Dengan Fungsi Media Sebagai Kontrol Sosial." *Publisia: Jurnal Ilmu Administrasi Publik* 1, no. 2. <https://doi.org/10.26905/pjiap.v1i2.502>.
- Karman. 2014. "Monopoli Kepemilikan Media & Lenyapnya Hak Publik Monopoly in

- Media Ownership & the Lost of Public Rights.” *Jurnal Masyarakat Telematika dan Informasi* 5, no. 1: 69–84.
- Marwantika, Asna Istya, Galih Akbar Prabowo, Agus Triyono, Norma Cecilia Ezpinoza Juanillo, Alexandra Rupa Huayllapuma, Muhammad Hasan, Aziz Muhammad, et al. 2018. “Industri Religi Pada Media Online.” *Wardah* III, no. 2: 87–101. <https://doi.org/10.21009/communications.2.2.4>.
- Misliyah. 2013. *KOMUNIKASI POLITIK MELALUI MEDIA MASSA PASANGAN MOCHTAR MUHAMMAD – RAHMAT EFFENDI (MuRah) DALAM PILKADA WALIKOTA BEKASI PERIODE 2008-2013*.
- Muttaqin, Ahmad. 2011. *IDEOLOGI DAN KEBERPIHAKKAN MEDIA MASSA Ahmad Muttaqin. Komunika: Jurnal Dakwah*. Vol. 5.
- “Kritik Karl Marx Terhadap Kapitalisme.” 2019. https://www.minsal.cl/wp-content/uploads/2019/01/2019.01.23_PLAN-NACIONAL-DE-CANCER_web.pdf.
- Nugroho, Bekti, dan Samsuri. 2013. “Pers Berkualitas, Masyarakat Cerdas.” *Dewan Pers*, 1–345. https://dewanpers.or.id/assets/ebook/buku/822-Buku_Pers_berkualitas_masyarakat_Cerdas_final.pdf.
- Poentarie, Emmy. 2015. “The Comparison of Truth, Relevance, Balance and Neutrality in News Reporting.” *Jurnal Studi Komunikasi dan Media* 19, no. 1: 1–13. <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/jskm/article/view/190101>.
- Safitri, Priska Nur. 2019. “Dinamika Media Komunikasi Sebagai Interaksi Politik.” *Komunika* 11, no. 2: 1–21. <https://doi.org/10.20414/jurkom.v11i2.2282>.
- Sugawara, Etsuko, dan Hiroshi Nikaido. 2014. “PERAN PERSONAL BRANDING ELIT POLITIK DALAM PEMBENTUKAN IDENTITAS PARTAI POLITIK” *Antimicrobial agents and chemotherapy* 58, no. 12: 7250–57. <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/25246403> <http://www.pubmedcentral.nih.gov/articlerender.fcgi?artid=PMC4249520>.
- Sutra, Rama, M Amin Sihabudin, dan Ahmad Harun Yahya. 2024. “Implementasi Trilogi Jurnalisme Oleh Wartawan Dalam Peliputan Berita (Study Di Tribun Sumsel).” *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial Politik* 01, no. 04: 466–72.
- Triyono, Agus. 2012. “Produksi Teks Dalam Perspektif Ekonomi Politik Media.” *Komuniti* III, no. 1: 20.
- Wibawa, Darajat. 2020. “Wartawan dan Netralitas Media.” *Communicatus: Jurnal Ilmu komunikasi* 4, no. 2: 185–206. <https://doi.org/10.15575/cjik.v4i2.10531>.
- Winseck, Dwayne. 2021. *The Political Economies of Media and the Transformation of the Global Media Industries. The Political Economies of Media*. <https://doi.org/10.5040/9781849664264.0008>.