

SILABUS

Mata Kuliah: **Politik dan Industri Komunikasi**

Pengampu: Dr Emeraldy Chatra, Dr Aidil Zetra

Politik adalah **seni dan ilmu untuk meraih kekuasaan**. Politik ada di semua ruang yang ada unsur kekuasaannya. Ia ada di negara, rumah, kampus, kampung, bus kota, bahkan toilet. Ia ada dimana terdapat lebih dari satu orang manusia dimana salah seorang di antaranya ingin menguasai yang lain. Namun politik yang banyak dibicarakan adalah yang berlaku di tingkat negara dan dunia.

Industri komunikasi adalah industri yang memproduksi pesan, data dan informasi untuk berbagai tujuan, terutama sekali tujuan ekonomi (mendapatkan keuntungan maksimal) dan tujuan politik (mendapatkan pengaruh).

Industri komunikasi bersifat kapitalistik, padat modal dan membutuhkan tenaga kerja dengan skill khusus.

Industri komunikasi bersifat strategis karena dapat menjadi instrumen untuk membangun kekuasaan. Ia menjadi instrumen politik.

- Media konvensional dan media baru dapat menjadi alat propaganda, manipulasi opini publik, dan membangun kultur baru
- Industri penyedia layanan telekomunikasi (internet, telepon seluler) dapat menjadi instrumen data mining bahkan spionase
- Industri pelayanan berbasis aplikasi di bidang pelayanan transportasi dan belanja online dapat mengubah kebiasaan berkendara, berbelanja, traveling, belajar dsb.
- Industri periklanan dapat menjangkau kawasan yang lebih luas.
- Industri riset dan konsultasi bidang komunikasi (seperti lembaga polling) yang mempengaruhi kebijakan komunikasi di tingkat negara, partai politik maupun korporat.
- Universitas pun dapat dipandang sebagai industri komunikasi karena memproduksi pesan, data dan informasi untuk dibagikan kepada mahasiswa.

1. Pengantar

Sumber: Vincent Mosco 2009. *The Political Economy of Communication*. Second Edition. London: SAGE Publications Ltd

2. *What is Political Economy? Definitions and Characteristics*

3. *What is Political Economy? Schools of Thought*
4. *The Development of a Political Economy of Communication*
5. *The Political Economy of Communication: Building a Foundation*
6. *The Political Economy of Communication Today (24/10/2018)*
7. *Commodification: Content, Audiences, Labor*
8. *Spatialization: Space, Time, and Communication*
9. *Structuration: Class, Gender, Race, Social Movements, Hegemony*
10. *Challenges on the Borders... and Beyond*

Sumber: Janet Wasko, Graham Murdock, and Helena Sousa, 2011. *The Handbook of Political Economy of Communications*. Sussex: Blackwell Publishing Ltd

11. Giuseppe Richeri: *The Media Amid Enterprises, the Public, and the State: New Challenges for Research*
12. John D. H. Downing: *Media Ownership, Concentration, and Control: The Evolution of Debate*
13. Roque Faraone: *Economy, Ideology, and Advertising*
14. John Sinclair: *Branding and Culture*
15. Michael Curtin: *Global Media Capital and Local Media Policy*