



Urgensitas Dan Implikasi *Big Data* dalam Jurnalisme Studi Kritis Tentang Berita Ekonomi Pada Tribunflores.Com Edisi September – November Tahun 2025

INFO PENULIS	INFO ARTIKEL
<p>Jonas K. G. D Gobang Universitas Nusa Nipa jonasklemes@gmail.com +6281339481589</p> <p>Lodowik N. Kedoh Universitas Nusa Nipa lekjoy08@gmail.com +628237966511</p> <p>Maria Alowisa Nona Universitas Nusa Nipa alowisianona@gmail.com +6285333480512</p>	<p>ISSN: 2808-1307 Vol. 5, No. 3, Desember 2025 https://jurnal.ardenjaya.com/index.php/ajsh</p>

© 2025 Arden Jaya Publisher All rights reserved

Saran Penulisan Referensi:

Gobang, K. G. D., Kedoh, L. N., & Nona, M. A. (2025). Urgensitas Dan Implikasi Big Data dalam Jurnalisme Studi Kritis Tentang Berita Ekonomi Pada Tribunflores.Com Edisi September – November Tahun 2025. *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora*, 5 (3), 5275-5287.

Abstrak

Fluktuasi harga kebutuhan pokok di Kabupaten Sikka pada periode September–November 2025 menunjukkan dinamika ekonomi lokal yang berdampak langsung pada daya beli masyarakat. Dalam konteks tersebut, media lokal memiliki peran strategis dalam menyajikan informasi ekonomi yang akurat dan berimbang. Namun, di tengah perkembangan jurnalisme digital, pemanfaatan big data sebagai fondasi peliputan ekonomi di media lokal masih relatif terbatas. Kondisi ini menimbulkan urgensi penelitian untuk menelaah bagaimana berita ekonomi dikonstruksi serta sejauh mana praktik jurnalistik tersebut dipengaruhi oleh relasi ekonomi dan kekuasaan media. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan big data dalam pemberitaan ekonomi di Tribunflores.com serta implikasinya ditinjau dari perspektif ekonomi politik media Vincent Mosco. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan teori kritis. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap berita ekonomi Tribunflores.com periode September–November 2025. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Tribunflores.com belum menerapkan big data secara sistematis dalam produksi berita ekonomi dan masih mengandalkan data terstruktur serta observasi lapangan. Dalam perspektif ekonomi politik media, praktik ini memperlihatkan proses komodifikasi isi, khalayak, dan tenaga kerja media, yang mendorong orientasi komersial dan menekan fungsi kritis jurnalisme ekonomi. Oleh karena itu, penelitian ini menegaskan pentingnya pengembangan jurnalisme ekonomi berbasis big data di media lokal guna meningkatkan kualitas pemberitaan, memperkuat akuntabilitas publik, serta mendukung peran media dalam kehidupan demokratis masyarakat.

Kata Kunci: jurnalisme ekonomi, big data, ekonomi politik media, Tribunflores.com

Abstract

Fluctuations in the prices of basic necessities in Sikka Regency during the period of September–November 2025 reflect local economic dynamics that directly affect people's purchasing power. In this context, local media play a strategic role in providing accurate and balanced economic information. However, amid the development of digital journalism, the utilization of big data as a foundation for economic reporting in local media remains limited. This condition creates an urgent need to examine how economic news is constructed and to what extent journalistic practices are shaped by economic and power relations within the media. This study aims to analyze the use of big data in economic news coverage on *Tribunflores.com* and its implications from the perspective of Vincent Mosco's political economy of media. A descriptive qualitative method with a critical theory approach was employed. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation of economic news published on *Tribunflores.com* during September–November 2025. The findings indicate that *Tribunflores.com* has not systematically implemented big data in the production of economic news and continues to rely primarily on structured data and field observations. From the perspective of the political economy of media, this practice reveals processes of content commodification, audience commodification, and labor commodification, which strengthen commercial orientation and limit the critical function of economic journalism. Therefore, this study emphasizes the importance of developing big data-based economic journalism in local media to improve the quality and depth of reporting, enhance public accountability, and reinforce the democratic role of journalism in the digital era.

Key Words: economic journalism, big data, political economy of media, *Tribunflores.com*

A. Pendahuluan

Di Kabupaten Sikka, dinamika harga kebutuhan pokok pada September–November memperlihatkan fluktuasi yang berdampak langsung pada daya beli masyarakat. *TribunFlores.com*, sebagai media lokal yang banyak diakses, berperan menyajikan informasi pasar melalui liputan harga, wawancara pedagang, dan laporan panen. Media ini menggabungkan observasi lapangan dengan data resmi, meskipun pemanfaatan big data dalam skala besar masih belum terlihat. Data yang digunakan lebih banyak berupa data terstruktur seperti harga harian, laporan instansi pemerintah, dan tren musiman. Dengan demikian dapat ditegaskan bahwa *Tribunflores.com* belum menerapkan big data dalam pemberitaan ekonominya.

Dalam konteks jurnalisme ekonomi, data merupakan elemen kunci untuk menggambarkan kondisi pasar, inflasi, komoditas, serta kebijakan fiskal dan moneter. Media besar seperti *The New York Times* dan *The Guardian* telah memanfaatkan big data untuk memperkuat pelaporan ekonomi. Integrasi big data membantu menghindari kesalahan interpretasi dan memungkinkan visualisasi tren ekonomi secara lebih akurat (Asprilla & Maharani, 2019).

Big data memiliki peran strategis dalam jurnalisme modern karena mampu memperkuat kualitas peliputan melalui analisis informasi yang lebih luas dan mendalam. Dengan big data, jurnalis dapat menemukan pola, anomali, dan kecenderungan yang sebelumnya sulit dideteksi, sehingga pelaporan menjadi lebih akurat, berbasis bukti, serta mudah dipahami melalui visualisasi data. Di tengah derasannya arus informasi digital, big data membantu media meningkatkan kecepatan kerja, verifikasi fakta, dan kemampuan menangkal disinformasi. Oleh karena itu, big data menjadi fondasi penting untuk menjadikan jurnalisme lebih transparan, akuntabel, dan relevan bagi masyarakat.

Dalam dua dekade terakhir, transformasi jurnalisme digital berdampak pada seluruh proses produksi berita, dari pengumpulan informasi hingga distribusi konten (Nuraini & Ningsih, 2024). Melimpahnya informasi daring melahirkan big data sebagai elemen strategis bagi media global maupun nasional. Analisis data berskala besar memungkinkan media menghasilkan pemberitaan ekonomi yang lebih presisi dan kontekstual. Perubahan ini juga mendorong media lokal untuk meningkatkan kualitas liputan melalui pemanfaatan data yang lebih luas, sejalan dengan konsep jurnalisme konvergensi yang menempatkan teknologi sebagai fondasi utama produksi berita (Mogot & Rantona, 2024).

Menurut Asep Syamsul, perkembangan industri media massa, terutama media online, terus melaju pesat. Hal ini terlihat dari semakin banyaknya website atau situs internet yang bermunculan. Pesatnya pertumbuhan media online di Indonesia juga dipicu oleh kebutuhan masyarakat akan informasi yang cepat, praktis, dan mudah dipahami. Media online dapat diposisikan sebagai media “generasi ketiga” setelah media cetak seperti surat kabar, tabloid, majalah, dan buku, serta media elektronik seperti radio, televisi, dan film atau video. Media online sendiri merupakan produk jurnalistik yang disajikan secara daring, yakni pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan disebarluaskan melalui internet (Toji et al., 2024).

Dari perspektif teori kritis ekonomi politik media Vincent Mosco, produksi berita juga dipengaruhi oleh struktur ekonomi, kepentingan kepemilikan, dan kekuasaan, sehingga cara media menyajikan informasi tidak lepas dari tekanan ekonomi-politik yang dapat membentuk agenda dan narasi tertentu. Menurut Vincent Mosco, ekonomi politik merupakan kajian tentang relasi sosial dan relasi kekuasaan yang saling berkaitan dalam proses produksi, distribusi, serta konsumsi sumber daya, termasuk di dalamnya komunikasi. Teori ini muncul seiring dengan semakin kuatnya pengaruh media massa terhadap perubahan kehidupan masyarakat. Dengan jangkauan penyebaran yang luas, media massa tidak hanya mampu membentuk dinamika sosial, politik, dan budaya pada tingkat lokal maupun global, tetapi juga memiliki peran yang sangat penting dalam menghasilkan dan meningkatkan surplus ekonomi (Sari, 2020).

Politik ekonomi komunikasi memandang komunikasi sebagai bagian integral dari proses ekonomi, politik, sosial, dan budaya yang menjadi dasar masyarakat. Oleh karena itu, penting untuk memahami praktik komunikasi dalam kehidupan sehari-hari, termasuk peran komunikator dan alat yang mereka gunakan dalam membentuk konstruksi sosial dan budaya. Komunikasi tidak sekadar penyampaian informasi, melainkan juga merupakan konstruksi sosial yang diwujudkan melalui percakapan, media cetak, penyiaran, telekomunikasi, hingga internet. Menurut Mosco, aspek terpenting dalam politik ekonomi bukan hanya mengenai kerja sama dalam jaringan, tetapi juga terkait dengan kekuasaan dan hierarki, baik secara vertikal maupun horizontal, yang akan dijelaskan lebih lanjut dalam sub-bab tentang spasialisme. Politik ekonomi dan komunikasi terbentuk melalui praktik pertukaran sosial dan budaya, di mana komunikasi didefinisikan sebagai proses pertukaran sosial yang menghasilkan indikator hubungan sosial dan kebiasaan, yang lama-kelamaan membentuk budaya melalui berbagai media, mulai dari cetak hingga platform online (Edenzwo & Priyo, 2018)

Untuk memahami secara utuh konsep ekonomi politik media, Vincent Mosco (2009) mengemukakan tiga konsep utama yang perlu diperhatikan, yaitu komodifikasi, spesialisasi, dan strukturasi. Komodifikasi merujuk pada proses perubahan barang dan jasa beserta nilai gunanya menjadi komoditas yang memiliki nilai tukar di pasar. Menurut Mosco, komodifikasi dalam media massa terbagi ke dalam tiga bentuk, yakni komodifikasi isi media, komodifikasi khalayak, dan komodifikasi tenaga kerja media (Sari, 2020).

Komoditas utama dalam media massa adalah konten media. Proses komodifikasi konten terjadi ketika pesan yang diproduksi oleh media diolah melalui teknologi dan sistem simbol tertentu sehingga menjadi produk yang bernilai jual. Mosco mencontohkan praktik ini dalam industri surat kabar, di mana jurnalis yang awalnya bekerja berdasarkan keahlian profesional untuk menghasilkan tulisan informatif, pada akhirnya dituntut untuk mengemas tulisannya dalam berbagai bentuk yang lebih mengutamakan aspek komersial dibandingkan substansi pesan. Akibatnya, konten media sering kali disesuaikan dengan selera khalayak demi menarik perhatian, meskipun tidak selalu mencerminkan kebutuhan nyata masyarakat. Bahkan, manipulasi konten dapat dilakukan semata-mata untuk meningkatkan daya tarik dan keuntungan ekonomi (Sari, 2020).

Bentuk komodifikasi kedua adalah komodifikasi khalayak. Dalam pandangan Mosco yang merujuk pada pemikiran Graham, audiens merupakan komoditas penting dalam sistem ekonomi media, khususnya dalam hubungan dengan industri periklanan. Media massa berupaya membangun dan mengelola khalayaknya melalui program-program yang dirancang semenarik mungkin, kemudian menjual perhatian khalayak tersebut kepada pengiklan. Secara konkret, media menjadikan data khalayak dalam bentuk rating atau share sebagai nilai jual kepada pengiklan untuk memanfaatkan ruang dan waktu tayang. Oleh karena itu, media berlomba-lomba menciptakan program dengan tingkat keterlibatan audiens tertinggi dibandingkan media lain, sering kali dengan menggabungkan berbagai kebutuhan dan minat khalayak ke dalam satu atau beberapa program agar konsumsi media semakin terkonsentrasi (Sari, 2020).

Komodifikasi ketiga berkaitan dengan tenaga kerja media. Pekerja media merupakan aktor utama dalam proses produksi dan distribusi informasi. Dalam praktik komodifikasi pekerja, tenaga dan kemampuan intelektual mereka dimanfaatkan secara maksimal, bahkan melalui

konstruksi ideologis yang menggambarkan bekerja di industri media sebagai sesuatu yang menyenangkan dan prestisius, meskipun imbalan yang diterima tidak sebanding dengan beban kerja. Fenomena yang umum terjadi saat ini adalah tuntutan terhadap pekerja media untuk mengerjakan berbagai jenis pekerjaan lintas platform akibat konvergensi media, namun tetap dengan sistem pengupahan yang tidak mengalami penyesuaian. Hal ini menunjukkan adanya eksploitasi tenaga kerja dalam industri media modern (Sari, 2020)

Penelitian terhadap berita ekonomi di media *Tribunflores.com* menjadi penting jika dilihat dari perspektif ekonomi politik media Vincent Mosco, karena media tidak dapat dipahami hanya sebagai saluran informasi yang netral, melainkan sebagai institusi ekonomi yang beroperasi dalam relasi kekuasaan, kepentingan pasar, dan struktur kepemilikan. Melalui konsep komodifikasi, penelitian dapat mengungkap bagaimana berita ekonomi, seperti informasi harga kebutuhan pokok, aktivitas pasar, atau kebijakan ekonomi daerah, dikonstruksi sebagai komoditas yang bernilai jual. Berita ekonomi tidak hanya disajikan untuk memenuhi kebutuhan informasi publik, tetapi juga untuk menarik perhatian pembaca, meningkatkan jumlah klik, dan memperkuat daya tawar media terhadap pengiklan. Dengan demikian, penelitian ini penting untuk menelaah sejauh mana orientasi pasar memengaruhi isi dan sudut pandang pemberitaan ekonomi di *Tribunflores.com*.

Dari aspek komodifikasi khalayak, penelitian ini relevan untuk melihat bagaimana pembaca *Tribunflores.com* diposisikan sebagai audiens yang “dijual” kepada pengiklan. Berita ekonomi yang bersifat rutin, seperti laporan harga harian di pasar tradisional atau fluktuasi harga pangan, berpotensi membangun kebiasaan konsumsi media secara berulang. Dalam konteks ini, khalayak tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga menjadi komoditas yang nilainya diukur melalui jumlah pembaca, interaksi, dan trafik digital. Penelitian menjadi penting untuk mengkaji bagaimana strategi penyajian berita ekonomi digunakan untuk mempertahankan dan meningkatkan audiens, serta implikasinya terhadap kualitas informasi dan kepentingan publik.

Selain itu, melalui konsep komodifikasi pekerja, penelitian terhadap berita ekonomi di *Tribunflores.com* dapat mengungkap kondisi kerja jurnalis lokal dalam sistem media digital. Jurnalis dituntut untuk memproduksi berita secara cepat, rutin, dan lintas platform dengan keterbatasan sumber daya. Tekanan produktivitas ini berpotensi memengaruhi kedalaman analisis dan keberimbangan berita ekonomi yang dihasilkan. Dengan demikian, penelitian ini penting untuk memahami bagaimana relasi produksi media—antara pemilik, redaksi, dan jurnalis—mempengaruhi proses produksi berita ekonomi. Secara keseluruhan, kajian ini memberikan kontribusi akademik dalam mengungkap bagaimana praktik jurnalisisme ekonomi di media lokal beroperasi dalam logika ekonomi politik media, serta dampaknya bagi fungsi media sebagai penyedia informasi publik yang kritis dan berorientasi pada kepentingan masyarakat.

Dengan demikian, cara *Tribunflores.com* menonjolkan tren harga atau perubahan musiman secara tidak langsung membentuk persepsi publik tentang ekonomi lokal, mencerminkan konstruksi realitas yang dipengaruhi oleh kepentingan ekonomi dan politik. Urgensi penelitian ini muncul dari minimnya kajian mengenai penggunaan big data di media lokal Indonesia. Jurnalisisme data berkembang pesat di tingkat nasional, namun praktik di daerah masih belum banyak diteliti. Padahal, literasi data sangat penting bagi media dalam menyajikan berita yang akurat, transparan, dan bebas spekulasi. Kajian ini diperlukan untuk menilai bagaimana *Tribunflores.com* mengonstruksi realitas ekonomi melalui penggunaan data, serta sejauh mana praktik tersebut memenuhi prinsip jurnalisisme berbasis bukti. Penelitian ini juga mempertimbangkan perspektif Mosco bahwa media lokal tidak lepas dari tekanan ekonomi-politik yang memengaruhi bagaimana berita ekonomi disajikan.

Penelitian ini dibatasi pada berita ekonomi *Tribunflores.com* periode September-November 2025, yaitu masa ketika dinamika harga pangan dan aktivitas pasar cukup tinggi. Pembatasan ini penting agar analisis lebih terarah dan mencerminkan kondisi ekonomi lokal yang sedang berubah. Dengan fokus tersebut, penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran jelas mengenai urgensi dan implikasi penggunaan big data dalam jurnalisisme ekonomi pada media lokal. Secara keseluruhan, big data bukan hanya inovasi teknologi, tetapi juga kebutuhan strategis dalam jurnalisisme ekonomi. Studi ini diharapkan memberikan kontribusi teoretis dan empiris dalam memahami bagaimana big data membentuk narasi ekonomi lokal, memengaruhi kualitas pemberitaan, dan berdampak pada literasi data masyarakat.

B. Metodologi

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan teori kritis untuk memahami bagaimana proses pemberitaan ekonomi di Tribunflores.com dibangun, termasuk menelaah sejauh mana potensi dan keterbatasan pemanfaatan big data dalam konstruksi realitas ekonomi lokal. Penelitian ini berlandaskan Teori Kritis, yang menekankan bahwa teks berita dibentuk melalui proses seleksi, penonjolan isu, dan keputusan editorial di ruang redaksi. Dari perspektif teori kritis ekonomi politik media Vincent Mosco, produksi berita juga dipengaruhi oleh struktur kepemilikan media, tekanan ekonomi, dan kepentingan politik, sehingga konten yang disajikan tidak hanya mencerminkan fakta, tetapi juga kepentingan yang mengarahkan agenda pemberitaan. Penelitian dilakukan di redaksi Tribunflores.com dengan menganalisis pemberitaan ekonomi pada September–November 2025, periode yang ditandai fluktuasi harga dan meningkatnya intensitas liputan ekonomi.

Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Informan dipilih secara purposive, yaitu pimpinan editor yang terlibat langsung dalam proses editorial. Wawancara semiterstruktur dan observasi digunakan untuk menilai pemanfaatan data dan penentuan isu, sementara dokumentasi mencakup tiga berita ekonomi sebagai pembanding. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman, meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Penelitian ini secara khusus dibatasi pada pemberitaan ekonomi untuk melihat secara mendalam penggunaan data dan dampaknya terhadap konstruksi realitas ekonomi, termasuk ketiadaan penerapan big data secara sistematis dalam proses produksi berita

C. Hasil dan Pembahasan

Berikut adalah 3 judul ekonomi yang akan dianalisis oleh peneliti, yang diambil dari portal berita TribunFlores.com:

- a) Pedagang Ikan Kering di Pasar Alok Maumere yang Tetap Bertahan Meski Harga Tidak Stabil



Gambar 1. Screenshot berita pertama
Sumber; (Elsy, 2025)

- b) Daftar harga bahan pokok di pasar Alok Maumere Selasa 21 Oktober 2025 Cabai, Bawang Hingga Sayur



Gambar 2. Screenshot berita kedua Sumber; (Elsy, 2025)

- c) Harga Bumbu Dapur dan Sayur Mayur di Pasar Alok Maumere



Gambar 3. Screenshot berita ketiga Sumber; (Elsy, 2025)

1. Implikasi Big Data Terhadap Praktik Jurnalistik

Pemanfaatan big data membawa perubahan struktural dalam kerja jurnalistik, yang juga berdampak pada media lokal seperti *tribunflores.com*. Berdasarkan temuan penelitian, transformasi ini tidak hanya bersifat teknologis, tetapi telah menggeser paradigma dan seluruh proses produksi berita, selaras dengan konsep jurnalisme konvergensi. Salah satu perubahan paling mencolok adalah imperatif pergeseran ke digital. Sebagai media yang beroperasi di Kabupaten Sikka, *Tribunflores.com* berhadapan dengan pola konsumsi masyarakat yang semakin digital. Observasi di redaksi menunjukkan bahwa tuntutan kecepatan, aksesibilitas, dan pembaruan informasi mendorong media ini untuk mengutamakan platform digital, mengikuti tren nasional di mana media cetak kian tersisihkan oleh dinamika pasar dan perubahan kebiasaan audiens (Nuraini & Ningsih, 2024).

Perpindahan ke ranah digital mentransformasi logika kerja redaksi. Dalam ekosistem ideal yang didukung big data, lahir konsep *Data-Driven Newsroom*, di mana keputusan editorial berbasis analisis tren isu, preferensi audiens, dan performa konten. Namun, observasi di *Tribunflores.com* mengungkap kesenjangan: meski beroperasi di ranah digital, pertimbangan redaksional masih lebih banyak mengandalkan metode konvensional dibandingkan analisis data skala besar. Media juga memperluas jangkauannya melalui berbagai kanal seperti website, aplikasi, dan media sosial. Kehadiran pada banyak platform memungkinkan media mengumpulkan data perilaku pengguna, yang kemudian digunakan untuk menyajikan konten yang lebih relevan dan terpersonalisasi.

Big data menciptakan standar kecepatan baru. Dalam konteks *TribunFlores.com*, tuntutan untuk melaporkan fluktuasi harga secara cepat seperti perubahan harga di Pasar Alok-sangat nyata. Wawancara dengan editor mengungkap bahwa redaksi mengandalkan pemantauan media sosial dan komunikasi langsung dengan pedagang untuk mendapatkan informasi terbaru. Namun, kemampuan untuk mengolah "arus data yang cepat" masih terbatas pada sumber-sumber manual, belum didukung oleh sistem otomatis atau dashboard data real-time.

Tekanan kecepatan membawa konsekuensi pada proses verifikasi. Analisis terhadap berita *Tribunflores.com* menunjukkan indikasi ini: dalam peliputan harga bawang (12 September 2025), data harian dari Pasar Alok langsung dipublikasikan tanpa konfirmasi silang yang mendalam dengan data BPS atau dinas terkait. Meski tidak ditemukan kesalahan fatal, pola ini berisiko terhadap akurasi jangka panjang, terutama untuk isu kompleks seperti inflasi. Ini mencerminkan dilema klasik jurnalisme digital: mengejar kecepatan sembari berusaha menjaga kredibilitas.

Dalam wacana jurnalisme digital, pemanfaatan big data sering kali menjadikan algoritma sebagai komponen kunci. Namun, pada level praktik di *TribunFlores.com*, implementasi algoritma dalam produksi berita masih terbatas. Media ini mungkin menggunakan platform analitik dasar untuk melihat trafik, namun pengolahan mendalam terhadap "data perilaku pengguna" untuk memetakan "pola konsumsi informasi" belum menjadi bagian dari rutinitas redaksional.

2. Peran Algoritma dan Big Data dalam Produksi Berita

Secara teoritis, pemanfaatan big data menjadikan algoritma sebagai inti dari newsroom digital. Namun, temuan di redaksi *Tribunflores.com* menunjukkan kondisi yang berbeda. Algoritma-dalam artian sistem yang menyeleksi dan mengolah data perilaku pengguna secara otomatis-belum menjadi komponen aktif dalam proses produksi berita ekonominya. Pemahaman terhadap pola konsumsi audiens masih bergantung pada asumsi redaksional dan umpan balik langsung, bukan pada analitik algoritmik yang mendalam. Dalam ekosistem jurnalistik modern, algoritme tidak lagi sekadar sistem teknis, melainkan instrumen yang memengaruhi bagaimana berita disusun dan disesuaikan dengan kebutuhan audiens. Melalui kemampuan memetakan tren dan minat pembaca, algoritme membantu media mengidentifikasi isu yang berpotensi menarik perhatian publik.

Dalam model data-driven newsroom, dominasi algoritma menggeser cara kerja jurnalis dari pertimbangan redaksional murni ke keputusan yang juga didorong data analitik. Ruang redaksi perlu bekerja sama dengan wartawan dan peneliti sebagai tim riset big data. Model ini bisa disesuaikan dengan kondisi setiap media, dan disusun berdasarkan pengalaman para pelaku media di Indonesia dalam mengembangkan jurnalisme berbasis data (Hidayat, 2020). Namun, transisi ini belum terlihat jelas di *Tribunflores.com*. Wawancara dengan pimpinan redaksi mengungkapkan bahwa penentuan liputan ekonomi masih sangat bergantung pada pertimbangan editorial tradisional dan isu aktual di lapangan, bukan pada metrik performa artikel seperti durasi membaca atau viralitas yang diolah algoritma. Situasi ini memunculkan

pergeseran orientasi kerja: jurnalis tidak hanya menilai nilai berita, tetapi juga mempertimbangkan potensi respons audiens yang terbaca melalui sistem algoritmik. Dengan demikian, praktik jurnalistik berkembang menjadi kombinasi antara intuisi profesional dan analisis data.

Idealnya, algoritma berperan dalam agenda setting dengan menjadikan interaksi pengguna sebagai sinyal. Pembentukan agenda tidak semata-mata dikendalikan oleh media, tetapi juga dipengaruhi oleh pola interaksi pengguna yang diolah melalui sistem algoritma. Kondisi tersebut menunjukkan pergeseran agenda setting dari pola hierarkis ke pola jaringan, di mana isu, atribut dan keterkaitannya membentuk jaringan agenda yang terus berkembang. Oleh karena itu, algoritma dan aktivitas pengguna menjadi sumber penting dalam pembentukan agenda public di era digital (Studi & Dan, 2019). Sementara itu, praktik di Tribunflores.com menunjukkan pola yang lebih sederhana. Perhatian redaksi terhadap isu tertentu (seperti kenaikan harga cabai) memang muncul karena keaktualan dan dampaknya langsung ke masyarakat, bukan karena analisis data keterlibatan (engagement) yang kompleks. Dengan kata lain, "respons pembaca" yang membentuk agenda lebih bersifat anekdotal (dari komentar di media sosial) ketimbang hasil pembacaan algoritmik sistematis.

Meskipun Tribunflores.com belum tergantung pada algoritma, pembahasan tentang risikonya tetap relevan sebagai bahan refleksi ke depan. Jika nantinya media lokal ini mengadopsi sistem algoritmik, mereka perlu mewaspadai risiko seperti orientasi berlebihan pada trafik yang dapat mengabaikan isu penting namun kurang populer (misalnya, kebijakan fiskal daerah), serta tekanan yang mengurangi ruang untuk liputan mendalam. Saat ini, tantangan utama justru terletak pada keterbatasan data, bukan pada distorsi akibat algoritma.

3. Analisis Kritis pada Berita Ekonomi di Media Online Tribunflores.com (September – November 2025) dari Perspektif Ekonomi Politik Media, Vincent Mosco

Berita berjudul "*Pedagang Ikan Kering di Pasar Alok Maumere Tetap Bertahan Meski Harga Tidak Stabil*" yang dimuat di Tribunflores.com merepresentasikan praktik jurnalisisme ekonomi lokal yang berfokus pada dinamika pasar tradisional dan kehidupan pedagang kecil. Namun, jika dianalisis menggunakan perspektif ekonomi politik media Vincent Mosco, pemberitaan ini tidak hanya dapat dipahami sebagai penyampaian informasi ekonomi, melainkan juga sebagai bagian dari proses produksi media yang berada dalam relasi kepentingan ekonomi, pasar, dan kekuasaan.

a. Komodifikasi Isi (Content Commodification)

Dari sisi komodifikasi isi, berita ini menunjukkan bagaimana realitas ekonomi pedagang ikan kering dikemas menjadi konten yang memiliki nilai jual. Kisah perjuangan pedagang kecil, ketidakstabilan harga, dan ancaman kerugian dijadikan narasi human interest yang menarik perhatian pembaca. Data harga ikan, pendapatan harian, serta kutipan langsung dari pedagang berfungsi memperkuat daya tarik berita sekaligus meningkatkan kredibilitas isi. Dalam kerangka Mosco, informasi ekonomi tersebut tidak lagi sekadar memenuhi hak publik atas informasi, tetapi telah berubah menjadi komoditas media yang ditujukan untuk meningkatkan trafik pembaca dan keberlanjutan bisnis media digital. Akibatnya, isu struktural yang lebih luas, seperti kebijakan pemerintah daerah, tata niaga ikan, atau relasi kekuasaan antara pedagang kecil dan pedagang besar, belum digali secara mendalam.

b. Komodifikasi Khalayak (Audience Commodification)

Berita ini juga memperlihatkan praktik komodifikasi khalayak, di mana pembaca Tribunflores.com diposisikan sebagai aset ekonomi media. Penyajian berita ekonomi lokal yang dekat dengan kehidupan sehari-hari masyarakat Maumere berpotensi menciptakan keterikatan emosional dan kebiasaan membaca secara rutin. Dalam perspektif Mosco, audiens tidak hanya dipahami sebagai penerima informasi, tetapi sebagai komoditas yang "dijual" kepada pengiklan melalui indikator jumlah pembaca dan interaksi digital. Dengan demikian, berita ekonomi seperti ini berfungsi ganda: memberikan informasi publik sekaligus mempertahankan dan memperluas basis audiens yang bernilai secara ekonomi bagi media.

c. Komodifikasi Pekerja Media (Labour Commodification)

Dari aspek komodifikasi pekerja, fakta bahwa berita ini ditulis oleh reporter magang menunjukkan kondisi kerja dalam industri media lokal digital. Reporter magang dituntut untuk memproduksi berita ekonomi secara cepat dan rutin, dengan sumber daya terbatas dan tekanan produktivitas yang tinggi. Dalam kerangka Mosco, tenaga kerja media diposisikan sebagai bagian dari proses produksi komoditas media, di mana keterampilan jurnalistik dimanfaatkan secara maksimal untuk menghasilkan konten, namun sering kali tanpa jaminan kesejahteraan yang sepadan. Kondisi ini berpotensi memengaruhi

kedalaman analisis berita, karena jurnalis lebih diarahkan pada pelaporan faktual dan deskriptif daripada investigasi kritis terhadap struktur ekonomi yang melatarbelakangi persoalan pedagang kecil.

d. Implikasi Ekonomi Politik Media

Secara keseluruhan, berita ini mencerminkan bagaimana jurnalisisme ekonomi di media lokal beroperasi dalam logika ekonomi politik media. Informasi ekonomi disajikan dalam batasan kepentingan pasar media, kebutuhan audiens, dan efisiensi produksi berita. Meskipun berita ini penting sebagai dokumentasi kondisi pedagang kecil, dari perspektif kritis Mosco dapat disimpulkan bahwa fungsi media sebagai pengawas kekuasaan (watchdog) belum sepenuhnya optimal. Media masih lebih menekankan aspek naratif dan deskriptif dibandingkan analisis struktural yang menyoroati relasi kekuasaan ekonomi dan tanggung jawab negara.

Berita mengenai *daftar harga bahan pokok di Pasar Alok Maumere* yang dimuat Tribunflore.com merepresentasikan praktik jurnalisisme ekonomi lokal yang menekankan pada penyajian data harga secara rutin dan informatif. Namun, dalam perspektif ekonomi politik media Vincent Mosco, pemberitaan ini tidak dapat dipahami semata sebagai informasi publik, melainkan sebagai bagian dari proses produksi media yang sarat dengan kepentingan ekonomi, logika pasar, dan relasi kekuasaan.

a. Komodifikasi Isi (Content Commodification)

Dari sudut pandang komodifikasi isi, daftar harga bahan pokok disajikan sebagai konten yang bernilai jual tinggi karena memiliki relevansi langsung dengan kebutuhan sehari-hari masyarakat. Informasi harga cabai, bawang, sayuran, dan bumbu dapur dikemas dalam format daftar yang mudah dibaca dan diperbarui secara berkala, sehingga mendorong pembaca untuk mengakses media secara rutin. Dalam kerangka Mosco, informasi ekonomi ini telah berubah menjadi komoditas media, di mana realitas pasar tradisional diolah menjadi produk informasi yang dapat menarik trafik pembaca. Namun, pemberitaan ini cenderung bersifat deskriptif dan tidak mengulas faktor struktural penyebab fluktuasi harga, seperti distribusi, peran tengkulak, kebijakan pemerintah daerah, atau kondisi pasokan, sehingga fungsi kritis media terhadap struktur ekonomi belum tampak kuat.

b. Komodifikasi Khalayak (Audience Commodification)

Berita ini juga mencerminkan komodifikasi khalayak, di mana pembaca diposisikan sebagai aset ekonomi media. Penyajian informasi harga harian membangun ketergantungan audiens terhadap Tribunflore.com sebagai rujukan utama informasi pasar. Dalam perspektif Mosco, khalayak tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga menjadi komoditas yang dijual kepada pengiklan melalui indikator jumlah kunjungan dan interaksi digital. Dengan kata lain, daftar harga bahan pokok berfungsi sebagai alat untuk mempertahankan loyalitas pembaca sekaligus meningkatkan nilai ekonomi media dalam ekosistem periklanan digital.

c. Komodifikasi Pekerja Media (Labour Commodification)

Dari aspek komodifikasi pekerja, fakta bahwa berita ini ditulis oleh reporter magang menunjukkan kondisi produksi berita dalam industri media lokal digital. Reporter magang dituntut untuk mengumpulkan data harga di lapangan dan memproduksi berita secara cepat, rutin, dan berulang. Dalam perspektif Mosco, tenaga kerja media dimanfaatkan secara maksimal untuk menghasilkan konten yang dibutuhkan pasar media, sering kali tanpa ruang yang cukup untuk pengembangan analisis mendalam. Kondisi ini berpotensi membatasi peran jurnalis sebagai analis kritis ekonomi, karena fokus utama diarahkan pada pemenuhan target produksi konten.

d. Implikasi Ekonomi Politik Media

Secara keseluruhan, berita daftar harga bahan pokok ini mencerminkan bagaimana jurnalisisme ekonomi lokal dijalankan dalam kerangka ekonomi politik media. Media berfungsi sebagai penyedia informasi praktis bagi masyarakat, tetapi sekaligus beroperasi dalam logika komersial yang menuntut efisiensi, keteraturan konten, dan daya tarik audiens. Akibatnya, media lebih berperan sebagai penyampai data pasar dibandingkan sebagai aktor kritis yang mengungkap relasi kekuasaan ekonomi di balik fluktuasi harga bahan pokok.

Berita mengenai harga bumbu dapur dan sayur mayur di Pasar Alok Maumere yang dimuat oleh Tribunflore.com memperlihatkan praktik jurnalisisme ekonomi lokal yang berfokus pada penyampaian informasi harga bahan pokok secara aktual. Namun, dalam perspektif ekonomi politik media Vincent Mosco, pemberitaan ini tidak hanya berfungsi sebagai informasi publik,

tetapi juga sebagai produk media yang diproduksi dan didistribusikan dalam kerangka kepentingan ekonomi dan logika pasar media.

a. Komodifikasi Isi (Content Commodification)

Dari sisi komodifikasi isi, informasi harga bahan pokok dikemas dalam bentuk daftar komoditas dan harga yang mudah dipahami dan relevan dengan kebutuhan sehari-hari masyarakat. Penyajian data harga cabai, bawang, sayur-mayur, dan rempah-rempah menjadikan realitas ekonomi pasar tradisional sebagai konten yang bernilai jual tinggi. Dalam kerangka Mosco, fakta ekonomi tersebut telah mengalami transformasi menjadi komoditas media yang bertujuan menarik perhatian pembaca dan meningkatkan trafik kunjungan. Namun, pemberitaan ini bersifat deskriptif dan belum menggali faktor struktural di balik tingginya harga rempah tertentu, seperti distribusi pasokan, peran pedagang besar, atau kebijakan pemerintah daerah, sehingga fungsi kritis media terhadap struktur ekonomi masih terbatas.

b. Komodifikasi Khalayak (Audience Commodification)

Berita ini juga mencerminkan proses komodifikasi khalayak, di mana pembaca diposisikan sebagai aset ekonomi media. Informasi harga bahan pokok yang diperbarui secara berkala mendorong masyarakat untuk menjadikan Tribunflores.com sebagai rujukan utama informasi pasar. Dalam perspektif Mosco, audiens tidak hanya berperan sebagai konsumen informasi, tetapi juga sebagai komoditas yang nilainya diukur melalui jumlah pembaca, klik, dan interaksi digital yang kemudian ditawarkan kepada pengiklan. Dengan demikian, berita harga bahan pokok berfungsi sebagai sarana mempertahankan loyalitas pembaca dan meningkatkan nilai ekonomi media.

c. Komodifikasi Pekerja Media (Labour Commodification)

Dari aspek komodifikasi pekerja, penyebutan reporter magang sebagai penulis berita menunjukkan kondisi kerja dalam industri media lokal digital. Reporter magang dituntut untuk mengumpulkan data harga di lapangan dan memproduksi berita secara cepat dan rutin. Dalam perspektif Mosco, tenaga kerja media diposisikan sebagai bagian dari mekanisme produksi komoditas media, di mana keterampilan jurnalistik dimanfaatkan untuk menghasilkan konten yang dibutuhkan pasar, sering kali tanpa ruang yang memadai untuk analisis mendalam. Hal ini berdampak pada kecenderungan berita yang lebih informatif-deskriptif dibandingkan kritis-analitis.

d. Implikasi Ekonomi Politik Media

Secara keseluruhan, berita ini mencerminkan bagaimana jurnalisme ekonomi lokal beroperasi dalam logika ekonomi politik media. Media menjalankan fungsi informatif dengan menyediakan data harga yang dibutuhkan masyarakat, tetapi pada saat yang sama terikat pada kepentingan komersial media digital yang menuntut efisiensi dan keteraturan produksi konten. Akibatnya, media lebih berperan sebagai penyaji data pasar daripada sebagai pengawas kritis terhadap relasi kekuasaan ekonomi yang memengaruhi fluktuasi harga bahan pokok.

Tabel Rangkuman Pembahasan Berita-Berita Ekonomi di Tribunflores.com yang telah dianalisis menggunakan Perspektif Ekonomi Politik Media Vincent Mosco

No	Judul Berita	Waktu Publikasi	Ringkasan Berita	Analisis Kritis Berita Ekonomi Politik Media Vincent Mosco
1	Pedagang ikan kering di pasar Alok Maumere yang tetap bertahan meski harga tidak stabil	Kamis, 13 September 2025	Berita ini menggambarkan kondisi pedagang ikan kering di Pasar Alok yang tetap bertahan di tengah harga yang fluktuatif, persaingan dengan pedagang besar, dan risiko kerugian. Narasumber menceritakan pendapatan harian,	Dari sisi komodifikasi isi, realitas ekonomi pedagang kecil dikemas sebagai narasi human interest yang menarik pembaca. Komodifikasi khalayak terlihat dari upaya media menarik simpati dan keterikatan audiens lokal. Komodifikasi pekerja tercermin dari peran reporter magang yang memproduksi berita deskriptif dengan keterbatasan ruang analisis

			proses pengawetan ikan, serta harapan terhadap perhatian pemerintah daerah.	struktural. Media lebih menonjolkan kisah personal dibanding kritik terhadap sistem distribusi dan kebijakan ekonomi.
2	Daftar harga bahan pokok di pasar Alok Maumere Selasa 21 Oktober 2025	Rabu,22 Oktober 2025	Berita ini menyajikan daftar harga berbagai bahan pokok, sayur, bumbu dapur, dan rempah-rempah yang dijual di Pasar Alok Maumere. Informasi disusun dalam format data harga untuk kebutuhan konsumsi harian masyarakat.	Komodifikasi isi tampak pada penyajian data harga sebagai konten rutin bernilai jual tinggi. Komodifikasi khalayak muncul melalui penciptaan ketergantungan pembaca terhadap informasi harga harian. Komodifikasi pekerja terlihat dari tuntutan produksi berita cepat dan berulang oleh reporter magang. Media berfungsi sebagai penyaji data pasar, namun minim analisis tentang faktor struktural fluktuasi harga.
3	Harga Bumbu Dapur dan Sayur Mayur di Pasar Alok Maumere	Selasa, 11 november 2025	Berita ini memuat informasi harga terbaru bumbu dapur, sayur mayur, dan rempah-rempah di Pasar Alok Maumere, termasuk komoditas dengan harga tinggi seperti lada hitam dan ketumbar.	Dalam perspektif Mosco, berita ini menunjukkan komodifikasi isi melalui pengemasan data harga sebagai produk informasi yang marketable. Komodifikasi khalayak terlihat dari upaya mempertahankan pembaca melalui update harga berkala. Komodifikasi pekerja tercermin pada produksi berita informatif oleh reporter magang tanpa analisis mendalam. Media belum mengkritisi relasi kekuasaan ekonomi dan distribusi pasar yang memengaruhi harga.

Perkembangan big data telah menjadi elemen penting dalam transformasi praktik jurnalisme kontemporer, termasuk dalam jurnalisme ekonomi di media lokal seperti Tribunflores.com. Big data tidak hanya menghadirkan perubahan pada aspek teknologi, tetapi juga menggeser paradigma kerja jurnalistik secara struktural, mulai dari proses perencanaan liputan, produksi berita, hingga distribusi dan evaluasi konten. Dalam konteks media lokal, pemanfaatan big data menjadi semakin urgen karena dapat memperkuat fungsi media sebagai penyedia informasi ekonomi yang akurat, relevan, dan kontekstual bagi masyarakat.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa Tribunflores.com telah menyesuaikan diri dengan pergeseran pola konsumsi audiens yang semakin digital. Berita ekonomi, khususnya laporan harga bahan pokok dan dinamika pasar tradisional, menjadi konten rutin yang memiliki nilai strategis tinggi karena berkaitan langsung dengan kebutuhan sehari-hari masyarakat Kabupaten Sikka. Namun, meskipun beroperasi dalam ekosistem digital, pemanfaatan big data di Tribunflores.com masih terbatas. Data ekonomi yang diperoleh dari lapangan belum diolah menjadi analisis berbasis tren atau pola jangka panjang, sehingga potensi big data sebagai alat pengayaan berita ekonomi belum dimaksimalkan.

Implikasi big data terhadap praktik jurnalistik tampak jelas pada meningkatnya tuntutan kecepatan dan kontinuitas pemberitaan. Redaksi Tribunflores.com dituntut untuk menyajikan

informasi ekonomi secara cepat, terutama terkait fluktuasi harga di Pasar Alok. Dalam praktiknya, proses pengumpulan data masih mengandalkan metode manual seperti observasi langsung dan komunikasi dengan pedagang. Keterbatasan ini menciptakan kesenjangan antara idealitas *data-driven newsroom* dan realitas produksi berita, serta memunculkan dilema antara kecepatan publikasi dan kedalaman verifikasi.

Tekanan kecepatan tersebut berdampak pada kualitas verifikasi data. Analisis terhadap berita ekonomi Tribunflores.com periode September–November 2025 menunjukkan bahwa data harga sering kali dipublikasikan tanpa perbandingan sistematis dengan sumber resmi seperti Badan Pusat Statistik atau instansi pemerintah daerah. Meskipun tidak ditemukan kesalahan data yang signifikan, pola ini berisiko mengurangi akurasi dan kedalaman analisis ekonomi dalam jangka panjang, terutama ketika media dihadapkan pada isu ekonomi yang lebih kompleks seperti inflasi atau ketimpangan distribusi.

Dalam wacana jurnalisme digital, big data kerap dikaitkan dengan peran algoritma dalam menentukan agenda pemberitaan. Secara teoretis, algoritma memungkinkan media memetakan minat audiens dan mengidentifikasi isu yang memiliki potensi keterlibatan tinggi. Namun, praktik di Tribunflores.com menunjukkan bahwa algoritma belum menjadi instrumen utama dalam proses editorial. Penentuan agenda berita ekonomi masih didasarkan pada pertimbangan redaksional konvensional dan keaktualan isu di lapangan, bukan pada analisis mendalam terhadap data perilaku pengguna. Respons audiens lebih banyak dibaca melalui komentar atau interaksi kasat mata di media sosial, bukan melalui sistem analitik yang terintegrasi.

Jika ditinjau dari perspektif ekonomi politik media Vincent Mosco, implikasi big data, atau keterbatasan pemanfaatannya, berkaitan erat dengan proses komodifikasi dalam media. Berita ekonomi di Tribunflores.com menunjukkan kecenderungan komodifikasi isi, di mana data harga dan kisah pedagang kecil dikemas sebagai konten rutin yang marketable dan berorientasi pada trafik pembaca. Audiens diposisikan sebagai komoditas ekonomi melalui upaya mempertahankan kunjungan dan loyalitas pembaca, meskipun belum diolah secara algoritmik. Sementara itu, pekerja media, khususnya reporter magang, berada dalam posisi yang menuntut produktivitas tinggi dengan ruang terbatas untuk pengolahan data dan analisis mendalam, yang mencerminkan praktik komodifikasi tenaga kerja media.

Dalam konteks ini, big data seharusnya dapat menjadi instrumen strategis untuk memperkuat fungsi kritis jurnalisme ekonomi. Dengan pengolahan data yang sistematis, media lokal berpotensi tidak hanya menyajikan data harga harian, tetapi juga mengungkap pola fluktuasi, relasi kekuasaan dalam distribusi komoditas, serta dampak kebijakan ekonomi daerah terhadap masyarakat kecil. Namun, keterbatasan pemanfaatan big data di Tribunflores.com menyebabkan jurnalisme ekonomi masih cenderung deskriptif dan berorientasi pasar, sehingga fungsi media sebagai pengawas kekuasaan ekonomi belum berjalan secara optimal.

Dengan demikian, urgensi big data dalam jurnalisme ekonomi lokal terletak pada kemampuannya untuk meningkatkan kualitas analisis, akurasi, dan daya kritis pemberitaan. Sementara itu, implikasi dari belum optimalnya pemanfaatan big data adalah dominasi logika komersial media digital yang menempatkan berita ekonomi sebagai komoditas informasi, bukan sebagai alat kritik sosial dan ekonomi. Oleh karena itu, pengembangan jurnalisme ekonomi berbasis big data di media lokal perlu diarahkan pada penguatan peran media sebagai *watchdog* ekonomi yang berpihak pada kepentingan publik, bukan semata pada peningkatan trafik dan efisiensi produksi berita.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis terhadap berita ekonomi di Tribunflores.com edisi September–November 2025, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan big data telah menjadi kebutuhan penting dalam praktik jurnalisme digital, namun belum sepenuhnya diimplementasikan secara optimal pada level media lokal. Meskipun Tribunflores.com telah bertransformasi ke platform digital dan menyesuaikan diri dengan perubahan pola konsumsi audiens, proses produksi berita ekonomi masih didominasi oleh metode jurnalistik konvensional yang bersifat deskriptif dan berbasis observasi lapangan. Implikasi dari keterbatasan pemanfaatan big data terlihat pada meningkatnya tekanan kecepatan produksi berita yang tidak selalu diimbangi dengan pendalaman analisis dan verifikasi berbasis data resmi. Berita ekonomi cenderung disajikan sebagai informasi harga harian dan narasi human interest tanpa pengolahan data jangka panjang yang mampu mengungkap pola fluktuasi, relasi kekuasaan pasar, atau dampak kebijakan ekonomi daerah. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara idealitas *data-driven newsroom* dan praktik jurnalistik yang dijalankan.

Dalam perspektif ekonomi politik media Vincent Mosco, praktik jurnalisme ekonomi di Tribunflores.com memperlihatkan proses komodifikasi isi, khalayak, dan pekerja media. Konten berita ekonomi diproduksi sebagai komoditas yang bernilai jual tinggi, audiens diposisikan sebagai aset ekonomi media, dan pekerja media, terutama reporter magang, dituntut untuk memproduksi berita secara cepat dan rutin dengan ruang analisis yang terbatas. Keterbatasan pemanfaatan big data memperkuat orientasi komersial media, sehingga fungsi kritis jurnalisme ekonomi sebagai pengawas kekuasaan ekonomi belum berjalan secara optimal. Oleh karena itu, pengembangan jurnalisme ekonomi berbasis big data di media lokal menjadi sangat penting untuk meningkatkan kualitas, akurasi, dan kedalaman pemberitaan. Pemanfaatan big data seharusnya tidak hanya diarahkan pada peningkatan trafik dan efisiensi produksi berita, tetapi juga pada penguatan peran media sebagai penyedia informasi publik yang kritis, reflektif, dan berpihak pada kepentingan masyarakat. Dengan demikian, big data dapat menjadi instrumen strategis dalam memperkuat fungsi demokratis jurnalisme ekonomi di era digital.

E. Referensi

- Edenzwo, Z., & Priyo, T. (2018). Komodifikasi , Spasialisasi , dan Strukturasi dalam Media Baru Di Indonesia (Ekonomi Politik Komunikasi Vincent Mosco Pada Line Webtoon). *National Conference of Creative Industry: Sustainable Tourism Industry for Economic Development Universitas Bunda Mulia, Jakarta, September*, 5–6.
- Elsy, N. (2025). *Pedagang Ikan Kering di Pasar Alok Maumere yang Tetap Bertahan Meski Harga Tidak Stabil*. 13 September. flores.tribunnews.com/sikka/51228
- Hidayat, Z. (2020). Data-driven journalism based on big data analytics: A model development from Indonesia's experience. *Journal of Content, Community and Communication*.
- Mogot, Y., & Rantona, S. (2024). *Penerapan Jurnalisme Bigdata oleh Media Matabandung . Pikiran-*. 50–59.
- Nuraini, I., & Ningsih, D. K. (2024). *Memahami Model Bisnis Jurnalisme Digital di Indonesia*. 08(01), 1–14.
- Sari, W. (2020). Fenomena Ekonomi Politik Komunikasi di Indonesia (Studi kasus Komodifikasi Hijab dalam Iklan Hijab Fresh Body & Lotion Unilever) *The Political Economy Phenomenon of Communication in Indonesia (Case study of Hijab Commodification in Unilever ' s Fresh B. Jurnal Penelitian Pers Dan Komunikasi Pembangunan*, 24(1).
- Studi, J., & Dan, K. (2019). *Implikasi Penggunaan Big Data terhadap Metode Penelitian*. 1–20.
- Toji, E. J., Gobang, J. K. G. D., & Kedoh, L. N. (2024). Penerapan Karakteristik Bahasa Jurnalistik pada Berita Media Online TribunFlores.com. *Arus Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 4(3), 2085–2091.