



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PROGRAM PASCASARJANA UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

ABSTRAK

**EKONOMI POLITIK DALAM IMPLEMENTASI REGULASI PENYIARAN
OLEH JAK TV PADA KAMPANYE PEMILUKADA DKI JAKARTA 2012**

Nama : Rizki Ayu Budipratiwi
NIM : 55207120021
Konsentrasi : Media dan Komunikasi Politik
x + 149 halaman + 10 lampiran
Bibliografi 30 (1983 – 2013)

Berangkat dari pemahaman bahwa industri media massa tak terhindar dari tuntutan faktor ekonomi dan politik, sebuah stasiun televisi sebagai kekuatan pemodal dituntut untuk dapat memberikan keuntungan sebesar-besarnya melalui berbagai rangkaian program diantaranya yang berkaitan dengan isu-isu seputar perkembangan politik dengan agenda besar seperti Pemilihan Umum Kepala Daerah (Pemilukada) DKI Jakarta tahun 2012. Seperti halnya Jak TV, sebagai stasiun televisi swasta lokal berpotensi digunakan sebagai alat kepentingan pihak-pihak tertentu berkaitan dengan tujuan atau motif ekonomi politik. Di lain sisi, Jak TV juga mempunyai tanggungjawab dalam menyiarkan program yang sesuai dengan aturan atau regulasi yang berlaku, termasuk P3SPS yang dikeluarkan oleh KPI Pusat, dalam hal ini pasal 50 P3 dan pasal 71 SPS. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor ekonomi politik dalam implementasi regulasi penyiaran oleh Jak TV pada Pemilukada DKI Jakarta 2012.

Penelitian ini bersifat deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode yang digunakan adalah studi kasus yang dikemukakan oleh Michael D. Myers yang menekankan pada penggunaan teori-teori kritis sebagai suatu sudut pandang atau perspektif berpikir atau analisis. Teori ekonomi politik utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah seperti yang dikemukakan oleh Peter K. Pringle and Michael F. Starr, bahwa semua lembaga penyiaran (program) ditentukan oleh 4 (empat) faktor, yakni: khalayak, pengelola media, pengiklan, dan regulator. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara mewawancarai 4 (empat) narasumber yang relevan dan kompeten, yaitu Wakil Ketua KPID Provinsi DKI Jakarta, Ketua KPUD DKI Jakarta (2008-2013), dan Kepala Pemberitaan Jak TV serta unsur pengamat media dari AJI Jakarta.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam melakukan program siarannya selama masa kampanye Pemilukada DKI Jakarta tahun 2012, faktor ekonomi politik yang berkaitan dengan khalayak merupakan aspek ataupun unsur yang diutamakan oleh Jak TV. Pengaruh unsur khalayak ini terfokus pada muatan program yang mengedepankan kepentingan khalayak. Dari sisi kepentingan ekonomi, meskipun tidak terlalu jelas terlihat pengaruh faktor pengelola dan pemilik, namun sebagai stasiun televisi lokal swasta, Jak TV tetap memanfaatkan momen Pemilukada DKI Jakarta tahun 2012 sebagai sarana pencarian profit ataupun keuntungan. Sementara dari sisi regulator, Jak TV lebih memposisikan mereka sebagai mitra kerja dan memandang regulasi yang ada adalah sebagai satu standar yang memang seharusnya ada.

ABSTRACT

Departing from the notion that the media industry is not spared from the demands of economic and political factors, the media shows that the factors of production, distribution and consumption of media is a process of continuous reciprocal experienced by each actor and media organizations. In this regard, as the power of capitalists, television stations are required to provide maximum profit through a series of programs related to issues surrounding the development of the political agenda such as the Regional Election (Pemilihan Umum Kepala Daerah/Pemilukada) of Jakarta in 2012. As well as with Jak TV, as the strength of political economy is expected to become the supporting pillar the sustainability of national life. To that end, the mass media, especially television, should show the forms of impressions which of course should be guided by the principles of right, as P3SPS issued by the KPI, in this case Article 50 P3 and Article 71 of the SPS. The aim of this study is to determine the factors in the political economy of regulation implementation by Jak TV in Jakarta's Election year 2012.

This is a descriptive study with a qualitative approach. The method used is a case study that puts critical theories as a viewpoint or perspective of thinking or analysis. Data was collected by interviewing four relevant and competent sources.

The results showed that in conducting the program that broadcast during the Pemilukada campaign in Jakarta in 2012, the political economic factors relating to the aspect or element of the audience was preferred by Jak TV. The influence of audience was focused on the content of program that promotes the interests of the audience. In terms of economic interests, though not very clearly visible the influence of the managers and the owners, but as a private television station, Jak TV still utilizes the moment of Jakarta General Election in 2012 as a means of profit. In terms of the regulators, Jak TV over their position as partners and look at existing regulations as a standard one that was already supposed to exist.

Keywords: Political economy of media, regulation, political campaign, regional election