

U/ Menara City



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Yayasan Menara Bhakti	
UNIVERSITAS MERCU BUANA	
Perpustakaan Pusat	
Sumber :	<i>Sumber</i>
Tanggal :	<i>10/01/13</i>
No. Reg. :	<i>1. T12/30983</i> <i>2. Tk/52/13/028</i>

KONGLOMERASI MEDIA DAN RUANG PUBLIK
(ANALISIS EKONOMI POLITIK MEDIA TERHADAP
GRUP MEDIA NUSANTARA CITRA)

TESIS

UNIVERSITAS
Oleh :
MERCU BUANA
Nama: Dedi Fahrudin

NIM: 55207110015

UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
2012

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama : Dedi Fahrudin
NIM : 55207110015
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Media dan Komunikasi Politik
Judul : Konglomerasi Media dan Ruang Publik (Analisis Ekonomi
Politik Media Terhadap Grup Media Nusantara Citra)

Jakarta, 16 Januari 2012

Pembimbing I


Dr. Umaimah Wahid, M.Si

Pembimbing II


Feni Fasta, M.Si

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG

Judul : Konglomerasi Media dan Ruang Publik (Analisis Ekonomi
Politik Media Terhadap Grup Media Nusantara Citra)

Nama : Dedi Fahrudin

NIM : 55207110015

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Media dan Komunikasi Politik

Tanggal : 07 Februari 2012

Jakarta, 07 Februari 2012

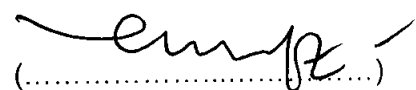
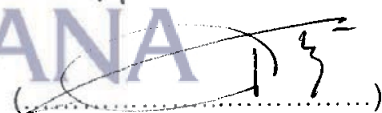
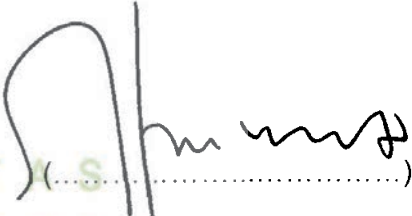
Mengetahui,

1. Ketua Sidang
Heri Budianto, S.Sos., M.Si

2. Penguji Ahli
Dr. Farid Hamid, M.Si

3. Pembimbing I
Dr. Umaimah Wahid, M.Si

4. Pembimbing II
Feni Fasta, M.Si



LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

Judul : Konglomerasi Media dan Ruang Publik (Analisis Ekonomi
Politik Media Terhadap Grup Media Nusantara Citra)

Nama : Dedi Fahrudin

NIM : 55207110015

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Media dan Komunikasi Politik

Tanggal : 07 Februari 2012

Jakarta, 27 Februari 2012

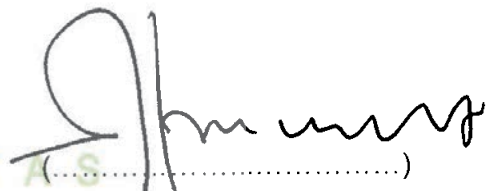
Mengetahui,

1. Ketua Sidang
Heri Budiarto, S.Sos., M.Si

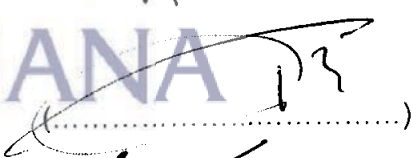
2. Penguji Ahli
Dr. Farid Hamid, M.Si

3. Pembimbing I
Dr. Umaimah Wahid, M.Si

4. Pembimbing II
Feni Fasta, M.Si



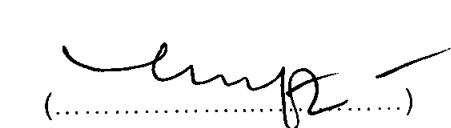
(.....)



(.....)



(.....)



(.....)

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Judul : Konglomerasi Media dan Ruang Publik (Analisis Ekonomi
Politik Media Terhadap Grup Media Nusantara Citra)

Nama : Dedi Fahrudin

NIM : 55207110015

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Media dan Komunikasi Politik

Tanggal : 07 Februari 2012

Jakarta, 27 Februari 2012

Disetujui dan diterima oleh,

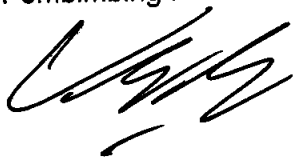
Direktur Program Pascasarjana

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Prof. Dr. Didik J. Rachbini

Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi

Dr. Farid Hamid, M.Si

Pembimbing I



Dr. Umaimah Wahid, M.Si

Pembimbing II



Feni Fasta, M.Si

PERNYATAAN

Judul : Konglomerasi Media dan Ruang Publik (Analisis Ekonomi
Politik Media Terhadap Grup Media Nusantara Citra)

Nama : Dedi Fahrudin

NIM : 55207110015

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Media dan Komunikasi Politik

Tanggal : 07 Februari 2012

Merupakan hasil studi lapangan dan karya saya sendiri dengan dibimbing oleh Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Direktur Pascasarjana Universitas Mercubuana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data dan hasil pengolahan yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 07 Februari 2012



Dedi Fahrudin

Dedi Fahrudin
55207110015

Konglomerasi Media dan Ruang Publik

(Analisis Ekonomi Politik Media Terhadap Grup Media Nusantara Citra)

118 halaman isi, 5 halaman daftar pustaka; 35 buku, jurnal, 3 undang-undang, 5 majalah, 5 artikel internet, 3 tesis, lampiran 9 wawancara

ABSTRAKSI

Pasca perubahan politik pemerintahan pada bulan Mei 1998 menandai berbagai perubahan sosio ekonomi dan politik di Indonesia. Pergeseran ini ditandai dengan pergantian dari state regulation dimana negara sangat berkuasa terhadap pasar dan media itu sendiri, kepada market regulation sesuai dengan mekanisme pasar yang bertumpu pada kaidah permintaan – penawaran, logika sirkuit modal dan rasionalitas maksimalisasi produksi dan konsumsi. Derasnya persaingan ini menyebabkan banyaknya industri media yang melakukan akuisisi dan merger, sehingga terjadi konsentrasi kepemilikan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan kajian ekonomi politik media kritis, yang berupaya mengeksplorasi bagaimana konglomerasi yang terjadi di MNC Group, mengetahui alasan-alasan MNC Grup menerapkan konglomerasi dalam melaksanakan proses produksi, reproduksi, distribusi dan konsumsi informasi. Penelitian juga berupaya menguraikan apakah konglomerasi media memberikan ruang bagi publik untuk mengakses dan memberikan kontribusi informasi.

Berdasarkan temuan dalam penelitian ini MNC Grup termasuk perusahaan dengan kepemilikan terpusat yang mengarah kepada kepemilikan perusahaan pribadi (*private companies*) juga termasuk perusahaan yang fokus usahanya dalam industri media dan informasi (*communication conglomerates*). Dalam MNC grup juga terjadi apa yang disebut Mosco komodifikasi, spasialisasi, dan strukturasi. Konglomerasi media menciptakan kesenjangan akses informasi, menyebabkan keseragaman isi (*diversity of content*). Konglomerasi media juga tidak memberikan ruang yang cukup bagi terciptanya ruang publik ideal yang bebas dari intervensi negara dan pasar, yang memungkinkan semua masyarakat dari semua segmentasi memiliki suara yang dapat didengar.

Secara akademis, penelitian ini dapat dijadikan sebagai landasan penelitian dengan topik yang mengarah kepada kajian media kritis, serta berguna untuk membuktikan teori-teori dalam kajian ekonomi politik media. Secara praktis bagi masyarakat agar lebih melek media, dan bagi regulator agar membuat dan menjalankan aturan yang melindungi hak-hak masyarakat, serta bagi pemilik media dapat menggugah dan meneguhkan kesadaran bahwa media massa memiliki tanggung jawab sosial disamping ekonomi dan politik.

Dedi Fahrudin
55207110015

Konglomerasi Media dan Ruang Publik
(Analisis Ekonomi Politik Media Terhadap Grup Media Nusantara Citra)
118 page, 35 book

ABSTRACT

The political changes of government in May 1998 indicate the various socio-economic and political changes in Indonesia. These changes are characterized by the change of state regulation in which the state is very powerful on a market and a media itself, the market regulation in accordance with the market mechanism based on the rules of demand - supply, the logic circuits of capital and maximization of production and consumption of rationality. A rushing of this competition causes many media industry performing acquisition and merger with the result that causes the concentration of ownership.

This study used a qualitative approach with the political economy study of critical media attempting to explore how the conglomerate that occurs at MNC Group, to know the reasons of MNC Group applies conglomerate in carrying out the process of production, reproduction, distribution, and consumption of information. The study also attempted to elaborate whether the media conglomerates provide space for the public to access and contribute the information.

Based on the findings in this study, MNC Group including Companies with concentrated ownership that leads to the ownership of private companies and also Companies that focus their efforts in media and information industries (communications conglomerates). In the MNC group also occurs the so-called Mosco commodification, spatialization, and structuration. The media conglomerate creates the information access gap causing diversity of content. Conglomeration of the media also does not provide a sufficient space for the creation of an ideal public space that is free from state intervention and markets allowing all people from all segments have an audible sound.

Academically, this research can be used as a basis of the research on the topic that leads to critical media study as well as useful to prove the theories in the study of political economy media. Practically for people to be more aware of media, and for regulators to make and execute the rules that protect the rights of people, and for media owners to arouse and strengthen the awareness that the mass media have a social responsibility in addition to economic and political.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah penulis panjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas berkah dan rahmat-Nya sehingga penulisan Tesis yang berjudul Konglomerasi Media dan Ruang Publik (Analisis Ekonomi Politik Media Terhadap Grup Media Nusantara Citra) telah terselesaikan. ini merupakan salah satu anugerah dan nikmat yang besar yang Allah berikan kepada penulis.

Penulis sadar dengan sepenuhnya, bahwa penulisan ini terdapat banyak kekurangan dan kelemahan, oleh karenanya penulis mengharapkan saran dan kritik konstruktif untuk menyempurnakan penulisan ini. Penulis sangat berharap tesis ini memberikan manfaat yang besar bagi khazanah keilmuan terutama ilmu komunikasi, baik bagi kepentingan individu maupun masyarakat luas.

Banyak pihak yang telah membantu kelancaran penulisan ini, penghargaan setinggi-tingginya dan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis haturkan kepada:

1. Prof. Dr. Didik J. Rachbini sebagai Direktur Program Pascasarjana Universitas Mercubuana.
2. Dr. Farid Hamid, M.Si., sebagai ketua program Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana.
3. Dr. Heri Budianto, S.Sos., M.Si., sebagai sekretaris program Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana.
4. Dr. Umaimah Wahid, M.Si selaku pembimbing yang selalu memberikan motivasi, dukungan serta membangkitkan adrenalin yang memacu agar cepat selesai dalam penulisan ini.
5. Feni Fasta, M.Si sebagai pembimbing yang dengan sabar memberikan motivasi dan dukungan yang besar hingga selesai penelitian ini.

6. Para narasumber, yakni; Arya Mahendra Sinulingga (Corporate Secretary PT. Media Nusantara Citra Tbk & Direktur News, Pemred, Corporate Secretary & Legal PT.Global Informasi Bermutu/GlobalTV), Murjaji Ikhsan (Coorporate Communication Senior Officer RCTI) Trian Febriyantoro (*Manager Learning Development MNC Group*), Koko Wijanarko (Section Head Penelitian dan Pengembangan Global TV), Idy Muzayyad (Komisioner Bidang Kelembagaan Komisi Penyiaran Indonesia), Muhammad Ridhoaisy (Ketua Komisi Penelitian Pendatan dan Ratifikasi Dewan Pers), Ade Armando (Pemerhati media dan mantan Komisioner KPI), Gun Gun Heryanto (Direktur The Political Literacy dan pemerhati media)
7. Seluruh dosen program Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana yang banyak memberikan ilmu dan pengetahuannya yang sangat bermanfaat.
8. Segenap staf program Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana yang banyak membantu dari masa awal kuliah hingga selesainya.
9. Yang tercinta dan terkasih Ayah dan bunda H.Hamdani dan Hj.Siti Kaisah yang dengan sabar membesarkan dan mendidik serta selalu memberikan dukungan, yang tak pernah bosan memotifasi dan berdoa untuk keberhasilan anak-anaknya.
10. Yang tercinta dan terkasih pendamping setia, Nurul Hidayah yang selalu memberikan motivasi dan menyejukkan hati dikala gundah, penuh pengertian dan kasih sayang.

11. Yang tercinta dan terkasih permata hati yang selalu menghibur dengan senyum dan gelaknya yang polos, Avicienna Ananda Fakhri dan Averoes Farhan Ramadhan.
12. Terimakasih yang tak terhingga kepada kakanda tercinta Siti Dahlia dan Taufik Marhalim yang mensupport baik materi maupun immateri tanpa dukungannya niscaya tesis ini selesai, kakanda Deni Safrudin dan adinda Ardi Widiansyah yang banyak membantu.
13. Teman-teman MKOM angkatan tiga, smoga kebersamaan yang terjalin bisa bersemi dipuncak kesuksesan.

Jakarta, 07 Februari 2012



Dedi Fahrudin



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

PENGESAHAN	i
ABSTRAKSI	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL DAN GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan dan Identifikasi Masalah.....	1
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	1
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis/Akademis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	9
2.1 Kajian Pustaka (penelitian sebelumnya).....	9
2.1.1 Kontestasi Antara Kepemilikan Silang Media dengan Isi Pemberitaan Media Massa : Studi Tentang Kasus Negotiable Certificate of Deposit (NCD) Fiktif Terkait Hary Tanoesoedibjo dalam Pemberitaan RCTI, TRIJAYA FM dan TRUST.....	9
2.1.2 Pers dan Pemilik Media ; Kasus Pemberitaan Bencana Gempa dan Tsunami di Aceh pada Harian Media Indonesia	10
2.2 Kerangka Pemikiran (Theoretical framework).....	12
2.2.1 Paradigma Teori	12
2.2.2 Konglomerasi media dalam perspektif politik ekonomi media....	13
2.2.2.1. Konglomerasi media sebagai cara pengelolaan media di era Industri Media	17
2.2.2.2. Kepemilikan Media dan Tipe ekonomi.....	21
2.2.2.3. Posisi Media dalam masyarakat.....	24

2.2.3.	Informasi dalam Ruang Publik	25
2.2.3.1.	Kebebasan dalam Mengakses Informasi.....	25
2.2.3.2.	Ruang Publik (Publik Sphere)	29
2.2.3.3.	Pilihan Publik (Publik Choice)	35
2.2.3.4.	Media Penyiaran yang demokratis	36
2.2.4	Kajian Ekonomi Politik Media	39
2.2.4.1	Pemahaman Ekonomi Politik	39
2.2.4.2	Ekonomi Politik Media.....	43
2.2.5	Kerangka Konseptual.....	48
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	49
3.1	Objek Penelitian.....	49
3.2	Paradigma Penelitian	49
3.3	Metode Penelitian	50
3.4	Key Informan.....	51
3.5	Teknik Pengumpulan Data	52
3.5.1	Wawancara mendalam	52
3.5.2	Analisis Dokumen	52
3.5.3	Observasi.....	53
3.6	Teknik Analisa Data	54
BAB IV	KONGLOMERASI MEDIA DAN RUANG PUBLIK.....	56
4.1	Profil MNC Group.....	56
4.2	Konglomerasi Media dan Ruang Publik.....	63
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	111
5.1	Kesimpulan	111
5.2	Saran	113
	DAFTAR PUSTAKA	116
	LAMPIRAN	120

DAFTAR TABEL DAN GAMBAR

Tabel 2.1. Kajian Pustaka.....	11
Tabel 2.2. Tipologi Kontrol dan Kepemilikan Media.....	21
Tabel 4.1. Struktur Organisasi MNC Grup.....	64
Tabel 4.2. Pendapatan MNC pada bulan September 2011	72
Tabel 4.3. Daya Jangkau Siaran 10 Stasiun Televisi Nasional di Jakarta	76
Tabel 4.4. Belanja Iklan per Stasiun Televisi	77
Tabel 4.5 Kepemilikan Saham MNC Grup dibeberapa perusahaan	86
Tabel 4.6 Saham-saham Media.....	88
Gambar 2.1 Jaringan media massa yang dimiliki MNC	19
Gambar 4.1 Struktur Bisnis MNC Group	58
Gambar 4.2 Hary Tanoesoedibjo (Presiden Direktur dan CEO MNC)	62
Gambar 4.3 Financial Results September 2010 & 2011	72
Gambar 4.4 Audience market share MNC grup	80

UNIVERSITAS
MERCU BUANA