



UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI MEDIA INDUSTRI DAN BISNIS

Nama : Muhammad Iqbal Husein
NIM : 55210120026
Judul : **KONSTRUKSI MEDIA MASSA DALAM BERITA KONFLIK DI KOTA AMBON (ANALISIS WACANA KRITIS PADA SURAT KABAR SIWALIMA DAN AMBON EKSPRES EDISI SEPTEMBER-DESEMBER 2015)**
Bibliografi: 205 halaman; 03 gambar + 10 tabel + 15 Lampiran acuan (November-Desember 2011)

ABSTRACT

This study aimed to analyze the mass media construction Ambon Ekspres Daily Newspapers and news Siwalima the Ambon conflict, edition 12 September 2011, December 15, 2011 and December 16, 2011. The results of the analysis are then didiskripsikan Huna uncover bertia media interests behind the conflict. The method used is a model of discourse analissi Teun van Dijk, the qualitative paradigm constructive.

Model analysis using two pendekatan based on the theory analysis krtisi van Dijk, Textual Analysis terhadap first three editions of the daily bertia in Ambon Ekpsres and Siwalima. Analissi Textual include thematic, schematic, semantic, syntactic, stylistic and rhetorical. The results of textual analysis found the Daily Ambon Siwalima Ekspres and equally defend the interests of each group (religion). Ambon Ekspres more to defend the Muslims and Siwalima more skewed in favor of the Christians.

Second, analyze the social context to the stories related in some medai future conflict in Ambon City. From the analysis of the social context, media in Ambon more affiliated with the owners, office address media and economic interests. Ambon Ekspres controlled by the moderates are the majority Muslim region, appear to be the defender of the Muslim population. So also with the newspaper also owned by Christians. The newspapers in Ambon tend to be the same (for the message which particular conflict involving Muslim-Christian), while securing the respective media markets.

This study concluded both media each in charge of ideology (Islam and Christianity) in each problem / conflict involving both parties. It has a purpose, such as economic interests, power and social.

From the economic side, Ambon Ekspres and Siwalima became the newspaper with the highest number of sales in the respective region (Muslim and Kirsten). Society of both communities make their respective media as reference information related to the conflict on both sides. This interest is also associated with each media efforts in the fight for the parties of the group to gain power within the government in the province, city / county).

Keywords: Konstruksi mass media. Ideology, discourse analysis van Dijk.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konstruksi media massa Surat Kabar Harian Ambon Ekspres dan Siwalima terhadap berita konflik Ambon, edisi 12 September 2011, 15 Desember 2011 dan 16 Desember 2011. Hasil analisis kemudian didiskripsikan guna mengungkap kepentingan media dibalik berita konflik tersebut. Metode yang digunakan adalah analisis wacana model Teun van Dijk, dengan paradigma kualitatif konstruktif.

Model analisis menggunakan dua pendekatan berdasarkan teori analisis kritis van Dijk, pertama melakukan analisis tekstual terhadap tiga edisi berita di harian Ambon Ekspres dan Siwalima. Analisis Tekstual mencakup tematik, skematik, semantik, sintaksis, stilistik dan retorik. Hasil analisis tekstual menemukan Harian Ambon Ekspres dan Siwalima sama-sama melakukan pembelaan terhadap masing-masing kelompok (agama). Ambon Ekspres lebih banyak membela pihak Muslim dan Siwalima lebih condong mendukung pihak Kristen.

Kedua, menganalisis konteks sosial atas pemberitaan di beberapa media masa terkait konflik yang terjadi di Kota Ambon. Dari hasil analisis konteks sosial, media di Ambon lebih banyak berafiliasi pada pemilik, alamat kantor media dan kepentingan ekonomi. Ambon Ekspres yang dikuasai oleh mayoritas masyarakat Muslim dan berada di kawasan Muslim, tampil menjadi pembela penduduk Muslim. Begitu juga dengan Siwalima yang dimiliki warga Kristen. Koran-koran di Ambon cenderung bersikap sama (khusus untuk pemberitaan konflik yang melibatkan Islam-Kristen), sekaligus mengamankan pasar masing-masing media.

Penelitian ini menyimpulkan kedua media membawahi ideologi masing-masing (Islam dan Kristen) dalam setiap masalah/konflik yang melibatkan kedua pihak. Hal itu memiliki tujuan, seperti kepentingan ekonomi, kekuasaan maupun sosial.

Dari sisi ekonomi, Ambon Ekspres dan Siwalima menjadi koran dengan jumlah penjualan tertinggi di masing-masing kawasan (Muslim dan Kristen). Masyarakat dari kedua komunitas menjadikan masing-masing media sebagai referensi informasi yang berkaitan dengan konflik kedua pihak. Kepentingan ini juga berkaitan dengan upaya masing-masing media dalam memperjuangkan pihak-pihak dari kelompoknya untuk memperoleh kekuasaan dalam pemerintahan di Provinsi, kota/kabupaten).

Kata Kunci: Konstruksi media massa. Ideologi, analisis wacana van Dijk.