

KEPEMILIKAN MEDIA DAN PENGARUHNYA TERHADAP PEMBERITAAN PARTAI 
NASIONAL DEMORAT DI SURAT KABAR *MEDIA INDONESIA*
(ANALISIS ISI KUALITATIF PADA PEMBERITAAN PARTAI NASDEM DI *MEDIA INDONESIA* EDISI FEBRUARI 2014)

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Sosial Bidang Ilmu Komunikasi**

Diajukan oleh

Nama : Ummi Hadyah Saleh
NIM : 0906105103
Peminatan : Komunikasi Massa



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
JAKARTA, 2015**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

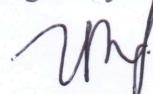
Nama : Ummi Hadyah Saleh
NIM : 0906015103
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Komunikasi Massa
Judul Proposal : Kepemilikan Media dan Pengaruhnya Terhadap Pemberitaan Partai Nasional Demokrat (NasDem) di Surat Kabar *Media Indonesia* (Analisis isi Kualitatif Pada pemberitaan Partai NasDem di *Media Indonesia* edisi Februari 2014)

Demi Allah SWT, dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul tersebut diatas adalah benar-benar hasil penelitian saya dan BUKAN PLAGIAT. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi saya ini PLAGIAT, maka saya dan atau dicabut gelar akademik saya.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dapat dipertanggungjawabkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 19 Januari 2015

Yang Menyatakan



Ummi Hadyah Saleh

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Kepemilikan Media dan Pengaruhnya Terhadap Pemberitaan Partai NasDem di *Media Indonesia* (Analisis Isi Kualitatif Pemberitaan Partai NasDem Edisi Februari 2014)

Nama : Ummi Hadyah Saleh

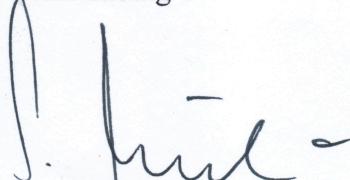
NIM : 0906015103

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Komunikasi Massa

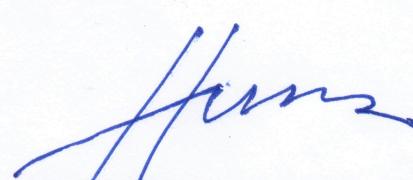


Pembimbing 1


Said Romadlan, S.Sos, M.Si

Tanggal : 2015

Pembimbing 2


Husnan Nurjuman, S.Ag,M.Si

Tanggal : 2015

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ummi Hadyah Saleh
NIM : 0906015103
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Komunikasi Massa
Judul Skripsi : Kepemilikan Media dan Pengaruhnya Terhadap
Pemberitaan Partai Nasional Demokrat (NasDem)
di Surat Kabar *Media Indonesia* (Analisis Isi
Kualitatif Pada Pemberitaan Partai NasDem di
Media Indonesia edisi Februari 2014

Telah dipertahankan di hadapan penguji pada sidang skripsi yang dilaksanakan, pada Rabu, tanggal 28 Januari 2015, dan dinyatakan LULUS.

Dr. Sri Mustika, M.Si

Penguji I

Tanggal: 25/2/15

Dini Wahdiyati, S.Sos, M.Ikom

Penguji II

Tanggal: 26/2/2015

Pembimbing I

Tanggal: 26/2/15

Pembimbing II

Tanggal:

Mengetahui,

Dekan

Said Romadlan, S.Sos, M.Si

ABSTRAK

Nama	: Ummi Hadyah Saleh
NIM	: 0906015103
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Peminatan	: Komunikasi Massa
Judul Skripsi	: Kepemilikan Media dan Pengaruhnya Terhadap Pemberitaan Partai Nasional Demokrat (NasDem) di Surat Kabar <i>Media Indonesia</i> (Analisis Isi Kualitatif Pada Pemberitaan Partai NasDem di <i>Media Indonesia</i> edisi Februari 2014)
Halaman	: 156 lembar + xiv lembar + 24 buku+18 tabel+ 3 gambar+ 37 lampiran

Sejak era reformasi muncul kecenderungan kepemilikan tunggal berbagai media massa baik cetak, elektronik dan *online*. Kecenderungan ini mengakibatkan pengurangan informasi oleh pemilik media tersebut. Terlebih lagi, jika ia adalah seorang ketua Partai Politik. Karena itu, menjelang Pemilu legislatif atau Pemilu Presiden 2014, banyak media menjadi ajang kampanye bagi caleg atau capres tertentu. Peneliti tertarik mengkaji kepemilikan media dan pengaruh pemberitaan Partai NasDem di Surat Kabar *Media Indonesia*.

Paradigma untuk penelitian ini adalah kritis. Penelitian menggunakan teori ekonomi politik media untuk membongkar praktik ekonomi politik. Selain itu, penelitian menggunakan teori pola isi media untuk melihat pola pemberitaan di Surat Kabar *Media Indonesia*. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam, dokumentasi dan studi pustaka. Penelitian ini menggunakan analisis isi kualitatif untuk menjelaskan ideologi apa yang ada di balik pemberitaan.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa pola pemberitaan di *Media Indonesia* cenderung menonjolkan sisi positif Partai NasDem edisi Februari 2014. Selain itu, adanya pemberitaan Partai NasDem yang menjadi alat komoditas untuk bersaing pada Pemilu 2014 dan dipengaruhi juga oleh faktor-faktor yang mempengaruhi isi media dan ideologi kapitalis yang menjadikan isi pemberitaan *Media Indonesia* dalam memenangkan Pemilu 2014.

Untuk penelitian sejenis pada masa mendatang, peneliti menyarankan agar dikaji pemberitaan terhadap kepemilikan media dengan Teori Kapitalis di mana orientasi media lebih mencari keuntungan sebanyak-banyaknya. Selain itu, diharapkan masyarakat lebih peka, terhadap pemberitaan menyangkut kepemilikan media, agar lebih selektif dan kritis dalam menerima setiap informasi yang disampaikan oleh media massa.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur ke hadirat Allah Swt, atas segala rahmat dan karunia-Nya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Kepemilikan Media dan Pengaruhnya Terhadap Pemberitaan Partai Nasional Demokrat (NasDem) di Surat Kabar *Media Indonesia* (Analisis Isi Kualitatif pada Pemberitaan Partai NasDem di *Media Indonesia* edisi Februari 2014)**”

Shalawat serta salam, semoga senantiasa tercurah kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW, yang telah berjuang membawa umat manusia dari zaman jahiliyah menuju zaman pencerahan.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Penulis berterima kasih yang setinggi-tingginya kepada :

1. Said Romadlan, S.Sos, M.Si, Dekan FISIP UHAMKA sekaligus pembimbing materi, yang telah sabar membimbing penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Saran dan masukan yang bapak berikan, sangat berguna bagi terselesaikannya penulisan skripsi ini.
2. Dr. H. Syaiful Rohim, S.Ag, M.Si, sebagai wakil Dekan FISIP UHAMKA, yang telah membantu penulis mendapatkan narasumber dari pengamat komunikasi politik.
3. Dini Wahdiyat Kamil, S.Sos, M.I.Kom, sebagai Kaprodi Ilmu Komunikasi FISIP UHAMKA, sekaligus pengaji II yang telah

memberikan saran dan masukan yang bermanfaat, hingga skripsi ini bisa terselsaikan.

4. Husnan Nurjuman, S.Ag, M.Si, sebagai pembimbing teknis yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi. Saran, masukan dan arahan yang diberikan sangat berguna, bagi terselesaiannya penulisan skripsi ini.
5. Dr. Sri Mustika, M.Si, sebagai penguji I yang telah memberikan saran dan masukan yang bermanfaat, hingga skripsi ini bisa terselesaikan, serta atas didikannya di bidang jurnalistik dan motivasinya untuk terus menulis.
6. Ayahanda Mahmud Pande Saleh dan Ibunda tercinta Siti Kamsia atas pengorbanan, kasih sayang, dan doa yang tak henti-hentinya untuk penulis, sehingga penulis selalu bersemangat dalam menyelesaikan skripsi ini dan bersemangat untuk mengejar cita-cita.
7. Abang tersayang M. Tahir Saleh, yang sangat bijak dan selalu memberikan dukungan moril maupun materil kepada penulis, sehingga penulis semangat menyelesaikan laporan ini. Serta kakak iparku Firda Puri Agustine yang selalu menyemangati penulis. Keduanya adalah inspirasi untuk terus menulis dan menjadi wartawan profesional.
8. Kakakku tercinta Siti Masita Saleh yang selalu menyemangati penulis. Serta keponakanku Najwa “Memey” dan Mikayla yang membuat penulis selalu ceria.
9. Adik-adikku Afnie Jameela, Yuni, Erma Ayu, Sifa, Bulan, Liga, Adon “Ambon” Mayeli, Moza dan Afri yang selalu menyemangati penulis.

10. Pak Gun –Gun Heryanto, Mba Tya, dan Mas Celo yang telah bersedia menjadi narasumber yang sangat penting bagi peneliti dalam mendapatkan informasi.
11. Sahabat-sahabatku Helene, Dara, Riani, Linda, Rina Y, Ria Hs, Anissa, Yaqin, Nailin, Echi, Megah dan Komaruddin, terima kasih untuk doa dan persahabatannya. Juga Ibnu, Nursa, dan Linda Wida yang selalu membantu dan menyemangati penulis untuk terus menyelsaikan skripsi.
12. Sahabat-sahabatku di Lembaga Pendidikan Jurnalistik Antara (LPJA), Kaffa, Dwiyani, Della, Khalil, Ipank, dan Andy, terima kasih untuk persahabatannya.
13. Teman-teman seperjuangan angkatan 2009, anggota I- Fotografi, KM FISIP UHAMKA, IMM FISIP UHAMKA, dan IMM Jakarta Selatan yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
14. Kak Tiwi dan Kak Kiki yang selalu memberikan motivasi, saran dan juga pinjaman buku-bukunya kepada Penulis.
15. Seluruh Dosen dan Staff FISIP UHAMKA atas segenap bantuan dan dukungannya

Adapun tujuan dari penulis membuat skripsi ini adalah supaya skripsi ini bisa bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 26 Februari 2015

Ummi Hadyah Saleh

DAFTAR ISI

COVER.....	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Pembatasan Masalah.....	9
1.5. Kontribusi Penelitian.....	9
1.6. Kelemahan Penelitian.....	11
1.6. Sistematika Penulisan.....	11
BAB II KERANGKA TEORI	
2.1. Paradigma Kritis.....	13
2.2. Hakekat Komunikasi.....	18
2.2.1. Model Komunikasi.....	19
2.2.2. Elemen Komunikasi.....	21

2.2.3. Konteks Komunikasi.....	23
2.2.4. Fungsi Komunikasi.....	26
2.3. Jurnalistik.....	27
2.4. Komunikasi Massa.....	32
2.4.1. Definisi Komunikasi Massa.....	32
2.4.2. Fungsi Komunikasi Massa.....	33
2.4.3. Karakteristik Komunikasi Massa.....	34
2.4.4. Hambatan Komunikasi Massa.....	37
2.5. Surat Kabar.....	38
2.5.1. Sejarah Surat Kabar.....	38
2.5.2. Surat Kabar sebagai Media Massa.....	40
2.6. Berita	41
2.6.1. Definisi Berita	41
2.6.2 Jenis-jenis Berita.....	41
2.6.3 Unsur-unsur Berita.....	41
2.7. Pendekatan Ekonomi Politik Media.....	43
2.8. Pola Isi Media.....	71
2.9. <i>Theories of Influences on Mass Media Content</i>	76
2.10.. Teori Isi.....	86

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Pendekatan, Metode, dan Jenis Penelitian.....	89
3.1.1. Pendekatan Kualitatif.....	89
3.1.2. Metode Penelitian.....	90

3.1.3. Jenis Penelitian Deskriptif.....	90
3.2. Subjek Penelitian.....	91
3.2.1. Penentuan Media.....	91
3.2.1.1. Unit Analisis Penelitian.....	91
3.2.1.2. Unit Pengamatan Penelitian.....	91
3.2.2. Penentuan Narasumber.....	92
3.3. Metode Pengumpulan Data.....	92
3.4. Metode Analisis Data.....	93
3.5. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	94
3.6. Jadwal Penelitian.....	94
BAB IV HASIL PENELITIAN	
4.1. Deskripsi Subjek Penelitian	95
4.1.1. Gambaran Surat Kabar Media Indonesia.....	95
4.1.1.1 Sejarah Surat Kabar Media Indonesia	95
4.1.1.2. Karakter, Rubrikasi, dan Target Pembaca Media Indonesia	97
4.1.1.3 Motto , Visi dan Misi.....	99
4.1.1.4. Logo Media Indonesia.....	100
4.1.1.5.Kepemilikan Media Indonesia.....	100
4.1.1.6.Struktur Media Indonesia.....	101
4.1.2 Partai Nasional Demokrat (Partai NasDem)	104
4.1.2.1 Struktur Partai NasDem.....	105
4.2. Hasil Penelitian.....	107
4.2.1. Deskripsi Hasil Analisis Isi.....	109

4.2.2. Pola Pemberitaan <i>Media Indonesia</i> Terhadap	
Partai NasDem	124
4.2.3. Praktek Ekonomi Politik Media dan Pengaruh	
Kepemilikan di <i>Media Indonesia</i>	135
4.3. Pembahasan Hasil Penelitian.....	143
4.3.1 Pola-pola Pemberitaan <i>Media Indonesia</i>	
Terhadap Partai NasDem.....	143
4.3.2 Ekonomi Politik Sebagai Pengaruh Kepemilikan Media	
di Media Indonesia	145
BAB V PENUTUP	
5.1. Kesimpulan.....	154
5.2. Rekomendasi.....	155
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan Ontologis.....	14
Tabel 2.2 Perbedaan Epistemologi.....	15
Tabel 2.3 Perbedaan Axiologis.....	15
Tabel 2.4. Perbedaan Metodologis.....	16
Tabel 2.5 Ekonomi dan Politik dari Segi MetodeDan Dari Segi Substansi	62
Tabel 2.6 Sumber Berita” Yang dikenal.....	73
Tabel 2.7 Sumber Berita Yang Tidak Dikenal.....	74
Tabel 2. 8 Topik Berita pada <i>CBS, NBC, NEWSWEEK DAN TIME</i>	74
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian.....	94
Tabel 4.1 Analisis Berita 1	110
Tabel 4.2 Analisis Berita 2	113
Tabel 4.3 Analisis Berita 3.....	116
Tabel 4.4 Analisis Berita 4.....	119
Tabel 4.5 Analisis Berita 5.....	122
Tabel 4.6 Jumlah Berita Partai Politik.....	126
Tabel 4.7 Jumlah dan Letak Berita Partai NasDem.....	128
Tabel 4.8 Sumber Berita.....	131
Tabel 4.9 Topik Berita.....	134

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Komunikasi Tubbs.....	20
Gambar 2.2 Proses dsn Efek Pengaruh Konten Media massa.....	77
Gambar 2.2 <i>Hierarchy Of Influence</i>	78



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan proses kehidupan itu sendiri. Komunikasi tidak bisa dipisahkan dari seluruh proses kehidupan konkret manusiawi. Aktivitas komunikasi

Komunikasi merupakan bagian penting yang tidak dapat dipisahkan dari sejarah perkembangan umat manusia. Oleh karena itu, ilmu komunikasi saat ini telah berkembang pesat. Salah satu bagian dari ilmu komunikasi yang sedang berkembang pesat adalah komunikasi massa.

Komunikasi massa adalah komunikasi dengan menggunakan media massa (Effendy, 2006: 20). Media massa terdiri dari cetak dan elektronik. Media massa terdiri dari surat kabar, tabloid dan lain-lain, sedangkan media massa elektronik terdiri dari radio, televisi dan film dan lain-lain.

Media massa saat ini sudah menjadi konsumsi sehari-hari kita semua, karena media massa memberikan pengaruh yang besar di kehidupan kita. Setiap hari kita tidak lepas dari media massa, mulai dari bangun tidur sampai tidur lagi kita menggunakan media sebagai kebutuhan kita.

Menurut Joseph Luft dan Harrington Ingham, seperti dikutip (dalam Sobur, 2001: 147), media massa adalah proses komunikasi yang berlangsung dimana pesannya dikirim dari sumber yang melembaga kepada khalayak bersifat masal dan alat-alat yang bersifat mekanis seperti televisi, radio, surat kabar dan lain-lain.

Media massa sebagai institusi sosial masyarakat telah mampu menghubungkan khalayak yang anonim dan heterogen melalui isu yang diangkat dan informasi yang disodorkan, bahkan media kerap kali mampu menggiring opini publik tentang sebuah fenonema yang terjadi sesuai dengan pandangan media itu sendiri.

Dalam sejarahnya, media menjadi kunci bagi masyarakat modern. Media massa mampu merepresentasikan menjadi ruang publik utama yang menentukan dinamika sosial, politik, dan budaya dalam tingkatan lokal maupun global (Sudibyo, 2004: 1). Media massa tidak hanya menjalankan fungsi sosial saja, namun terkait juga dengan fungsi ekonomi dan ideologis. Media mampu memberikan nilai surplus ekonomi sebagai medium pengiklan yang mampu meningkatkan penjualan produk dan jasa dan menjadi penghubung antara produsen dan konsumen. Dan secara ideologis media mampu memberikan legitimasi terhadap kalangan status quo untuk melestarikan dominasinya. Media mampu menyebarkan dan memperkuat struktur ekonomi dan politik tertentu. Hal ini selalu dikaitkan dengan bertransformasinya media dari institusi sosial menjadi institusi bisnis dan politik.

Media massa saat ini sudah menjadi kekuatan politik dari media massa itu sendiri. Misalnya saja, lambang-lambang politik, tanda gambar partai atau cara melaporkan sebuah peristiwa politik dan lain-lain. Media massa yang piawai memainkan lambang-lambang politik, niscaya akan memperoleh perhatian dari segmen khalayak dengan ideologi politik mereka masing-masing (Hamad 2004: 22).

Dalam konteks ini, terbuka peluang sebuah media untuk bersikap partisan terhadap sebuah kekuatan politik (non partisan) cenderung memiliki khalayak lebih luas walaupun tidak selalu stabil. Jadi, dalam mengkonstruksikan realitas politik faktor ideologi yang dimiliki media dan dianut khalayak mempengaruhi bidikan pasar media itu.

Hal lain yang berpengaruh, bahkan mengancam konstruksi realitas secara objektif dalam sistem libertarian adalah kongsi antara penguasa dan pengusaha. Ini biasa terjadi dalam negara-negara demokrasi berkategori gurem. Karena keterbatasan keuangan, pemerintah mengizinkan swasta membuka usaha media dengan kesepakatan tertentu. Di satu pihak pemerintah tidak akan mengganggu kehidupan media sambil mengembangkan ideologi mereka melalui media, di pihak lain media dilarang menyerang penguasa-penguasa atau kelompok-kelompok tertentu melalui pemberitaannya. Dalam situasi demikian terlibat hegemoni dengan penguasa.

Banyak faktor yang mempengaruhi konstruksi realitas politik oleh media yaitu kepentingan-kepentingan yang bisa bersifat tumpang tindih pada tingkat perorangan atau kelompok dalam sebuah organisasi media, entah itu kepentingan agama, kedaerahan serta struktur organisasi media itu sendiri. Dalam hal ini media sangat berpengaruh dalam hal politik.

Dalam proses pengkonstruksian realitas politik ini, media massa memiliki dua kemungkinan yaitu menjadi saluran komunikasi politik yang merefleksikan peristiwa-peristiwa politik yang terjadi atau menjadi agen politik dimana terutama para jurnalisnya bertindak selaku komunikator politik dalam kategori professional.

Perbedaan peran ini selanjutnya berpengaruh pada citra realitas politik yang dihasilkan, dimana kalau seorang wartawan bertindak selaku komunikator politik profesional, ia akan lebih partisan dalam mengemas realitas politiknya dibanding dengan mereka melakonkan diri sebagai pelapor peristiwa.

Di Indonesia, sejak era reformasi 1998, keadaan media cenderung berubah ke arah liberalisasi dan membawa pengaruh yang sangat penting dalam demokratisasi. Perkembangan yang signifikan adalah posisi kebebasan pers yang ditegas dipertegas dalam konstitusi (UUD 1945) dan Undang-Undang Pers, serta semakin kokohnya liberalisasi ekonomi. Kebebasan atau liberalisasi media baik cetak maupun ekonomi juga memberikan keleluasan dalam pemilikan media. Para pemilik modal memanfaatkan kesempatan tersebut untuk menanamkan investasi secara maksimal sebagai bagian dari kegiatan bisnis yang strategis dan menguntungkan (dalam Harahap, 2014 : 202)

Kebebasan pers sesungguhnya tidak memilah antara media cetak dan media elektronik (penyiaran) sepanjang medium tersebut melaksanakan kegiatan pers (jurnalistik), maka jaminan kebebasan tetap melindunginya. Namun dalam kenyataannya tidak semua media penyiaran melaksanakan tugas jurnalistik. Kebebasan pers sesungguhnya tidak memilah antara media cetak dan media elektronik (penyiaran) sepanjang medium tersebut melaksanakan kegiatan pers (jurnalistik), maka jaminan kebebasan tetap melindunginya. Namun dalam kenyataannya tidak semua media penyiaran melaksanakan tugas jurnalistik. Bahkan kegiatan jurnalistik atau unsur jurnalisme hanya sebagian kecil saja dari aneka ragam program media penyiaran (dalam Harahap, 2014 : 202).

Pembatasan terhadap media penyiaran akan terasa lebih urgen lagi apabila dikaitkan dengan penggunaan frekuensi. Pada hakikatnya, frekuensi adalah milik publik yang jumlahnya terbatas, maka publik juga harus terlibat dalam pengaturan frekuensi tersebut melalui lembaga-lembaga resmi. Selain untuk mewakili kepentingan publik, Negara juga diberi amanah untuk mengurus ranah publik tersebut berdasarkan Pasal 33 dan Pasal 34 Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang penyiaran (dalam Harahap, 2014 : 202).

Kepemilikan berbagai macam perusahaan media massa, baik cetak, elektronik maupun *online*, oleh satu konglomerat tertentu diyakini membatasi hak publik dalam memperoleh keberagaman informasi, pemberitaan, dan pandangan yang sangat diperlukan dalam konteks berdemokrasi. Sementara di sisi lain, keberadaan konglomerasi perusahaan media massa juga dianggap tidak memberi banyak kontribusi pada perlindungan dan peningkatan kesejahteraan para pekerja pers. Perusahaan juga diketahui sangat alergi terhadap keberadaan serikat pekerja media massa yang ada (dalam Harahap, 2014 : 202).

Sejak era reformasi muncul kecenderungan kepemilikan tunggal berbagai media massa baik cetak, elektronik dan *online*. Kecenderungan ini mengakibatkan pengurangan informasi oleh pemilik media tersebut. Terlebih lagi, jika ia adalah seorang ketua Partai Politik. Karena itu, menjelang Pemilu legislatif atau Pemilu Presiden 2014, banyak media menjadi ajang kampanye bagi caleg atau capres tertentu..

Partai Nasional Demokrat (NasDem), partai yang pada tahun 2012 hingga 2014, menjadi perbincangan semua orang, karena di satu sisi partai ini didirikan oleh Surya Paloh, pemilik media terkenal di Indonesia, yaitu Metro TV dan Surat Kabar *Media Indonesia*, juga di lain sisi partai ini bersaing pada pemilu 2014.

Partai yang memiliki moto sebagai gerakan perubahan ini dengan iklannya dan juga pemberitaan membuat partai ini menjadi urutan keempat versi Lembaga Survei Indonesia (LSI) pada 11 Maret 2012. Partai NasDem semakin dikenal masyarakat luas, karena seringnya pemberitaan menjelang pemilu 2014.

Munculnya berbagai media massa baik cetak, elektronik dan *online* yang dimiliki oleh salah satu pengusaha dan berpihak pada suatu partai ternyata sudah ada sejak era reformasi hingga saat ini. Hal tersebut menandakan bahwa media saat ini hanya menjadi alat komoditas oleh pemilik media untuk memenangkan partainya di Pemilu. Dalam hal ini adalah Surat Kabar *Media Indonesia* yang menampilkan pemberitaan positif Partai NasDem.

Banyaknya pemberitaan di *Media Indonesia*, khususnya pada setiap edisi, berisi tentang kegiatan maupun pemberitaan yang dianggap menarik seputar Partai NasDem. Inilah landasan penulis mengkaji, bagaimana sesungguhnya sebuah media, dalam hal ini Surat Kabar *Media Indonesia*, menyajikan pemberitaan seputar kepemilikan media dan menjadikan partai sebagai sebuah alat untuk memenangkan PEMILU 2014.

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk membongkar adanya pengaruh dan kekuatan para penguasa media dibalik sebuah pemberitaan partai. Melalui hasil pengamatan dan studi banding media, maka dipilihlah Surat Kabar

Media Indonesia sebagai media objek penelitian. Peneliti menemukan pemberitaan mengenai Partai NasDem yang terlalu sering ditampilkan di harian *Media Indonesia*. Partai NasDem yang kita ketahui adalah, partai yang didirikan oleh Surya Paloh yang juga pemilik Partai Nasional Demokrat (NasDem). Pemberitaan Partai NasDem yang terlalu sering muncul di *Media Indonesia*, membuat peneliti semakin bertanya-tanya, ada apa dengan bisnis media dan politik, apakah ada pengaruh yang sangat kuat terhadap harian *Media Indonesia* kepada Partai NasDem?

Melalui analisis isi kualitatif dan dengan pendekatan ekonomi politik media diharapkan penelitian ini dapat mengungkapkan praktik ekonomi politik dan pengaruh pemberitaan Partai Nasdem dengan judul : **Kepemilikan Media dan Pengaruhnya Mengenai Pemberitaan Partai Nasional Demokrat (NASDEM) di Surat Kabar *Media Indonesia* (Analisis isi kualitatif pada pemberitaan Partai NASDEM di *Media Indonesia* edisi Februari 2014)**

Penelitian dengan pendekatan kritis sebelumnya telah dilakukan, antara lain dilakukan oleh :

1. Benny Siga Butar-Butar, FISIP UI, 2006. Sebuah Tesis ; Dominasi Media Massa dalam PILKADA (Kajian Ekonomi Politik media terhadap PILKADA Depok).
2. Jessica Arawinda, FISIP UI 2005. Sebuah Skripsi ; Ekonomi Politik media Majalah Populer (Studi Analisis Wacana Kritis terhadap Majalah Populer).
3. Lenthera Anggoro Darussalam, FISIP UHAMKA 2012. Kekuatan Ekonomi Politik dalam Penberitaan Fatwa Haram Rokok Muhammadiyah

(Analisis Wacana Norman Fairclough pada Koran Tempo Edisi 10-31 Maret 2010).

Pada penelitian pertama, kajian ekonomi politik digunakan untuk membongkar praktik media massa dalam dominasinya terhadap pemberitaan PILKADA Kota Depok. Studi ini secara khusus menganalisis perubahan-perubahan yang terjadi karena adanya *historical situatedness* yang memungkinkan sesuatu bisa terjadi. Sementara pada penelitian kedua, ekonomi politik digunakan untuk mengungkap ideologi kapitalis yang mendukung majalah Populer dalam mengemas sensualitas sebagai kendaraan ekonomi. Sementara pada penelitian terakhir oleh Lenthera Anggoro Darussalam yang meneliti kekuatan ekonomi politik pada Koran Tempo tentang pemberitaan Fatwa Haram Rokok Muhammadiyah yang dianalisis menggunakan analisis wacana kritis Norman Fairclough yang melihat bahasa sebagai praktik kekuasaan yang dibantu dengan teori faktor yang mempengaruhi media massa, membuktikan adanya praktik ekonomi politik media yang disamarkan melalui teks dalam pemberitaan tentang fatwa haram rokok Muhammadiyah namun yang membedakannya pada metode penelitiannya.

Dipilihnya penelitian-penelitian tersebut, karena masing-masing memiliki kesamaan dan perbedaan yang akan akan memperkaya isi penelitian, juga bisa membuktikan bahwa penelitian ini adalah murni hasil karya sendiri, bukan tiruan atau plagiat karya orang lain.

1.2. Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas, muncul pertanyaan di benak peneliti , yaitu :

1. Bagaimana Pola Pemberitaan Surat Kabar *Media Indonesia* terhadap pemberitaan Partai Nasional Demokrat (NasDem)?
2. Bagaimana praktik ekonomi politik dan pengaruh kepemilikan Surat Kabar *Media Indonesia* terhadap pemberitaan Partai NasDem?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengungkapkan Pola Pemberitaan di Surat Kabar *Media Indonesia* terhadap pemberitaan Partai NasDem?
2. Untuk mengungkapkan praktik ekonomi politik dan pengaruh kepemilikan Surat Kabar *Media Indonesia* mengenai pemberitaan Partai NasDem.

1.4. Pembatasan Masalah

Berdasarkan Rumusan Masalah ,maka pembatasan masalah pada judul penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini sebatas Pola Pemberitaan Partai Nasional Demokrat (NasDem) di Surat Kabar *Media Indonesia*.
2. Penelitian ini sebatas Peran Kepemilikan Media di Surat Kabar *Media Indonesia*.

1.5. Kontribusi Penelitian :

Dari penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

a. Kontribusi Akademis: Penelitian ini diharapkan bisa memberikan sumbangsih pemikiran pada ilmu komunikasi khususnya dalam, konteks komunikasi massa mengenai kajian tentang teori-teori kritis beserta variasinya yang ingin mengungkap dan menguak fenomena yang terjadi di masyarakat dari berbagai bidang seperti kemanusiaan, sosial, serta khususnya untuk ekonomi politik. Membongkar praktik-praktik kekuasaan para pemilik bisnis media di Indonesia

Secara akademik, penelitian ini mampu memberikan penjelasan serta mengupas habis tentang bagaimana kajian ekonomi politik media (dalam teori komunikasi) dengan pendekatannya dapat menemukan praktik-praktik penguasa yang mencoba menggunakan media dengan mengusung misi tertentu di dalam pemberitaan Partai NasDem di Surat Kabar *Media Indonesia*.

b. Kontribusi Metodologi : penelitian ini menggunakan analisis isi kualitatif. Analisis ini dipakai untuk mengetahui isi komunikasi yang tersurat (tampak atau manifest), dalam hal ini untuk mengetahui kekuatan-kekuatan ekonomi politik dalam pemberitaan Partai NasDem di Surat Kabar *Media Indonesia*.

c. Kontribusi Praktis :

1. Memberikan manfaat bagaimana membuat berita yang objektif.
2. Dapat memberikan kesadaran kepada Surat Kabar *Media Indonesia*, dalam hal membenahi kebijakan redaksional, agar tidak mudah diintervensi oleh para pemilik modal *Media Indonesia*.

d. Kontribusi Sosial

Penelitian ini diharapkan, masyarakat akan lebih peka terhadap pemberitaan yang menyangkut kepemilikan media, agar dapat lebih selektif dan kritis dalam menerima setiap informasi yang disampaikan oleh media massa

1.6. Kelemahan Penelitian

Kelemahan dalam penelitian ini yaitu penelitian kesulitan mendapatkan birokrasi dari *Media Indonesia* terkait penelitian tentang pemberitaan Partai NasDem. Peneliti juga mengalami kesulitan dalam mendapatkan narasumber baik dari internal maupun dari pengamat politik.

1.7. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan penjabaran latar belakang masalah yang akan diteliti, perumusan masalah, tujuan penelitian, pembatasan masalah, kontribusi penelitian, sistematika penulisan, serta kelemahan dan keterbatasan penelitian.

BAB II KERANGKA PEMIKIRAN / TEORI

Pada bab ini akan dijabarkan tentang paradigma kritis, hakekat komunikasi, komunikasi massa, jurnalistik, teori-teori komunikasi dan definisi lainnya yang terkait dengan penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi metodologi penelitian yang digunakan. Mencakup tentang pendekatan penelitian, metode penelitian, jenis penelitian, subjek penelitian, metode pengumpulan data, metode analisis data, waktu dan lokasi penelitian, serta jadwal penelitian.



DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Ardianto, Elvinaro. 2004. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Bandung: Simbiosa Rekatama Media.
- Ardianto, Elvinaro, & Q-anees. 2007. *Filsafat dan Ilmu Komunikasi*, Bandung: Simbiosa Rekatama Media.
- Baran, Stanley J & Dennis K. Davis. 2010. *Teori Dasar, Komunikasi Pergolakan, dan Masa Depan Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Barret, Boyd, Oliver. *The political Economy Approach dalam Approach to Medai A Reader*. London: Arnold, 1995.
- Bungin, Burhan. 2003. *Analisis Data Penelitian Kualitatif : Pemahaman Filosofis dan Metodologis Kearah Penguasaan Model Aplikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Cangara, Hafied, 2005. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Caporaso, Levine dan James. *Teori-teori Ekonomi Politik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008.
- Effendy, Onong Uchyana, 2007. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Eriyanto, 2009. *Analisis Wacana, Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: PT. LKiS Printing Cemerlang.
- Golding, Peter dan Murdock, Graham (ed). 1997. *The political Ekonomi of the Media, volume 1*. Cheltenhamuk: Edward Elgar Publishing Limited.
- Hardt, Hanno. 2005. *Critical Communication Studies: Sebuah Pengantar Komprehensi Sejarah Perjumpaan Tradisi Kritis Eropa dan Tradisi Pragmatis Amerika*. Yogyakarta: Jalasutra.

- Kriyantono, Rachmat. 2019. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Littlejohn, Stephen. 2009. *Teori Komunikasi, Theories of Human Communication*. Jakarta: Salemba Humanika.
- McQuail, D. 1987. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta. Erlangga.
- Mulyana, Deddy. 2004. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mosco, Vincent. 2011. *The political Economy of Communication*. California: SAGE Publications.
- Nurudin. 2009. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : Rajawali Pers
- Ramadhan, Said. 2010. *Pedoman Praktis*. Jakarta: FISIP UHAMKA
- Ramdhana, Said. 2005. *Komunika Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*. Jakarta: FISIP UHAMKA
- Shoemaker, Pamela J. & Stephen D. Reese. 1996. *Mediating the Message: Theories of Influence on Mass Media Content (2nd Edition)*. California: Caroline House.
- Sudibyo, Agus. 2001. *Politik Media dan Pertarungan Wacana*. Yogyakarta: LkiS.
- Suhandang, Kustadi. 2004. *Pengantar Jurnalistik*. Bandung: Nuansa
- Vardiansyah, Dani. 2008. *Filsafat Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Jakarta: Indeks.
- West, Richard, & Lynn H Turner. 2009. *Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.

Hasil survei NasDem :

<http://nasional.kompas.com/read/2014/02/02/1515271/LSI.PDI-P.atau.Golkar.Bakal.Jadi.Partai.Berkuasa.di.2014> diakses pada Jumat 25 Oktober pukul 13.30 wib

<http://www.tribunnews.com/pemilu-2014/2014/04/11/ini-lembaga-survei-yang-meleset-hasil-surveinya>

Pemilu 2014

- arifbudi.lecture .ub.ac.id/2014/03/ Kepemilikan media massa sebagai kendaraan politik menuju pemilu, diakses pada 18 Januari 2015 pukul 17.00.
- www.Mediaindonesia.com
- m.medeka.com/profil/Indonesia/m/media-indonesia pada tanggal 5 September 2014 pukul 15.40 wib
- Wikipedia.com

Karya Ilmiah:

- 
1. Benny Siga Butar-Butar, FISIP UI, 2006. Sebuah Tesis ; Dominasi Media Massa dalam PILKADA (Kajian Ekonomi Politik media terhadap PILKADA Depok).
 2. Jessica Arawinda, FISIP UI 2005. Sebuah Skripsi ; Ekonomi Politik media Majalah Populer (Studi Analisis Wacana Kritis terhadap Majalah Populer).
 3. Lenthera Anggoro Darussalam, FISIP UHAMKA 2012. Kekuatan Ekonomi Politik dalam Penberitaan Fatwa Haram Rokok Muhammadiyah (Analisis Wacana Norman Fairclough pada Koran Tempo Edisi 10-31 Maret 2010).
 4. Said Romadlan, Pengaruh Ideologi Pada Pola Pemberitaan Surat Kabar Tentang Partai-Partai Politik Selama Kampanye Pemilu 1999 (Analisis Isi terhadap Harian Kompas dan Harian Republika)