

B7

# KOMUNIKASI MASSA



100 HARI SBY - JK



Dr. Machyudin Agung Harahap, MSi

B7

KOMUNIKASI MASSA 100 HARI SBY&JK

**Penulis** : Dr. Machyudin Agung Harahap, MSi  
**Penyunting**  
**Bahasa** : Susri Adeni, MA.  
**Editor** : Ir. Jonbi, MT., MM., MSi  
**Layout** : d'prasetyo  
**Penerbit** : Yayasan John Hi-Tech Idetama  
Jl. Rawa Bambu Raya No.17A,  
Pasar Minggu Jakarta 12520

SN : 029

Edisi pertama cetakan Pertama 2011

**Sanksi Pelanggaran pasal 44**

Undang-undang Nomor 7 Tahun 1987 tentang  
Perubahan atas Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1982 tentang  
Hak Cipta

Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak mengumumkan atau memperbanyak ciptaan atau memberi izin untuk itu, dipidana dengan pidana penjara paling lama 7 (tujuh) Tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 100.000.000,- (Seratus Juta Rupiah)

Barangsiapa dengan sengaja menyerahkan, memamerkan, mengedarkan atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) Tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 50.000.000 (Lima Puluh Juta Rupiah)

**DAFTAR ISI**

	Hal
KATA PENGANTAR .....	3
• WACANA SERATUS HARI SBY DAN JK .....	11
BERITA POLITIK DALAM BINGKAI TELEVISI SWASTA .....	31
• EKONOMI MEDIA, STRUKTUR SOSIAL MASYARAKAT DAN KEBIJAKAN POLITIK PEMRINTAH .....	35
• KEPEMILIKAN DAN PENCITRAAN MEDIA .....	41
• IKLAN BERITA POLITIK DI TELEVISI SWASTA .....	45
• PERSPEKTIF KENDALI PASAR DALAM BERITA POLITIK .....	49
• ANALISIS WACANA KRITIK (Critical Discourse Analysis) DALAM BERITA POLITIK 100 HARI SBY & JK .....	61
• IDEOLOGI SCTV, TRANS TV DAN METRO TV DAN ANALISIS WACANA TEKS 100 HARI SBY & JK IDEOLOGI SCTV .....	79
• ANALISIS WACANA 100 HARI SBY & JK DI SCTV . IDEOLOGI TRANS TV .....	291
• IDEOLOGI METRO TV .....	367



## EKONOMI MEDIA, STRUKTUR SOSIAL MASYARAKAT DAN KEBIJAKAN POLITIK PEMERINTAH

Sejarah studi tentang Ekonomi Media menurut Philip Abrams (1968) dalam Ritzer dan Goodman (2004:45-47) berpendapat bahwa sosiologi Inggris dibentuk pada abad 19 melalui tiga sumber yang sering berbenturan-ekonomi politik, ameliorisme, dan evolusi sosial. Ketika masyarakat Sosiologi London didirikan, di sana terdapat perbedaan pendapat sangat besar tentang definsi sosiologi. Sebagian kecil meragukan pandangan bahwa sosiologi dapat menjadi ilmu. Perbedaan seperti itulah yang memberikan ciri tersendiri terhadap sosiologi Inggris.

Kajian ekonomi politik yakni teori tentang masyarakat Industri, dan kapitalis yang sebagian berasal dari pemikiran Adam Smith (1723-1790). Pemikiran tentang ekonomi politik sangat berpengaruh terhadap Marx. Marx mempelajari ekonomi secara teliti dan ia

berpandangan kritis terhadapnya. Tetapi, para sosiolog dan ekonom Inggris tak sejalan dengan pemikiran kritis Marx. Mereka cenderung menerima gagasan Smith yang menyatakan adanya kekuatan tak terlihat " teori tangan tersembunyi" (the invisible hand theory) yang menentukan pasar barang dan tenaga kerja. Pasar dilihat sebagai sebuah realitas independen yang berdiri diatas individu dan mengendalikan perilaku individu. Para Sosiolog Inggris, seperti ekonom politik tetapi berbeda dengan Marx, melihat pasar sebagai kekuatan positif, sebagai sumber keteraturan, harmonis, dan pemersatu dalam masyarakat. Karena mereka melihat pasar, dan lebih umum lagi melihat masyarakat menurut pandangan positif, maka mereka berpendirian bahwa tugas sosiolog bukanlah untuk mengkritik masyarakat, tetapi semata mengumpulkan data mengenai hukum-hukum yang mengatur kehidupan masyarakat.

Pasar sebagai sebuah realitas independen yang berdiri di atas individu dan mengendalikan perilaku individu. Dalam pemahaman Pasar media perilaku yang dikendalikan dimaksudkan bahwa media di kendalikan oleh profesional media dalam menyampaikan isi media. Namun hal itu dimungkinkan terjadi dalam kondisi bahwa media tidak dipengaruhi oleh kekuatan di luar media yang mempengaruhi isi media.

Banyak perspektif yang berkembang dalam menempatkan posisi media massa di dalam masyarakat. Media massa bukan sesuatu yang bebas dalam masyarakat. Tetapi media massa selalu terikat dengan berbagai kepentingan sosial-ekonomi dan politik.

Perspektif yang sangat berkembang diantaranya adalah



perspektif ekonomi. Kajian ekonomi politik media berusaha menampilkan bahwa media massa terkait dengan proses ekonomi-struktural masyarakat. Kepentingan ekonomi dan faktor politik selalu melatarbelakangi keberadaan media massa. Namun dalam membahas kajian ekonomi politik media sangat terkait dengan Kajian kritisisme media mau memperlihatkan bahwa isi media menyiratkan pola relasi kekuasaan dalam masyarakat. Pertarungan ekonomi politik media tidaklah dipandang secara sederhana. Industrialisasi budaya berkembang kalau dukungan dari masyarakat dan pemerintah dominan.

Perkembangan dan modernisasi komunikasi massa, terutama modernisasi dalam industrialisasi media massa, mengalami kemajuan yang sedemikian pesat. Perkembangan media massa semakin pesat ketika terjadi perubahan dramatis dalam teknologi komunikasi. Perkembangan industri media ini tak terelakkan. Demikian juga perkembangan dampak dan efek media menjadi sangat penting dalam kehidupan sosial, politik dan ekonomi masyarakat.

Modernisasi industri media mempengaruhi masyarakat berikut sistem sosial yang terbentuk di dalamnya juga menjadi bagian yang integral dalam perkembangan media massa. Selama ini pemahaman manusia mengenai media massa tidak lagi diletakkan dalam perspektif tunggal, dalam arti bahwa media massa dilihat sebagai satu entitas mandiri, melainkan sekarang media massa berikut industrinya dilihat sebagai satu kesatuan hubungan yang di dalamnya terdapat interaksi dinamis antara pelaku media, masyarakat dan negara.

Perkembangan industrialisasi yang dipicu oleh revolusi

industri dan revolusi media cetak. Era industrialisasi mempengaruhi kompleksitas sistem sosial masyarakat. Setidaknya terjadi proses mekanisasi dan massifikasi faktor produksi, distribusi dan konsumsi masyarakat. Ini berarti terjadi akselerasi kompleksitas budaya masyarakat yang ada. Komunitas masyarakat tidak lagi dilihat dalam satu proses kebudayaan yang sederhana melainkan komunitas masyarakat dilihat sebagai sistem budaya yang mempunyai tingkat budaya yang lebih kompleks. Jaringan sistem masyarakat semakin melebar dalam sistem politik, ekonomi dan budaya.

Konstelasi kompleksitas sistem sosial budaya masyarakat mempengaruhi sistem budaya informasi dan komunikasi yang semakin harus bisa mengikuti perkembangan dinamika masyarakat. Dengan percepatan industrialisasi mesin cetak dan informasi, rekaman dan proses komunikasi semakin menjadi kebutuhan utama masyarakat. Ini menandai juga perkembangan media massa sebagai salah satu bagian dalam proses komunikasi massa menjadi hal yang penting.

Usaha untuk mengembangkan media adalah dengan memperbesar modal atau investasi dari para pemegang saham atau pemilik modal. Kompleksitas industri komunikasi massa sebagai suatu yang tak terelakkan; tidak bisa menghindari adanya konsolidasi dan proses konsentrasi yang mau tidak mau dilakukan oleh setiap pelaku komunikasi massa untuk tetap bisa berproses sebagai sebuah industri sosial dan ekonomi.

Aspek konsolidasi media komunikasi massa yang ada, terlihat bahwa dalam proses konsolidasi ada kecenderungan dinamis bahwa terjadi perubahan dari



keanekaragaman media menjadi sebuah pemusatan atau konsentrasi sosial ekonomi media. Pengaruh kekuatan sosial dan ekonomi media dalam rangka dinamisasi untuk menjaga keseimbangan faktor produksi, distribusi dan konsumsi masyarakat. Salah satu cara media untuk menanggapi masalah efisiensi dan efektivitas media adalah konsentrasi. Aspek konsentrasi lebih merupakan proses akumulasi kontrol sosial ekonomi kekuatan sumber daya ekonomi dan sosial yang dimiliki oleh setiap industri media.

Harus diakui bahwa industri komunikasi massa tidak menghindari tuntutan faktor ekonomi dan politik. Faktor ekonomi politik media mau memperlihatkan bahwa faktor produksi, distribusi dan konsumsi media massa merupakan proses timbal balik yang terus menerus dialami oleh setiap pelaku dan organisasi media massa. Keterkaitan dan keterpengaruhan faktor ekonomi dan politik dalam sebuah tatanan organisasi media.

Eksistensi perkembangan media dipengaruhi tiga faktor, yaitu pasar, masyarakat, dan negara. Hubungan ketiganya merupakan kolaborasi kemampuan dan kekuasaan masing-masing untuk menjaga akselerasi dan kontinuitas media. Negara pembuatan aturan main, namun dalam regulasi aturan tersebut dipengaruhi oleh kepentingan pasar dan masyarakat dengan menjaga dan mengamankan kekuasaan (pemerintah).

Penguasa atau pemilik kekuasaan politik dan ekonomi media yang dipunyai oleh negara juga tetap menjadi konsekuensi global, di mana di dalamnya ada seperangkat nilai yang mau ditawarkan.

Menurut Habermas (1984) negara adalah sebagai



faktor regulator yang menjamin kepentingan publik berikut kepentingan pasar. Masalah komunikasi antara publik, pasar dan negara merupakan wacana tersendiri dalam demokratisasi dan komunikasi politik yang rasional. Tidak terhindarkan peran negara dalam fungsi regulator karena selain bahwa negara mempunyai mandat kedaulatan publik, negara juga mempunyai aparat yang bisa membuat pemberlakuan efektif sebuah regulasi.

Namun dalam perspektif pers yang sehat dan positif, media, masyarakat dan negara memainkan fungsi sebagaimana mestinya. Media menyampaikan isinya yang bermanfaat, masyarakat menyampaikan kritisi bila isi media menyimpang, masyarakat menawarkan kepada media tentang sesuatu agenda yang penting untuk diekspos secara lebih mendalam oleh media, sedangkan negara memfasilitasi media menjadi sehat dengan tata aturan dan kebijakannya yang menjaga eksistensi media.

