BAB IV

ANALISIS PESAN KONGLOMERASI MEDIA DALAM FILM DOKUMENTER "DI BALIK FREKUENSI"

A. TEMUAN PENELITIAN

Unsur ekonomi dalam perusahaan media, adalah hal sangat mendasar untuk mempertahankan keberadaan perusahaan. Berbagai macam cara dan upaya ditempuh untuk melangsungkan kehidupan perusahaan. Hal ini tidak bisa dihindari karena media massa sebagai industri yang memproduksi berita tidak bisa lepas dari unsur persaingan antar pemilik media yang beraneka ragam, mulai dari media yang berbasis frekuensi seperti radio dan televisi, lalu media cetak serta media online yang menyuguhkan beraneka ragam portal media digital.

a. **Konglomerasi Media Massa** yang dapat diidentifikasi dengan semakin terpusatmya kepemilikan media di tangan dua belas pemilik media yang hari ke hari semakin mendominasi frekuensi publik, kenyataannya tidak semua perusahaan media meraih kesuksesan, karena tiap perusahaan memiliki cerita jatuh bangunnya sendiri. Untuk itu salah satu upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan adalah melakukan merger, konsolidasi dan akuisisi . Merger, konsolidasi dan akuisisi biasanya digunakan oleh pelaku bisnis antara lain untuk memperbesar aset dan penguasaan pasar. Merger, konsolidasi dan akuisisi digunakan untuk menyembuhkan perusahaan yang sedang sakit. Perusahaan tersebut dapat digabungkan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan perusahaan yang sehat dengan harapan dapat menghasilkan perusahaan hasil merger yang lebih sehat.[1] Contoh dari aktifitas merger antar perusahaan media dapat dilihat pada PT Indosiar Karya Media Tbk (Indosiar) yang terancam bangkrut dan menjual sahamnya, lalu pada 13 Juli 2011 saham perusahaan PT Indosiar Karya Media Tbk (Indosiar) dibeli dan dikuasai oleh PT Surya Citra Media (SCTV) sebesar 84,77%. Pada 1 Mei 2013, perusahaan ini resmi bergabung dengan PT Surya Citra Media (SCTV). Perlu diketahui bahwa PT Surya Citra Media Tbk, yang didirikan pada 29 Januari 1999 dengan fokus bidang usaha meliputi jasa multimedia, hiburan, komunikasi, dan pertelevisian adalah anak perusahaan dari PT Elang Mahkota Teknologi Tbk yang didiran pada tahun 1983 sebagai perusahaan layanan komputer pribadi dan pernah menjadi distributor produk Compaq di Indonesia oleh Eddy Kusnadi Sariaatmadja.

b. **Persaingan antar pemilik media** dapat diidentifikasi dari munculnya media - media baru yang saling mendominasi frekuensi publik, hal ini dapat dilihat pada dua kasus yang di soroti antara masyarakat dengan pemilik media massa. Kasus pertama diceritakan dalam film ini bagaimana Luviana jurnalis asisten produser Metro Tv yang dinonjobkan karena mempersoalkan pemindahan posisinya ke bagian HRD, hal ini menuai persoalan karena sangat bertentangan dengan posisi sebelumnya dibagian redaksi Metro Tv sebagai jurnalis. Dalam

[1]Iswi Hariyani, SH, MH., Ir. R. Serfianto, D.P., & Cita Yustisia S., SH, *Merger, Konsolidasi, Akuisisi, & Pemisahan Perusahaan* (Jakarta : Visi Media, 2011) Hal 5

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kasus ini pelanggaran pertama yang dilakukan Metro Tv adalah membebastugaskan Luviana tanpa keterangan. Kedua Metro Tv mem-PHK Luviana juga tanpa keterangan, dan Metro Tv tidak membayar upah Luviana sejak Juli 2012, padahal belum ada keputusan terkait status kepekerjaan Luviana," kata Umar Idris di gedung DPR, Senayan, Jakarta, Senin 21 Januari 2013. Seperti diketahui pada tanggal 5 Juni 2012 lalu, Surya Paloh selaku pemilik Metro Tv dalam pertemuan dengan Luviana bersama tim litigasi dan nonlitigasi Aliansi Metro di kantor Partai Nasdem berjanji akan mempekerjakan Luviana kembali di Metro Tv dengan posisi yang sama, yakni Asisten Produser. Namun, janji tersebut tidak terealisasi, malah justru surat pemecatan yang datang ke Luviana yang dikirimkan pada 27 Juni 2012. Namun pada kenyataannya pemberitaan kasus ini tidak diberitakan pada media masa yang di kuasai Surya Paloh.

c. **Politisasi publikasi** dalam film ini di tampilkan bagai mana cara media mengemas berita demi mengkontruksi persepsi masyarakat agar jauh dari kenyataan sebenarnya yang pada dasarnya adalah wacana. Pada pemberitaan Hari Suwandi aktivis dari sidoarjo yang menuntut ganti rugi atas tanah yang tenggelam lumpur panas akibat proyek PT. Lapindo Brantas. Aksi ini dimulai 14 Juni 2012, Pukul 09.00 WIB, Suwandi bersama seorang temannya Harto Wiyono berangkat dari Porong menuju Jakarta. Keduanya memutuskan untuk berangkat melalui jalur pantai utara Jawa.Suwandi berjalan kaki di antara

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

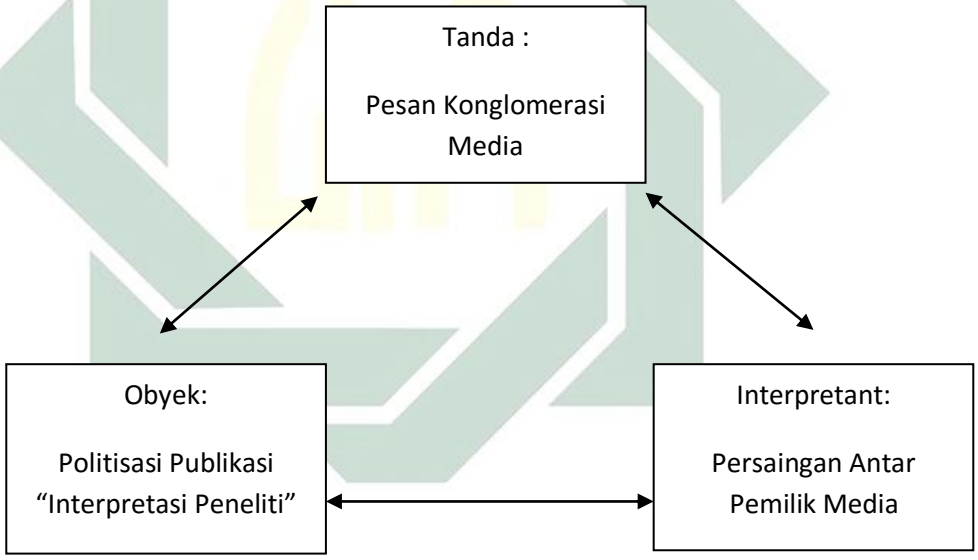
kemacetan, sementara Harto Wiyono mengiringi dengan menggunakan sepeda motor. Keduanya berangkat dengan bekal uang Rp 50 ribu dan ratusan kepingan CD Lapindo yang akan mereka jual untuk hidup.

Namun pada senin 23 juli 2012 pukul 18.40 WIB Tv One menayangkan pemberitaan pada acara Kabar Petang tekait Hari Suwandi, Dalam pemberitaan tersebut sekertaris gabungan korban lumpur lapindo Khairul Huda menegaskan bahwasanya semua korban lumpur lapindo berjuang di sidoarjo kalau ada yang berjuang di Jakarta atau diluar lainnya adalah kamuflase dan palsu.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. KONFIRMASI TEMUAN DENGAN TEORI

Pada hasil temuan penelitian ini, sesuai dengan teori *Triangle Meaning* dari Charles Sander Peirce, kami sebagai peneliti mengkonfirmasikan teori dengan merujuk pada data hasil temuan dalam film dokumenter Di Balik Frekuensi yang merujuk pada tanda – tanda yang memuat fenomena konglomerasi media. Pesan konglomerasi media dalam film ini di kontruksi melalui tiga wacana pokok yang di uraikan dalam tiga eleman utama yang disebut Berikut Alur konfirmasi temuan dengan teori :



a. Pesan Konglomerasi Media sebagai Tanda

Tanda adalah sesuatu yang berbentuk fisik yang dapat diungkap oleh panca indera manusia dan merupakan sesuatu yang merujuk (merepresentasikan) hal lain di luar tanda itu sendiri. Acuan tanda ini disebut obyek.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam film ini fenomena konglomerasi media sebagai pesan dapat di identifikasi dengan semakin terpusatmya kepemilikan media di tangan dua belas pemilik media yang hari ke hari semakin mendominasi frekuensi publik, sehingga semakin sedikit ruang yang ada bagi masyarakat dalam mendapatkan fakta yang kongkrit sesuai dengan haknya sebagai warga negara.

b. Fenomena persaingan antar pemilik media sebagai Objek

Objek adalah konteks sosial yang menjadi refrensi dari tanda atau sesuatu yang di rujuk tanda. Dalam film ini disajikan bagaimana kedua belas pemilik media di indonesia saling berlomba – lomba mendominasi frekuensi public. Hal ini dapat diidentifikasi dari munculnya media - media baru, baik media berbasis frekuensi seperti radio dan televisi, media cetak ataupun media digital.

c. Fenomena politisasi publikasi sebagai interpretant

Interpretant adalah konsep pemikiran dari orang yang menggunakan tanda dan menurunkannya ke suatu makna tertentu atau makna yang ada dalam benak seseorang tentang objek yang dirujuk tanda. Dalam film ini di tampilkan bagai mana cara media mengemas berita demi mengkonstruksi persepsi masyarakat agar jauh dari kenyataan yang sebenarnya. sehingga yang ada dalam benak seseorang adalah wacana konflik masyarakat dengan pemilik media.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Publik sebagai komponen demokrasi, memiliki peran penting dalam mengendalikan penyiaran sehingga jauh dari konteks homogenitas kepentingan pemilik media. Sebagaimana diketahui bahwasanya dalam UU Penyiaran No. 32 Tahun 2002 menegaskan bahwasanya frekuensi adalah bagian dari sumber daya alam yang dikuasai negara, karena jumlahnya yang terbatas maka penggunaannya sebesar – besarnya harus dipergunakan untuk kepentingan publik. Undang – Undang Penyiaran Nomor 32 Tahun 2002 memberikan penjelasan *Diversity of Content* (prinsip keberagaman isi) dan *Diversity of Ownership* (prinsip keberagaman kepemilikan). Kedua prinsip tersebut menjadi landasan bagi setiap kebijakan yang dirumuskan oleh KPI. Pelayanan informasi yang sehat berdasarkan prinsip keberagaman isi adalah tersedianya informasi yang beragam bagi publik baik berdasarkan jenis program maupun isi program. Sedangkan prinsip keberagaman kepemilikan adalah jaminan bahwa kepemilikan media massa yang ada di Indonesia tidak terpusat dan dimonopoli oleh segelintir orang atau lembaga saja. Prinsip ini juga menjamin iklim persaingan yang sehat antara pengelola media massa dalam dunia penyiaran di Indonesia.

1. Alokasi kekuatan konglomerasi media di indonesia adalah simbol kedaulatan yang bisa diaplikasikan utuk pertahanan negara, apalagi menghadapi pasar bebas dimana keberagaman dalam bangsa bisa saja terpecah belah karena efek dari informasi yang di berikan media massa tidak bisa dijadikan acuan sebagai media yang mempersatukan bangsa sesuai

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan amanat yang tertera pada Undang – undang Peyiaran No.32 Pasal 3

"*Penyiaran diselenggarakan dengan tujuan untuk memperkukuh integrasi nasional, terbinanya watak dan jati diri bangsa yang beriman dan bertaqwa, mencerdaskan kehidupan bangsa, memajukan kesejahteraan umum, dalam rangka membangun masyarakat yang mandiri, demokratis, adil, dan sejahtera, serta menumbuhkan industri penyiaran Indonesia"* .

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id