



**DIVERSIFIKASI MEDIA MASSA SEBAGAI  
STRATEGI EKSPANSI MEDIA GROUP**

**FORMAS JUITAN LASE**

**NIM: 0871650028**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk  
Mencapai Gelar Sarjana Sosial (S.sos)**

**PROGAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA  
Jakarta  
2012**

**LEMBAR PENGESAHAN**

“Diversifikasi Media Massa sebagai Strategi Ekspansi Media Group”

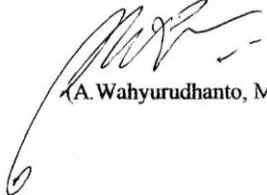
Dengan ini saya menyatakan bahwa,  
isi CD-ROM laporan penelitian sama dengan hasil revisi akhir

Jakarta, 27 September 2012

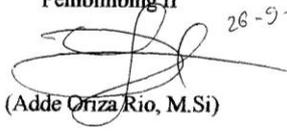
(Formas Juitan Lase)

Menyetujui,

Pembimbing I

  
(A. Wahyurudhanto, M.Si)

Pembimbing II

 26-9-2012  
(Adde Oriza Rio, M.Si)

Ka. Prodi Ilmu Komunikasi

  
(Ir. Melati M. Tobing, M.Si)

---

**PERNYATAAN ORIGINALITAS SKRIPSI MAHASISWA**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Formas Juitan Lase

NIM : 0871650028

Fakultas/Jurusan : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik/Ilmu Komunikasi

Menyatakan laporan penelitian ini adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri, dan bukan duplikasi dari orang lain. Sebagai karya ilmu pengetahuan, saya setuju jika karya tulis ilmiah ini di “*up-load*” pada pusat informasi yang lebih luas dan umum, dan menjadi referensi bagi yang memerlukan.

Demikian pernyataan ini saya buat,

Jakarta, 27 September 2012

  
Formas Juitan Lase

---

### PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Formas Juitan Lase  
NIM : 0871650028  
Fakultas/Jurusan : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik/Ilmu Komunikasi

Dengan ini saya menyatakan:

1. Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Indonesia Jakarta, Hak Bebas Royalti non-eksklusif atas laporan penelitian saya yang berjudul "Diversifikasi Media Massa sebagai Strategi Ekspansi Media Group".
2. Universitas Kristen Indonesia Jakarta berhak menyimpan, mengalih medikan/mengalih formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, serta menampilkannya dalam bentuk *softcopy* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta.
3. Saya bersedia dan menjamin untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Universitas Kristen Indonesia Jakarta segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, dan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 27 September 2012



Formas Juitan Lase

## **KATA PENGANTAR**

Apalagi yang bisa membenarkan cara selain tujuan, dan bagaimana tujuan itu dikritisi selain karena motif di balik tujuannya yang bukan untuk kepentingan publik. Begitulah kira-kira media massa dilihat ketulusannya untuk mencerahkan masyarakat atau semata-mata untuk kepentingan tertentu.

Penelitian ini, dengan memakai pendekatan ekonomi politik kritis, menemukan bahwa Media Group melakukan diversifikasi karena dilatarbelakangi oleh konsekuensi logis dari determinisme ekonomi untuk meraih keuntungan iklan dari peluang pasar baru, konsekuensi kepemilikan media yang menjadikan media sebagai instrumen agenda politik Surya Paloh, dan konsekuensi revolusi teknologi yang menciptakan peluang pasar yakni khalayak yang tersegmentasi akibat teknologi.

Sebetulnya, diversifikasi membawa dampak yang positif untuk kelangsungan informasi bagi masyarakat. Karena dengan dilakukannya diversifikasi maka masyarakat memiliki banyak pilihan untuk memilih jenis media yang dia butuhkan. Dengan beragamnya media maka beragam pula informasi dan berita yang ditawarkan. Tetapi hal itu menjadi negatif ketika diversifikasi dilakukan bukan didasari oleh kepentingan publik, tetapi untuk kepentingan pemilik media dalam mengokohkan pengaruhnya dan menambah pundi-pundi keuntungan dari iklan.

Meskipun demikian, penelitian ini tentu saja tidak akan selesai tanpa bantuan banyak pihak, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada mereka yang telah membantu baik secara nyata maupun yang tidak. Pertama, penulis mengucapkan terima kasih kepada Dr. (C) Albertus Wahyurudhanto, M.Si, selaku dosen pembimbing I, Adde Oriza Rio, M.Si, selaku dosen pembimbing II yang telah banyak membantu, meluangkan waktu untuk berdiskusi dengan penulis menyelesaikan penelitian ini.

Penulis sampaikan juga terima kasih kepada D. Parlindungan Sitorus, SH, MS selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Melati M. Tobing, M.Si selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi yang telah membantu penulis dalam segi administrasi penyelesaian penelitian ini.

Harus saya sampaikan juga terima kasih kepada Chontina Siahaan, SH.,M.Si, Singgih Sasongko, M.Si, Agus Sudiby (Anggota Dewan Pers) yang telah meluangkan waktu untuk berdiskusi dan membuka cakrawala pengetahuan penulis.

Kepada para narasumber dalam penelitian ini juga penulis ucapkan terima kasih: Usman Kansong (Direktur Pemberitaan Media Indonesia dan Anggota Dewan Redaksi Media Group), Dr. Ade Armando, MA, (pengamat media dan mantan anggota KPI) yang bersedia meluangkan waktu dan pemikirannya.

Kepada teman-teman jurnalistik: Sufianto, Dewi Christina Paulina, Merliani Minarni, Philen Sophia, terima kasih untuk semangat dan dukungannya.

Kepada Januarman Larosa, Yuliman Zebua, David Murdianto, dan Hafid Rahardjo juga penulis ucapkan terima kasih untuk bantuannya atas pencarian data dan dokumen yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

Teristimewa untuk bapak dan ibuku tercinta yang selalu memberikan dukungan doa dan semangat untuk meraih mimpi-mimpi penulis.

Penulis menyadari banyak kekurangan dalam penelitian ini dan penulis juga mengakui banyak kesalahan. Tetapi penulis tidak meminta maaf, sebab rasanya berguna jika penulis meminta pembaca untuk memperbaikinya, sehingga kekurangan-kekurangan semacam ini tidak terjadi lagi dan sedapat mungkin bisa memberikan suatu temuan baru yang lebih komprehensif dan inovatif dari yang sudah penulis mulai saat ini.

Akhirnya, penulis berharap skripsi ini menjadi salah satu sumbangan pemikiran intelektual seorang mahasiswa untuk Universitas Kristen Indonesia, dan Ilmu Komunikasi serta menjadi ucapan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa untuk rahmat perlindungan dan anugerah buah pemikiran yang murni bagi penulis.

Jakarta, 13 Agustus 2012

Formas Juitan Lase

## ABSTRAK

Nama : Formas Juitan Lase  
Nomor Induk Mahasiswa : 0871650028  
Fakultas/Jurusan : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik/Ilmu Komunikasi  
Dosen Pembimbing I : A. Wahyurudhanto, M.Si  
Dosen Pembimbing II : Adde Oriza Rio, M.Si  
Judul Skripsi : Diversifikasi Media Massa sebagai Strategi Ekspansi Media Group

Penelitian ini bertujuan mengungkapkan bagaimana proses terjadinya diversifikasi media massa di Indonesia khususnya media cetak ke media elektronik dan digital. Kasus yang diambil adalah strategi diversifikasi media massa yang digunakan oleh Media Group, yaitu Media Indonesia ke Metro TV dan media online; [mediaindonesia.com](http://mediaindonesia.com) dan [metrotvnews.com](http://metrotvnews.com).

Permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini adalah mengapa Media Group memilih diversifikasi sebagai strategi ekspansi dan bagaimana proses terjadinya diversifikasi tersebut.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah ekonomi politik media dan teori mediamorfosis. Dengan menggunakan pendekatan ekonomi politik kritis, data diperoleh melalui metode wawancara mendalam.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Media Group melakukan diversifikasi karena dilatarbelakangi oleh konsekuensi logis dari determinisme ekonomi untuk meraih keuntungan iklan dari peluang pasar baru, konsekuensi kepemilikan media yang menjadikan media sebagai instrumen agenda politik pemilik media, dan konsekuensi revolusi teknologi yang menciptakan peluang pasar yakni khalayak yang tersegmentasi akibat teknologi.

Dari hasil temuan tersebut, penelitian ini mengungkapkan dampak politik dari diversifikasi unit Media Group di mana kepentingan pemilik media jelas tampak pada setiap pemberitaan Media Indonesia, Metro TV dan media onlinenya. Media tersebut dimanfaatkan untuk mengokohkan pengaruh pemilik media dalam membentuk opini publik atas pemberitaan-pemberitaannya. Sementara pada dampak ekonomi, Media Group karena tergolong korporasi dengan aset, iklan dan rating yang kecil maka belum menunjukkan sebagai ancaman monopoli pasar media.

Kata Kunci: Diversifikasi, Spasialisasi, Ekonomi Politik Media, Media Group.  
Tebal Halaman: isi 130 halaman, lampiran 60 halaman.

## DAFTAR ISI

	<b>Hal</b>
ABSTRAK .....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah .....	12
C. Tujuan Penelitian .....	14
D. Manfaat Penelitian .....	14
E. Sistematika Penulisan .....	16

### **BAB II KERANGKA BERPIKIR**

A. Diversifikasi Media Massa.....	17
B. Spasialisasi .....	20
C. Determinisme Ekonomi .....	22
1. Perubahan Sistem Politik.....	24
2. Kepemilikan Media Massa dan Konsentrasi Pasar.....	27

D.	Perkembangan Teknologi .....	30
E.	Teori Mediamorfosis .....	33
F.	Manajemen Media.....	35
G.	Teori Ekonomi Politik Media .....	39
H.	Kerangka Teori Penelitian.....	46

### **BAB III METODOLOGI**

A.	Pendekatan Penelitian .....	48
B.	Metode Penelitian.....	49
	1. Teknik Pemilihan Informan .....	49
	2. Teknik Pengumpulan Data.....	49
	3. Teknik Analisis Data.....	52
	4. Teknik Interpretasi Data.....	54
C.	Keabsahan Data.....	55
D.	Kriteria Kebaikan .....	56
E.	Keterbatasan Penelitian .....	58

### **BAB V PEMBAHASAN**

A.	Sejarah Media Indonesia dan Kehadiran Media Group .....	59
	1. Surya Paloh dan Bisnis Medianya .....	60
	2. Surya Paloh dan Ekspansi Vertikal ke Media Lokal.....	61
	3. Strategi Bisnis Media melalui Praktek ‘Dumping’ .....	63
	4. Media Group sebagai Holding Baru .....	64
B.	Media Massa: Menuju Industri Media .....	65

C.	Latar Belakang Diversifikasi sebagai Strategi Ekspansi Media Group .....	67
1.	Konsekuensi Determinisme Ekonomi: Ruang Baru sebagai Pasar Baru .....	67
a.	Diversifikasi: Meraih Iklan di Pasar Baru .....	70
b.	Diversifikasi: Efisiensi Biaya Produksi.....	76
2.	Konsekuensi Kepentingan Pemilik: Pemanfaatan Media Sebagai Instrumen Politik .....	82
3.	Konsekuensi Revolusi Teknologi: Terciptanya Ruang Baru .....	90
E.	Mediamorfosis: Diversifikasi sebagai Upaya Penetrasi Pasar Baru dalam Era Masyarakat Informasi .....	98
1.	Proses Spasialisasi.....	98
a.	Tahap Kebijakan .....	99
b.	Tahap Pelaksanaan.....	102
2.	Dampak Spasialisasi .....	104
a.	Jenis Media dan Segmentasi Khalayak.....	104
b.	Dampak Mediamorfosis.....	114

## **BAB V PENUTUP**

A.	Kesimpulan .....	121
B.	Saran.....	124

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>127</b>
-----------------------------	------------

## DAFTAR TABEL

	<b>Hal</b>
Tabel 1.1 Grup Media Yang Melakukan Merger, Akuisis dan Diversifikasi ..	8
Tabel 2.1 Daftar Pembaca Surat Kabar Nasional Tahun 2007 .....	26
Tabel 4.1 Korporasi Media Massa Terbesar di Indonesia.....	68
Tabel 4.2 Pangsa Pemirsa Televisi di Indonesia Tahun 2011 .....	74
Tabel 4.3 Awal Kemunculan Media Online di Indonesia.....	93
Tabel 4.4 Segmentasi, Target, Positioning Metro TV .....	110
Tabel 4.5 Lanskep Televisi Indonesia.....	118

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Hal</b>
Gambar 1.1 Titik Pusat yang Mempengaruhi Media .....	8
Gambar 2.1 Pergeseran Kebijakan Media.....	36
Gambar 2.2 Kerangka Kerja Teori Terjadinya Diversifikasi Media Massa ...	46
Gambar 3.1 Komponen-komponen Analisis Data: Model Alir .....	53
Gambar 4.1 Komponen Kriteria Objektivitas Media .....	89
Gambar 4.2 Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia 200-2010 .....	96
Gambar 4.3 Jenis Kelamin Pembaca Media Indonesia.....	105
Gambar 4.4 Tingkat pendidikan Pembaca Media Indonesia .....	106
Gambar 4.5 Jenis Pekerjaan Pembaca Media Indonesia.....	107
Gambar 4.6 Tingkat Pengeluaran Pembaca Media Indonesia .....	118
Gambar 4.7 Usia Pembaca Media Indonesia .....	109
Gambar 4.8 Profil Penonton Metro TV .....	111
Gambar 4.9 Latar Belakang Pendidikan Penonton Metro TV .....	112
Gambar 4.3 Pangsa Pembaca Surat kabar di Indonesia Tahun 2009-2011.....	119

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Hal</b>
Lampiran 1. Surat Permohonan Wawancara Informan Kunci .....	131
Lampiran 2. Surat Permohonan Wawancara Pengamat Media.....	133
Lampiran 3. Surat Kesiediaan Dosen Pembimbing I.....	134
Lampiran 4. Surat Kesiediaan Dosen Pembimbing II.....	134
Lampiran 5. Kartu Kendali Dosen Pembimbing I .....	135
Lampiran 6. Kartu Kendali Dosen Pembimbing II .....	137
Lampiran 7. Wawancara Mendalam: Protokol dan Instrumen .....	140
Lampiran 8. Wawancara Pengamat Media: Protokol dan Instrumen .....	142
Lampiran 9. Keterangan Wawancara Mendalam dan Wawancara Pengamat..	144
Lampiran 10. Skrip Hasil Wawancara Informan Kunci.....	145
Lampiran 11. Skrip Hasil Wawancara Pengamat Media .....	175