

**ANALISIS EKONOMI POLITIK MEDIA VINCENT MOSCO DALAM
PENGELOLAAN *NEWSROOM* DI ANTV**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana

Ilmu Komunikasi



FATMAWATI

1161903016

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

JAKARTA


2018

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Fatmawati

NIM : 1161903016

Tanda tangan : 

Tanggal : 29 Agustus 2018




HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Fatmawati
NIM : 1161903016
Program Studi : Komunikasi
Judul Skripsi : Analisis Ekonomi Politik Media Vincent Mosco Dalam
Pengelolaan *Newsroom* ANTV

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Anastasya Andriarti, S.Sos.,M.Si ()
Penguji 1 : Dr. Tuti Widiastuti, M.Si ()
Penguji 2 : Eli Jamilah Mihardja M.Si., Ph.D ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 29 Agustus 2018

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas berkat dan anugerah yang telah diberikan kepada peneliti selama melaksanakan tugas akhir ini. Hingga akhirnya peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir ini tepat pada waktunya. Tugas akhir ini ditulis untuk memenuhi syarat mencapai gelar Sarjana Komunikasi pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

Dan pada kesempatan ini, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Ir. Sofia W. Alisjahbana, M.Sc., Ph.D. selaku rektor Universitas Bakrie.
2. Ibu Dra. Suharyanti, M.S.M. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie.
3. Ibu Anastasya Andriarti, S.Sos, M.Si. selaku dosen pembimbing yang selalu sabar memberikan semangat dan motivasi kepada peneliti untuk dapat menyelesaikan tugas akhir tepat pada waktunya.
4. Ibu Dr. Tuti Widiastuti M.Si., selaku Penguji 1 sekaligus pembahas seminar proposal yang senantiasa memberikan saran dan masukannya kepada peneliti.
5. Ibu Eli Jamilah Mihardja M.Si., Ph.D selaku Penguji 2 yang senantiasa memberikan saran dan masukannya kepada peneliti.
6. Bapak Hafipudin dan Ibu Maryanih sebagai kedua orang tua peneliti, semua saudara kandung peneliti juga kepada keluarga besar peneliti. Terima kasih atas segala motivasi, masukan, dan bantuan baik moril maupun finansial hingga akhirnya peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan tepat waktu.
7. Para dosen yang mengajar Kelas Karyawan jurusan Ilmu Komunikasi Massa Batch 6 Universitas Bakrie. Terima kasih atas ilmu yang telah diberikan selama tiga semester ini.
8. Bapak Yusuf Ibrahim, Bapak Angghi Muliya Ma'mur dan seluruh teman-teman di divisi *News, Sport & Current Affair* ANTV yang telah membantu

menjadi narasumber sekaligus memberikan keringanan peneliti saat kuliah dan melakukan tugas akhir hingga selesai.

9. Mas Ignatius Haryanto yang telah meluangkan waktunya untuk menjadi narasumber ahli dalam tugas akhir ini.
10. Teman-teman terdekat peneliti, Asyifa Latief, Yunita dan Ari yang selalu memberikan segala motivasi, masukan, dan bantuan baik moril maupun finansial hingga akhirnya peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan tepat waktu.
11. Teman-teman satu bimbingan, Dhandy, Koi, Akil, Oji yang saling memberikan informasi selama mengerjakan tugas akhir ini.
12. Teman-teman Kelas Karyawan jurusan Komunikasi Massa Batch 6 Universitas Bakrie yang tidak dapat peneliti sebutkan namanya satu persatu. Terima kasih atas tahun-tahun kebersamaan yang tidak terlupakan serta perjuangan bersama dalam mengerjakan tugas akhir ini.
13. Dan tentu saja masih banyak pihak lain yang turut membantu dalam pelaksanaan tugas akhir ini, namun mohon maaf karena tak dapat disebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, peneliti menerima segala kritik dan saran yang membangun dari pihak pembaca. Diharapkan kritik dan saran tersebut dapat menunjang pengembangan dan perbaikan peneliti selanjutnya.

Akhir kata, peneliti mohon maaf atas kekurangan dalam penulisan tugas akhir ini. Semoga tugas akhir ini dapat berguna untuk menambah ilmu dan wawasan bagi pembacanya.

Jakarta, 29 Agustus 2018

Fatmawati

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fatmawati
NIM : 1161903016
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“ANALISIS EKONOMI POLITIK MEDIA VINCENT MOSCO DALAM
PENGELOLAAN *NEWSROOM* ANTV”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 29 Februari 2018

Yang menyatakan



(Fatmawati)

**ANALISIS EKONOMI POLITIK MEDIA VINCENT MOSCO DALAM
PENGELOLAAN *NEWSROOM* ANTV**

FATMAWATI

ABSTRAK

Televisi adalah salah satu jenis media massa elektronik yang bersifat audio visual. Berdasarkan Undang-Undang Penyiaran No. 32 Pasal 4 ayat 2 penyiaran sebagai kegiatan komunikasi massa yang mempunyai fungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial. Pemanfaatan televisi sebagai media informasi dan pendidikan sudah banyak berkurang, lebih dijadikan alat pemanfaatan ekonomi dan politik bagi pemilik. Fenomena ini dapat dilihat dengan mudah melalui produk-produk yang dihasilkan oleh stasiun televisi terutama produk *news*. Stasiun televisi ANTV bertransformasi menjadi TV hiburan pada tahun 2014 demi mencapai target *rating share* yang diharapkan. Perubahan ini membawa perubahan dalam porsi dan jam tayang program *news*. Dari fakta dan masalah yang ada, merujuk teori Vincent Moscovici mengenai komodifikasi dalam media massa yang tidak dapat dipisahkan dari pemilik media. Vincent Moscovici mengungkapkan dalam komodifikasi terdapat tiga aspek yaitu : (1) komodifikasi konten/isi; (2) komodifikasi khalayak dan (3) komodifikasi pekerja. Penelitian ini dilakukan dengan teknik kualitatif melalui observasi, wawancara dan studi pustaka untuk mendalami masalah. Produk *news* dianggap tidak bisa memberikan sumbangsih dalam target ekonomi yang ditetapkan ANTV. Dampak dari hal tersebut jam tayang dan durasi program *news* dipangkas kemudian digantikan dengan program-program hiburan yang memberikan sumbangsih dalam *rating share*.

Kata kunci : komodifikasi, ekonomi politik, media massa, ANTV, *newsroom*, *rating share*.

**ANALYSIS OF POLITICAL ECONOMY MEDIA VINCENT MOSCO IN
NEWSROOM MANAGEMENT IN ANTV**

FATMAWATI

ABSTRACT

Television is one type of electronic mass media that is audio visual. Under the Broadcasting Law No. 32 Article 4 paragraph 2 broadcasting as a mass communication activity that has a function as a medium of information, education, healthy entertainment, control and social glue. The use of television as a medium of information and education has been greatly reduced, more used as a tool for economic and political use for owners. This phenomenon can be seen easily through the products produced by television stations, especially news products. ANTV television station transformed into entertainment TV in 2014 to achieve the expected rating share target. This change brings changes in the news program's portion and broadcast time. From the facts and problems that exist, refer to Vincent Moscow's theory of commodification in the mass media that cannot be separated from the media owner. Vincent Moscow revealed that there are three aspects of commodification, namely: (1) commodification of content / content; (2) commodification of audiences and (3) commodification of workers. This research was conducted with qualitative techniques through observation, interviews and literature studies to explore the problem. News products are considered unable to contribute to the economic target set by ANTV. The impact of this is that the broadcast hours and duration of the news program are trimmed and then replaced with entertainment programs that contribute to the rating share. Keyword : commodification, political economy, mass media, ANTV, newsroom, rating share

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Masalah	7
1.4 Manfaat Masalah	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	8
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	9
2.1 Tinjauan Pustaka terkait dengan Penelitian Terdahulu	9
2.2 Tinjauan Pustaka terkait dengan Kerangka Pemikiran	15
2.2.1 Ekonomi Politik Media Vincent Moscow	16
2.2.2 Media Massa	21
2.2.3 Televisi Sebagai Media Massa.....	22
2.2.4 <i>Newsroom</i>	24
2.2.5 Program Televisi.....	24
2.2.6 <i>Rating Share</i>	26
2.3 Kerangka Pemikiran	27

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1 Metode Penelitian	28
3.2 Objek Penelitian	29
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	29
3.4 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep	33
3.5 Teknik Analisis Data	34
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data	35
3.7 Keterbatasan Penelitian	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	38
4.1.1 Sejarah ANTV.....	38
4.1.2 Visi Misi	39
4.1.3 Logo	40
4.1.4 Struktur Organisasi	42
4.1.5 <i>Divisi News, Current Affair & Sport</i>	43
4.2 Hasil Penelitian	50
4.3 Pembahasan	60
4.3.1 Analisis Aspek Komodifikasi Konten/Isi pada <i>Newsroom</i> ANTV	60
4.3.2 Analisis Aspek Komodifikasi Khalayak Pada <i>Newsroom</i> ANTV	68
4.3.3 Analisis Aspek Komodifikasi Pekerja Pada <i>Newsroom</i> ANTV	72
BAB V KESIMPULAN	75
5.1 Simpulan	75
5.2 Saran	77
5.2.1 Saran Akademis	77
5.2.2 Saran Praktis	77
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	80

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Tabel Tinjauan Pustaka terkait dengan Penelitian Sebelumnya	9
Tabel 2. Tabel Data Narasumber/Informan	30
Tabel 3. Operasionalisasi Konsep	34
Tabel 4. Program Divisi <i>News, Sport & Current Affair</i>	44

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. <i>Survey</i> Pengguna Televisi	1
Gambar 2. Data <i>Rating Share</i> ANTV	5
Gambar 3. Kerangka Pikiran	27
Gambar 4. Logo ANTV	40
Gambar 5 Logo ANTV	40
Gambar 6 Logo ANTV	40
Gambar 7 Logo ANTV	41
Gambar 8 Logo ANTV	41
Gambar 9 Logo ANTV	41
Gambar 10 Logo ANTV	42
Gambar 11 Logo Program Selamat Pagi Nusantara	46
Gambar 12 Logo Program Topik Terkini	47
Gambar 13 Logo Program Jejak Kriminal	47
Gambar 14 Logo Program Rajapati	48
Gambar 15 Logo Program Total Football	48
Gambar 16 Logo Program Kampiun	49