

# **KEKUASAAN PEMILIK MODAL DALAM STRUKTUR KAPITALISME MEDIA**

## **(Studi Ekonomi Politik Produksi Konten Surat Kabar Radar Banten)**

**Rino Istarno**

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Serang Raya

Jl. Raya Serang-Cilegon Km 5 – Kota Serang Banten

Email: [rino\\_istarno@yahoo.com](mailto:rino_istarno@yahoo.com)

### **ABSTRAK**

*Era globalisasi saat ini, media tidak lagi hanya menjadi mesin ideologi informasi yang memiliki spektrum tanggung jawab sosial dan partisipasi politik dalam mengkritisi kebijakan-kebijakan penguasa. Tetapi media pun telah menjadi mesin pencetak uang dan modal, tak ubahnya seperti lembaga-lembaga bisnis yang lain. Ideologi bisnis bergerak koheren dengan ideologi politik, sosial-budaya, agama. Bahkan, tidak sedikit kasus kepentingan bisnis menjadi yang terdepan, sehingga menarik untuk ditelaah. Gerakan reformasi berhasil mendorong setidaknya dua perubahan yang signifikan Pertama, era kebebasan pers yang menggantikan tirania otoritatif Kedua, perubahan mendasar dari reformasi adalah agenda otonomi daerah yang mengusung asas desentralisasi. Media lokal dapat memainkan berbagai macam peran yang disesuaikan dengan tujuan pokok diberlakukannya desentralisasi. Kasus menarik yang terjadi pada media lokal tersebut. Kemunculan Harian Banten (sekarang Radar Banten) pada 2 juni 2000 di kelola PT Wahana Semesta Banten mengartikulasikan kebutuhan informasi masyarakat sekaligus mengisi ceruk pasar (market niche), dalam perjalanannya organisasi media dan para pekerjanya dihadapkan banyaknya tekanan permasalahan kasus yang muncul, baik tekanan dari pemilik modal maupun tekanan dari eksternal lingkungan penguasa daerah. Hal tersebut peneliti tertarik untuk mengungkap dan menjelaskan Kekuasaan Pemilik Modal Dalam Struktur Kapitalisme Media pada proses produksi konten di surat kabar Radar Banten. Rumusan masalah dalam penelitian ini bagaimana kekuasaan pemilik modal dalam struktur kapitalisme media di surat kabar Radar Banten?, bagaimana kekuasaan pemilik modal dalam proses produksi konten headline, opini, iklan di Surat kabar Radar Banten. Penelitian ini menggunakan paradigma kritis pendekatan penelitain kualitatif deskriptif dengan menggunakan metode studi kasus, teori yang digunakan ekonomi politik media Goulding and Mourdok Informan utama merupakan General Manajer, Sumber data diperoleh dari wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini mengungkap dan menjelaskan bagaimana kekuasaan pemilik modal dalam struktur kapitalisme media bekerja.*

**Kata kunci :** *Kekuasaan pemilik modal, struktur kapitalisme, ekonomi politik media, Radar Banten*

## PENDAHULUAN

### A. LATAR BELAKANG

Era globalisasi saat ini media tidak lagi hanya menjadi mesin ideologi informasi yang memiliki spektrum tanggung jawab sosial dan partisipasi politis dalam mengkritisi kebijakan-kebijakan penguasa, tetapi media pun telah menjadi mesin pencetak uang dan modal, tak ubahnya seperti lembaga-lembaga bisnis yang lain. Ideologi bisnis bergerak koheren dengan ideologi politik, sosial-budaya, agama dan ideologi kepentingan lainnya. Bahkan, tidak sedikit kasus kepentingan bisnis menjadi yang terdepan, sehingga menarik untuk ditelaah.

Gerakan reformasi berhasil mendorong setidaknya dua perubahan yang signifikan Pertama, era kebebasan pers yang menggantikan tirania otoritatif Kedua, perubahan mendasar dari reformasi adalah agenda otonomi daerah yang mengusung asas desentralisasi. Media lokal dapat memainkan berbagai macam peran yang di sesuaikan dengan tujuan pokok diberlakukannya desentralisasi. Kasus menarik yang terjadi pada media lokal tersebut.

Kemunculan Harian Banten (sekarang Radar Banten) pada 2 juni 2000 di kelola PT Wahana Semesta Banten mengartikulasikan kebutuhan informasi masyarakat sekaligus mengisi ceruk pasar (*market niche*), dalam perjalanannya organisasi media dan para pekerjanya dihadapkan banyaknya tekanan permasalahan kasus yang muncul, baik tekanan dari pemilik modal maupun tekanan dari eksternal lingkungan penguasa daerah.

Peneliti tertarik untuk mengungkap dan menjelaskan Kekuasaan Pemilik Modal Dalam Struktur Kapitalisme Media pada proses produksi konten di surat kabar Radar Banten. Fokus pada penelitian ini bukan konten media secara keseluruhan namun berfokus pada proses produksi konten Headline Berita (*news*), Opini (*views*) dan Iklan. Menurut Haris Sumadiria dalam buku *Menulis Artikel dan Tajuk Rencana* mengatakan, halaman-halaman dalam surat kabar atau media massa secara umum isinya dapat digolongkan ke dalam tiga kelompok besar. Kelompok pertama adalah berita (*news*), kelompok dua yaitu opini (*views*), dan kelompok ketiga adalah iklan

(*advertising*)<sup>1</sup>. Dari latar belakang tersebut diatas, penulis tertarik untuk mengambil judul tesis tentang “Kekuasaan Pemilik Modal Dalam Struktur Kapitalisme Media (studi kasus pada proses produksi konten di surat kabar Radar Banten)”.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini:

1. Bagaimana Kekuasaan Pemilik Modal Dalam Struktur Kapitalisme Media di Surat Kabar Radar Banten
2. Bagaimana Kekuasaan Pemilik Modal Dalam Proses Produksi konten Headline, Opini, Iklan di Surat kabar Radar Banten.

Tujuan penelitian ini:

1. Untuk menjelaskan Bagaimana Kekuasaan Pemilik Modal Dalam Struktur Kapitalisme Media di Surat Kabar Radar Banten
  2. Untuk mengungkap bagaimana Kekuasaan Pemilik Modal Dalam Proses Produksi konten Headline, Opini, Iklan di Surat kabar Radar Banten.
- 

## **B KAJIAN PUSTAKA**

### **Kekuasaan Pemilik Modal**

Kekuasaan pemilik modal adalah kekuasaan yang dimiliki pemilik modal atas dua jenis dasar potensi kontrol atas lingkungan simbolik. Pertama dan yang paling jelas, mereka mampu mengatur output dari divisi mereka sendiri secara langsung, baik oleh intervensi dalam operasi sehari-hari. Atau dengan menetapkan tujuan umum dan pemahaman dan menunjuk staf manajerial dan editorial untuk melaksanakannya dalam batasan yang ditetapkan dengan alokasi keseluruhan sumber daya.

Kedua, mereka juga mungkin dapat mempengaruhi strategi perusahaan mereka tidak memiliki dalam peran mereka sebagai pesaing atau pemasok.

### **Struktur Kapitalisme Media**

Strukturasi kapitalisme media, yaitu penyeragaman ideologi secara terstruktur media yang sama pemiliknya akan memiliki ideologi yang sama pula, merupakan interaksi interdependensi antara agen dengan struktur sosial yang melingkupinya dan merupakan suatu sistem produksi

komoditi. Produksi komoditi dilakukan oleh organisasi media merupakan entitas ekonomi, formal dan sosial yang menghubungkan para awak media/jurnalis, pemilik modal, dan pasar dengan tujuan untuk memproduksi, mendistribusi dan membuka cara konsumsi isi media yang ditawarkan, organisasi media memiliki tujuan yang jelas, berupa struktur mapan, tersusun dari bagian-bagian yang saling interdependen, dan menyangkut peran dan posisi yang sudah distandarisasikan.

### **Surat Kabar Lokal**

Surat kabar lokal merupakan salah satu bagian dari media cetak, yang terbit yang dikelola, terbit, atau beroperasi di daerah. Artinya kantor pusat berlokasi di daerah tertentu dan mayoritas berita yang dimuat adalah berita mengenai daerah tersebut karena aspek kedekatan (*proximity*). Dalam konteks surat kabar, dapat dilihat dari sisi distribusi, surat kabar daerah biasanya tidak dapat dibeli di daerah-daerah lain, kecuali secara berlangganan.

Terbit setiap hari secara teratur, tulisannya dalam bentuk berita, artikel, feature (cerita human interest atau profil), tajuk. Informasi

yang disajikan lengkap menjawab pertanyaan rumusan 5 W+ 1 H. isi informasi ditujukan untuk mempengaruhi atau mempersuasion secara rasional atau pikiran dan mempunyai empat fungsi surat kabar berlaku universal. Fungsi mendidik (*to educate*), Fungsi menghibur (*to entertain*), d. Fungsi mempengaruhi (*to influence*) dan Fungsi mempengaruhi.

### **Konten Media**

Konten Media merupakan isi dari media massa yang tidak pernah bisa bebas nilai (*value free*) karena media selalu memiliki kepentingan (*value laden*). Konten media merefleksikan realitas sosial dengan sedikit distorsi atau tanpa distorsi. Konten media juga dipengaruhi oleh sosialisasi dan sikap pekerja media. Konten media juga dipengaruhi oleh rutinitas media. Konten media dipengaruhi oleh institusi sosial lain dan tekanan atau kekuatan lain, Konten media merupakan fungsi dari posisi ideologis dan pemeliharaan status-quo. Surat kabar atau media massa secara umum isinya dapat digolongkan ke dalam tiga kelompok besar. Kelompok pertama adalah berita (news), kelompok dua yaitu

opini (views), dan kelompok ketiga adalah iklan (advertising)

### **Konten Surat Kabar**

Konten headline berita adalah suatu berita menarik serta isu-isu yang menonjol yang memiliki daya tarik dan mengundang minat masyarakat untuk membaca berita, dijadikan topik utama dan dipasang di halaman depan, dengan judul yang menarik perhatian dan menggunakan tipe huruf lebih besar dari suatu surat kabar.

Konten Opini merupakan tulisan yang berisi gagasan, ulasan, atau kritik terhadap suatu topik hangat yang menjadi bahasan banyak pihak. Masalah yang terjadi dan dekat dengan kehidupan masyarakat layak menjadi tulisan opini. Opini biasanya memaparkan pemikiran analitis maupun sintesis tentang suatu topik melalui sudut pandang dan pemikiran kritis dan tajam. Opini adalah pendapat penulis bersifat subjektif. Opini atau pendapat bisa ditulis oleh siapa saja, namun untuk redaktur biasanya akan menulis opini dalam bentuk Tajuk Rencana atau Editorial. Sedangkan untuk masyarakat, opini bisa ditulis dalam bentuk Artikel, Kolom, atau Surat

Pembaca. Tujuan opini yaitu sebagai pengkajian masalah-masalah nasional, regional, maupun mondial, berdimensi politik, sosial, ekonomi, kebudayaan, dan bahkan filsafat. Di ruang opini tersebut akan menjadi saluran perbedaan pendapat dan aspirasi masyarakat, dan persoalan-persoalan masyarakat.

Konten Iklan secara sederhana iklan sebagai pesan yang menawarkan suatu produk, ditujukan kepada masyarakat lewat suatu media. Iklan merupakan proses atau kegiatan komunikasi yang melibatkan pihak-pihak sponsor (pemasang iklan), media massa, dan agen periklanan (biro iklan). Ciri utama dari kegiatan dimaksud adalah pembayaran yang dilakukan para pemasang iklan, melalui biro iklan atau langsung, kepada media massa terkait atas dimuat atau disiarkannya penawaran barang atau jasa yang dihasilkan si pemasang iklan (pengiklan) tersebut. Konten iklan di surat kabar . Iklan Baris, iklan Display dan Iklan Advertorial.

### **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan untuk menjawab bagaimana kekuasaan pemilik modal

dalam struktur kapitalisme media menggunakan paradigma kritis dengan pendekatan kualitatif. Metode penelitian dengan studi kasus. Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan kegunaan tertentu. Studi kasus atau *case study* adalah bagian dari metode kualitatif yang hendak mendalami suatu kasus tertentu secara lebih mendalam dengan melibatkan pengumpulan beraneka sumber informasi. Dilihat dari aspek pemilihan kasus sebagai objek penelitian, sedikit nya ada tiga macam studi kasus yang selama ini di kembangkan oleh para periset kualitatif yaitu *intrinsic case study*, *instrumental case study*, *collective case study*. Pengumpulan informasi dalam studi kasus dalam penelitian ini dilakukan pada Surat kabar Radar Banten. Jenis studi kasus yang di gunakan dalam penelitian ini adalah *intrinsic case study*.

Teknik pengumpulan data melalui observasi, studi pustaka, dan wawancara.

## PEMBAHASAN

Isu sentral dalam perspektif ekonomi politik media menurut Goulding Murdok pertama adalah

Holistik. Bahwa kajian ekonomi politik kritis meneliti seluruh interelasi antara dinamika sosial, politik dan budaya dalam suatu masyarakat dan menghindari kecenderungan untuk mengabstrasikan realitas-realitas sosial kedalam teori ekonomi dan politik. Dalam menganalisis, yang dilakukan pertama kali adalah meletakkan media dalam totalitas sistem yang lebih luas sebagai bagian integral dari proses-proses ekonomi, sosial dan politik yang berlangsung di masyarakat. Temuan dalam penelitian ini baik dari data yang diperoleh peneliti maupun dari wawancara serta observasi, Kekuasaan pemilik modal Radar Banten melihat celah dan ruang untuk menerbitkan koran.

Celah dan ruang yang ditandai dengan disahkannya UU Pokok Pers No. 40 Tahun 1999. Fenomena munculnya koran-koran lokal ini juga dilandasi oleh semangat otonomi daerah sesuai dengan Undang-undang No. 22 tahun 1999 tentang pemerintahan daerah yang mengatur otonomi daerah. Hal tersebut di atas mendorong pemilik media mengartikulasikan kebutuhan informasi masyarakat sekaligus

mengisi ceruk pasar (*market niche*) dengan mendirikan Surat Kabar Harian Banten. Kemunculan *Harian Banten* di provinsi ke-30 ini bersamaan dengan semangat yang menggelora dari masyarakat Banten untuk memisahkan diri dari Provinsi Jawa Barat dan menjadi provinsi sendiri. Apalagi, saat itu *Harian Banten* tampil sebagai satu-satunya koran yang terbit di Kota Serang (cikal bakal ibukota Provinsi Banten kala itu).

Kekuasaan pemilik modal berhasil menempatkan *Harian Banten* sebagai media untuk menyalurkan dan menampung *local voice* dan *local choice* dimasyarakat. Dalam konteks *local voice* dan *local choice* ini *Harian Banten* mengangkat isu-isu pemberitaan mengenai menggeloranya masyarakat Banten untuk memisahkan diri dari Provinsi Jawa Barat.

Berbagai peristiwa penting perjuangan masyarakat Banten hingga terealisasinya provinsi Banten ini berhasil direkam oleh para wartawan *Harian Banten* dan menjadi liputan-liputan menarik serta ditunggu masyarakat. Maka, tak heran bila nama *Harian Banten*

langsung melekat di hati masyarakat Banten, sehingga kemudian manajemen mengambil motto *Harian Banten* sebagai “Koran Kebanggaan Warga Banten”.

Proses sosial dan politik yang terjadi dimasyarakat Banten dimanfaatkan dengan baik oleh pemilik modal untuk melakukan penetrasi pasar untuk mempercepat penerimaan masyarakat. Pada masa-masa awal terbitnya, *Harian Banten* banyak menyebar spanduk promosi yang bernada propaganda dan provokatif yang dikemas dalam bahasa setempat. Untuk wilayah Serang dan Kota Cilegon yang notabene masyarakatnya berbahasa Jawa-Banten, ditampilkan spanduk yang berbunyi “*Aje Ngaku Wong Banten Lamun Ore Mace Harian Banten*”. Sedangkan di wilayah Kabupaten Pandeglang dan Lebak yang notabene masyarakatnya berbahasa Sunda, tampil dengan spanduk berbunyi “*Ulah Ngaku Urang Banten Lamun Teu Maca Harian Banten*”.

Sedangkan di wilayah Tangerang yang masyarakatnya heterogen tampil dengan spanduk “*Jangan Ngaku Orang Banten Kalau Tidak Membaca Harian Banten.*”

Dengan pola tersebut Harian Banten memosisikan diri bagian yang ikut dalam proses sosial dan politik yang terjadi dimasyarakat pada saat itu untuk memisah diri dari Provinsi Jawa Barat, hal tersebut berimbas diterimanya harian Banten di tengah masyarakat. Implikasi ini berdampak pada peningkatan oplah yang didapat Harian Banten setiap harinya.

Isu sentral dalam perspektif ekonomi politik media menurut Goulding Murdok yang kedua adalah Historis. Historis, ekonomi politik media kritis berusaha menjelaskan secara memadai bagaimana perubahan-perubahan dan dialektika yang terjadi berkaitan dengan posisi dan peranan media komunikasi dalam sistem kapitalisme global.

Temuan dalam penelitian ini baik dari data yang diperoleh peneliti maupun dari wawancara serta observasi, kekuasaan pemilik modal Radar Banten, perubahan-perubahan dan dialektika yang terjadi berkaitan dengan posisi dan peranan media komunikasi dalam sistem kapitalisme global. Dalam konteks penelitian ini terhitung sejak 1 November 2003, *Harian Banten* dengan semboyan "Kebanggaan Warga Banten" resmi

berubah menjadi *Radar Banten* dengan semboyan baru pula, "Aspirasi, Suara Hati dan Kebanggaan Banten".

Isu sentral dalam perspektif ekonomi politik media menurut Goulding Murdok yang ketiga adalah Praksis. ekonomi politik kritis mempunyai perhatian terhadap segi-segi aktivitas manusia yang bersifat kreatif dan bebas dalam rangka mengubah keadaan, terutama ditengah arus perubahan sosial dan kapitalisme. Temuan dalam penelitian ini baik dari data yang diperoleh peneliti maupun dari wawancara serta observasi, Kekuasaan pemilik modal Radar Banten memberikan keleluasaan pada struktur organisasi media bersifat kreatif dan bebas untuk membuat konten berita yang disesuaikan dengan keinginan masyarakat yang disesuaikan dengan perubahan sosial yang terjadi dimasyarakat. Penentuan rubrik yang ingin di buat diserahkan sepenuhnya pada struktur organisasi media yaitu struktur redaksi. Tak ada intervensi pemilik modal dalam tataran teknis di keredaksian. Mulai dua tahun ini konsep penyajian berita di Radar Banten tidak mengandalkan foto



untuk tampilan. Tetapi info grafis. Perubahan sosial yang terjadi masyarakat sekarang bosan dengan format pemberitaan foto dan teks. Info grafis diperlukan karena radar banten memahami khalayak pembaca yang ruwet, sibuk dan stress dengan pekerjaannya maka penyajian info grafis tepat untuk pembaca Radar Banten.

### **Kekuasaan pemilik modal dalam Struktur kapitalisme media**

Radar Banten adalah bagian yang tidak langsung dengan Jawa Pos dikarenakan adanya Holding melalui PT Wahana Semesta Banten. Jawa Pos Group menekan pada kesamaan ideologi yang biasa disebut oleh rukun iman, selain itu juga melakukan arahan manajemen, riset-riset dan tren-tren di masyarakat, yang hasil diikuti seluruh anak perusahaan diseluruh Indonesia.

Pemilik modal pada saat ini di Surat Kabar Radar Banten adalah Maktum yang juga pendiri Radar Banten. Kemudian Prio Sulistio. PT Wahana Semesta Merdeka. PT Wahana Semesta Banten merupakan penerbit harian Radar Banten. Para pemilik modal menduduki jabatan komisaris dan direktur utama.

Komisaris dengan peran tugasnya ialah bertanggung jawab atas perusahaan terhadap tercapainya sasaran dan tujuan perusahaan. Selain itu juga berperan untuk mengawasi direksi perusahaan dalam mencapai kinerja dalam *business plan* dan memberikan nasehat kepada direksi mengenai penyimpangan pengelolaan usaha yang tidak sesuai dengan arah yang ingin dituju oleh perusahaan.

### **Kekuasaan pemilik modal di Radar Banten**

Mengatur output: Intervensi operasional sehari-hari, menetapkan tujuan umum perusahaan, menunjuk staf manajerial, menunjuk staf editorial, membatasi alokasi sumber daya.

Indikator pertama adalah kekuasaan pemilik modal di Radar Banten tidak mengintervensi sampai pada tataran teknis dalam operasional keseharian. Operasional keseharian diserahkan kepada struktur organisasi yang terbentuk.

Indikator kedua, menetapkan tujuan umum, menekankan pada fungsi pendirian koran Radar Banten.

Dua fungsi yang harus diketahui oleh karyawan yakni fungsi sosial dan fungsi bisnis.

Indikator ketiga dalam menunjuk staf manajerial kekuasaan pemilik modal dalam awal pembentukan koran Radar Banten, menempatkan beberapa orang dari manajemen yang memang sudah menguasai pembuatan koran dan sudah paham tentang dunia penerbitan. Tidak hanya pada saat pendirian, kekuasaan pemilik modal berkuasa untuk menetapkan siapa saja orang-orang yang menduduki posisi level manajemen seperti pimpinan redaksi, general manager, manager iklan, dan manager pemasaran.

Indikator ke empat, menunjuk staf editorial, kekuasaan pemilik modal memberikan keleluasaan penuh untuk perekrutan karyawan sepenuhnya dilakukan di daerah, termasuk didalamnya menunjuk staf editorial

Indikator ke lima, membatasi pelaksanaan alokasi sumber daya. Pembatasan pelaksanaan alokasi sumber daya oleh kekuasaan pemilik modal menekankan pada untuk selalu

melaksanakan kode etik jurnalistik perilaku teman-teman wartawan untuk menjaga hubungan baik dengan semua pihak.

### **Mempengaruhi strategi perusahaan, Dominasi peran pada perusahaan , Dominasi pada karyawan**

Indikator pertama, dominasi peran kekuasaan pemilik modal pada perusahaan, yaitu mengubah dan menggeser manajemen, mengubah menggeser jumlah kepemilikan modal.

Indikator kedua. dominasi pada karyawan peran kekuasaan pemilik modal menekankan pada keharusan tumbuh positif untuk kemajuan perusahaan. Dengan cara memberikan ruang keleluasaan bagi para pekerja untuk menjalankan strategi bisnis perusahaan, target dan capaian perusahaan di sesuaikan dan dikondisikan dengan kemampuan para pekerja

### **Kekuasaan Pemilik Modal Dalam Struktur Kapitalisme Media Pada Proses Produksi Headline Berita Radar Banten**

**Dimensi Pertama.**  
Kekuasaan pemilik modal dalam

proses headline berita di Radar banten bekerja pada dimensi pertama yang mampu mengatur output dengan indicator:

Indikator pertama, intervensi pemilik dalam operasional sehari-hari diserahkan kepada struktur organisasi keredaksian.

Indikator kedua menetapkan tujuan umum. Lantas para pekerja di struktur keredaksian mengeksekusi dengan baik tujuan umum perusahaan untuk mewujudkan fungsi sosial dan fungsi bisnis.

Indikator kelima membatasi pelaksanaan alokasi sumber daya. Kekuasaan pemilik modal menekankan untuk selalu melaksanakan kode etik jurnalistik dan menjaga hubungan baik dengan semua pihak.

**Dimensi kedua** mempengaruhi strategi perusahaan pada karyawan untuk menekankan keharusan tumbuh positif untuk kemajuan perusahaan. Dengan cara memberikan ruang keleluasaan bagi para pekerja untuk menjalankan strategi bisnis perusahaan, target dan capaian perusahaan.

Dengan kata lain pencapaian target realistis, optimis karena diukur dari kemampuan

karyawan. Kuncinya harus tumbuh positif sehingga membawa dampak bagi kesejahteraan karyawan.

### **Kekuasaan Pemilik Modal Dalam Struktur Kapitalisme Media Pada Proses Produksi Opini Radar Banten**

Temuan dari penelitian ini dapat disimpulkan kekuasaan pemilik modal dalam proses Opini Radar banten bekerja pada **Dimensi pertama**, mampu mengatur output.

Indikator pertama, intervensi pemilik dalam operasional sehari-hari diserahkan kepada struktur organisasi keredaksian.

Indikator kedua menetapkan tujuan umum, para pekerja di struktur keredaksian mengeksekusi dengan baik tujuan umum perusahaan mewujudkan dua fungsi pertama fungsi sosial dan fungsi bisnis.

Indikator kelima membatasi pelaksanaan alokasi sumber daya, kekuasaan pemilik modal menekankan untuk selalu melaksanakan kode etik jurnalistik dan menjaga hubungan baik dengan semua pihak.

**Dimensi kedua** mempengaruhi strategi perusahaan

pada indikator kedua pada karyawan menekankan pada keharusan tumbuh positif untuk kemajuan perusahaan, dengan cara memberikan ruang keleluasaan bagi para pekerja untuk menjalankan strategi bisnis perusahaan, target dan capaian perusahaan disesuaikan dan dikondisikan dengan kemampuan para perkerja.

Dengan kata lain pencapaian target realistis, optimis karena diukur dari kemampuan karyawan. Kuncinya harus tumbuh positif sehingga membawa dampak bagi kesejahteraan karyawan.

### **Kekuasaan Pemilik Modal Dalam Struktur Kapitalisme Media Pada Proses Produksi Iklan Radar Banten**

Kekuasaan pemilik modal dalam struktur kapitalisme media pada proses iklan di Radar Banten bekerja pada **Dimensi Pertama** mampu mengatur output. Indikator pertama adalah Kekuasaan pemilik modal di Radar Banten tidak mengintervensi sampai pada tataran teknis dalam operasional keseharian. Operasional keseharian diserahkan kepada struktur organisasi yang terbentuk.

Indikator kedua menetapkan tujuan umum, menekankan pada fungsi pendirian koran Radar Banten dengan dua fungsi yang harus diketahui oleh karyawan yakni fungsi sosial dan fungsi bisnis.

Indikator ke lima membatasi pelaksanaan alokasi sumber daya. Pembatasan pelaksanaan alokasi sumber daya oleh pemilik modal menekankan pada keredaksiaan untuk selalu melaksanakan kode etik jurnalistik. Dalam hal iklan kode etik yang mengatur adalah kode etik pariwisata. Para karyawan menekankan pada keharusan tumbuh positif untuk kemajuan perusahaan, dengan cara memberikan ruang keleluasaan bagi para pekerja untuk menjalankan strategi bisnis perusahaan, target dan capaian perusahaan di sesuaikan dan dikondisikan dengan kemampuan para perkerja.

### **SIMPULAN DAN SARAN**

Setelah melakukan penelitian di Radar Banten dapat disimpulkan bahwa kekuasaan pemilik modal dalam struktur kapitalisme media Radar Banten adalah bagian yang tidak langsung dengan Jawa Pos. Dikarenakan adanya Holding melalui

PT Wahana Semesta Banten, Jawa Pos Group Ideologi yang harus ditanamkan adalah rukun iman dan juga melakukan arahan manajemen, riset-riset dan tren-tren di masyarakat, yang hasil diikuti seluruh anak perusahaan diseluruh Indonesia.

Kekuasaan pemilik modal dalam struktur kapitalisme media proses pemilihan headline dan Opini Radar Banten bekerja pada Dimensi pertama mampu mengatur output Indikator pertama, indikator ke dua, indikator ke empat, indikator ke lima. Dimensi ke dua mempengaruhi strategi perusahaan pada indikator kedua. Sedangkan untuk proses iklan bekerja pada dimensi pertama mengatur output indikator pertama, indikator ke dua, indikator ke empat dan indikator ke lima, dimensi ke kedua mempengaruhi strategi perusahaan pada indikator kedua.

### Saran

Media hendaknya berhati-hati dalam menjalin hubungan kedekatan dengan narasumber, apalagi narasumber yang mempunyai kedudukan sebagai pemangku kepentingan di daerah. Hal ini dapat mengakibatkan persepsi negatif di

masyarakat, Wartawan hendaknya diposisi yang sesuai dengan pekerjaan utamanya yakni mencari berita, dan tidak diperbolehkan mencari iklan. Sehingga diharapkan netralitas wartawan terjaga.

### DAFTAR PUSTAKA

- Adrianto, Ambar. 2007. *Peranan Media Massa Lokal Bagi Pembinaan Dan Pengembangan Kebudayaan Daerah*. Yogyakarta: Departemen Pendidikan Dan Kebudayaan
- Aldridge, Meryl. 2007. *Understanding The Local Media*. England: The McGraw- Hill Companies
- Abdurahman, 2007. *Kiat Sukses Menjadi Jurnalis*. Bandung: CV.Madany.
- Afdjani, Hadiono, 2015 *Ilmu Komunikasi, Proses dan Strategi*, Jakarta : Indigo Media.
- Chris Barker, Chris, 2004, *Cultur Studies Theory and Practice*, London: Sange Publication.
- Creswell, John W. 1998. *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Tradition*. London: SAGE Publications
- Edi dan Mite Setiansah, Santoso, 2010 *Teori*

*Komunikasi*. Yogyakarta:  
Graha Ilmu.

Giddens, Anthony, 1985, *Kapitalisme dan Teori Sosial Modern*, Soeheba Kramadibrata (terj), Jakarta UI-Pers.

George Ritzer and Douglass J. Goeman, 2011, *Teori Sosiologi*, Yogyakarta: Kreasi wacana

Garnham, N, 1986, *Contribution to a Political Economy of Mass Communication*. Media, Culture and Society. London: Vintage

Guba, Egon G and Lincoln, Yvonna S, Guba, “ *Competing Paradigms in Qualitative Research, in Denzin*”, Norman K and Lincoln, Yvonna S (1994), *Handbook of Qualitative Research*, London: Sage Publication.

Janet, wasko, 1997, *The Political Economy of Information*, Medison: The University of Wisconsin Press.