

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Alasan Pemilihan Judul

Media sebagai sebuah sistem komunikasi manusia telah kian penting di dunia dimana pengalaman primer telah digantikan oleh komunikasi sekunder, seperti media cetak, radio, televisi dan film. Media telah memainkan peran penting dalam merombak tatanan sosial menjadi masyarakat serba massal

Media tidak hanya menyaring pengalaman eksternal manusia, melainkan bahkan ikut membentuk pengalaman. itu sendiri<sup>1</sup>. Media menyajikan aneka informasi tentang dunia. Namun karena media menyajikannya dalam bahasa, stereotipe, dan harapannya sendiri, media sering membuat manusia frustrasi dalam upayanya mengaitkan kehidupan pribadinya dengan kenyataan dunia disekelilingnya. Manusia kian tergantung pada media untuk memperoleh informasi dan kian rapuh terhadap manipulasi dan eksploitasi kalangan tertentu dimasyarakat yang menguasai media<sup>2</sup>

Adanya media massa yang bebas adalah salah satu syarat terwujudnya demokrasi. Media massa di Amerika Serikat bahkan dianggap sebagai salah satu cabang pemerintah karena begitu pentingnya peran media massa dewasa ini terutama dalam menjalankan mekanisme kontrol terhadap pemerintah. Selain itu pers dengan perangkatnya yaitu media massa juga turut berperan dalam proses pencerdasan bangsa. Media kini sudah berdiri menjadi suatu industri besar yang

---

<sup>1</sup>William L.Rivers, et.al, *Media Massa dan Masyarakat Modern*, Edisi kedua, diterjemahkan oleh

tentu saja jika dilihat dari segi ekonomi sangat menguntungkan. Perusahaan-perusahaan media muncul dimana-mana dari yang berskala kecil hingga berskala besar sehingga hampir semua orang di seluruh dunia dapat mengaksesnya. Sebut saja misalnya Viacom, Disney, Time Warner, Columbia Picture dan New Corporation. Sederetan perusahaan media tersebut yang kini membentuk kerajaan media dan menguasai pasar media global.

Media kini bukanlah hanya sekedar alat komunikasi sederhana, namun perkembangannya sudah begitu pesat menjadi salah satu industri bisnis layaknya industri manufaktur maupun industri besar lainnya. Namun tentu saja industri media yang makin besar tidak lepas dari konflik kepentingan didalamnya. Kepentingan ekonomi politik dalam industri media sangat besar pengaruhnya bagi perkembangan media itu sendiri.

Perbedaan kepribadian suatu media dengan media lainnya akan terasa penting dalam mempertahankan eksistensi dan citra media yang bersangkutan. Penerbitan pers bukan sekedar diisi dengan kegiatan jurnalisme dalam mencari, mengelola dan menyajikan informasi saja. Di balik semua itu, kegiatan jurnalisme yang menjadi pendukung dalam mempertahankan eksistensi dan mengemas produk yang bermutu. Apa yang disebutkan terakhir ini sangat penting bagi sebuah institusi pers agar ia tidak melacurkan diri dan tetap mempertahankan apa yang menjadi moralitas perjuangannya.

Hubungan masyarakat dengan institusi media sangat ditentukan oleh

memiliki persepsi dan kepercayaan yang bertolak dari kepribadian suatu media. Hal ini tentu berdasarkan pilihan informasi yang dilakukan pengelolanya apakah sudah sesuai dengan harapan (expectation) khalayak. Khalayak yang 'berselera rendah' tentunya hanya menginginkan informasi-informasi yang melukiskan kehidupan sosial kelompoknya, termasuk apa yang dibuat kelompok penentu kebijakan yang cenderung menyembunyikan realitas sosial yang sesungguhnya. Berbeda dengan khalayak yang menginginkan perubahan-perubahan. Informasi yang disajikan media massa harus menyentuh semua aspek kehidupan dan mampu memberikan solusi terhadap realitas sosial yang menghambat terjadinya perubahan-perubahan itu sendiri.

Kesesuaian antara harapan khalayak dengan sajian informasi media memang gampang diucapkan. Tetapi memerlukan kerja keras dan jatuh bangun dalam merealisasikannya, kecuali keberadaan media massa yang ingin mempertahankan status quo. Penyajian informasi yang sesuai diperlukan kejelian dalam membaca harapan khalayak dan menetapkan dengan cermat kriteria atau dasar penilaian dalam memilih, mengelola dan menyajikan informasi.

Kriteria umum yang berlaku dalam kerja jurnalisisme kerap digunakan dalam menghadapi informasi media. Setiap jurnalis biasanya merasa sudah memahami kriteria informasi. Tetapi kalau diajak untuk melihatnya dalam kaitan dengan harapan khalayak agaknya akan lain soalnya.

Ketidacermatan akan membawa pengelola untuk menyajikan informasi-informasi yang memuaskan masyarakat.

yang bersifat abstrak. Informasi-informasi seperti itu hanya untuk memuaskan pengelola media yang bersangkutan karena tidak menyajikan informasi apa yang dibutuhkan masyarakat.

Media sebagai salah satu pendukung demokrasi kemudian agak diragukan kemampuannya dalam memberikan informasi yang benar dan seimbang ketika harus dibenturkan pada suatu kepentingan.

Kepemilikan media global semakin terkonsentrasi kepada segelintir konglomerat saja. Hal ini mengkhawatirkan karena kemudian hanya beberapa perusahaan media yang pada akhirnya menguasai pasar media global. Selanjutnya industri media -yang semakin terkonsentrasi ditangan sekelompok orang pengusaha ( kapitalis ) – akan dijadikan bisnis besar untuk kepentingan pengumpulan laba sebesar-besarnya dengan wilayah garapan seluas-luasnya. Dampak lainnya , media yang dihasilkannya terus-menerus menghasilkan industri hiburan – yang memudahkan akumulasi modal – yang dilawankan dengan kewajiban menunaikan fungsi informasi dan edukasi kepada publik. Pendeknya, orientasi industri media yang ada sekarang banyak bergeser dari urusan jurnalisme publik .

Tentang mutu jurnalistik, ada kekhawatiran besar bahwa membesarnya industri media ini lebih menghasilkan produk jurnalistik yang lebih rendah. International Federation of Journalists ( IFJ )<sup>3</sup> mencatat biaya yang dikeluarkan

---

<sup>3</sup> International Federation of Journalists ( IFJ )<sup>3</sup> mencatat biaya yang dikeluarkan

industri media untuk kepentingan riset makin sedikit, anggaran untuk melakukan kegiatan jurnalistik lacakan menurun, dan pelatihan wartawan menurun drastis.

Keterpurukan industri media kepada segelintir pemilik saja akan mengakibatkan kondisi yang tidak sehat artinya tidak demokratis karena cenderung mengabaikan pluralitas pendapat yang ada.

Dengan uraian tersebut diatas, penulis tertarik untuk menulis skripsi dengan judul : DAMPAK KONGLOMERASI MEDIA TERHADAP KEHIDUPAN DEMOKRASI DI AMERIKA SERIKAT

## **B. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini dimaksudkan untuk :

1. Mengetahui kepemilikan media global dan gelombang merger dalam perusahaan media dunia serta sejauh mana hal ini dapat mempengaruhi demokrasi
2. Melihat dari segi ekonomi politik dibalik kepemilikan media terpusat tersebut.
3. Memberikan sumbangan pengetahuan yang berharga bagi peminat ilmu sosial dan politik terutama ilmu hubungan internasional sehingga dapat mengetahui perkembangan industri media sebagai bentuk perluasan "power" yang juga merupakan kajian dari ilmu HI
4. Mengembangkan kajian studi Hubungan Internasional terutama yang berkaitan dengan Komunikasi Massa, Demokrasi dan Politik Pemerintahan

### C. Latar Belakang Masalah

Kelambatan perubahan terasa mengerikan jika diingat bahwa kita telah menyaksikan revolusi komunikasi yang berdampak besar terhadap media massa, baik isi berita maupun tata cara penyampaiannya.

Ada banyak faktor yang membuat kemajuan teknologi kian cepat. Semua teknologi baru sekarang ini adalah teknologi elektronik. Teknologi ini begitu cepat berganti antara lain karena konsumen mau segera menyingkirkan produk lama untuk memiliki produk baru yang lebih menarik. Media massa pun sebagai sumber informasi juga dituntut untuk lebih maju dengan memanfaatkan kemajuan teknologi yang ada. Namun seiring dengan itu, media sebagai salah satu penopang demokrasi agak diragukan peranannya.

Wacana tentang media sama dengan wacana tentang perempuan misalkan, berkali-kali berdengung di sekitaran apresiasi masyarakat modern dalam menyikapi kisi-kisi idealistik yang bertutur tentang humanitas. Sama seperti suara-suara yang berteriak dari padang gurun, bicara tentang media adalah juga bicara tentang keselamatan. Media dengan kemewahan 'awas sosialnya' memiliki kewajiban 'membebaskan' massa. Bahwa advokasi adalah keharusan demi memenuhi target sosial yang dikenakan, sehingga objektifikasi tidak semata perjalanan *the second reality* yang justru membuat frame dalam frame.

Membesarnya perusahaan media semata-mata bukan perkembangan bagus untuk bisnis, tetapi berdampak tak baik bagi perkembangan masyarakat sebab industri media berbeda dengan industri manufaktur atau jasa.

nilai, pendapat, dan informasi tertentu yang bisa membawa pembaca atau konsumen terpengaruh atas isi media tersebut .

Apa jadinya jika media penuh dengan berita menyesatkan, tidak menyampaikan informasi yang sesungguhnya kepada masyarakat, mengabaikan hak publik mendapatkan informasi , dan menyajikan hiburan yang tidak sehat bagi masyarakat ketimbang menyampaikan informasi yang mengandung pendidikan atau informasi berguna lainnya

Dibalik ketakutan atas dampak media dan usaha melindungi masyarakat dengan berbagai aturan yang meperkecil ruang ekspansi industri media, sebenarnya terselip harapan bahwa industri media- disamping sebagai industri besar dan menyerap tenaga kerja yang besar pula – harus tetap punya prinsip menjalankan fungsi informasi dan edukasi kepada khalayak. Industri media massa bukan sekedar tempat mencari untung sebab komoditas yang ia jual berbeda dengan sepatu, pakaian, tas, atau produk manufaktur lain. Isi media sebagian membentuk isi kepala konsumennya. Sebagai sumber pengetahuan, media menyajikan informasi dunia luar kepada orang-orang, yang kemudian menggunakannya untuk membentuk atau menyesuaikan gambaran mentalnya tentang dunia<sup>4</sup>

Sebagai suatu fenomena bisnis, industri media memang sangat menarik, dinamis dan menyimpan potensi tersendiri karena pada dasarnya para pemilik media ini lalu menjadi “ anak emas “ pemberitaan pers iti sendiri.

---

<sup>4</sup> Walter Dill Scott, dalam L. B. White, G. C. White, 1990

Bisa dilihat dari beberapa transaksi, nilai merger makin lama makin meningkat dan beberapa kali transaksi itu memecahkan rekor dalam transaksi bisnis yang terjadi pada industri media global<sup>5</sup>. Gelombang merger yang terjadi sejak tahun 1980-an itu terus berlangsung dalam industri media global, yang selain mencatatkan nilai transaksi yang semakin membumbung, juga menghasilkan grup media yang semakin sedikit.

Dampak lain dari semakin terkonsentrasinya kepemilikan media ini adalah komersialisasi yang makin dominan dalam industri media. Media yang dihasilkan terus menerus menghasilkan industri hiburan – yang memudahkan akumulasi modal – yang dilawankan dengan kewajiban menunaikan fungsi informasi dan edukasi kepada publik. Pendeknya orientasi industri media yang ada sekarang banyak bergeser dari urusan jurnalisme publik. Yang marak adalah tayangan *infotainment*, istilah yang salah kaprah karena anggapannya informasi haruslah menghibur.

Pengamat Media, Ben Bagdikian, sampai tujuh kali merevisi buku *Media Monopoly*<sup>6</sup> hanya sekedar mendapat potret terakhir industri media di Amerika Serikat (AS).

Bagdikian melihat grup pemilik media di AS makin sedikit. Dalam survey pertamanya di tahun 1980-an, ia mencatat masih ada sekitar 20 grup media di seluruh AS. Selang beberapa tahun kemudian, ia kembali menghitung jumlah grup media yang ada disana. Hasilnya mengejutkan karena jumlahnya tinggal

---

<sup>5</sup> Ignatius Haryanto, "Kepemilikan Media Terpusat dan Ancaman terhadap Demokrasi", Kompas, 4 Agustus 2004

<sup>6</sup> Edisi tambahan dihal. 104, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136, 137, 138, 139, 140, 141, 142, 143, 144, 145, 146, 147, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 154, 155, 156, 157, 158, 159, 160, 161, 162, 163, 164, 165, 166, 167, 168, 169, 170, 171, 172, 173, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 182, 183, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 191, 192, 193, 194, 195, 196, 197, 198, 199, 200, 201, 202, 203, 204, 205, 206, 207, 208, 209, 210, 211, 212, 213, 214, 215, 216, 217, 218, 219, 220, 221, 222, 223, 224, 225, 226, 227, 228, 229, 230, 231, 232, 233, 234, 235, 236, 237, 238, 239, 240, 241, 242, 243, 244, 245, 246, 247, 248, 249, 250, 251, 252, 253, 254, 255, 256, 257, 258, 259, 260, 261, 262, 263, 264, 265, 266, 267, 268, 269, 270, 271, 272, 273, 274, 275, 276, 277, 278, 279, 280, 281, 282, 283, 284, 285, 286, 287, 288, 289, 290, 291, 292, 293, 294, 295, 296, 297, 298, 299, 300, 301, 302, 303, 304, 305, 306, 307, 308, 309, 310, 311, 312, 313, 314, 315, 316, 317, 318, 319, 320, 321, 322, 323, 324, 325, 326, 327, 328, 329, 330, 331, 332, 333, 334, 335, 336, 337, 338, 339, 340, 341, 342, 343, 344, 345, 346, 347, 348, 349, 350, 351, 352, 353, 354, 355, 356, 357, 358, 359, 360, 361, 362, 363, 364, 365, 366, 367, 368, 369, 370, 371, 372, 373, 374, 375, 376, 377, 378, 379, 380, 381, 382, 383, 384, 385, 386, 387, 388, 389, 390, 391, 392, 393, 394, 395, 396, 397, 398, 399, 400, 401, 402, 403, 404, 405, 406, 407, 408, 409, 410, 411, 412, 413, 414, 415, 416, 417, 418, 419, 420, 421, 422, 423, 424, 425, 426, 427, 428, 429, 430, 431, 432, 433, 434, 435, 436, 437, 438, 439, 440, 441, 442, 443, 444, 445, 446, 447, 448, 449, 450, 451, 452, 453, 454, 455, 456, 457, 458, 459, 460, 461, 462, 463, 464, 465, 466, 467, 468, 469, 470, 471, 472, 473, 474, 475, 476, 477, 478, 479, 480, 481, 482, 483, 484, 485, 486, 487, 488, 489, 490, 491, 492, 493, 494, 495, 496, 497, 498, 499, 500, 501, 502, 503, 504, 505, 506, 507, 508, 509, 510, 511, 512, 513, 514, 515, 516, 517, 518, 519, 520, 521, 522, 523, 524, 525, 526, 527, 528, 529, 530, 531, 532, 533, 534, 535, 536, 537, 538, 539, 540, 541, 542, 543, 544, 545, 546, 547, 548, 549, 550, 551, 552, 553, 554, 555, 556, 557, 558, 559, 560, 561, 562, 563, 564, 565, 566, 567, 568, 569, 570, 571, 572, 573, 574, 575, 576, 577, 578, 579, 580, 581, 582, 583, 584, 585, 586, 587, 588, 589, 590, 591, 592, 593, 594, 595, 596, 597, 598, 599, 600, 601, 602, 603, 604, 605, 606, 607, 608, 609, 610, 611, 612, 613, 614, 615, 616, 617, 618, 619, 620, 621, 622, 623, 624, 625, 626, 627, 628, 629, 630, 631, 632, 633, 634, 635, 636, 637, 638, 639, 640, 641, 642, 643, 644, 645, 646, 647, 648, 649, 650, 651, 652, 653, 654, 655, 656, 657, 658, 659, 660, 661, 662, 663, 664, 665, 666, 667, 668, 669, 670, 671, 672, 673, 674, 675, 676, 677, 678, 679, 680, 681, 682, 683, 684, 685, 686, 687, 688, 689, 690, 691, 692, 693, 694, 695, 696, 697, 698, 699, 700, 701, 702, 703, 704, 705, 706, 707, 708, 709, 710, 711, 712, 713, 714, 715, 716, 717, 718, 719, 720, 721, 722, 723, 724, 725, 726, 727, 728, 729, 730, 731, 732, 733, 734, 735, 736, 737, 738, 739, 740, 741, 742, 743, 744, 745, 746, 747, 748, 749, 750, 751, 752, 753, 754, 755, 756, 757, 758, 759, 760, 761, 762, 763, 764, 765, 766, 767, 768, 769, 770, 771, 772, 773, 774, 775, 776, 777, 778, 779, 780, 781, 782, 783, 784, 785, 786, 787, 788, 789, 790, 791, 792, 793, 794, 795, 796, 797, 798, 799, 800, 801, 802, 803, 804, 805, 806, 807, 808, 809, 810, 811, 812, 813, 814, 815, 816, 817, 818, 819, 820, 821, 822, 823, 824, 825, 826, 827, 828, 829, 830, 831, 832, 833, 834, 835, 836, 837, 838, 839, 840, 841, 842, 843, 844, 845, 846, 847, 848, 849, 850, 851, 852, 853, 854, 855, 856, 857, 858, 859, 860, 861, 862, 863, 864, 865, 866, 867, 868, 869, 870, 871, 872, 873, 874, 875, 876, 877, 878, 879, 880, 881, 882, 883, 884, 885, 886, 887, 888, 889, 890, 891, 892, 893, 894, 895, 896, 897, 898, 899, 900, 901, 902, 903, 904, 905, 906, 907, 908, 909, 910, 911, 912, 913, 914, 915, 916, 917, 918, 919, 920, 921, 922, 923, 924, 925, 926, 927, 928, 929, 930, 931, 932, 933, 934, 935, 936, 937, 938, 939, 940, 941, 942, 943, 944, 945, 946, 947, 948, 949, 950, 951, 952, 953, 954, 955, 956, 957, 958, 959, 960, 961, 962, 963, 964, 965, 966, 967, 968, 969, 970, 971, 972, 973, 974, 975, 976, 977, 978, 979, 980, 981, 982, 983, 984, 985, 986, 987, 988, 989, 990, 991, 992, 993, 994, 995, 996, 997, 998, 999, 1000

belasan. Awal tahun 1990-an ia kembali melakukan survey. Jumlahnya makin sedikit. Hingga tahun 1997, tahun terakhir surveynya, tinggal lima grup media yang memiliki lebih dari 60 persen media di AS.

Laporan IFJ ( Internasional Federation of Journalist )<sup>7</sup> dalam kongresnya yang terakhir di Yunani, Mei 2004, bahkan mencatat “ derajat proses merger dan akuisisi yang terjadi dalam beberapa tahun belakangan ini sangat mengagetkan. Hanya dalam 3 tahun sejak 2001, wartawan berbicara dalam konteks hanya ada 10 perusahaan konglomerat media yang menguasai pasar media di dunia. Hari ini jumlahnya tinggal setengahnya”.<sup>8</sup>

Kepemilikan media rupanya berdampak kepada turunnya kualitas jurnalistik apabila pemilik lebih memilih mendapat keuntungan sebesar-besarnya dan mengeluarkan uang sekecil-kecilnya, dan memproduksi isi media yang cenderung memberikan hiburan pada pembaca atau penonton, dan tidak memberikan ruang yang cukup leluasa untuk mengembangkan kualitas jurnalistik, semisal memperdalam liputan investigasi, memberikan pelatihan rutin kepada wartawan, menghalang-halangi terbentuknya serikat pekerja di berbagai media, hingga kesoa swasensor yang terjadi dikalangan wartawan karena media dimana mereka bekerja banyak mengalami konflik kepentingan dengan para pengiklan dan politikus yang harusnya mereka kritik.

---

7 . . . . .

#### D. Pokok Permasalahan

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada, maka penulis mengajukan permasalahan sebagai berikut. “ Bagaimana dampak kepemilikan media oleh korporasi bisnis terhadap kehidupan demokrasi di Amerika Serikat?”

#### E. Kerangka Dasar Pemikiran

Dalam menganalisa suatu masalah, agar lebih mudah dipahami maka kita memerlukan sebuah teori . teori memberikan bentuk penjelasan paling umum yang memberitahukan mengapa sesuatu terjadi dan kapan sesuatu bisa diduga terjadi. Jadi selain dipakai untuk ekplanasi, teori juga menjadi dasar bagi prediksi. Untuk mempelajari masalah tersebut penulis menggunakan teori dan konsep dalam ilmu hubungan internasional.

#### Teori Komunikasi Habermas

Dalam Pandangan Habermas, usaha manusia untuk menjadi rasional akan membuahkan hasil yang positif. Baginya manusia dapat melakukan emansipasi dan lepas dari irasionalitas.<sup>9</sup>

Menurut Habermas, rasio merupakan sesuatu yang berkaitan erat dengan kemampuan linguistik manusia. Sebagai ganti dari ‘paradigma kerja’<sup>10</sup>, rasio didasarkan pada ‘paradigma komunikasi’. Implikasi dari ‘paradigma komunikasi’ ini adalah “Memahami *praxis* emansipatoris sebagai dialog-dialog komunikatif dan tindakan-tindakan komunikatif yang menghasilkan pencerahan.

<sup>9</sup> Ben Agger, *Teori Sosial Kritis*, Kreasi wacana Yogyakarta, 2003, hal 188

<sup>10</sup> Marx dan para pendahulu Teori Kritis memandang rasio sebagai kesadaran untuk melakukan emansipasi revolusioner, dikutip dari ibid hal 190

Dengan paradigma ini, alih-alih mengikuti para pendahulunya yang menempuh 'jalan revolusioner' untuk menjungkirbalikkan struktur masyarakat sosialis, Habermas memilih menempuh jalan konsensus dengan sasaran 'demokrasi radikal'. Dalam hal ini Habermas mengupayakan jalinan hubungan-hubungan sosial yang terbentuk dalam lingkup 'komunikasi bebas dari penguasaan' atau komunikasi sejajar antar pihak-pihak yang terlibat di dalamnya.

Teori ini untuk menganalisa dan menjelaskan hilangnya hak masyarakat/ khalayak untuk memiliki ruang publik yang bebas ( the free public sphere ) dari dominasi kekuasaan. Tempat dimana transaksi komunikasi yang bebas bisa dilakukan oleh warga masyarakat. Seharusnya disinilah peran media dalam masyarakat diharapkan untuk menciptakan komunikasi yang bebas. Habermas menyatakan, bahwa dalam komunikasi yang bebas dari dominasi, para partisipan ingin membuat lawan bicaranya memahami maksudnya dengan berusaha mencapai apa yang disebutnya sebagai 'klaim-klaim kesahihan' (*validity claims*)<sup>11</sup>. Klaim-klaim inilah -kebenaran(truth), ketepatan (*rightness*), kejujuran (*sincerety*), dan komprehensibilitas(*comprehensibility*)- yang dipandang rasional dan akan diterima tanpa paksaan sebagai hasil konsensus.

### Konsep Hegemoni Gramsci

Konsep hegemoni Gramsci ini untuk menjelaskan bahwa saat ini media massa telah menjadi alat penguasa untuk menciptakan reproduksi ketaatan

---

<sup>11</sup> H. P. Dedi Hartono, *Media Massa dan Masyarakat*, Jakarta: PT Gramedia, 1997, hal. 100.

publik. Sehingga menyebabkan massa kehilangan otoritas berekspresi karena hegemoni media dalam menguasai opini publik.

Gramsci memberikan konsep hegemoni yang taktis dan berbeda dengan Lenin. Konsep Hegemoni Lenin adalah strategi untuk revolusi yang harus dijalankan kelas pekerja dan anggota-anggotanya untuk memperoleh dukungan mayoritas.

Maka hegemoni bukanlah *hubungan dominasi* dengan menggunakan kekuasaan, melainkan *hubungan persetujuan* dengan kepemimpinan politik dan ideologis. Hegemoni adalah suatu *organisasi konsensus*<sup>12</sup>

Konsep hegemoni inilah yang bagi Gramsci mensyaratkan penggunaan kekuatan koersif negara hanya sebagai pilihan terakhir bila "kesadaran spontan menemui kegagalannya"<sup>13</sup>

Gramsci memberi dimensi baru terhadap konsep itu. Menurut Gramsci, hegemoni mencakup peran kapitalis dan anggotanya, baik dalam merebut kekuasaan Negara maupun dalam mempertahankan kekuasaan yang telah diperoleh<sup>14</sup>. Menurut Gramsci, hegemoni bisa terjadi saat instrumen koersif dan instrumen ideologis sudah dipegang penguasa<sup>15</sup>. Kemudian Gramsci mengkontektualkan konsep hegemoni dengan kuasa modal, yaitu terciptanya ketaatan moral, intelektual dan afektif karena dikehendaki oleh kekuatan struktur ekonomi dan politik<sup>16</sup>. Gramsci melihat secara kritis bahwa kekuatan struktur

<sup>12</sup> Roger Simon, *Gagasan-Gagasan Politik Gramsci*, terjemahan, Insist press & Pustaka pelajar, 1999, hal.20

<sup>13</sup> Gramsci 1971:12, dikutip Sugiono, 1999, kompas 26 maret 2000, sumber : [www.kompas.com](http://www.kompas.com)

<sup>14</sup> *ibid*, hal.21

<sup>15</sup> D. K. ...

ekonomi dan politik itu akan semakin meminggirkan ekspresi yang tidak berada didalam jaringan penaklukan. *The Winner takes all.*

Dalam kaca mata Gramsci, penguasa adalah sejenis makhluk super jenius yang dengan segala tipu daya bisa mematikan kasadaran resistensi masyarakat. Dalam kondisi hegemoni, orang tidak akan punya kekuatan kritis lagi.

Konsep hegemoni ini digunakan untuk menganalisa fenomena kepemilikan media yang semakin terpusat karena hanya dimiliki oleh segelintir konglomerat yang bermodal besar.

Media dikendalikan hanya oleh kalangan berada, kalangan bisnis, sehingga pendatang baru akan sulit merintis usaha komunikasi baru tanpa restu mereka. Lebih jauh, kontrol itu ada pada sedikit tangan penuh kuasa, sehingga kompetisi sehatpun tidak berjalan semestinya.

## **F. Hipotesa**

Adanya konglomerasi berdampak negatif terhadap kehidupan demokrasi di Amerika Serikat karena menjadikan opini publik lebih di dominasi oleh kepentingan para kapitalis dan Negara sehingga meminggirkan nilai – nilai kejujuran, kebenaran, ketepatan dan komprehensibilitas yang justru kemudian

### **G. Jangkauan Penelitian**

Didalam penulisan ini, penulis menggunakan batasan wilayah bahasan yaitu fenomena media global yang terjadi di Amerika Serikat. Karena fenomena di AS adalah fenomena global, bisa terjadi dimana saja sebab industri media di Amerika adalah penguasa industri media global.

### **H. Pengumpulan Data**

Dengan berdasarkan latar belakang, masalah, kerangka teori, kemudian itu ditarik suatu hipotesa. Maka teknik yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah teknik library atau penulisan kepustakaan, namun jika memungkinkan akan dilakukan wawancara kepada sumber-sumber yang kompeten.

### **I. Sistematika Penulisan**

Adapun sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari empat bab dengan berbagai subtopik pembahasan antara lain :

Bab I. Terdiri atas **Pendahuluan**, dalam bab ini membahas alasan pemilihan judul, judul penelitian, latar belakang masalah, pokok permasalahan , kerangka dasar pemikiran, hipotesa, jangkauan penelitian, metode pengumpulan data dan sistematika penulisan

**Bab II Sejarah Pertumbuhan Media di Amerika Serikat dengan**

- A. Kemunculan Demokrasi, Revolusi Industri dan Teknologi
- B. Munculnya Industri Media
  - B.1. Industri Media Cetak
  - B.2. Industri Media Siaran dan Film
- C. Media Massa dalam Dinamika Masyarakat Amerika Serikat

**Bab III. Ekonomi Politik Media di Amerika Serikat, dengan subbab sebagai berikut :**

- A. Media dan Pemerintah
  - A.1. Pers dan Presiden
  - A.2. Pers dan Kongres
- B. Posisi Media Sebagai Pilar Demokrasi
  - B.1. Demokrasi di Era Teknologi Konvensional
  - B.2. Demokrasi di Era Teknologi Digital
- C. Media Massa dan Politik Luar Negeri AS
  - C.1. Media Massa AS dan Dunia Islam
  - C.2. Media Massa AS dan Perang Irak

**Bab IV Konglomerasi Media dan Implikasinya terhadap Kehidupan Demokrasi di Amerika Serikat, dengan subbab sebagai berikut :**

- A. Tumbuhnya Konglomerasi dan Gelombang Merger Perusahaan Media Amerika Serikat

**B. Sembilan Perusahaan Media Transnasional ( TNC ) yang Menguasai Pasar Media Global**

**B.1. Time Warner**

**B.2. Disney**

**B.3. Bertelsmann**

**B.4. Viacom**

**B.5. News Corporation**

**B.6. Sony**

**B.7. TCI**

**B.8. Universal ( Seagram )**

**B.9. NBC ( GE )**

**C. Ironi Peran Media dalam Demokrasi**

**C.1. Kritik terhadap Media Cetak**

**C.2. Kritik terhadap Media Siaran**