

# OLYGOPOLI, KEPEMILIKAN MEDIA DAN KEBIJAKAN NEGARA

**Oleh: Arsam**

Dosen Tetap STAIN Purwokerto

## **Abstrak**

*Salah satu dari ciri ciri persaingan pasar oligopoly adalah hanya ada beberapa pengusaha yang membuat barang atau jasa yang pada dasarnya hampir sama, kemudian para pengusaha yang hanya sedikit itu sangat tergantung antara satu dengan yang lain jika yang satu terlalu maju, yang lain akan tergeser. Inilah yang terjadi di Indonesia dimana media massa hanya dikuasai oleh empat kelompok besar yaitu PT. Bimantara Citra Tbk, Kompas Gramedia Group, Media Group dan Jawa Pos Group, sehingga pemerintah Indonesia mengambil keputusan dengan membuat peraturan berkaitan dengan kepemilikan media, yakni pemerintah membatasi kepemilikan media serta membatasi kepemilikannya terhadap media massa, agar media tidak dikuasai oleh segelintir orang saja. Sejak era Reformasi meluncur di Indonesia, media bermunculan secara amat tinggi. Namun demikian, media massa tetap dikuasai oleh segelintir orang saja seperti PT. Bimantara Citra Tbk, Kompas Gramedia Group, Media Group dan Jawa Pos Group.*

**Kata Kunci :** *Kepemilikan, Oligopoly, dan Negara*

## **A. Pendahuluan.**

Kepemilikan media massa di Indonesia cenderung kerah pada praktik oligopoly dan monopoli. Salah satu indikasi bahwa praktik oligopoly dan monopoli terhadap media massa di Indonesia dapat dilihat dari kepemilikan media yang hanya dimiliki oleh mereka yang memiliki banyak modal dan dikuasai oleh segelintir orang, serta mereka yang memiliki media lebih dari satu atau dua keatas.

Indikasi lainnya adalah bahwa dengan munculnya satu surat kabar yang kuat di suatu kota, kemudian surat kabar tersebut menerbitkan lagi surat kabar-surat kabar lainnya dikota yang sama, baik harian maupun mingguan. Kasus seperti ini terjadi misalnya di Jakarta, Bandung, Surabaya, Medan dan Ujung pandang. Bahkan sebuah group perusahaan penerbitan pers terbesar di Surabaya, Jawa Pos menerbitkan juga surat kabar-surat kabar harian di kota-kota besar di Indonesia termasuk di Jakarta.

Ditingkat Nasional pun kecendrungan monopoli kepemilikan ini sudah mulai terlihat sejak dua dekade lalu dengan munculnya inisiatif dari suratkabar-suratkabar besar di Jakarta seperti kelompok Kompas-Gramedia untuk menerbitkan suratkabar-suratkabar daerah diibukota-ibukota provinsi. Bahkan menginjak abad ke-21, kelompok Kompas-Gramedia dan Media Indonesia memiliki pula stasiun televisi, yaitu TV-7 dan Metro TV.(Hikmat Kusumaningrat,2005: 96-97)<sup>1</sup> Bahkan kelompok MNC telah menguasai tiga stasiun besar yakni Rajawali Cutra televise Indonesia (RCTI), Televisi Pendidikan Indonesia (TPI) (sekarang MNC TV), dan Global TV dan juga memiliki industri penerbitan nasional yang bernama Seputar Indonesia.

Menurut Diah Hayu Rahmitasari (2010 :Vii) Sudah menjadi rahasia umum bahwa media-media di Indonesia cendrung dimiliki secara silang, yaitu satu korporat memiliki beragam media, baik secara jenis maupun jumlah. Sebut saja Media Nusantara Citra (MNC), kelompok Kompas Gramedia (KKG), dan Jawa Pos Group. Akibatnya, muncul kekhawatiran mengenai ketiadaan diversity of content. Logikanya, bagaimana isi media bisa beragam jika pemiliknya saja sama?

Dari fenomena diatas menunjukkan bahwa praktik oligopoly dan monopoli media telah terjadi di Indonesia. Ini sangat bertentangan dengan regulasi penyiaran dan undang-undang penerbitan. Untuk menghindari terjadinya oligopoly dan monopoli, maka peran pemerintah sangat menentukan untuk menata perekonomian ditengah tengah industri media cetak dan industri elektronik yang mengarah kepada monopoli maupun oligopoli, karena itulah maka pemerintah dalam hal penyiaran, menerbitkan UU penyiaran tahun 2002 (Regulasi penyiaran) sehingga dengan regulasi penyiaran ini bisa memberi peluang kepada yang lain untuk memperoleh jaringan siaran. Begitu pula di bidang penerbitan dimana, untuk mencegah tumbuh dan berkembangnya pengusahaan penerbitan pers yang monopolis, pemerintah telah menyediakan

“pencegah yuridis”-nya, yaitu ketentuan ayat 2, pasal 5 dan ayat 3, pasal 15 peraturan Menteri Penerangan RI No, 01 per Menpen 1984 Tentang SIUPP(Agus Sudibyo, 2006: 362).

## **B. Kepemilikan Media**

Menurut Jakoeb Sumardjono bahwa kepemilikan berasal dari kata dasar milik, milik berarti “kepunyaan” atau “hak”, begitu kata kamus bahasa. Bertolak dari sini, memiliki dapat punya arti kebebasan si pemilik untuk menguasai, memanfaatkan, memakai apa yang dimilikinya. Saya memiliki rumah, dengan demikian saya punya hak dan kebebasan menggunakan rumah itu atau tidak, saya punya hak untuk mengubah rumah itu atau membiarkan rumah itu tanpa dihuni. Milik saya adalah kebebasan saya karena milik itu di bawah kekuasaan saya.

Adapun berdasarkan kepemilikan media massa menurut Onong Utchayana Effendi (1993 : 338) dibagi menjadi tiga:

1. Kepemilikan Pribadi : Dimiliki oleh perorangan atau lembaga non pemerintah; dibiayai terutama oleh periklanan dan langganan.
2. Kepemilikan Partai Politik : Dimiliki oleh partai politik; disubsidi oleh partai atau anggota partai.
3. Kepemilikan Pemerintah: Dimiliki oleh pemerintah atau partai pemerintah yang dominan; disubsidi terutama oleh dana pemerintah.

Pembagian yang hampir sama juga disampaikan oleh Mansur dalam masduki (2010: 96-97) dimana menurutnya bahwa berdasarkan kepemilikannya, media dapat dibagi menjadi tiga bagian besar. Pertama not-for profit media organization, kedua organisasi media yang dimiliki Negara, ketiga organisasi media yang dimiliki oleh swasta (privately owned media organization).<sup>2</sup> Pertama, not-for- profit media organization. Media yang dikelola dalam manajemen model ini umumnya diorganisir atas dasar non profit oleh kelompok kepentingan seperti kelompok perempuan, etnis dsb. Sebagai contoh adalah radio komunitas (resmi maupun tidak). Media seperti ini lebih memiliki kebebasan dalam editorial dan isi, sehingga peran pekerja media sebagai agency, jika melihat manajemen media dalam teori srukturalisasi, menjadi lebih besar. Pekerja media relative lebih bebas dan leluasa mengartikulasikan ide-idenya.

Kedua, adalah organisasi media yang dimiliki Negara atau public. Model kepemilikan media seperti ini mendudukan kontrol Negara dalam

posisi yang vital. Menejemen media dalam model kepemilikan seperti ini memainkan peran menjadikan media sebagai alat penanam ideology Negara dan hegemoni, sebuah fenomena sosial yang banyak dijumpai di Negara komunis.

Ketiga, organisasi media yang dimiliki oleh swasta (*privately owned media organization*). Model kepemilikan media ini mengindikasikan bahwa media dimiliki swasta, dikontrol oleh individu, keluarga, pemegang saham maupun *holding company*. Model kepemilikan terakhir inilah yang saat ini secara telak mendominasi, sehingga manajemen media pun tidak lepas dari kepentingan pemilik modal, sebagaimana yang dikemukakan penganut teori strukturalisasi yang mendudukan pekerja media dalam manajemen media sebagai pihak yang memiliki daya tawar terhadap manajemen dan pemilik media.

Kepemilikan media massa yang didominasi oleh pemilik modal dan dikuasai oleh segelintir orang inilah yang menjurus kearah praktik oligopoly dan monopoli kepemilikan media. Untuk mengetahui lebih jauh tentang kepemilikan media massa di Indonesia berikut uraiannya yang akan diawali dengan kepemilikan media cetak atau surat kabar.

### 1. Kepemilikan Media Cetak (Surat Kabar)

Menurut Drijen, Pembinaan pers dan Grafika Deppen, Dr. Janner Sinaga, surat kabar di Indonsia ada 62 adapun nama-nama harian tersebut antara lain adalah : Kompas, Merdeka, Suara Merdeka, Suara Karya, Suara Pembaharuan, Sinar Harapan, Banjarmasin Post, The Indonesia time, The Observer, Jakarta Post, Kartika, Bisnis Indonesia, Pikiran Rakyat, Dharma Nyata, Pelita, Neraca, Waspada, Wawasan, Terbit, Haluan, Suara Indonesia, Nusa Tenggara, Pos Kota, Jayakarta, Galu, Bandung Post, Surya, Media Indonesia, Kedaulatan Rakyat, Yogya Post, Berita Nasional dll. (Tebbel, John,/Pratya Rahayuningsih 2003: 44)

Adapun surat kabar nasional yang ada di Indonesia adalah sebagai berikut:.

#### a. Bisnis Indonesia

Bisnis Indonesia adalah surat kabar harian dengan segmentasi pemberitaan bisnis dan ekonomi berbahasa Indonesia yang diterbitkan di Jakarta Indonesia, sejak 14 Desember 1985. Bisnis Indonesia diterbitkan oleh PT Jurnalindo Aksara Grafika (PTJAG) yang merupakan kongsi bisnis empat pengusaha *sukamdani sabid Gitosardjono (Group Sabid), Ciputra (Group Ciputra), Anthony Salim Group*

*Salim*), dan *Eric Simola*. Kemudian pada tanggal 17 April 2000 karena satu dan lain hal, terutama masalah teknis, dua tahun kemudian sebagian besar kepemilikan saham ini beralih ke mitra usaha Sjamsul Nursalim dari kelompok Gajah Tunggal ([http://id.wikipedia.org/wiki/Bisnis\\_Indonesia](http://id.wikipedia.org/wiki/Bisnis_Indonesia))

b. Indonesia Raya

Indonesia Raya adalah sebuah surat kabar harian yang terbit di Jakarta. Surat kabar harian ini dua kali dibredel pemerintah Indonesia, pertama saat rezim Orde Lama (dibredel sejak 1958 hingga diterbitkan kembali tahun 1986) dan kemudian pada tahun 1974 oleh pemerintah orde Baru saat terjadi peristiwa Malari. Pemimpin redaksi Indonesia Raya adalah Muchtar Lubis. ([http://id.wikipedia.org/wiki/Harian\\_Indonesia\\_Raya](http://id.wikipedia.org/wiki/Harian_Indonesia_Raya))

c. Jawa Pos

Jawa pos didirikan oleh The Chung Shen pada 1 Juli 1949. Kemudian pada tahun 1982 diganti Eric Simola, waktu itu adalah Direktur Utama Grafiti Pers (penerbit majalah Tempo) yang mengambil alih Jawa Pos. Dengan manajemen baru, Eric mengangkat Dahlan Iskan, yang sebelumnya adalah kepala Biro Tempo di Surabaya untuk memimpin Jawa Pos. Eric Simola kemudian meninggal dunia pada tahun 2000. Setelah sukses mengembangkan media cetak di seluruh Indonesia, pada tahun 2002 Jawa Pos Group mendirikan stasiun televisi lokal JTV di Surabaya, yang kemudian diikuti Batam TV di Batam, Riau TV di Pekanbaru, FMTV di Makassar, PTV di Palembang, Pahariyangan TV di Bandung ([http://id.Wikipedia.org/wiki/Jawa\\_Pos#\\_Sejarah](http://id.Wikipedia.org/wiki/Jawa_Pos#_Sejarah))

d. Jurnal Nasional

Jurnal Nasional adalah surat kabar harian nasional di Indonesia sejak 1 Juni 2006. Harian ini diterbitkan oleh PT. Media Nusa Pradana. Pendiri surat kabar ini tercatat enam orang, yaitu Dr. Asto S. Subroto (Pemimpin Umum), Susanto Darus (Wakil Pemimpin Umum), Ramadhan Pohan (Pemimpin Redaksi), Abdul Hamid Dipropromo (wakil Pemimpin Redaksi), Ananta Setiawan (Pemimpin Perusahaan) dan Rully Charis (Wakil Pemimpin Perusahaan). Surat kabar ini terbit dalam tiga versi yaitu versi cetak, versi website (online) dan versi JBS (Jurnal Breakingnews Service) ([http://id.wikipedia.org/wiki/Jurnal\\_Nasional](http://id.wikipedia.org/wiki/Jurnal_Nasional)).

e. Kompas

Kompas adalah nama surat kabar Indonesia yang berbasis di Jakarta.

Kompas dikenal sebagai salah satu surat kabar ternama di Indonesia. Kompas didirikan pada tahun 1965 oleh P.K. Ojong (1920-1980) dan Jakoeb Oetama. Saat ini oplahnya melebihi 550.000 per hari, dan merupakan surat kabar berskala nasional terbesar di Indonesia. Kompas adalah bagian dari kelompok Kompas Gramedia.<sup>3</sup>

Kompas adalah nama surat kabar Indonesia yang berbasis di Jakarta. Kompas dikenal sebagai salah satu surat kabar ternama di Indonesia. Kompas didirikan pada tahun 1965 oleh P.K. Ojong (1920-1980) dan Jakoeb Oetama. Saat ini oplahnya melebihi 550.000 per hari, dan merupakan surat kabar berskala nasional terbesar di Indonesia. Kompas adalah bagian dari kelompok Kompas Gramedia (<http://id.wikipedia.org/wiki/KOMPAS>) Ekspansi bisnis KKG tidak terbatas hanya pada bidang penerbitan usaha saja. Pada tahun 1978, kelompok perusahaan ini masuk ke bisnis hotel di bawah bendera PT Grahawita Santika, dan kini dikembangkan menjadi Santika Group. Kini santika memiliki 6 hotel berbintang yang tersebar di lima wilayah, yakni satu hotel di Bandung, Cirebon, Yogyakarta, Bali dan dua buah hotel di Semarang (Hotel Santika dan Hotel Graha Santika).

Tentu saja, dengan semakin meluasnya ekspansi yang dilakukan KKG, jaringan bisnis ini harus tetap hati-hati menjaga Harian Kompas, agar tetap berjalan sesuai rambu-rambu yang ditetapkan pemerintah. Karena, surat kabar inilah yang kini boleh dikatakan menjadi penopang bagi kegiatan bisnis KKG. Jangan heran, bila beberapa tahun mendatang, ibarat pohon, KKG tumbuh semakin tinggi dan rimbun. ( Bambang Sadono, tth : 31-32)

f. Media Indonesia

Media Indonesia adalah sebuah surat kabar harian yang terbit di Jakarta. Didirikan oleh Surya Paloh, sejumlah kalangan menganggap *Media Indonesia* sebagai surat kabar umum terbesar kedua di Indonesia setelah harian KOMPAS. ([http://id.wikipedia.org/wiki/Media Indonesia](http://id.wikipedia.org/wiki/Media_Indonesia))

g. Republika

Koran nasional yang dilahirkan oleh kalangan komunitas muslim bagi publik di Indonesia penerbitan tersebut merupakan puncak dari upaya panjang kalangan umat Islam, khususnya para wartawan profesional muda yang dipimpin oleh ex wartawan tempo, Zaim Uchrowi yang telah menempuh berbagai langkah. Kehadiran Ikatan

Cenekiawan Muslim Indonesia yang dapat menembus pembatasan ketat pemerintah untuk izin penerbitan saat itu memungkinkan upaya-upaya tersebut berbuah, Republika terbit perdana pada 4 Januari 1993 (<http://id.wikipedia.org/wiki/Republika>)

Republika hadir di atas upaya refleksi kegagalan pers Islam sebelumnya. Manajemen awal Republika mencoba meretas persoalan klasik. Bagaimana mengedepankan misi Islam dalam sebuah negara yang sangat “state oriented”. Dalam konteks jurnalisme. Bagaimana menerapkan kaidah pemberitaan yang professional tanpa meninggalkan misi keislamannya. Dalam rumusan yang berbeda, bagaimana memformulasikan peran surat kabar Islam tanpa terjebak dalam perilaku partisan yang eksplisit (Agus Sudiby, 2001 : 11).

“mencerdaskan kehidupan bangsa”, adalah motto Republika, yang menunjukkan semangat mempersiapkan masyarakat era baru ini. Keterbukaan dan perubahan telah dimulai dan tak ada langkah kembali, karena sebelumnya telah sepakat untuk mencapai tujuan. Meski demikian, mengupayakan perubahan yang terkadang menyerempet pembaharuan tidak meski mengganggu stabilitas yang telah susah payah dibangun.

Keperpihkan Republika terarah sebesar-besarnya bagi pembangunan negeri ini, yang mempersiapkan diri sebagai sebuah dunia yang lebih baik dan adil. Dengan republika sebagaisalah satu bagian dari media massa di Indonesia, adalah berfungsi penopang agar langkah itu bermanfaat bagi kesejahteraan bersama.

Koran nasional yang dilahirkan oleh kalangan komunitas muslim bagi publik di Indonesia peerbitan tersebut merupakan puncak dari upaya panjang kalangan umat Islam, khususnya para wartawan profesional muda yang dipimpin oleh ex wartawan tempo, Zaim Uchrowi yang telah menempuh berbagai langkah. Kehadiran Ikatan Cenekiawan Muslim Indonesia yang dapat menembus pembatasan ketat pemerintah untuk izin penerbitan saat itu memungkinkan upaya-upaya tersebut berbuah, Republika terbit perdana pada 4 Januari 1993. (<http://id.wikipedia.org/wiki/Republika>)

h. Seputar Indonesia

Seputar Indonesia adalah program berita pertama yang diproduksi oleh stasiun televisi swasta di Indonesia. Seputar Indonesia pertama kali muncul sebagai seputar Indonesia di RCTI (Rajawali Citra

Televisi Indonesia) pada bulan November 1989. Sekitar pertengahan 1990 berubah menjadi seputar Indonesia setelah RCTI diizinkan untuk melepas dekoder dan melakukan siaran Nasional. Kemudian Pada tahun 2005 nama Seputar Indonesia juga mulai digunakan untuk koran yang diterbitkan kelompok Media Nusantara Citra (MNC), yakni induk perusahaan milik PT Bimantara Citra Tbk, yang juga membawahi RCTI, stasiun televisi TPI dan Global TV, serta Radio Trijaya dan Radio ARH. ([http://id.Wikipedia.org/wiki/Seputar Indonesia](http://id.Wikipedia.org/wiki/Seputar_Indonesia))

i. Koran Tempo

Adalah sebuah koran berbahasa Indonesia yang terbit di Indonesia. Pemiliknya adalah PT Tempo Inti Media Harian. Tempo sebelumnya dikenal dengan majalah temponya. Ia pertamakali diterbitkan pada 2 April 2001 dengan sirkulasi sebesar 100.000 setiap harinya ([http://id.wikipedia.org/wiki/Koran Tempo](http://id.wikipedia.org/wiki/Koran_Tempo))

j. The Jakarta Post

Sebuah harian berbahasa Inggris yang kantornya terletak di Jakarta. Koran ini didirikan pada 1982, ketika Menteri Penerangan Ali Moertopo dan Jusuf Wanadi, yang mewakili surat kabar suara karya terbitan partai golkar, sepakat untuk membentuk sebuah surat kabar berbahasa Inggris yang bermutu. Surat kabar ini didirikan oleh Perusahaan PT. Bina Media Tenggara. The Jakarta Post adalah satu-satunya sebuah koran internasional dari Indonesia yang terkenal. ([http://id.wikipedia.org/wiki/The Jakarta Post](http://id.wikipedia.org/wiki/The_Jakarta_Post))

Dari keterangan diatas dapat disimpulkan berdasarkan kepemilikan sebagai berikut:

No.	Nama Surat Kabar	Pemilik	Keterangan
1.	Bisnis Indonesia	PT Jurnalindo Aksara Grafika	-
2.	Indonesia Raya	Muchtar Lubis	-
3,	Jawa Pos	Eric Simola, Dahlan Iskan (Skg)	-
4.	Jurnal Nasional	P.T Media Nusa Pradana	-
5.	Kompas	P.K Ojong dan Jakob Oetama (Kompas Gramedia)	Surat Kabar terbesar di Indonesia

6.	Media Indonesia	Surya Paloh	Terbesar kedua di Indonesia setelah Kompas (Metro TV) dan TV 7
7.	Republika	Zain Uchrawi	-
8.	Seputar Indonesia	PT Bimantara Citra Tbk.	Memiliki stasiun televisi RCTI, TPI, sekarang MNC, Global TV dan Radio Trijaya dan ARH.
9.	Koran Tempo	PT Tempo Inti Media Harian	Punya majalah Tempo
10.	The Jakarta Post	PT. Media Bina Tenggara	

Dari Sepuluh media surat kabar yang mendominasi adalah Kompas (Kompas Gramedia Group), Jawa Pos (Jawa Pos Group), Seputar Indonesia (PT Bimantara Citra Tbk), dan Media Indonesia (Media Group)

## 2. Kepemilikan Media elektronik (Televisi)

Berdasarkan kepemilikan, berikut ini adalah tabel stasiun televisi yang dikutip dari majalah SWA. (Majalah SWA, 2006: 82)

No.	Televisi	Induk Pemilik Saham	Pemilik Saham	Pengelola
1.	Trans TV	PT Para Inti Investindo (Para Group)	Charul Tanjung	PT Televisi Transformasi Indonesia
2.	ANTV	Anindya Bakri	PT Capital Management Asia (Group Bakhri)	PT Cakrawala Andalas televisi
3.	Metro TV	Media Group	Surya Paloh	PT Media Televisi Indonesia
4.	TV 7	Kelompok Kompas Gramedia	Jacob Oetama	PT Duta Visual Nusantara TV Tujuh
5.	Lativi	PT. A Latif Cooperation	Abdul Latif	PT Latifi Media Karya
6.	SCTV	Keluarga Sariatmaja	Abhimata Medi-atama	PT Surya Citra Media Tbk. (SCMA)

7.	Indosiar	Antoni Salim	TDM Asset Management Prima Visualindo	PT Indosiar Karya Media Tbk.
8.	Global TV	Hary Tanoesoedibyo	PT Bimantara Citra Tbk	PT Media Nusantara Citra
9.	RCTI	Hary Tanoesoedibyo	PT Bimantara Citra Tbk	PT Media Nusantara Citra
10.	TPI/ MNCTV	Hary Tanoesoedibyo	PT Bimantara Citra Tbk	PT Media Nusantara Citra

Keterangan diatas adalah sebagai berikut:

- a. Trans TV  
Televisi swasta nasional yang dikelola oleh PT. Televisi Transformasi Indonesia miliknya Chaerul Tanjung. Tokoh penting : jendral (Purn) Rudini (komisaris Trans TV), Ishadi SK (Dirut Trans TV, mantan Dirut TVRI).
- b. ANTV  
Stasiun televisi ini didirikan oleh Anindya Bakrie dan dikelola oleh perusahaan PT Cakrawala Andalas televisi. Pemilik saham adalah PT Capital Management Asia (Group Bakrie): 80 % STAR TV (Hongkong): 20% Tokoh penting Ruppert Murdock (pemilik News Corporation).
- c. METRO TV  
Sebuah stasiun televisi nasional yang dimiliki oleh seorang politikus golkar yakni surya Paloh atas nama PT Media Televisi Indonesia.
- d. TV 7  
Televisi ini didirikan oleh PT Duta Visual Nusantara TV tujuh, perusahaan ini milik Jacob Oetama. Beliau juga yang memiliki Kompas Gramedia Group Jacob Oetama.
- e. Lativi  
Televisi nasional yang didirikan oleh PT Latifi Media Karya miliknya Abdul Latief.
- f. SCTV  
Televisi ini didirikan oleh keluarga Sariatmaja pada tahun 1990 dan dikelola oleh PT Surya Citra Media Tbk. (SCMA). Pemilik sahamnya adalah Abhimata Mediatama (77,49%), publik (22,51%) tokoh penting Eddy Sariatmadja (pemilik Abhitama), Fofa Sariatmadja (wakil

Komisaris Utama SCMA), Letjen (purn) R. Soeyono (komisaris Utama SCMA), Siti Hediati Hariyadi (Komisaris)

g. Indosiar

Televisi ini didirikan oleh PT Indosiar Karya Media Tbk, miliknya Antoni Salim. Pemilik saham :TDM Asset Management (28,62%), Prima Visualindo milik Salim (27,35 %),lainnya (44,03 %) Tokoh penting: Jusuf Hamka (komisaris dan pemilik TDM Asset Management), Benny Santoso (komisaris utama, orang kepercayaan salim) Phiong Philipus (Direktor keuangan, mantan Direksi indocement)

h. Global TV

Televisi ini didirikan oleh PT. Media Nusantara Citra (RCTI dan Global TV), PT Berkah Karya Bersama (TPI) miliknya Hery Tabousoudibyo.

i. RCTI

Televisi Swasta Pertama kali di Indonesia yang dioperasikan di Jakarta sejak bulan April 1989 dan diresmikan pada tanggal 24 Agustus 1989 tepat pada hari lahirnya TVRI ke-28; di Bandung dan di operasikan pada tanggal 1 Mei 1991. Televisi ini didirikan oleh PT Media Nusantara Citra, PT Berkah Karya Bersama milik keluarga Hery Tanousoudibjo. Pengelola televisi tersebut adalah PT Media Nusantara Citra (RCTI dan Global TV), PT Berkah Karya Bersama (TPI). Induk Perusahaan :PT Bimantara Citra Tbk. Pemilik saham : Hary Tanoesoedibjo (Group Bhakti Investama): mayoritas, Bambang Trihatmodjo (PT Asriland) : 11,39%, Almington Asset, Astoria.

j. TPI

Televisi Pendidikan Indonesia pada awalnya dikelola oleh PT Cipta Televisi Pendidikan Indonesia (CPTI) pimpinan Ny. Hardiyanti Indra Rukmana diresmikan siarannya oleh presiden Soeharto pada tanggal 23 Januari 1991 bertempat di studio 12 TVRI senayan Jakarta. Namun, sekarang TPI sudah pindah tangan ke PT Media Nusantara Citra (milik keluarga Hery Tanousudibjo).

Dari 10 media televisi swasta di Indonesia didominasi oleh PT. Bimantara Citra Tbk ( RCTI, Global TV dan TPI), Kompas Gramedia Group ( TV7) Media Group ( Metro TV).

### 3. Kepemilikan Radio

Pada tahun 1977 jumlah stasiun radio siaran swasta niaga di Indonesia sebanyak 366 buah yang dapat diperinci sebagai berikut : di

Jakarta 37, Jawa Barat 80, Jawa Tengah 56, D.I.Yogyakarta 16, Jawa Timur 51, D.I Aceh 6, Sumatera Utara 18, Sumatera Barat 10, Kalimantan Barat 4, Sumatera Selatan 15, Sulawesi Tenggara 1, Sulawesi Utara 17 dan Bali 10. Sampai dengan tahun 1980, jumlah stasiun radio siaran non RRI tercatat 948 buah yang terdiri dari 379 stasiun Komersial, 26 stasiun non komersial, dan 136 stasiun radio pemerintah daerah (Uchjana, Onong Effendi.1993: 168)

Berikut adalah tabel kepemilikan radio di Indonesia Tabel Jaringan Kepemilikan Radio di Indonesia adalah sebagai berikut yang diambil dari (Muhammad Mufid, 2005: 42)

No.	Jaringan Kepemilikan Radio
1.	Delta FM : Jakarta, Bandung, Medan, Makassar, dan Manado
2.	Sonora : Jakarta, Surabaya, Yogyakarta, Palembang, Pangkal Pinang
3.	CPP Group : Lebih dari 50 stasiun radio di Jawa Tengah
4.	PASS FM : Jakarta, Surabaya, Bandung, Semarang, dan Surabaya
5.	SMART FM : Jakarta, Manado, Makassar, Banjarmasin, dan Palembang
6.	TRIJAYA : Jakarta, Semarang, Yogyakarta, Surabaya, dan Medan.
7.	MRA Group : MTV on Sky, Hard Rock FM, 1-Radio (Jakarta) dan Hard Rock Bali
8.	El Shinta FM : Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, Medan, Jambi, Riau, Ternate, Tidore, Ambon, Sorong, dan Biak.
9.	Jaringan Program Radio Satelit : 68 H (Radio satelit pertama di Indonesia, direlai lebih dari 110 stasiun swasta di seluruh Indonesia.

Dari 9 kepemilikan radio data yang diperoleh adalah Radio Trijaya dan ARH yang dimiliki oleh PT. Bimantara Citra. Radio El Shinta dimiliki oleh PT El Shinta FM dan Radio Sonora dimiliki oleh Kompas Gramedia Group.

Dari data tersebut di atas maka yang menguasai media baik cetak maupun elektronik adalah Pertama, PT Bimantara Citra yang memiliki 3 stasiun televisi dan 1 surat kabat nasional (seputar Indonesia) kemudian Kompas Gramedia Group yang memiliki koran nasional Kompas (koran terbesar di Indonesia) dan TV 7 kemudian Media Group yang memiliki Media Indonesia (terbesar kedua setelah kompas) dan stasiun Metro TV kemudian Jawa Pos Grup ( Jawa Pos) dan mempunyai televisi lokal JTV di Surabaya, yang kemudian diikuti Batam TV di Batam, Riau TV di Pekanbaru, FMTV di Makassar, PTV di Palembang, Pahariyangan TV di Bandung.

Dari data diatas menunjukkan bahwa yang menguasai industry bisnis media di Indonesia adalah kelompok MNC, Kompas Gramedia Group, Media Group dan Jawa Pos.

### C. Oligopoly

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2007: 702) Oligopoli adalah keadaan pasar yang produsen pembekal barang hanya berjumlah sedikit sehingga mereka atau seorang dari mereka dapat mempengaruhi harga pasar. Rusdi Rasyidin mendefinisikan pasar oligopoli sebagai suatu bentuk interaksi permintaan dengan penawaran, dimana terdapat beberapa penjual/produsen yang menguasai seluruh permintaan pasar. Ciri-cirinya adalah sebagai berikut:

1. Terdapat beberapa penjual/produsen yang menguasai pasar.
2. Barang yang diperjualbelikan dapat homogen dapat pula berbeda corak (differentiated product)
3. Terdapat hambatan masuk yang cukup kuat bagi perusahaan di luar pasar untuk masuk kedalam pasar.
4. Satu diantara para Oligopolis merupakan price leader yaitu penjual yang memiliki /pangsa pasar yang terbesar. Ia memiliki kekuatan yang besar untuk menetapkan harga dan para penjual yang lainnya biasanya terpaksa mengikuti harga tersebut. (Rasjidin,Rusdi, 1994: 67)

Oligopoli, sesuai dengan namanya, menunjuk pada kondisi di mana beberapa penjual menguasai pasar. Di Indonesia terdapat sejumlah besar pemain besar dalam industry media massa. Pemain besar dalam industry media massa di Indonesia adalah Group Media Nusantara (MNC), Group Media Indonesia, Trans Corp, dan Jawa Pos.

Oligopoly terjadi karena akibat dari komersialisasi industri media massa dimana para kapitalis media memang telah berusaha maksimal untuk mengurangi resiko usaha. Sebagian besar pasar yang ada cenderung membentuk kekuatan oligopolistik, dimana beberapa industri media justru menciptakan serangkaian hambatan yang menutup peluang bagi pendatang baru. Pada sisi penekanan harga, produksi, dan keuntungan kekuatan oligopolistik yang ada justru mengarah ke pembentukan monopoli yang sangat jauh dari mitos pasar yang penuh saingan. (Muhammad Mufid, 2005: 91)

Media massa yang berupaya untuk mengejar tujuan ekonomi mereka akan cenderung berusaha untuk terus meningkatkan rating mereka dengan menyajikan tayangan yang hanya sebatas mainstream, bahkan tak sedikit

yang menyajikan berita atau tayangan yang tidak sesuai dengan etika media. Persaingan bebas media dapat berakibat sebagian pemilik dan prsktisi media menjual profesionalitas, kode etik, dan tanggung jawab moral jurnalisisme. Semua ini dilakukan demi meraih keuntungan untuk bertahan terbit di tengah pasar yang amat ketat. Selain factor ekonomi, factor politik juga berpengaruh besar terhadap kepentingan media dalam konsentrasi media massa di Indonesia, contohnya media yang dekat dengan pemerintah cenderung menghadirkan pemberitaan yang pro pemerintah atau ketika pemilik media merupakan tokoh politik, ia akan cenderung menggunakan media miliknya sebagai alat politiknya. Hal tersebut mengesampingkan hak masyarakat akan tayangan atau informasi yang memuat kebenaran karena berita atau informasi yang disampaikan cenderung bias memihak pihak tertentu.

Selain itu, apabila ada pemain baru yang hendak memasuki pasar, maka akan sulit untuk memasuki pasar tersebut apabila tidak memiliki kemampuan atau kekuatan yang sama dengan pemain yang telah ada sebelumnya yang telah memiliki tehnologi dan pengalaman yang lebih kuat, karena persaingan yang terjadi tidak hanya persaingan isi dan jenis program tapi juga persaingan infra struktur dan tehnologi.

Konsentrasi kepemilikan media ini bukanlah semata-mata fenomena bisnis, melainkan fenomena ekonomipolitik yang melibatkan kekuasaan. Di Indonesia, contohnya yaitu MNC yang memiliki RCTI, TPI sekarang MNC Tv, Global TV, radio Trijaya, Koran seputar Indonesia, Indovision, dan Okezone, atau Group Bakhri yang memiliki ANTV dan TVOne.

Ada tiga kelompok korporasi media. Korporasi media pertama adalah PT Media Nusantara Citra, Tbk (MNC) yang dimiliki oleh Harry Tanoesoedibjo yang membawahi RCTI (PT Rajawali Citra Televisi Indonesia), TPI sekarang MNCTV dan Global TV. Kelompok kedua berada dibawah PT Bakhrie Brothers (Group Bakhrie) yang dimiliki oleh Anindya N. Bakhrie. Group Bakhrie ini membawahi ANTV (PT Cakrawala Andalas Televisi) dan TVOne. Kelompok ketiga adalah PT Trans Corp

Oligopoli di indonesia terjadi setelah adanya peralihan dari era state regulation menuju market regulation ternyata menjadi sebuah dilema. State regulation dalam banyak segi kontraproduktif bagi demokratisasi. Namun ketika state regulation dihapuskan, pers cenderung keluar dari jalurnya dan tidak dapat bersikap proporsional dalam menjalani fungsinya.

Sementara kepentingan-kepentingan market regulation cenderung untuk bersikap kompromis terhadap fenomena-fenomena pers tersebut. Semakin banyak media, semestinya semakin banyak pilihan informasi bagi khalayak. Dengan kata lain liberalisasi industri pers akan menciptakan situasi kompetitif antarmedia dalam menyajikan informasi sebaik mungkin kepada khalayak dan akan berdampak positif bagi “kebebasan” konsumen media untuk memilih komoditi media. (Agus Sudibyo, 2006: 16)

#### **D. Kebijakan Negara**

Sebagaimana telah disebutkan diatas bahwa praktik monopoli kepemilikan dan oligopoly telah terjadi di Indonesia, baik dalam media penyiaran maupun dalam media percetakan dalam hal ini adalah Koran atau surat kabar. Dalam industry penyiaran para pengusaha media Indonesia, seperti Eric Simola, pemodal dibelakang majalah Tempo dan Koran Jawa Pos, serta pemilik Kompas Gramedia Group melakukan penanaman modal di Radio. Simola memiliki Sport FM di Jakarta, stasiun khusus siaran olahraga. Kompas Gramedia memiliki radio Sonora, salah satu stasiun paling populer di Jakarta (terutama di kalangan usia dewasa). Kelompok sinar kasih berorientasi Kristen di Jakarta, Pelita Kasih (Agus Sudibyo, 2006: 41-42)

Kecendrungan monopoli kepemilikan dan oligopoly ini juga terjadi di industry percetakan. Ini ditandai dengan munculnya satu surat kabar yang kuat di suatu kota, kemudian surat kabar tersebut menerbitkan lagi surat kabar-surat kabar lainnya di kota yang sama, baik harian maupun mingguan. Kasus seperti ini terjadi misalnya di Jakarta, Bandung, Surabaya, Medan dan Ujung pandang. Bahkan sebuah group perusahaan penerbitan pers terbesar di Surabaya, Jawa Pos menerbitkan juga surat kabar-surat kabar harian di kota-kota besar di Indonesia termasuk di Jakarta.

Ditingkat Nasional pun kecendrungan monopoli kepemilikan ini sudah mulai terlihat sejak dua dekade lalu dengan munculnya inisiatif dari suratkabar-suratkabar besar di Jakarta seperti kelompok Kompas-Gramedia untuk menerbitkan suratkabar-suratkabar daerah diibukota-ibukota provinsi. Bahkan menginjak abad ke-21, kelompok Kompas-Gramedia dan Media Indonesia memiliki pula stasiun televisi, yaitu TV-7 dan Metro TV. (Kusumaningrat, Hikmat dan Purnama, 2005: 96-97)

Maka peran pemerintah sangat menentukan untuk menata perekonomian ditengah tengah industri media cetak dan industri yang mengarah kepada monopoli maupun oligopoli, karena itulah maka

pemerintah dalam hal penyiaran, menerbitkan UU penyiaran tahun 2002 (Regulasi penyiaran) sehingga dengan regulasi penyiaran ini bisa memberi peluang kepada yang lain untuk memperoleh jaringan siaran. Begitu pula di bidang penerbitan dimana, untuk mencegah tumbuh dan berkembangnya perusahaan penerbitan pers yang monopolis, pemerintah telah menyediakan “pencegah yuridis”-nya, yaitu ketentuan ayat 2, pasal 5 dan ayat 3, pasal 15 peraturan Menteri Penerangan RI No, 01 per Menpen 1984 Tentang SIUPP (Agus Sudibyo, 2006: 362)

Undang-undang penyiaran pasal 18 ayat 1 dan 2 menyatakan bahwa pemusatan kepemilikan dan penguasaan lembaga penyiaran swasta oleh satu orang atau satu badan hukum, baik di satu wilayah siaran maupun di beberapa wilayah siaran dibatasi. Selain itu, disebutkan bahwa kepemilikan silang antara lembaga penyiaran swasta yang menyelenggarakan jasa penyiaran radio dan lembaga penyiaran swasta yang menyelenggarakan jasa penyiaran televisi, antara lembaga penyiaran swasta dan perusahaan media cetak, serta antara lembaga penyiaran swasta dan lembaga penyiaran swasta jasa penyiaran lainnya, baik langsung maupun tidak langsung dibatasi. Diantara batasan itu adalah bahwa satu badan hukum paling banyak memiliki dua izin penyelenggaraan penyiaran televisi, yang berlokasi di dua provinsi yang berbeda. (Morissan, 2008: 89) Atau dengan kata lain tidak boleh mendirikan dua stasiun penyiaran dalam satu propinsi.

Hal ini juga berlaku bagi lembaga penerbitan, dimana pasal 5 ayat 2, menyatakan, “kepada setiap perusahaan/penerbitan pers dapat diberikan sebanyak-banyaknya 2 (dua) SIUPP untuk penerbitan pers yang berbeda sifat dan periode terbitnya. (Agus Sudibyo, 2006: 362)

Reformasi yang melahirkan UU penyiaran, memberikan arah agar sistem penyiaran kita bergerak dari otoritarianisme dan sentralisasi, ke demokratisasi dan desentralisasi. Namun, yang terjadi sekarang adalah pergerakan ke arah sentralisasi dan otoritarianisme baru oleh sector swasta dan atau pemilik modal. Stasiun televisi RCTI, TPI dan Global TV dikuasai oleh MNC, masing-masing 90% RCTI, 99% Global TV dan 75% TPI, sangat jelas melanggar peraturan perundang-undangan, khususnya dibidang penyiaran. Anehnya, para pembela langkah MNC ini mengatakan bahwa MNC bukanlah perusahaan di bidang penyiaran, dan oleh karenanya tidak dapat dikenakan peraturan perundang-undangan dibidang penyiaran. Selain itu, mereka juga berkelit bahwa MNC tidak melakukan monopoli karena “market share”nya kurang dari 50%. Menurut djoko Susilo,

seorang anggota DPR, pembelaan MNC ini sungguh-sungguh merupakan manipulative. RCTI, Global TV dan TPI dapat dikenakan sanksi, termasuk pidana dan denda serta pencabutan ijin karena melanggar UU penyiaran dan PP No. 50.

Berdasarkan substansi dan peraturan perundang-undangan, khususnya di bidang penyiaran, tindakan yang dilakukan MNC dengan menguasai RCTI, TPI sekarang MNC TV, dan Global TV melanggar UU penyiaran dan peraturan pemerintah yang merupakan turunannya. Kemudian, kegiatan perusahaan/industry televisive lainnya seperti yang di muat diberbagai media misalnya, tentang rencana penggabungan, merger dan akuisisi antara PT Surya Citra Media Tbk (SCMA) yang memiliki lembaga penyiaran PT Surya Citra Televisi (SCTV) dan PT Indosiar Karya Media Tbk (IDKM) yang memiliki lembaga penyiaran PT Indosiar Visual Mandiri (IVM) juga melanggar hukum. Oleh karena itu, seluruh kegiatan perusahaan/industry televisive baik MNC maupun non MNC lainnya yang bersifat penggabungan, merger, dan akuisisi yang mengakibatkan berpindahnya penguasaan frekuensi dan ijin penyelenggaraan penyiaran serta menyebabkan sebuah badan hukum atau seseorang menguasai lembaga penyiaran swasta lebih dari satu di satu propinsi yang sama adalah perbuatan melanggar hukum. (Masduki, 2001: 26)

Melihat fenomena diatas hendaknya pemerintah mengambil tindakan tegas terhadap pemilik media yang melanggar terhadap undang-undang, agar tidak terjadi monopoli dan oligopoly terhadap media massa dan tentnyu dengan mengambil tindakan tegas akan memberikan peringatan bagi yang lain agar tidak melakukan pelanggaran yang sama dan tentunya penegakan hukum berjalan secara adil.

Dengan pembatasan pemilikan media, maka masyarakat akan disuguhkan berbagai macam informasi yang beragam dan tidak seragam serta program-program yang saling berkompetisi, sehingga program-program acara televisive maupun informasi di media baik media cetak maupun elektronik yang mengalami kemajuan yang pesat dan berkualitas.

## **E. Kesimpulan.**

Dari keterangan diatas dapat disimpulkan sebagai berikut. Pertama, kepemilikan media massa baik cetak maupun elektronik dibatasi, sehingga tidak ada industry media dalam satu provoinsinya memiliki lebih dari satu atau memiliki media yang sama dalam satu provinsi.

Kedua praktik oligopoly dan monopoli telah terjadi di Indonesia. Indikasinya adalah PT Bimantara Citra Tbk, Kompas Gramedia, Media Group dan Jawa Pos Group.

Keempat pemerintah praktik oligopoly dan monopoli sangat menguntungkan penguasa media dan merugikan pemerintah dan juga masyarakat atau pengusaha-pengusaha kecil lainnya. Oleh karena itu untuk mengantisipasi monopoli dan oligopoly, maka pemerintah membatasi kepemilikan dan membentuk regulasi penyiaran.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro dan Lukiati Komala Erdinaya, *Suatu Pengantar Komunikasi Massa*, Penerbit PT Remaja Roesdakarya Offset Jakarta 2004.
- Hamad, Ibnu, *Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa*, Penerbit Granit Jakarta 2004.
- Kusumaningrat, Hikmat dan Purnama, *Jurnalistik Teori dan Praktik*, Penerbit PT Remaja Rosdakarya Bandung. 2005.
- Mufid, Muhammad, *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*, Penerbit Prenada Media 2005.
- Masduki, “*Potret Manajemen Media di Indonesia.*” penerbit Total Media, 2010
- Morissan, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*, Penerbit Prenada Media Group, 2008.
- Rasjidin, Rusdi, *Ekonomi*, Penerbit Ydistira, 1994
- Santana K, Septiawan, *Jurnalisme Kontemporer*, Penerbit Yayasan Obor Indonesia Jakarta 2005.
- Siregar, Ashadi, *Menyingskap Media Penyiaran Membaca Televisi Melihat Radio*, Penerbit LP3Y Yogyakarta, 2001.
- Sudibyoy, Agus *Politik Media dan Pertarungan Wacana*, Penerbit LkiS Yogyakarta, 2006.
- Tebbel, John, *Opportunities In Journalism Careers*, Terj. Dean Pratya Rahayuningsih, *Karier Jurnalistik*, Penerbit Dahara Prize Semarang, 2003.
- Tim Penyusun Kamus Besar Bahasa Indonesia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Penerbit Balai Pustaka, 2007.
- Uchjana, Onong Effendi, *Ilmu, Teori, Filsafat Komunikasi*, Penerbit PT. Citra Aditya Bakti Bandung 1993.
- ([http://id.Wikipedia.Org/wiki/ Daftar\\_Surat\\_Kabar\\_di\\_Indonesia](http://id.Wikipedia.Org/wiki/ Daftar_Surat_Kabar_di_Indonesia)).
- ([http://id.wikipedia.org/wiki/Bisnis\\_Indonesia](http://id.wikipedia.org/wiki/Bisnis_Indonesia))
- ([http://id.wikipedia.org/wiki/Koran\\_Tempo](http://id.wikipedia.org/wiki/Koran_Tempo))
- ([http://id.Wikipedia.org/wiki/Seputar\\_Indonesia](http://id.Wikipedia.org/wiki/Seputar_Indonesia))
- (<http://id.wikipedia.org/wiki/Republika>)

Arsam

*([http://id.wikipedia.org/wiki/Media Indonesia](http://id.wikipedia.org/wiki/Media_Indonesia))*

*(<http://id.wikipedia.org/wiki/KOMPAS>)*

*(“[http://id.wikipedia.org/wiki/Jurnal Nasional](http://id.wikipedia.org/wiki/Jurnal_Nasional))*

*([http://id.Wikipedia.org/wiki/Jawa Pos# Sejarah](http://id.Wikipedia.org/wiki/Jawa_Pos#_Sejarah))*

*(“[http://id.wikipedia.org/wiki/Harian Indonesia Raya](http://id.wikipedia.org/wiki/Harian_Indonesia_Raya))*

*.([http://id.wikipedia.org/wiki/Bisnis Indonesia](http://id.wikipedia.org/wiki/Bisnis_Indonesia))*