

# Oligarki Media Dalam Pemilu Presiden 2019. Studi Kasus: Keberpihakan MNC Media dan Partai Persatuan Indonesia (Perindo) pada Pemenangan Joko Widodo dan Ma'ruf Amin dalam Pemilu Presiden 2019 = Media Oligarch in Presidential Election 2019 Case Study: Support of MNC Media and Indonesia United Party (Perindo) in Campaigning for Joko Widodo and Maâruf Amin in Presidential Election 2019

Rembulan Randu Dahlia, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20524081&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

Penelitian ini membahas politik oligarki media dalam pemilihan presiden 2019 (Pilpres). Fokus penelitian adalah faktor dukungan oligarki media pada kandidat Joko Widodo dan Ma'ruf Amin. Penelitian ini perlu dilakukan untuk memaparkan faktor pendorong oligark dalam mendukung kandidat, serta cara oligark merealisasikannya. Pemaparan ini pada akhirnya akan mengkritisi fungsi pers. Penelitian ini diharapkan menjadi rujukan pembuatan kebijakan dalam kepemiluan, khususnya pada tahap kampanye. Oligarki media dalam penelitian ini adalah Hary Tanoesoedibjo melalui MNC Media dan Partai Persatuan Indonesia (Perindo). Dukungan Hary Tanoe berubah, pada Pilpres 2014 Hary Tanoe mendukung Prabowo Subianto – Hatta Rajasa, sementara saat Pilpres 2019 Hary Tanoe mendukung Jokowi-Maruf. Analisis penelitian ini menggunakan Teori Oligarki Jeffrey Winters (2011, 2013) dan Mietzner (2014) yang menyatakan oligark perlu masuk dalam struktur politik untuk mempertahankan kekayaan dan variasi faktor oligark dalam politik dan mendukung kandidat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan argumen yang ditawarkan: Faktor pendorong keberpihakan oligarki media pada kandidat saat Pilpres 2019 didominasi oleh faktor ekonomi politik, tidak semata-mata karena kasus hukum. Cara oligark merealisasikan dukungannya melalui sumber pendapatan dan sumber materialnya (bisnis media).

.....This research discusses media oligarch politics in presidential election 2019. Focus of the research is oligarch support factors to Joko Widodo and Ma'ruf Amin as President and Vice President candidate. Importance of this research is to explain the motivating factors of oligarchs in supporting candidates, as well as realizing the support. The explanation seeks to criticize the function of press. This research is expected to be referred in election policy making, especially during the campaigning phase. Media oligarch in this research is Hary Tanoesoedibjo through MNC Media and Indonesia United Party (Partai Persatuan Indonesia/Perindo). Support of Hary Tanoesoedibjo shifted support from Prabowo Subianto-Hatta Rajasa in 2014 Presidential Election to Jokowi-Maruf in 2019 Presidential Election. Analysis in this research employs Jeffrey Winters (2011; 2013) and Mietzner's (2014) Oligarchy Theory which stated that oligarch need to enter to political structure to defend their wealth and the variation of factors that oligarch enter political structure and consider supporting a certain candidate. This research using a qualitative method, this research offers following arguments: Factors of the media oligarch to support candidate in 2019 Presidential Election are dominated by economic factor and not only due to legal problems. The oligarch uses their source of income and their material resources (media business) to realize the support.