

Perubahan struktur industri media cetak era pasca orde baru

Hutagalung, Ferdinand, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=71295&lokasi=lokal>

Abstrak

Permasalahan mendasar yang dialami oleh industri media cetak pasca era Orde Baru, telah menumbuhkan perjuangan pers yang mengalami perputaran positif dan kondusif. Hal ini disebabkan oleh berakhirnya rezim otoriter yang mengekang kebebasan pers selama lebih dari tiga puluh tahun.

Dimulai dengan diterbitkannya peraturan tentang pers yakni Undang-undang Pokok Pers, UU No, 40 Tahun 1999. Sehingga semakin membuka peluang untuk mendirikan industri media yang semakin berkembang dengan masuknya modal-modal asing. Namun kondisi tersebut tidak diimbangi dengan kemampuan manajemen, profesionalitas dan keseriusan Jurnalisme, baik oleh pemilik/pengelola ataupun wartawannya. Adanya pasar yang tidak bertambah dan diperebutkan oleh pendaatang baru yang bermodal minim. Kemudian terjadinya homogenisasi dan konsentrasi informasi dari penerbitan pers yang raksasa dan menguasai jalur distribusi.

Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif dan bersifat deskriptif, dimana pengambilan datanya dilakukan dengan studi pustaka. Kerangka teoritis yang dipergunakan dalam penelitian ini meliputi filosofi media, sistem Jurnalisme dan pasar, manajemen media dan fungsi media dalam membentuk public sphere serta korelasi media, pemerintah dan masyarakat.

Dari hasil penelitian dan studi pustaka yang sudah dilakukan, bahwasanya telah terjadi perubahan struktur industri media cetak, baik dari sisi manajemen, konsentrasi kepemilikan dan konsentrasi manajemen, peraturan baru dengan munculnya UU No. 40 Tahun 1999 yang membuka peluang adanya penerbitan pers dan industri media cetak. Selanjutnya perubahan dari aspek isi yang akan berpengaruh terhadap iklim keterbukaan (openers) dan dimiliki media untuk perkembangan public sphere.

Termasuk di dalamnya aspek product diversification dan kompetisi sempurna dalam industri media cetak. Hal tersebut dipengaruhi oleh kemajuan masyarakat, yang secara dominan dan signifikan berpengaruh terhadap diversifikasi produk yang ditawarkan.