

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| JUDUL | |
| LEMBAR PENGESAHAN | |
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI..... | i |
| KATA PENGANTAR..... | ii |
| UCAPAN TERIMAKASIH | iii |
| ABSTRAK | iv |
| ABSTRACT..... | v |
| DAFTAR ISI..... | vi |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR GAMBAR..... | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xiii |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 7 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 8 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 8 |
| 1.5 Struktur Organisasi Skripsi | 9 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA | 10 |
| 2.1 Media Massa Era Orde Baru..... | 10 |
| 2.2 Media Massa Era Reformasi..... | 11 |
| 2.3 Pagar Api (Firewall) | 13 |
| 2.4 Advertorial | 16 |

| | |
|--|-----------|
| 2.4.1 Surat Kabar..... | 16 |
| 2.4.2 Hubungan Pers, Jurnalistik dan Berita | 16 |
| 2.4.3 Etika Jurnalistik: Simbol Berpijak Wartawan..... | 18 |
| 2.4.4 Iklan di Surat Kabar | 18 |
| 2.4.5 Advertorial | 19 |
| 2.5 Ekonomi Politik Media..... | 21 |
| 2.5.1 Ekonomi Politik Media Vincent Mosco..... | 21 |
| 2.5.2 Entry Concept Ekonomi Politik | 25 |
| 2.6 Komodifikasi..... | 26 |
| 2.6.1 Komodifikasi Isi dalam Industri Media | 27 |
| 2.6.2 Komodifikasi Khalayak dalam Industri Media | 28 |
| 2.6.3 Komodifikasi Pekerja dalam Industri Media | 29 |
| 2.7 Spasialisasi..... | 30 |
| 2.7.1 Vertikal..... | 31 |
| 2.7.2 Horizontal..... | 32 |
| 2.8 Strukturasi/Hegemoni | 32 |
| 2.9 Penelitian Terdahulu | 34 |
| 2.10 Kerangka Berpikir..... | 36 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 37 |
| 3.1 Desain Penelitian | 37 |
| 3.1.1 Pendekatan Penelitian | 37 |
| 3.1.2 Metode Penelitian..... | 37 |
| 3.1.3 Strategi Penelitian | 38 |
| 3.2 Partisipan dan Tempat Penelitian..... | 38 |
| 3.2.1 Partisipan Penelitian..... | 38 |

| | |
|---|-----------|
| 3.2.2 Tempat Penelitian..... | 39 |
| 3.3 Teknik Pengumpulan Data..... | 39 |
| 3.3.1 Wawancara Mendalam (In-Depth Interview) | 40 |
| 3.3.2 Dokumentasi..... | 40 |
| 3.4 Jenis Sumber Data..... | 41 |
| 3.4.1 Sumber Data Primer | 41 |
| 3.5 Instrumen Penelitian | 41 |
| 3.5.1 Lembar Wawancara..... | 41 |
| 3.6.2 Peralatan Dokumentasi..... | 42 |
| 3.7 Prosedur Penelitian | 42 |
| 3.8 Teknik Analisis Data..... | 43 |
| 3.8.1 Analisis Sebelum di Lapangan | 43 |
| 3.8.2 Analisis Data di Lapangan Model Miles dan Huberman | 44 |
| 3.8.3 Teknik Penyajian Data | 44 |
| 3.9 Uji Keabsahan Data | 44 |
| 3.9.1 Membercheck | 45 |
| 3.10 Pertanyaan Penelitian..... | 46 |
| BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN | 49 |
| 4.1 Gambaran Umum Pikiran Rakyat..... | 49 |
| 4.1.1 Sejarah Pikiran Rakyat | 49 |
| 4.1.2 Profil Perusahaan..... | 51 |
| 4.1.3 Logo Pikiran Rakyat..... | 52 |
| 4.1.4 Jajaran Redaksi dan PT Pikiran Rakyat | 52 |
| 4.2 Profil Informan Utama..... | 53 |
| 4.2.1 Profil Informan Wakil Pimpinan Redaksi Pikiran Rakyat | 53 |

| | |
|--|------------|
| 4.2.2 Profil Informan Ketua Redaksi Harian Pikiran Rakyat..... | 54 |
| 4.2.3 Profil Informan Wartawan Pikiran Rakyat..... | 54 |
| 4.2.4 Profil Informan Wakil Manajer Iklan Pikiran Rakyat..... | 55 |
| 4.3 Temuan dan Pembahasan Hasil Penelitian | 55 |
| 4.3.1 Ekonomi dan Politik di Pikiran Rakyat..... | 55 |
| 4.3.1.1 Faktor Ekonomi | 56 |
| 4.3.2.2 Faktor Politik | 59 |
| 4.3.1.3 Spasialisasi/Perluasan Usaha Pikiran Rakyat | 61 |
| 4.3.2 Peran Kepentingan Pemilik..... | 66 |
| 4.3.2.1 Strukturasi/Hegemoni..... | 68 |
| 4.3.2.2 Bentuk Intervensi Pemilik | 72 |
| 4.3.2.3 Framing Berita..... | 75 |
| 4.3.3 Makna Prinsip Penerapan Pagar Api di Pikiran Rakyat..... | 77 |
| 4.3.3.1 Konsep Pagar Api Bagi Karyawan di Pikiran Rakyat..... | 77 |
| 4.3.3.2 Peran Pagar Api dalam Menjaga Kredibilitas Pikiran Rakyat | 81 |
| 4.3.3.3 Mengenalkan Prinsip Pagar Api kepada Khalayak | 84 |
| 4.3.3.4 Pentingnya Prinsip Pagar Api bagi Khalayak..... | 86 |
| 4.3.4 Keberlangsungan penerapan Prinsip Pagar Api di Pikiran Rakyat | 88 |
| 4.3.4.1 Komodifikasi | 90 |
| 4.3.4.2 Implementasi Prinsip Pagar Api dalam Menengahi Berita dan Iklan di Pikiran Rakyat | 92 |
| 4.3.4.3 Peran Prinsip Penerapan Pagar Api dalam memudahkan Kerja Redaksi dan Iklan | 96 |
| 4.3.4.4 Prinsip Penerapan Pagar Api dalam Produk Advertorial Pikiran Rakyat | 98 |
| BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI | 100 |

| | |
|--|------------|
| 5.1 Simpulan | 100 |
| 5.1.1 Ekonomi dan Politik Media..... | 100 |
| 5.1.2 Peran Kepentingan Pemilik..... | 101 |
| 5.1.3 Prinsip Penerapan Pagar Api..... | 104 |
| 5.1.4 Keberlangsungan Prinsip Penerapan Pagar Api..... | 105 |
| 5.2 Implikasi Penelitian | 106 |
| 5.2.1 Implikasi Akademis..... | 106 |
| 5.2.2 Implikasi Praktis..... | 106 |
| 5.3 Rekomendasi..... | 107 |
| 5.3.1 Rekomendasi Akademis | 107 |
| 5.3.2 Rekomendasi Praktis | 107 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 108 |

DAFTAR TABEL

| | |
|-----------------|----|
| Tabel 2.1 | 34 |
| Tabel 3.1 | 39 |
| Tabel 3.2 | 46 |
| Tabel 4.1 | 58 |
| Tabel 4.2 | 60 |
| Tabel 4.3 | 62 |
| Tabel 4.4 | 65 |
| Tabel 4.5 | 75 |
| Tabel 4.6 | 81 |
| Tabel 4.7 | 88 |
| Tabel 4.8 | 95 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|-----------------|----|
| Gambar 2.1..... | 12 |
| Gambar 2.2..... | 26 |
| Gambar 4.1..... | 52 |
| Gambar 4.2..... | 62 |
| Gambar 4.3..... | 63 |

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Transkrip Wawancara Narasumber/Informan

Lampiran 2 : Riwayat Hidup Penulis

Lampiran 3 : Membercheck

Lampiran 4 : Surat Penelitian Skripsi