

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK	iii
HALAMAN PERESEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
INTISARI	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Tinjauan Pustaka	8
F. Kerangka Pemikiran	10
1. Ekonomi Politik Media	10
1.1 Komodifikasi	13
1.2 Spasialisasi	14
1.3 Strukturasi	17
2. Problematika Industri Media Lokal	18
G. Metodologi Penelitian	22
1. Jenis Penelitian	22
2. Metode Penelitian	22
3. Lokasi Penelitian	23
4. Fokus Penelitian	23

5. Narasumber Penelitian	24
6. Teknik Pengumpulan Data	24
a. Wawancara	25
b. Observasi Langsung	25
c. Studi Kepustakaan	26
7. Teknik Analisa Data	26
H. Sistematika Penulisan	27

BAB II POTRET PERKEMBANGAN MEDIA LOKAL DI INDONESIA DAN KALIMANTAN SELATAN

A. Perkembangan Media Lokal di Indonesia	28
B. Media Cetak di Kalimantan Selatan	34

BAB III PROFIL SURAT KABAR HARIAN *BANJARMASIN POST* DAN *KALIMANTAN POST*

A. <i>Banjarmasin Post</i>	42
1. Sejarah Singkat <i>Banjarmasin Post</i>	42
2. Struktur Organisasi Redaksi <i>Banjarmasin Post</i>	46
3. Rubrikasi <i>Banjarmasin Post</i>	47
4. Komposisi dan Wilayah Peredaran <i>Banjarmasin Post</i>	50
5. Segmentasi Pembaca <i>Banjarmasin Post</i>	51
B. <i>Kalimantan Post</i>	52
1. Sejarah Singkat <i>Kalimantan Post</i>	52
2. Struktur Organisasi <i>Kalimantan Post</i>	54
3. Rubrikasi <i>Kalimantan Post</i>	56
4. Komposisi dan Wilayah Peredaran <i>Kalimantan Post</i>	58
5. Segmentasi Pembaca <i>Kalimantan Post</i>	59

BAB IV STRUKTURASI DAN SPASIALISASI DI *BANJARMASIN POST* DAN *KALIMANTAN POST*

A. Strukturasi: Dominasi Agen Sebagai Penentu Kebijakan	61
1. <i>Banjarmasin Post</i>	62

a.	Di bawah Kontrol Manajemen Tribun	65
b.	Dibentuknya “Lantai Bersama” Untuk Efisiensi	67
c.	Sumber Daya Manusia (SDM) Berasal Dari Orang Lokal	73
d.	SPIK Sebagai Acuan Dalam Pemasangan Iklan	74
e.	Intervensi Pemimpin Umum Terhadap Isi Pemberitaan	76
2.	<i>Kalimantan Post</i>	77
a.	Struktur Redaksi Diduduki Oleh Kerabat Pemilik Media	78
b.	Intervensi Pemilik Media Terhadap Isi Pemberitaan	80
3.	Dominasi <i>Partai Golkar</i> Dalam Peta Bisnis Media Cetak Di Kalimantan Selatan	84
B.	Spasialisasi: Upaya Memperluas Bisnis Media	85
1.	<i>Banjarmasin Post</i>	86
1.1	Diversifikasi Produk Sebagai Strategi <i>Indopersda</i> Dalam Mengeruk Keuntungan Di Kalsel	86
a.	<i>Metro Banjar</i> : Surat Kabar Kriminal dan Hiburan	87
b.	<i>Serambi Ummah</i> : Tabloid Keagamaan Kalsel	90
c.	<i>B Magazine</i> : Tampil Sebagai Majalah Komunitas	92
d.	<i>BPost Radio</i> dan <i>Kompas TV Banjarmasin</i> : Bersatu Dalam Jaringan KKG di Kalsel	95
1.2	Teknologi Menunjang Produktivitas	101
a.	Percetakan Terbesar Di Kalsel PT Grafika Wangi Kalimantan	101
b.	Versi <i>Online</i> Tercepat www.banjarmasinpost.co.id	104
2.	<i>Kalimantan Post</i>	
3.1	Pendekatan Personal dan Perluasan Wilayah Distribusi	108
3.2	Mesin Cetak Sendiri dan Versi <i>Online</i> yang Mati Suri	114

BAB V PENUTUP

A.	Kesimpulan	120
B.	Saran	122

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Daftar Tabel

Tabel		Halaman
Tabel 1.1	Daftar Narasumber Penelitian	24
Tabel 2.1	Data Sejarah Pers Indonesia Di Beberapa Daerah	29
Tabel 2.2	Daftar Media Cetak di Kalimantan Selatan	35
Tabel 2.3	Kelompok Media Cetak di Kalimantan Selatan	38
Tabel 2.4	Daftar Pemilik Media Cetak di Kalimantan Selatan	39
Tabel 3.1	Struktur Organisasi <i>Banjarmasin Post</i> Tahun 2015	47
Tabel 3.2	Rubrikasi Halaman <i>Banjarmasin Post</i> Tahun 2015	49
Tabel 3.3	Komposisi dan Wilayah Peredaran <i>Banjarmasin Post</i>	51
Tabel 3.4	Segementasi Pembaca <i>Banjarmasin Post</i> Tahun 2015	52
Tabel 3.5	Struktur Organisasi <i>Kalimantan Post</i> Tahun 2015	54
Tabel 3.6	Rubrikasi Halaman <i>Kalimantan Post</i> Tahun 2015	56
Tabel 3.7	Komposisi dan Wilayah Peredaran Surat Kabar Harian <i>Kalimantan Post</i>	58
Tabel 3.8	Profil Pembaca Surat Kabar <i>Kalimantan Post</i> Tahun 2015	59

Daftar Gambar

Gambar		Halaman
Gambar 3.1	Edisi Perdana Surat Kabar <i>Banjarmasin Post</i>	43
Gambar 3.2	<i>Metro Banjar</i> dan <i>Serambi Ummah</i>	46
Gambar 4.1	Kwitansi Pemasangan Iklan <i>Metro Banjar</i> dan <i>Serambi Ummah</i>	71
Gambar 4.2	Surat Kabar <i>Metro Banjar</i>	88
Gambar 4.3	Tabloid <i>Serambi Ummah</i>	92
Gambar 4.4	Majalah <i>B Magazine</i>	93
Gambar 4.5	Ruang Siaran <i>BPost</i> Radio	97
Gambar 4.6	E-paper <i>Banjarmasin Post</i>	106
Gambar 4.7	Mesin Cetak <i>Kalimantan Post</i>	115

Daftar Lampiran

Lampiran		Halaman
Lampiran 1	<i>Interview Guide</i> Surat Kabar Nasional-Lokal <i>Banjarmasin Post</i>	1
Lampiran 2	<i>Interview Guide</i> Surat Kabar Lokal <i>Kalimantan Post</i>	4
Lampiran 3	Interview Guide PWI Kalimantan Selatan	6
Lampiran 4	Transkrip Wawancara di <i>Banjarmasin Post</i>	7
Lampiran 5	Surat Keterangan Selesai Penelitian	23

