

**KEBIJAKAN REDAKSI CLASSY CORPORATION DALAM PRAKTIK
KONGLOMERASI MEDIA
(Studi Kasus Media Online Klikpositif.com dan Katasumbar.com)**

SKRIPSI

**Disusun Oleh:
Farah Saniyya
1810861018**



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2024**

**KEBIJAKAN REDAKSI CLASSY CORPORATION DALAM PRAKTIK
KONGLOMERASI MEDIA
(Studi Kasus Media Online Klikpositif.com dan Katasumbar.com)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Departemen Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas

Disusun Oleh:
Farah Saniyya
1810861018

Pembimbing :
Dr. Sarmiati, M.Si
Diego, M.I.Kom, M.Sos



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2024**

ABSTRAK

KEBIJAKAN DAN MANAJEMEN REDAKSI CLASSY CORPORATION DALAM PRAKTIK KONGLOMERASI MEDIA (Studi Kasus Media Online Klikpositif.com dan Katasumbar.com)

Oleh :

Farah Saniyya

1810861018

Pembimbing :

Dr. Sarmiati, M.Si

Diego, M.I.Kom, M.Sos

Praktik konglomerasi media tidak lepas dari keinginan pemilik media untuk menguasai pasar, baik pasar pembaca maupun pasar pengiklan. Konglomerasi media semakin marak dipraktikan hingga ke media lokal seperti Classy Corporation, anak perusahaan PT Semen Padang, yang memiliki radio dan media online Klikpositif.com dan Katasumbar.com. Kedua media tersebut pada kenyataannya berada dalam naungan satu perusahaan dan melakukan kegiatan bermedia secara bersama-sama sehingga memungkinkan penyalahgunaan untuk kepentingan pribadi perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana kebijakan dan manajemen yang diterapkan oleh media online Klikpositif.com dan Katasumbar.com serta melihat praktik konglomerasi media yang dilakukan oleh kedua media tersebut. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori ekonomi politik media yang dikemukakan oleh Vincent Mosco dengan menganalisis praktik komodifikasi, spesialisasi dan strukturasi dalam kebijakan dan manajemen media online tersebut. Peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus, paradigma yang digunakan konstruktivisme. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kebijakan dan manajemen yang diterapkan oleh Klikpositif.com dan Katasumbar.com memiliki perbedaan. Kebijakan kedua media online tersebut berorientasi pada kebijakan redaksi untuk mencari pengiklan. Media Online Klikpositif.com dan Katasumbar.com memanfaatkan sumber daya Classy Corporation sehingga pengembangan media lebih mudah dilakukan. Komodifikasi pekerja pada pemimpin media online Klikpositif.com dan Katasumbar.com mengakibatkan persamaan sistem kerja dan diferensiasi kebijakan serta manajemen media sulit terlihat. Manajemen yang diterapkan oleh Katasumbar.com tidak memenuhi semua fungsi manajemen sehingga jika tidak dievaluasi kembali, mungkin saja hal tersebut menjadi masalah dikemudian hari. Classy Corporation secara nyata memanfaatkan perusahaan media untuk kepentingan perusahaan induk dan memajukan anak perusahaan lain yang ada di bawah Classy Corporation.

Kata Kunci : Kebijakan, Manajemen Media, Media Online, Klikpositif.com, Katasumbar.com

ABSTRACT

POLICY AND MANAGEMENT EDITORIAL CLASSY CORPORATION IN MEDIA CONGLOMERATION PRACTICES (Case Study of Online Media Klikcepat.com and Katasumbar.com)

By :
Farah Saniyya
1810861018
Supervisor:
Dr. Sarmiati, M.Sc
Diego, M.I. Kom, M. Sos

The practice of media conglomeration cannot be separated from the desire of media owners to dominate the market, both the reader market and the advertiser market. Media conglomeration is increasingly being practiced in local media such as Classy Corporation, a subsidiary of PT Semen Padang, which owns radio and online media Klikpositive.com and Katasumbar.com. In fact, the two media are under the auspices of one company and carry out media activities together, thereby allowing misuse for the company's personal interests. The aim of this research is to analyze how the policies and management are implemented by the online media Klikkomunikasi.com and Katasumbar.com and to look at the media conglomeration practices carried out by these two media. The theory used in this research is the political economy theory of media put forward by Vincent Mosco by analyzing the practices of commodification, spatialization and structuration in online media policy and management. Researchers use qualitative methods with a case study approach, the paradigm used is constructivism. The results of this research show that the policies and management implemented by Klikcepat.com and Katasumbar.com are different. The policies of both online media are oriented towards editorial policies to find advertisers. Online media Klikcepat.com and Katasumbar.com utilize Classy Corporation resources so that media development is easier to do. The commodification of workers at online media leaders Klikcepat.com and Katasumbar.com makes it difficult to see similarities in work systems and differentiation of media policies and management. The management implemented by Katasumbar.com does not fulfill all management functions so if it is not re-evaluated, this might become a problem in the future. Classy Corporation actually uses media companies for the benefit of the parent company and advances other subsidiaries under Classy Corporation.

Keywords: Policy, Media Management, Online Media, KlikpositiF.com, Katasumbar.com