



Grup MNC memiliki banyak bidang usaha namun yang menjadi fokus usahanya adalah tetap pada bidang industri media dan komunikasi. Beberapa bidang yang menjadi ladang usaha dapat dilihat dari nama-nama perusahaan yang terlibat dalam jaringan grup ini yang di antaranya adalah:

1. Bidang media yang dinaungi oleh PT Global Mediacom Tbk
  - a) PT Media Nusantara Citra Tbk (Media berbasis konten & iklan)
  - b) PT MNC Sky Vision Tbk (Media berbasis pelanggan)
  - c) PT Infokom Elektrindo (Media pendukung & infrastruktur)
2. Bidang Finansial yang dinaungi PT MNC Kapital Indonesia Tbk (dahulu PT Bhakti Capital Indonesia Tbk)
  - a) PT MNC Finance (PT Bhakti Finance)
  - b) PT MNC Securities (PT Bhakti Securities)
  - c) PT MNC Asset Management (PT Bhakti Asset Management)
  - d) PT MNC Life Assurance (PT UOB Life-Sun Assurance)
  - e) PT MNC Asuransi Indonesia (PT Jamindo General Insurance)
  - f) MNC Bank (diperkuat dengan akuisisi Bank Bumiputra).
3. Bidang Investasi Portfolio
  - a) PT Indonesia Air Transport Tbk
  - b) PT MNC Land Tbk
4. Bidang Energi dan Sumber Daya Alam:
  - a) PT MNC energi yang
  - b) PT Nuansacipta Cool Invesmen (Sumber: [www.id.wikipedia.org](http://www.id.wikipedia.org) dan [www.bhakti-investama.com](http://www.bhakti-investama.com).diakses, 7 Januari 2015, pukul 10.12).

PT. MNC merupakan perusahaan publik yang sahamnya telah tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) sejak tanggal 22 Juni 2007 dengan kode saham MNCN. Perusahaan ini bergerak dan berusaha dalam bidang: perdagangan umum, pembangunan, perindustrian, pertanian, pengangkutan, percetakan, multimedia melalui perangkat satelit dan perangkat telekomunikasi lainnya, jasa dan investasi. Namun bidang itu bisa dikelompokkan menjadi empat kelompok utama, yaitu media, jasa keuangan, energi dan sumber daya alam dan investasi portifolio, sebagaimana telah dikelompokkan di atas.

Keempat kelompok utama bidang usaha MNC ini masing-masing melakukan ekspansi untuk bidang yang terkait. Di bidang media, Global Mediacom banyak melakukan ekspansi ke daerah dengan membeli televisi-televisi dan radio-radio lokal. Selain itu, perusahaan media berbasis konten telah membuat banyak saluran (*channel*) media, seperti: gaya

hidup, shopping dan sport. Di sisi lain, ekspansi bidang usaha jasa keuangan MNC terakhir dengan mengakuisisi bank ICB Bumiputra dengan mengubah namanya menjadi Bank MNC Internasional pada Oktober 2014. Perubahan dengan mengikuti brand MNC ini jelas bagian dari strategi kelompok usaha ini untuk berkembang lebih cepat.

Dalam struktur pengelolaan organisasi korporasi, MNC Media melalui Global Mediacom, merupakan bagian yang menjadi kontributor terbesar bagi bisnis Grup MNC. Namun demikian perusahaan lainnya juga jelas berkontribusi bagi perkembangan bisnis perusahaan holding MNC, bahkan keberadaan perusahaan itu semua dikelola secara terintegrasi. Dengan sistem manajemen yang terintegrasi, perusahaan-perusahaan tersebut dikontrol dan dikelola dengan upaya untuk saling mendukung dalam bisnis keuangan dan pemasarannya. Hal ini terlihat dari bagaimana perusahaan-perusahaan media MNC selalu mendukung dalam hal promosi perusahaan-perusahaan non media. Selain itu, integrasi antarperusahaan ini juga memudahkan bagi sang pemilik yaitu Hary Tanoesoedibjo (HT) untuk mengendalikan berbagai jenis bentuk perusahaan tersebut di bawah satu kontrol kepemilikan. Hal ini terlihat dari bagaimana bentuk struktur MNC yang menempatkan HT dalam posisi yang sangat penting dalam organisasinya yaitu sebagai direktur utama MNC dan juga di RCTI sebagai stasiun televisi unggulan.

Sebagai perusahaan yang menjadi fokus utama, PT Global Mediacom Tbk, atau dikenal dengan MNC media bergerak dalam bidang investasi pada perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha media dan telekomunikasi. Sebagai induk usaha utama bidang media, Global Mediacom berpusat di Jakarta, Hary Tanoesudibjo juga merupakan direktur utama perusahaan ini. Dari banyak usaha yang digeluti kelompok usaha Hary Tanoesoedibjo, mayoritas utama perolehan pundi-pundi uangnya lebih banyak dari perusahaan kategori usaha bidang ini.

PT Global Mediacom ini sendiri didirikan pada tahun 1981 dengan nama PT Bimantara Citra Tbk oleh Bambang Trihatmojo dan Indra Rukmana. Pada tahun 1989, Bimantara Citra mencatatkan sahamnya pada Bursa Efek Jakarta (sekarang Bursa Efek Indonesia). Perusahaan ini bekerjasama dengan Rajawali Corpora (yang dimiliki pengusaha Peter Sondakh) mendirikan Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI) pada tanggal 24 Agustus 1988 dan meresmikan sebagai stasiun televisi swasta pertama.

Tepat pada Mei 1998 menjadi titik balik bagi usaha bisnis keluarga cendana dan para kroni. Ketika Soeharto masih berkuasa, mereka bergelimang fasilitas dan kredit serta perlakuan istimewa lainnya. Namun sejak Mei 1998, Perusahaan milik Bambang Trihatmojo ini terkena

gelombang perubahan politik yang menyebabkan bisnis keluarga Cendana dan para kroni dalam kondisi terjepit. Perubahan politik yang terjadi ini berimbas pada bisnis media penyiaran keluarga Cendana. Bambang Trihatmojo, perlahan-lahan melepaskan sahamnya di PT Bimantara Citra. Padahal melalui perusahaan inilah Bambang dapat mengendalikan bisnis penyiaran televisi di Indonesia.

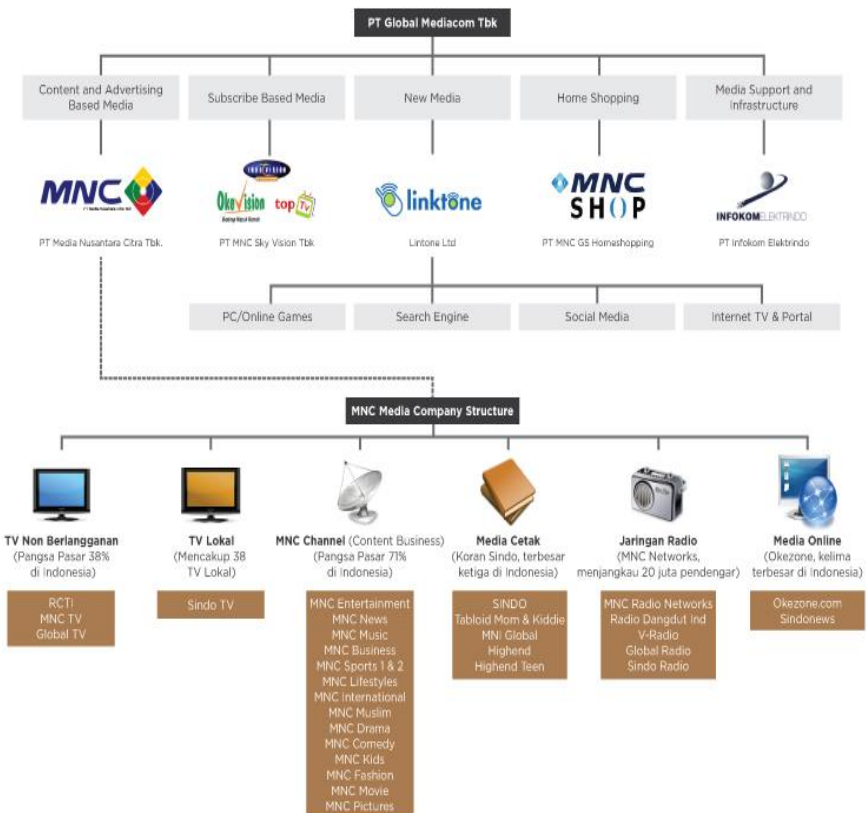
Langkah mundur Bambang dari Bimantara, seiring dengan munculnya nama baru yaitu PT Bhakti Investama sebagai pengendali baru Bimantara. Pengambil-alihan ini sekaligus menjadikan perusahaan ini sebagai penguasa dalam jagad pertelevisian di Indonesia. Saham Bhakti Investama di Bimantara tercatat masih 10,72% pada Juli 2001, Namun mulai 23 Nopember 2002, saham Bhakti Investama meningkat menjadi 34,68%, dan hingga pertengahan Juni 2003, Bhakti Investama telah menguasai 37,60% saham Bimantara. Dengan komposisi kepemilikan saham sebesar ini, Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) menjadikan Bambang Hary Iswanto Tanoesoedibjo sebagai direktur utama PT Bimantara Citra Tbk (Sudibyo, 2004: 22).

Akuisisi Bimantara Citra oleh MNC grup (Bhakti Investama) kemudian membuat nama perusahaannya berganti menjadi PT Global Mediacom Tbk pada tahun 2007. Dari mana PT Bhakti Investama mendapatkan begitu banyak dana untuk menguasai Bimantara? Banyak kalangan berspekulasi mengatakan bahwa Bambang tidak pamit dari dunia bisnis, ini hanya untuk menghindari sorotan publik terhadap keluarga Cendana. Hary Tanoesodibjo (HT) diyakini merupakan tangan kanan Bambang, jadi transaksinya hanya semu saja. Namun di sisi lain, akhir-akhir ini menunjukkan bahwa pengaruh modal asing dalam perusahaan HT sangat terlihat jelas. Seperti halnya kesepakatan Viacom Indonesia dan Bhakti Investama, perusahaan ini menghimpun semua stasiun televisi yang saham kepemilikannya mayoritas di gabung ke dalam satu kelompok bernama Media Nusantara Citra (MNC). PT Media Nusantara Citra Tbk sendiri yang juga merupakan perusahaan yang mayoritas sahamnya dikuasai oleh Global Mediacom. Pada 17 Oktober 2011, perusahaan investasi asal Amerika Serikat yang berbasis di Los Angeles yaitu *Saban Capital Group*, melakukan proses pembelian terhadap saham MNC group dengan jumlah 7.5% saham dari total seluruh saham MNC (<http://www.mnc.co.id>, diakses 11/09/2014, puku 9.18).

Kekuatan modal yang dimiliki dan modal asing yang masuk, menjadikan MNC mampu berekspansi dan memperluas cakupan dan kendali bisnisnya melalui grup MNC terhadap banyak perusahaan media dan non media melalui akuisisi dan merger perusahaan lain. Dari sini terlihat bagaimana perusahaan mengembangkan sayap kekuasaannya

dengan melibatkan perusahaan lain seperti melibatkan MTV Asia dan Nikledon Indonesia untuk mulai merintis berdirinya PT Sindo Citra Media (sekarang bernama PT Surya Citra Media), dan mendirikan Radio Trijaya FM (sekarang bernama Sindo Trijaya). Pada tahun 2002, perusahaan ini mendirikan PT Global Informasi Bermutu (Global TV), dengan 100 persen kepemilikan sahamnya. Perusahaan ini tahun 2003 mengambil alih TPI (sekarang bernama MNCTV), yang hingga saat ini keberadaan kepemilikan stasiun ini masih bermasalah dimana putusan Mahkamah Agung (MA) memenangkan pihak pemilik pertama yaitu Siti Hardiyati Rukmana (Tutut), karena PK yang diajukan HT ditolak. Namun putusan Badan Administrase Nasional Indonesia (BANI) memutuskan 75% saham TPI adalah milik HT (<http://www.merdeka.com>, diakses 26 Desember 2014, pukul 19.30).

Gambar 5:  
Struktur Organisasi Global Mediacom



Sumber: <http://www.mediacom.co.id>, diakses 13 Juli 2014.

Menguatnya kekuasaan dan kontrol grup MNC dalam berbagai bidang media, terlihat dari PT Global Mediacom yang membawahi dan memiliki banyak unit usaha. Struktur kekuasaan dan keluasan jaringan ini juga sebagai bentuk ekspansi atau perluasan usaha perusahaan dalam menjangkau khalayak, yang tujuan akhirnya memudahkan dalam menjangkau pengiklan dan menjadikan bisnis kelompok MNC semakin kuat. Dengan meningkatkannya kepemilikan saham secara mayoritas terhadap media yang dikuasi, MNC media dapat dengan mudah mengontrol secara langsung terhadap perusahaan-perusahaan yang dikuasai tersebut, baik yang sekala nasional maupun lokal.

Kepemilikan tersebut banyak dilakukan melalui proses pengambilalihan (akuisisi), merger dan pembelian saham secara langsung. Seperti halnya kasus TPI, dengan menguasai 75 persen sahamnya, secara otomatis nama TPI pun berubah menjadi MNCTV. Kontrol MNC terhadap perusahaan juga dapat dilakukan dengan berbagai cara. Beberapa di antaranya dengan bentuk kerja sama penuh atau relasi kontrol langsung (intervensi langsung di PH) melalui dominasi tayangan hasil produksi rumah produksi (PH) untuk memperkuat jaringan tayangan televisi, seperti dalam kasus SinemArt dan MD Entertainment.

PT Media Nusantara Citra Tbk (MNC) sebagai perusahaan yang memiliki kekuatan ekonomi terbesar dalam grup MNC, memfokuskan diri dengan bergerak pada bisnis inti yaitu konten dan iklan. Grup MNC memiliki empat stasiun TV *Free To Air* (FTA) yaitu RCTI, MNCTV, GlobalTV dan iNews TV (Sindo TV), serta 18 channel yang diproduksi oleh MNC yang disiarkan di TV berlangganan. Beberapa saluran atau channel televisinya adalah sebagai berikut: *MNC News, MNC Entertainment, MNC Music, MNC Life Style, MNC Business, MNC International, MNC Muslim, MNC Sport, MNC Comedy, MNC Drama, MNC Movies, MNC Fashion, MNC Infotainment, MNC Shop, MNC Food & Travel, MNC Kids, MNC Home & Living, dan MNC Teens.*

Perusahaan ini juga mengontrol dan memiliki langsung basis utama perusahaan media, rumah produksi dan usaha lainnya yang bertujuan untuk mendukung bisnis inti MNC. Dengan menguasai bisnis pendukung seperti: radio, media cetak, situs online, *talent management*, dan rumah produksi, tidak heran bila group MNC menguasai usaha dari industri hulu hingga ke hilir. Dominasi ini tentu menunjukkan bentuk konglomerasi yang dilakukan oleh Hary Tanoesoedibjo, sehingga dapat membahayakan jalannya demokrasi media dan ruang publik yang ada di Indonesia. Ini jelas bentuk praktik yang akan mengarahkan ke monopoli dalam industri media.

Ekspansi, dominasi dan konglomerasi yang dilakukan perusahaan kelompok MNC ini telah dan masih akan terus terjadi seiring dengan jalannya liberalisasi ekonomi yang ada. Hal ini jelas tercermin dari visi yang dimiliki oleh perusahaan MNC ini yaitu menjadi grup media dan multimedia yang terintegrasi, dengan fokus pada penyiaran televisi dan konten berkualitas yang disiarkan melalui teknologi yang tepat untuk memenuhi kebutuhan pasar. Sejalan dengan itu, misinya adalah memberikan konsep hiburan keluarga terlengkap dan menjadi sumber berita dan informasi terpercaya di Indonesia.

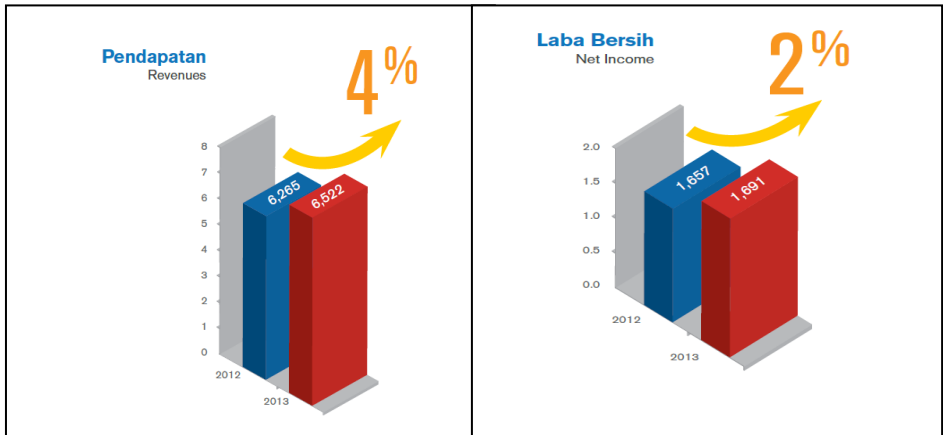
Konglomerasi HT melalui grup MNC, adalah yang terbesar dibanding konglomerat media lainnya di Indonesia. Tingkat pangsa pemirsa rata-rata secara keseluruhan selama *prime time* dari ketiga stasiun TV MNC (RCTI, MNCTV dan GTV) meningkat di tahun 2013. Laporan tahunan MNC menjelaskan bahwa pada akhir tahun 2013, tiga stasiun TV FTA MNC berhasil meningkatkan pangsa pemirsanya sebesar 2,1% di seluruh wilayah demografi pada slot *prime time* menjadi 40,1% dibandingkan 38,0% pada tahun 2012. RCTI menjadi stasiun TV Nomor 1 terutama pada periode ini, dimana rata-rata pangsa pemirsa *prime time* sebesar 21,5%. MNCTV memiliki rata-rata pangsa pemirsa *prime time* sebesar 12,2% dan berada di posisi Nomor 4. Sementara GlobalTV memiliki rata-rata pangsa pemirsa *prime time* sebesar 6,4% dan berada pada posisi Nomor 8 (Laporan Tahunan MNC 2013).

Sejalan dengan peningkatan pangsa pasar stasiun televisi MNC tersebut, Data Nielsen juga menunjukkan bahwa perusahaan televisi di bawah kelompok MNC berhasil mengkondisikan program-program yang ditayangkan sesuai dengan selera pemirsa. Hal ini dapat juga dilihat dari laporan tahunan (Annual Report MNC 2013) yang menjelaskan bahwa ada 12 program MNC masuk ke dalam 20 program terpopuler di tahun 2013—beberapa yang populer dapat dilihat pada keberhasilan stasiun RCTI dalam penjelasan sub-bab berikut. Kinerja setiap program-program yang dimaksud sesuai dengan kategori adalah sebagai berikut:

- 1) 10 dari 20 program drama seri terpopuler, di mana salah satunya yang populer adalah *Tukang Bubur Naik Haji: The Series*.
- 2) 12 dari 20 program terpopuler bagi ibu rumah tangga.
- 3) 13 dari 20 program olahraga terpopuler.
- 4) 17 dari 20 program pencarian bakat terpopuler.
- 5) 19 dari 20 program animasi terpopuler.

Keberhasilan memperoleh popularitas dan pangsa pasar yang luas, meningkatkan pendapatan dan laba bersih perusahaan. Perusahaan yang menaungi RCTI ini juga tiap tahun mengalami peningkatan, terutama di tahun 2013. Hal ini bisa dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 6:  
Pendapatan dan Laba Bersih MNC tahun 2013



Sumber: Anual Report MNC 2013

Lababersih MNC pada 2013, khusus sektor media berbasis konten dan iklan yang dioperasikan oleh PT Media Nusantara Citra Tbk (MNCN) berkontribusi terhadap pendapatan konsolidasi MNC Investama (BHIT) sebesar 59 persen atau mencapai Rp 6,8 triliun. Dari sektor perusahaan media ini, pertumbuhan pendapatan didorong oleh kenaikan pendapatan iklan dari tiga TV nasional *free to air*, yakni RCTI, MNCTV dan Global TV. Bahkan PT MNC Investama Tbk (BHIT) sepanjang semester I-2014 saja sudah mencatatkan pendapatan menjadi Rp 6,1 triliun atau naik 9% dari Rp5,6 triliun di banding periode yang sama tahun sebelumnya. Penyumbang utama pendapatan masih dari sektor media, pertumbuhan pendapatan PT Media Nusantara Citra Tbk (MNCN) didorong oleh kenaikan pendapatan iklan dari ketiga TV nasional Free-To-Air (RCTI, MNCTV, dan Global TV). Sementara itu, pendapatan iklan tumbuh 7% menjadi Rp3,1 triliun dari Rp2,9 triliun (<http://ekbis.sindonews.com>, diakses 1 November 2014).

Kekuatan perusahaan media Hary Tanoesoedibyo tidak saja melalui penguasaan saluran stasiun TV nasional, HT juga menguasai jaringan stasiun TV lokal. Melalui jaringan Sindo TV, MNC Media memiliki 40 lebih TV lokal di sebagian besar wilayah Indonesia, yang belakangan berubah nama menjadi iNewsTV. Tidak cukup dengan itu saja TV berlangganan, melalui MNC Sky Vision Tbk yang mengendalikan Indovision, bahkan mendominasi pelanggan TV berbayar di Indonesia. Selain itu perusahaan yang bergerak dalam bidang penerbitan media cetak seperti: *Koran Sindo*, *Sindo Weekly*, dll. Ada jaringan radio melalui MNC Networks seperti Radio Dangdut Indonesia, V-Radio, Global Radio dan



jaringan Sindo Trijaya FM. Untuk media online, ada okesone.com dan sindonews.com.

## **B. Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI)**

RCTI merupakan salah satu stasiun televisi *free to air* (FTA) dan perusahaan media unggulan kelompok usaha MNC. Sejarah kemunculan RCTI dimulai dari keputusan Menteri Penerangan tahun 1987 yang mengizinkan adanya televisi berlangganan. TVRI menunjuk *Rajawali Citra Televisi Indonesia* (RCTI) sebagai pengelola siaran televisi swasta pertama di Indonesia. Tanggal 17 Januari 1990, TVRI membuat kesepakatan yang sama dengan *Surya Citra Televisi* (SCTV) untuk mengelola siaran televisi berlangganan di Surabaya (Lihat Kitley, 2001:239 dan Armando, 2011:113).

Terkait dengan ini, Armando (2011: 114) juga menjelaskan bahwa awalnya RCTI lahir dengan segenap kondisi yang memaksanya untuk tidak tumbuh sebagai kekuatan raksasa untuk menguasai Indonesia. Hal ini terlihat dari ketetapan yang menjadikan RCTI berada di bawah kendali TVRI, RCTI pun pada awalnya tidak diniatkan untuk menjadi televisi “free to air” yang memiliki jangkauan siaran nasional secara langsung. RCTI awalnya hanya televisi berlangganan yang bersiaran melalui sistem berjaringan. Tidak heran bila kemudian pada Agustus 1990, RCTI mendirikan stasiun Bandung, sementara SCTV mendirikan stasiun Denpasar. Oleh karena itu, adalah sebuah fakta sejarah bahwa sistem penyiaran di Indonesia sejak dari awalnya menggunakan sistem penyiaran berjaringan.

Namun dalam perjalanannya, sistem berjaringan ini dirusak oleh kelahiran Televisi Pendidikan Indonesia (TPI). TPI awalnya didasari ide untuk membantu pemerataan pendidikan ke seluruh Indonesia. TPI bersiaran secara resmi pada Januari 1991, dalam beroperasi TPI tinggal menyewa segenap fasilitas yang tidak tereksplorasi secara optimal dan memakai transmisi TVRI pada jam-jam kosong dari pagi hingga jam 14.00 WIB. Dari sinilah kemudian, TPI mengubah jalannya sejarah televisi berjaringan di Indonesia. Sehingga dapat dikatakan, TPI adalah faktor yang menjadi pemicu kehancuran skema sistem televisi berjaringan di Indonesia yang efeknya terasa sampai sekarang (Armando, 2011:121).

Keberadaan TPI dengan perlakuan istimewa ini menimbulkan kecemburuan televisi milik Bambang yaitu RCTI yang bersiaran terbatas. Oleh karena itu RCTI kemudian meminta pemerintah mengubah rangkaian ketentuan yang membatasi ruang gerak mereka dalam berbisnis. Pemerintah kemudian mengizinkan RCTI berubah dari Siaran Saluran Terbatas (SST) menjadi Siaran Saluran Umum (SSU). Implikasinya,































dimainkan oleh Dorman Borisman. Karena ada perubahan rating, peran tersebut dimasukkan kembali dengan konflik yang lebih seru. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan ide-ide baru dalam sinetron, Imam mengaku tidak memaksakan diri. Apalagi tambal sulam seperti halnya sinetron lainnya, sehingga terkesan membingungkan. Seperti yang diungkapkan bahwa semua itu dengan satu tujuan meningkatkan rating dengan cerita yang menarik. Ide ceritanya sangat terbuka. Allah telah memberikan berkah pada TBNH jadi semakin banyak cerita-cerita yang akan semakin seru.

Sinetron TBNH memang bertujuan untuk menyuguhkan potret kehidupan, di antaranya perilaku baik dan buruk masyarakat. Setelah ditinggal oleh tokoh utamanya, Mat Solar (H. Sulam), praktis sinetron ini tidak lagi mengandalkan pada pemain tertentu untuk menjadi pemain utama, bahkan semua diberi kesempatan untuk menjadi pemain utama. Meskipun demikian, ketiadaan pemain utama ini malah dianggap bagus, karena ada karakter pendamping (*supporting character*) lebih mencuri perhatian ketimbang tokoh utama. Hal ini mengingat yang menjadi patokan utama adalah rating dan share tayangannya. Produser dan pengelola TV tidak terlalu ambil pusing jika karakter pendamping dibuat lebih dominan, selama itu bisa menarik lebih banyak penonton.

Dalam konteks inilah, yang perlu diungkap oleh peneliti bahwa keberhasilan sinetron TBNH ini hingga mencapai 2000 episode lebih karena tidak lepas dari strategi penggunaan simbol agama Islam dan budaya etnis Betawi yang dikomodifikasi untuk dijadikan komoditas dan dijual kepada khalayak penonton masyarakat Indonesia yang mayoritas menganut agama Islam. Topik pembicaraan dengan simbol agama seperti haji, umrah, pengajian, kesolehan dan lain-lainnya menjadi topik dan pembicaraan utama dalam sinetron ini. Meskipun demikian dalam penyajiannya, sinetron TBNH ini pada dasarnya tidak jauh berbeda dengan sinetron lainnya yang menampilkan tema-tema konflik, perceraian, pernikahan, percintaan dan lain sebagainya.