GDL

Digital Library Universitas Pasundan

MENERAWANG BISNIS ATRIBUT DAN IKLAN MEDIA MASSA DI TENGAHGEJOLAK PEREKONOMIAN NASIONAL PADA PEMILU 2009

Wirausaha Vol 3, No 2, MEI 2009 Hal 176-252
Journal from JBPTUNPASPP / 2012-11-20 01:04:21
Oleh : Sutrisno, Ilmu Komunikasi
Dibuat : 2012-03-20, dengan 1 file

Keyword : Business, Mass Media, National Economic, Election 2009
Subjek : Komunikasi Politik
Kepala Subjek : Komunikasi Politik

Peran media dalam pelaksanaan pemilu 2009 makin strategis, terutama dalam mendorong partisipasi masyarakat untuk memanfaatkan hak demokrasi mereka dalam rangka menentukan kepemimpinan baru nasional. Hal tersebut mencuat dalam diskusi Netralitas media dalam pemilu 2009, Peran media dalam membentuk opini publik demi menciptakan pemilihan umum yang netral, bersih, dan konsekuen.

Properti	Nilai Properti
ID Publisher	JBPTUNPASPP
Organisasi	Ilmu Komunikasi
Nama Kontak	Hilman Firmansyah
Alamat	Jln. Setiabudi 193
Kota	Bandung
Daerah	Jawa Barat
Negara	Indonesia
Telepon	+6281320022883
Fax	-
E-mail Administrator	firmansyah.hilman@yahoo.com.sg
E-mail CKO	firmansyah.hilman@yahoo.com.sg

Social

Like 0 Tweet 0 0

This work was carried out with the aid of a grant from INHERENT-DIKTI | Best Viewed with Firefox!

© 2006 ITB. All rights reserved. | Valid XHTML + CSS

Top ^

Volume 3, Nomor 2, Mei 2009

ISSN 1693 - 234X

WIRAUSAHA

Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis

Kajian Pengembangan Kapasitas Kelembagaan Daerah terhadap Arah Kebijakan Umum Stategi Prioritas APBD
(Refleksi terhadap Visi dan Misi Kepala Daerah Kabupaten Sumedang, Provinsi Jawa Barat 2008-2013)
Thomas Bustomi

Revitalisasi Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Bisnis di Indonesia
Deden Ramdan

Memahami Laporan Keuangan
Nurhayati

Menerawang Bisnis Atribut dan Iklan Media Massa di Tengah Gejolak Perekonomian Nasional pada Pemilu 2009
Sutrisno

Judicial Reform and Japanese Attitude From a Sociology of Law Perspective
Azhar

Pengaruh Periklanan dan Kompetensi Riset Penjualan terhadap Kinerja Manajemen Pemasaran
Syuryani Hasan

Etika Bisnis dalam Kewirausahaan
Yuyun Yuniarti

Peranan Sektor Swasta dalam Bidang Pekerjaan Umum untuk Menerapkan Performance Based Contract (PBC)
Latifah Adnani

Kompetensi Sumber Daya Manusia Lokal di Pasar Global
Teddy Hikmat Fauzi

Peranan Kopma sebagai Salah Satu Alternatif dalam Meningkatkan Kemampuan Entreupreneurship
Ida Hindarsyah

WIRAUSAHA	VOL. 3	NO. 2	HLM 176-252	Bandung, Mei 2009	ISSN 1693 - 234X

Volume 3, Nomor 2, Mei 2009

ISSN : 1693 - 214

JURNAL WIRAUSAHA
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI BISNIS

Jurnal Wirausaha ini terbit dua kali setahun pada bulan Mei dan Oktober, berisi artikel tulisan ilmiah dalam bentuk hasil penelitian, kajian analisis, aplikasi teori dan pembahasan tentang masalah-masalah Ilmu Administrasi Bisnis. Penerbitan Jurnal ini bertujuan untuk meningkatkan kuantitas, kualitas dan menyebarluaskan kajian Ilmu Administrasi Bisnis sekaligus sebagai wahana dunia bisnis diantara cendikiawan, mahasiswa dan pemerhati masalah-masalah perbisnisan.

Pemimpin Umum
Dr. Teddy Hikmat Fauzi, M.Si
Pemimpin Redaksi
Dra. Yuyun Yuniarti, M.Si
Sekretaris Redaksi
Dra. Trisa Nur Kania, M.Si

Dewan Redaksi :
Hery Erlangga, S.Sos., M. Pd
Yayan Mulyana, S.Sos., M.Si
Ida Hindarsyah, S.Sos., M.Si., MM
Dindin Abdurohim, S.Sos., M.Si., MM

Mitra Bestari :
Prof. Dr. J. Winardi, SE
Prof. Dr. H. TB. Hasanudin., M. Sc., Ak
Dr. Bambang Heru., M.Si

Penyunting Bahasa :
Alif Oktavian, S.Ip
Ida Hindarsyah, S.Sos., M.Si., MM

Tata Usaha
Soetisna

Layout dan Printing
BCM Offset 022-7000 75 17, 022- 203 89 34

Alamat Redaksi dan Tata Usaha : Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan.
Jalan Lengkong Besar 68 Telp. 022 - 420 5945 Bandung 40142.

JURNAL WIRAUSAHA diterbitkan oleh Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Penanggung Jawab : **Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis**

Redaksi menerima tulisan yang belum pernah diterbitkan dalam media cetak lain. Syarat-syarat, format dan tata aturan tulisan dapat dilihat pada petunjuk bagi penulis di sampul belakang dalam jurnal ini. Data yang masuk ditelaah oleh redaksi untuk dinilai kelayakannya. Redaksi dapat melakukan pengeditan atas tulisan yang dimuat tanpa mengubah maksud dan isinya.

Volume 3, Nomor 2, Mei 2009 ISSN : 1693 - 234X

JURNAL WIRAUSAHA

JURUSAN ILMU ADMINISTRASI BISNIS

Daftar Isi

Daftar Isi i

Pengantar Redaksi ii

Kajian Pengembangan Kapasitas Kelembagaan Daerah terhadap Arah Kebijakan Umum Stategi Prioritas APBD
(Refleksi terhadap Visi dan Misi Kepala Daerah Kabupaten Sumedang, Provinsi Jawa Barat 2008-2013)
Thomas Bustomi 176 - 190

Revitalisasi Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Bisnis di Indonesia
Deden Ramdan 191 - 195

Memahami Laporan Keuangan
Nurhayati 196 - 200

Menerawang Bisnis Atribut dan Iklan Media Massa di Tengah Gejolak Perekonomian Nasional pada Pemilu 2009
Sutrisno 201 - 205

Judicial Reform and Japanese Attitude From a Sociology of Law Perspective
Azhar 206 - 213

Pengaruh Periklanan dan Kompetensi Riset Penjualan terhadap Kinerja Manajemen Pemasaran
Syuryani Hasan 214 - 219

Etika Bisnis dalam Kewirausahaan
Yuyun Yuniarti 220 - 228

Peranan Sektor Swasta dalam Bidang Pekerjaan Umum untuk Menerapkan *Performance Based Contract (PBC)*
Latifah Adnani 229 - 241

Kompetensi Sumber Daya Manusia Lokal di Pasar Global
Teddy Hikmat Fauzi 242 - 245

Peranan Kopma sebagai Salah Satu Alternatif dalam Meningkatkan Kemampuan Entreupreneurship
Ida Hindarsyah 246 - 252

PENGANTAR REDAKSI

Puji syukur kita ucapkan Kehadirat Allah SWT. Karena berkat rahmatnya kita dapat menyelesaikan Jurnal Wira Usaha ini sampai volume yang ke-tiga (3).

Dalam penulisan jurnal ini redaksi berusaha semaksimal mungkin memberikan fasilitas yang maksimal kepada para penulis sehingga semua ide, gagasan dan inspirasi bisa dituangkan dalam bentuk tulisan ilmiah yang bisa bermanfaat untuk semua pihak.

Jurnal Wira Usaha bukan saja media untuk para dosen di lingkungan Jurusan Administrasi Niaga tetapi merupakan wadah untuk menampung karya ilmiah pada semua kalangan sehingga diharapkan jurnal ini dapat bermanfaat bagi semua pihak baik yang berhubungan dengan akademik maupun bidang lainnya.

Pada kesempatan ini redaksi banyak mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan kepada kami sehingga terselenggaranya jurnal ini, kritik dan saran redaksi ksmi tunggu demi perbaikan jurnal Wira Usaha pada terbitan berikutnya.

Selamat membaca.

Redaksi

MENERAWANG BISNIS ATRIBUT DAN IKLAN MEDIA MASSA DI TENGAH GEJOLAK PEREKONOMIAN NASIONAL PADA PEMILU 2009

Sutrisno

Abstract

Mass media act as commercialization agen Mc. Luhan affirm media like extension from our senses system, organ and nerve which furthermore the world felt constrict. Moreover mass media power has manifest into a religion-like and new secular god. Mearning which it has people behavior undertermined by their religion anymore, but rather by mass media. As religion, media also has preference value ideologically part itself. As hand extension of baby's vest capitalism, the essential value is commercial, where as life source is market. Thereby television doctrine make human culture directed to adaptable with market situation, wrapped commercially in business packages, with taste orientation and main model is international culture central.

Keywords **:** *Bussiness, mass media, national economic, election, 2009.*

A. Pendahuluan

Peran media menjelang pelaksanaan Pemilu 2009 makin strategis, terutama dalam mendorong partisipasi masyarakat untuk memanfaatkan hak demokratis mereka dalam rangka menentukan kepemimpinan baru nasional. Hal tersebut mencuat dalam diskusi Netralitas media dalam Pemilu 2009, Peran media dalam membentuk opini publik demi menciptakan Pemilihan umum yang netral, bersih, dan konsekuen.Media Massa yang mampu menggerakkan masyarakat untuk berpartisipasi aktif menentukan pilihan mereka sehingga proses regenerasi pemimpin bangsa tetap terjaga. Siapa lagi yang dapat diharapkan selain media massa—yang mampu bersikap netral—untuk mengajak rakyat memilih pemimpin nasional. Kalau imbauan itu datang dari pemerintah, mungkin akan berbeda hasilnya.

Hasil sementara Pemilihan Umum 2009, berdasarkan penghitungan cepat beberapa lembaga survei, menempatkan Partai Demokrat sebagai peraih suara terbanyak, disusul oleh Partai Golkar, dan PDI Perjuangan. Ketiga parpol ini mendulang sekitar separuh dari total suara. Di papan tengah, ada empat parpol, yaitu Partai Keadilan Sejahtera (PKS), Partai Amanat Nasional (PAN), Partai Persatuan Pembangunan (PPP), dan Partai Kebangkitan Bangsa (PKB). Semua parpol ini merupakan partai Islam dan atau berbasis dukungan ormas Islam. Sementara itu, partai-partai di papan bawah yang lolos ambang batas parlemen (parliamentary threshold) 2,5% adalah Partai Gerindra dan Partai Hanura. Dengan demikian, ada sembilan parpol yang bisa mengirim calon mereka ke DPR. Ke-9 parpol ini menguasai hampir 85% total suara.

Konfigurasi distribusi suara Pemilu 2009 menunjukkan preferensi pemilih yang cenderung makin ke "tengah." Partai-partai "kiri" tidak memperoleh kursi sama sekali. Sementara itu, partai-partai "kanan" dan "kanan-tengah"-yang berbasis agama-mengalami kemerosotan tajam, dari hampir

40% pada Pemilu 2004 menjadi 20-an persen pada pemilu sekarang. Bahkan banyak di antara parpol tersebut akan tergusur dari DPR, karena tidak menembus ambang batas parlemen. Partai Demokrat dan Partai Golkar adalah parpol "tengah-murni"-untuk membedakan dengan "kiri-tengah" (PDI Perjuangan) dan "kanan-tengah" (PAN dan PKB)-serumpun yang sedang berkuasa. Sementara itu, PDI Perjuangan adalah parpol yang memimpin pemerintahan sebelumnya.

Ketiga parpol ini sudah terbukti memerintah dengan karakter yang tidak jauh berbeda. Selama 10 tahun terakhir ini, tidak pernah terjadi perubahan haluan kebijakan ekonomi ataupun perombakan struktural dari segi pendekatan. Pembaruan mendasar hanya terjadi pada masa transisi dari rezim otoriter ke rezim demokratik. Saat itu, posisi pemerintah dan dunia usaha sangat lemah, sehingga agenda reformasi yang bergulir ibarat air bah yang tidak terbendung. Beberapa perubahan mendasar saat itu antara lain penguatan otonomi daerah, pengutamaan sumber dana dalam negeri untuk membiayai defisit APBN, dan pemberlakuan undang-undang tentang larangan praktik monopoli dan persaingan usaha yang tidak sehat.

B. Iklan Media Massa dan Netralitas Media bagi Prilaku Masyarakat

Salah satu upaya menjaga netralitas media, menurut konsistensi untuk menjaga garis api (firewall) yang memisahkan konten dengan iklan juga keberanian menolak iklan kampanye partai yang isinya bertentangan dengan fakta yang diberitakan media itu sendiri, dengan konsekuensi kehilangan pemasukan relatif besar. Menjelang pemilu, ditengarai banyak permintaan pemasangan iklan dari partai yang tengah berkompetisi. Agar tidak semua jenis iklan bisa dimuat di sebuah media, pemimpin redaksi harus mampu bertahan dan berani menolak iklan yang sekiranya bisa merusak citra dan image koran itu sendiri, pimpinan sebuah media bisa independen dari tekanan pemilik modal yang ingin menampikan pemberitaan atau iklan tentang dirinya maupun organisasi tempat dia bernaung. Pengiklan harus memiliki komitmen untuk menolak iklan tertentu yang disertai syarat harus bersedia memberikan kompensasi berupa penulisan profil ataupun hal-hal yang baik dari si pemasang iklan dalam hal ini parpol, caleg, maupun capres.

Kalaupun iklan itu berupa advetorial, harus dengan ekstra hati-hati memuatnya karena salah-salah bisa mengurangi kredibilitas pemberitaan. Kami juga menolak iklan besar dengan nilai rupiah yang juga besar. Jika sifatnya mendikte. misalnya, ada yang ingin memasang iklan dengan cara menjadikannya sebagai cover penuh yang menutupi penampilan sebuah media cetak seperti koran sehingga yang terlihat dari depan hanya sedikitsaja. penempatan iklan di media cetak bisa diatur lebih fleksibel, misalnya penempatan iklan banner di kening boleh saja, asal dipasang di halaman dalam.

Media harusnya menolak pemasangan iklan kontrak selama kampanye Pemilu ini, karena takut dianggap oleh pembaca bahwa kami berkolaborasi dan menyuarakan partai. Mengenai seorang bos yang ingin tampil lebih lama di media miliknya, merupakan keinginan yang wajar. "Secara teoritis memang mudah menyampaikan kepada yang bersangkutan untuk tidak tampil lama, tapi dalam praktiknya sulit.

Media massa memiliki kemampuan mengubah pengetahuan (**knowledge**), sikap (**attitude**) dan praktek (**practice**) kehidupan manusia. Televisi bisa membuat penonton setia duduk berjam-jam mengikuti setiap acara tayangan acara, yang sesungguhnya telah di setting untuk tujuan tertentu. Dalam media cetak pembaca disuguhi berbagai informasi yang sudah jadi dan syarat interpretasi. Realitas yang paradoksal dari media massa - implikasi positip dan negative-tentu harus mendapatkan perhatian serius, terutama jika perubahan itu dapat rmengancam nilai-nilai kehidupan di masyarat.

C. Gejolak Perekonomian Nasional

Era liberalisasi keuangan global juga menyimpan potensi tekanan bagi perekonomian nasional. Untuk mengetahui dampak liberalisasi keuangan global ini, kita dapat mencermatinya dengan melihat bagaimana sebenarnya mekanisme aliran dana masuk dan ke luar sistem keuangan nasional, khususnya yang melalui pasar uang dan pasar modal.

Di samping itu, kita juga perlu mencermati perubahan model bisnis di sektor riil, yaitu model pengalihan kepemilikan pihak asing yang di satu sisi berarti mendukung masuknya modal asing,namun di sisi lain dapat membuka peluang lebih mudahnya modal dalam negeri lari ke luar.Bentuk kekhawatiran yang perlu kita waspadai adalah, dengan liberalisasi keuangan global dan peralihan kepemilikan perusahaan nasional menjadi milik pihak asing, risiko terjadinya aliran dana ke luar sistem keuangan kita (capital drain) akan semakin meningkat.

Berbagai persoalan krusial-seperti peningkatan kapasitas dan efektivitas peran pemerintahan, reformasi birokrasi, pengoptimalan peran BUMN, kebijakan industrial, dan sektoral lainnya-praktis tidak mengalami perubahan ataupun perbaikan berarti. Dalam hal efektivitas pemerintahan, misalnya, masih saja sangat lemah. Government effectiveness index masih negatif pada arah minus 0,4. Angka indeks negara tetangga umumnya bertanda positif. Indeks ini mengukur kualitas pelayanan publik, kapasitas birokrasi dan independensinya dari tekanan politik, dan kualitas formulasi kebijakan.

Secara sederhana, tanda negatif mengindikasikan bahwa keberadaan pemerintah lebih banyak bersifat mengganggu daripada membantu dunia usaha. Pemerintahan Susilo Bambang Yudhoyono-Jusuf Kalla juga tidak berhasil menerapkan kebijakan pembangunan yang prorakyat, terutama dalam upaya menekan jumlah penduduk miskin dan mengurangi pengangguran. Persentase penduduk miskin dan tingkat pengangguran dewasa ini tidak banyak beranjak dari kondisi 5 tahun lalu dan jauh dari target yang mereka janjikan pada masa kampanye 5 tahun lalu.

Celah inilah yang agaknya hendak diisi oleh Partai Gerindra dan Partai Hanura. Kedua parpol ini merupakan partai baru yang berupaya tampil beda dan memosisikan diri sebagai partai pembaru yang hendak "menjungkirbalikkan" berbagai kebijakan yang ditempuh pemerintah sekarang. Kesan demikian yang setidaknya tertangkap dari berbagai iklan dan semboyan mereka. Namun, "mandat" perubahan yang mereka usung ternyata tidak cukup "laku." Hal ini tecermin dari perolehan suara gabungan Gerindra dan Hanura yang relatif kecil, yakni hanya sekitar 8%. Para pemilih tampaknya masih perlu diyakinkan lagi oleh kiprah mereka untuk lima tahun ke depan. Ada baiknya kedua parpol ini memosisikan diri sebagai oposisi seandainya pemerintahan mendatang merupakan kelanjutan dari yang sekarang.

Selama masa kampanye tidak banyak tawaran gagasan menyegarkan dan yang menjanjikan pembaruan. Platform partai tidak mengemuka. Ini karena platform partai-partai besar memang tidak mengandung perbedaan mendasar. Perdebatan semasa kampanye hanya sebatas persoalan teknis, bukan substansial dan ideologis. Yang menjadi andalan masih saja daya pikat tokoh. Jika magnet perubahan yang diembuskan partai, caleg, dan kandidat capres sangat kuat, voters turn out pada pemilu lalu niscaya tidak akan anjlok hingga ke aras terendah sepanjang sejarah pemilu nasional. Padahal, pada galibnya masyarakat sangat mendambakan perubahan. Mari kita cermati perolehan suara Partai Demokrat.

Parpol ini menawarkan kesinambungan dari apa yang dilakukan dan dicapai selama 5 tahun terakhir ini. Hidupmatinya Partai Demokrat sangat bergantung pada sosok Presiden Yudhoyono yang merepresentasikan kinerja pemerintahan sekarang. Partai Demokrat toh hanya meraih suara sekitar 20%. Sementara itu, sisanya-yang 80%-bisa dipandang belum puas dengan kinerja pemerintahan Yudhoyono. Angka ketidakpuasan ini, sudah tentu, akan lebih tinggi lagi jika memperhitungkan jumlah pemilih terdaftar yang tidak menggunakan hak pilihnya.

Konstalasi di atas tidak berarti peluang Yudhoyono untuk terpilih kembali menjadi presiden lebih kecil. Sekalipun mayoritas masyarakat belum puas dengan kinerja pemerintahannya, mereka belum melihat calon pengganti yang lebih menjanjikan. Dalam politik, tidak ada yang tidak mungkin. Masih terlalu dini untuk memperkirakan peta perubahan di DPR, mengingat kita belum mengetahui siapa saja yang berhak duduk di lembaga legislatif itu. Namun, yang pasti, banyak anggota DPR yang bercokol sekarang akan tersingkir, digantikan oleh tokoh-tokoh lokal. Kualitas anggota DPR nanti, dari tingkat pendidikan dan penguasaan masalah, mungkin lebih rendah. Kenyataan ini tidak perlu diratapi, karena kualitas anggota tidak berkorelasi erat dengan kualitas DPR dan moralitas para wakil rakyat.

Sebaliknya, anggota DPR yang terbukti lebih dekat dengan rakyat akan berpotensi memperbaiki kualitas keterwakilan, sehingga anggota tersebut nanti lebih bekerja keras memperjuangkan kepentingan konstituennya. Sumbangsih DPR masih tetap bisa diharapkan untuk mempercepat perubahan yang lebih berarti bagi peningkatan kesejahteraan rakyat. Peran ini terbuka cukup lebar seandainya anggota DPR mendatang lebih proaktif dalam politik anggaran dan pembentukan undang-undang yang memihak rakyat.

D. Bisnis Atribut Selama Pemilu 2009

Tampak sibuk dengan alat sablon presnya. Ia membuka payung berwarna putih, lalu menaruhnya diatas alat sablon pres.Diletakkannya gambar partai dan foto caleg sang pemesan lalu dijepit diantara alat sablon untuk beberapa detik. Tampak asap keluar dari sentuhan logam panas alat sablon dengan kain berbahan parasit untuk payung. Lalu jadilah sebuah payung cantik bergambar lambang partai dan foto sang caleg. Masih ada enam ribu lagi di belakang yang belum disablon memang sedang sibuk karena kebanjiran order. Salah satu partai politik memesan sepuluh ribu payung untuk kampanye.

Dalam beberapa tempat sedang menyelesaikan order 500 topi bordir berlambang partai. Ia dibantu 2 orang temannya hari ini baru saja menerima order lumayan dari salah seorang tim sukses. Di tempat lain tampak para pesuruh mengangkut karung-karung berisi kaos milik partai besar. Berbagai kesibukan terekam saat kita mengunjungi Pasar diberbagai kota di Indonesoia. Sudah bisa ditebak jika menjelang pemilu seperti ini merupakan berkah bagi para penggelut bisnis musiman seperti ini, order mulai rame sejak Januari tahun ini. Karena sejak sebulan ini kiosnya sibuk mengerjakan pesanan mulai dari kaos, payung, topi, rompi dan sebagainya.

Dari pengakuan para pemilik kios, setiap kali menjelang pemilu order yang mereka terima sangat banyak. Bahkan tak jarang mereka harus melempar order ke tempat lain karena sudah penuh. Dari pengakuan Saiful untuk sebuah payung dirinya menjual dengan harga Rp 35 ribu. Tapi jika pesanan di atas 200, harga bisa turun menjadi 34 ribu. Sedangkan untuk pesanan yang saat ini ia terima sebanyak 10 ribu sablon payung, harganya menjadi Rp 28 ribu satu payung. Untuk kaos harga terendah Rp 20 ribu.

E. Penutup

Wujud konkret dari krisis kepemimpinan dalam penyalenggaraan negara adalah beragam keputusan berupa undang-undang, peraturan yang tidak adil, berpihak kegolongan tertentu, dan bertentangan dengan peraturan yang lebih tinggi.

Dan yang memprihatinkan adalah banyaknya undang-undang dan peraturan yang dibuat dengan biaya mahal, tetapi tidak ditegakkan. Maka, praktik penyelenggaraan negara penuh dengan penyimpangan, salah prosedur, penyalahgunaan wewenang, personalisasi kekuasaan, asal atasan senang, bawahan serbasalah, inefisiensi, korupsi, penghamburan uang rakyat, kerusakan lingkungan, bertambah parahnya kemiskinan dan kesenjangan kaya-miskin, dan ancaman gagal negara (*state failure*).Singkat kata, semua itu merupakan *bad governance*.

Semua itu akhirnya kembali kepada pemimpin berupa gugatan atas amanat dan mandat yang diberikan kepadanya. Hal itu ditunjukkan dengan banyaknya demonstrasi yang dilakukan mereka 'yang dipimpin'. Yang tampak aneh adalah banyaaknya gegala, yakni'yang dipimpin' ingin mengganti' sendiri secara demokratis. Keanehan itu mengundang pertannyaan, yang salah atau bermasalah itu individu pemimpinnya, yang memilih pemimpin, sistem pemilihan demokratisnya, atau konsep (sistem) kepemimpinannya.

Perekonomian Nasional selalu menjadi tumpuan yang seharusnya dipikirkan oleh semua kader bangsa, karena 200 juta lebih penduduk Indonesia dipertaruhkan dinegeri ini, dari mulai kehidupan dan keberlanjutan pengusaha besar maupun pengusaha kecil yang mengais rejeki dari berbagai tempat dan momentum seperti pada saat pemilu 2009 ini, semua pelaku bisnis berlomba mendapatkan order yang sebanyak-banyaknya untuk mendapatkan bagian dari ratusan juta dana kampanye para caleg maupun parpol dan capres yang dikeluarkan selama masa pemilu 2009. Dan bagaimana para pemimpin negeri ini menciptakan peluang-peluang bisnis yang dapat mempermudah para pengusaha dan pelaku bisnis mengembangkan usahanya.

Daftar Pustaka

Abdul Manan. 2003. Jurnalis Meliput Pemilu, Jakarta: Aji Jakarta-Cetro-Internews.

Baran, Stanley J, 2001. *Mass Comunication Theory*, USA: Wadworth Publications.

Bukhari Alma,2007. Kewirauahaan, Bandung, Alfabeta.

Gozaly Syidam (Ed), 1999. Dari Bilik Suara Ke Masa Depan Indonesia: Potret Konflik Politik Pasca Pemilu dan Nasib Reformasi. Jakrta: PT. Raja Grafindo Persada.

Griffin, Em, 1991. *Communication Theory*, USA. Wheaton College.

Jakoeb Oetama, 1995. Perspektif Pers Indonesia , Jakarta: LP3ES.

John Corner, 2004. *Media and The Restyling Of Politics*, London: Sage Publications.

Indria Samiego dkk, 1997. Dinamika Kedaulatan Rakyat, Jakarta: PT. Pustaka Cidesindo.

Littlejohn, Stephen W, 1999. *Theories Of Human Cimmunication*, London: Wadsworth Publishing Company.

Lukas Luwarso, dkk, 2005. Media dan Pemilu 2004, Jakarta: SEAPA Jakarta.

Masykur W,2007. Pengantar Kewirausahaan, Kerangka Dasar Memasuki Dunia Bisnis, Yogyakarta, BPFE.

Meredith,Geoffrey G,2005. Kewirausahaan Teori dan Praktek, Jakarta, PPM.

Nimmo, Dan. 1999. Komunikasi Politik, Komunikator, Pesan, dan Media, Bandung: Penerbit PT. Remaja Rosdakarya.

Nurdin, 2003. Komunikasi Massa, Malang: Penerbit Cespur.

Suryana, 2006. Kewirausahaan, Pedoman Praktis Kiat dan Proses Menuju Sukses, Salemba Empat Jakarta.

Pedoman Penulisan

Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis

1. Naskah berupa hasil pemikiran dan analisis ilmiah yang disajikan dalam bentuk tulisan ilmiah dan atau hasil penelitian dalam bidang Ilmu Administrasi Bisnis.

2. Naskah belum pernah diterbitkan oleh media lain baik dalam maupun luar negeri, panjang tulisan antara 5000-7000 kata, 15-30 halaman kuarto spasi rangkap.

3. Naskah harus disertai dengan abstraksi dan pendahuluan, naskah yang ditulis dalam bahasa Indonesia hendaknya abstraksinya ditulis dengan bahasa Inggris, sedangkan naskah yang tulis dalam bahasa Inggris hendaknya abstraksinya dalam bahasa Indonesia.

4. Naskah sebaiknya mencantumkan kata kunci (*keyword*)

5. Pustaka acuan disajikan mengikuti pustaka alpabet, tahun terbit ditempatkan setelah nama pengarang. Contoh penulisan sebagai berikut :
   Canoy, Eugene. 1987. The Quest for Mindanao : Mindanao Publishing Co.

6. Redaksi berhak mengedit tata bahasa dan ejaan naskah yang dimuat tanpa mengurangi maksud tulisan.

7. Naskah dikirimkan dalam bentuk disket disertai dengan alamat, no telepon, dan fax (bila ada) serta dilengkapi dengan curriculum vitae. Naskah yang tidak dimuat tidak dikembalikan kecuali ada permintaan dari penulis. Kepada penulis yang naskahnya dimuat akan diberikan 1 (satu) eksemplar jurnal sebagai tanda bukti pemuatan.