

BAB II

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

Penelitian ini mengulas bagaimana objektivitas berita yang diterbitkan oleh SKH Seputar Indonesia, terutama mengenai partai NasDem. Dengan demikian, objek penelitian ini merupakan berita-berita yang diterbitkan oleh SKH Seputar Indonesia mengenai partai NasDem, dengan periode terbit Oktober 2011-Februari 2013. Data yang diperoleh pada bab ini layak disebut dengan data sekunder, sebab peneliti memperolehnya berdasarkan studi pustaka penelitian terdahulu, *company profile* SINDO dan melalui situs internet.

A. PROFIL SEPUTAR INDONESIA

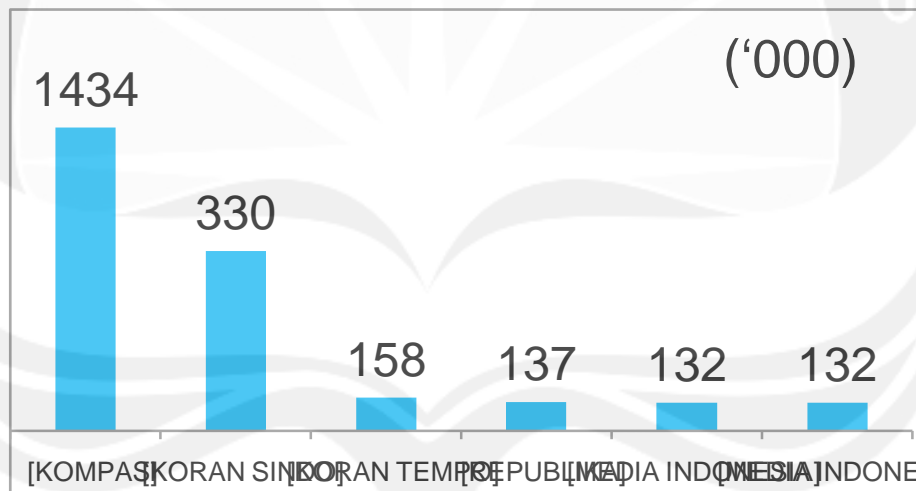
A.1. Sejarah SKH Seputar Indonesia

Surat kabar harian Seputar Indonesia (SINDO) terbit pertama kali pada 29 Juni 2005. Sebagai surat kabar harian, tentu saja periode terbitnya pun selama 7 hari dalam seminggu. Distributions koran ini juga mencakup wilayah nasional, dengan menjangkau kota-kota besar di Indonesia. Surat kabar SINDO edisi nasional terbit dengan 44 halaman dengan format panjang 7 kolom dan tinggi 54 cm. Komposisi konten SINDO terdiri atas 60% berita nasional dan 40% informasi lokal (Anonim, 2009).

Selain terbit dalam lingkup nasional, surat kabar ini juga hadir dalam edisi lokal. Surat kabar SINDO lokal terbit di daerah Jawa Barat, Jawa Tengah dan DIY,

Jawa Timur, Sumatera Utara, Sumatera Selatan dan Sulawesi Selatan. Adapun yang menjadi pembeda SINDO lokal dan nasional terletak pada muatan isinya, harga per eksemplar, serta banyaknya halaman. Muatan isi surat kabar SINDO lokal lebih fokus membahas 80% permasalahan daerah, dengan harga per eksemplar Rp 2.500, (www.SINDOnews.com/aboutus diakses 4 Juli 2013 pukul 17.30).

Surat kabar harian SINDO memiliki jumlah pembaca terbanyak nomer dua, secara khusus untuk kategori koran nasional yang terbit di Indonesia. Adapun survey ini dilaksanakan oleh NMR Wave pada tahun 2012. Berikut grafik banyaknya pembaca koran nasional di Indonesia pada tahun 2012.



Grafik 3. Jumlah pembaca koran nasional di Indonesia

Sumber : Media Profile Koran SINDO 2013

Surat kabar ini merupakan salah satu bentuk media cetak milik Global Mediacom Tbk, secara khusus PT Media Nusantara Informasi (MNI). PT MNI merupakan *subsidiary* dari PT. Media Nusantara Citra (MNC). PT. MNC merupakan pemilik media besar yang berpengalaman dalam mengelola media. Hal ini dapat

dibuktikan pada banyaknya media yang dikelola oleh PT. MNC. Seperti pada media penyiaran televisi terdapat RCTI, TPI, MNC TV, dan Global TV. Sedangkan pada media penyiaran radio ada Trijaya Network, MNC radio, Global Radio, serta Radio Dangdut. Pada jenis media *online*, PT. MNC juga mempunyai Okezone.com (Rahmat, 2013 : 30).

A.2. VISI dan MISI SKH SEPUTAR INDONESIA

Visi SKH SINDO

Surat kabar harian Seputar Indonesia memiliki visi, yaitu sebagai koran keluarga yang hadir dengan berita aktual, akurat dan mendalam namun tetap bergaya dan penuh warna.

Misi SKH SINDO

Sedangkan misi SKH Seputar Indonesia adalah menjadi pelopor media nasional terbesar di dunia dengan menguasai jaringan di seluruh Indonesia.

A.3. RUBRIKASI

Isi surat kabar ini terbagi dalam 3 bagian atau *section*, yaitu *news*, *lifestyle* dan *sports*. Pada bagian *news*, SINDO mengulas peristiwa hangat yang terjadi dalam lingkup nasional maupun internasional. SINDO membahas rubrik ekonomi, bisnis, budaya, nusantara, megapolitan, politik dan hukum, resensi buku, tokoh, cerpen dan budaya. Pada bagian *lifestyle*, SINDO menyajikan pembahasan mengenai masalah rumah tangga, anak, kesehatan, tren dan kecantikan, dll. Sedangkan pada bagian *sports*, yang diberi nama *hatrick*, pembaca dipuaskan dengan informasi seputar olahraga baik nasional maupun internasional. Tidak sekedar pemaparan informasi,

surat kabar ini dilengkapi dengan penyajian dokumentasi, grafik dan gambar yang menarik (Anonim, 2009).

Surat kabar ini cukup mampu memenuhi kebutuhan informasi keluarga. Hal ini dibuktikan dengan adanya *section* yang ditujukan khusus bagi anggota keluarga. Biasanya bapak akan memilih *news* sebagai bacaan utama, sebagai variasi, surat kabar SINDO menyajikan pula rubrik *lifestyle* yang dikhususkan bagi ibu. Demikian halnya dengan anak yang menyukai olahraga dapat membaca rubrik olahraga dengan nama *hatrick*.

Sebagai variasi, SINDO menghadirkan rubrik-rubrik khusus yang berbeda setiap harinya. Misalnya, salah satu rubrik yang ada di SINDO dibuat untuk mengakomodasi pendapat pembacanya. Rubrik ini disebut dengan *polling*, yang hadir setiap hari Senin. Rubrik ini tidak hanya menyajikan pendapat pembaca mengenai tema yang hangat, namun juga mengikutsertakan pendapat dari para ahli. Selain *polling*, SINDO juga menyajikan rubrik bertajuk Pendidikan (Anonim, 2009).

Pada hari Selasa, SINDO akan menyajikan rubrik *property*. Spesialisasi *gadget* akan dihadirkan di hari Rabu. Sedangkan pecinta otomotif akan dipuaskan dengan hadirnya rubrik khusus di hari Kamis. Pada hari Jumat, SINDO menghadirkan bahasan mengenai belanja dan kecantikan (*shopping and beauty*). Rubrik khusus di hari Sabtu akan membahas mengenai peristiwa-peristiwa daerah. Hari Minggu, SINDO akan menyajikan informasi mengenai bisnis investasi.

Dengan mengusung slogan “Sumber referensi terpercaya”, SKH SINDO hadir dengan penyajian berita yang akurat, mendalam, penuh gaya dan warna. SKH SINDO

menyapa pembaca dengan sentuhan jurnalisme khas yang memberikan lebih dari sekedar berita (Iman, 2010 : 2).

A.4. DEMOGRAFIS PEMBACA

Target pembaca surat kabar ini merupakan kalangan menengah ke atas dengan rentang usia 18 tahun ke atas dan berasal dari berbagai profesi. Berdasarkan data dari *company profile* SKH SINDO, diketahui demografis pembacanya berdasarkan jenis kelamin, umur, pekerjaan serta pendidikan.

Adapun berdasarkan jenis kelamin, pembaca surat kabar ini terdiri atas 56% laki-laki dan 44% perempuan. Berdasarkan umur, 8% pembaca SKH SINDO berumur 10-14 tahun, 17% berumur 15-19 tahun, 25% berumur 20-29 tahun, 25% berumur 30-39 tahun, 16% berumur 40-49 tahun dan 9% berumur 50 tahun ke atas (www.SINDOnews.com/aboutus diakses 4 Juli 2013 pukul 17.35).

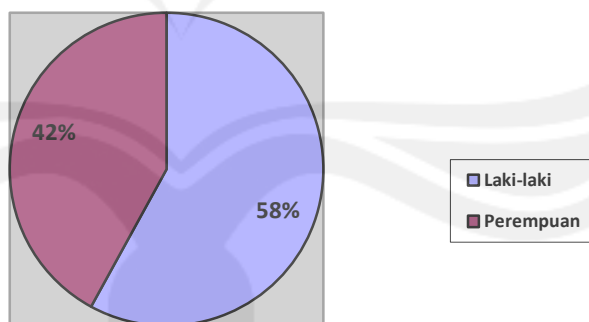


Diagram 1. Demografis pembaca berdasar jenis kelamin
Sumber : Media Profile Koran SINDO 2013

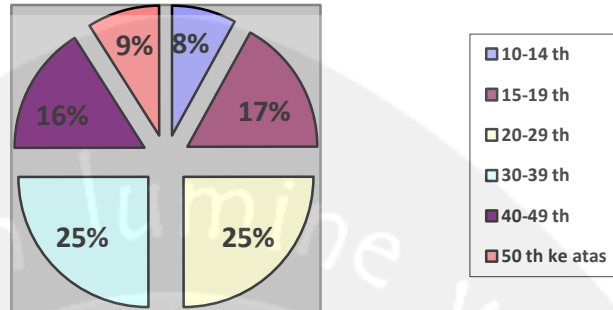


Diagram 2. Demografis pembaca berdasar usia

Sumber : Media Profile Koran SINDO 2013

Ditinjau dari pekerjaannya, pembaca surat kabar ini terdiri atas 21% wirausaha, 53% pekerja, 15% pelajar/ mahasiswa, 6% ibu rumah tangga dan 5% memiliki pekerjaan lainnya. Sedangkan berdasarkan pendidikannya, 19% pembaca merupakan lulusan SD, 18% lulusan SMP, 31% lulusan SMA, 19% mengenyam pendidikan akademi dan 13% berpendidikan sarjana (www.SINDOnews.com/aboutus diakses 4 Juli 2013 pukul 17.35).

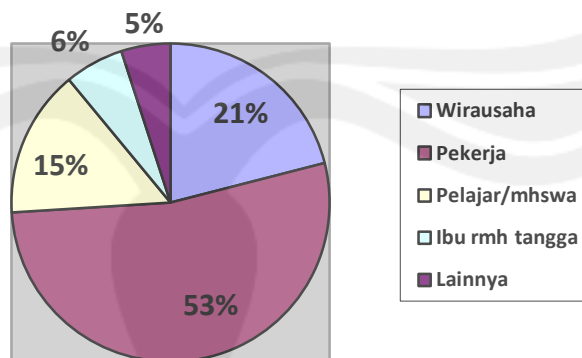


Diagram 3. Demografis pembaca berdasar profesi

Sumber : Media Profile Koran SINDO 2013

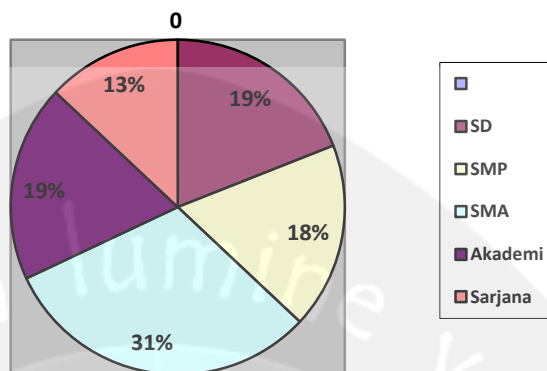


Diagram 4. Demografis pembaca berdasar pendidikan

Sumber : Media Profile Koran SINDO 2013

A.5. LOGO SKH SINDO



Gambar 1. Logo Lama SKH SINDO

Logo Seputar Indonesia disusun oleh beberapa elemen serta memiliki filosofi masing-masing. Bentuk bola dunia dalam logo melambangkan dunia berita yang dinamis. Di dalam bola dunia tersebut terdapat gugusan kepulauan Indonesia yang lebih terang dibandingkan benua lain di dunia, dengan harapan bahwa Indonesia dapat menjadi *center of information* dunia dengan ulasan berita nasional sebagai berita utama.

Bidang kotak di belakang bola dunia, melambangkan pemberitaan dalam format cetak atau media cetak. Tekstur pada bidang kotak melambangkan bahwa Seputar Indonesia lebih tegas, eksklusif serta memiliki kelas tersendiri. Warna biru tua pada logo, mengesankan kematangan berpikir dengan penuh keyakinan dalam mengarungi kehidupan dewasa ini.

Burung rajawali yang menyatu dengan bola dunia serta dikelilingi garis merah, melambangkan cakupan serta jangkauan pemberitaan SKH Seputar Indonesia di seluruh dunia yang selalu siap melaporkan segala peristiwa dunia dengan semangat untuk menjadi nomor satu. Rajawali dipilih sebagai lambang, sebab dikenal sebagai burung yang kuat, memiliki pandangan yang tajam, tidak mudah menyerah, memiliki daya terbang semakin tinggi jika badai datang. *Font* atau jenis huruf yang digunakan untuk SINDO adalah *impact*, yang memberi kesan kuat, tegar dan kokoh (Anonim, 2009).

Pada 1 Maret 2013 lalu, Harian Seputar Indonesia mengalami transformasi baik dari segi nama, tampilan serta desain surat kabar. Harian Seputar Indonesia berubah nama menjadi Koran Sindo, serta lebih banyak mengakomodasi gambar dan grafis supaya lebih menarik. Perubahan ini dilatorbelakangi oleh persaingan media yang begitu dinamis. Pemimpin Redaksi Koran Sindo Sururi Alfaruq mengatakan bahwa semakin lama semakin banyak muncul varian media seperti media *online*. Menanggapi perkembangan tersebut, Koran Sindo melakukan perubahan dari segi konsep. Perubahan nama juga dilandasi oleh keinginan untuk terus dekat dengan pembaca, serta menunjukkan eksistensi Koran Sindo. Logo

baru menunjukkan pengembangan konten yang kaya visual serta warna dengan harapan menciptakan semangat baru yang diperlukan saat ini (Steven, 2013).



Gambar 2. Logo Baru SKH SINDO (sejak Maret 2013)

B. PROFIL PARTAI NASIONAL DEMOKRAT (NASDEM)

B.1. SEJARAH PARTAI NASDEM

Partai Nasional Demokrat merupakan partai baru yang muncul di jajaran politik Indonesia. Partai dengan slogan “Gerakan Perubahan” ini lahir pada 26 Juli 2011 dan diresmikan di Hotel Mercure Ancol, Jakarta Utara. Adapun salah satu punggawa dalam partai ini adalah Surya Paloh, yang juga sebagai pemilik Media Group (Media Indonesia, Lampung Pos, Borneonews, dan Metro TV). Surya Paloh menjabat sebagai Ketua Majelis Tinggi Partai NasDem. Beliau juga sebagai pendiri organisasi masyarakat bernama sama, Nasional Demokrat (Medi, 2013).

Januari 2013 menjadi bulan yang bersejarah bagi partai NasDem. Pada bulan ini, partai NasDem lolos dan tergabung sebagai salah satu dari 10 partai yang lolos verifikasi pemilu. Partai NasDem merupakan satu-satunya partai baru yang lolos. Pada bulan Januari 2013 juga dilaksanakan kongres perdana partai NasDem, dan menetapkan Surya Paloh sebagai Ketua Umum Partai NasDem, menggantikan Patrice Rio Capella.

B.2. VISI MISI PARTAI NASIONAL DEMOKRAT

Visi Partai NasDem :

Kelahiran Partai NasDem bukanlah semata-mata hadir dalam percaturan kekuasaan dan pergesekan kepentingan. Partai NasDem terjun ke politik untuk suatu tujuan yang mulia. Partai NasDem memasuki gelanggang politik untuk mencapai tujuan-tujuan besar: memantapkan eksistensi Negara, memperkuat persatuan bangsa dan meningkatkan kesejahteraan rakyat, mendorong pertumbuhan ekonomi yang tinggi, mendorong keadilan bagi seluruh rakyat Indonesia.

Misi Partai NasDem :

Partai NasDem adalah sebuah gerakan perubahan yang didasari oleh kenyataan bahwa kehidupan seperti yang dicita-citakan oleh Proklamasi 1945 belum terwujud hingga saat ini. Partai NasDem bertujuan untuk menggalang kesadaran dan kekuatan masyarakat untuk melakukan Gerakan Perubahan untuk Restorasi Indonesia. Restorasi Indonesia adalah gerakan mengembalikan Indonesia kepada tujuan dan cita-cita Proklamasi 1945, yaitu Indonesia yang berdaulat secara politik, mandiri secara ekonomi, dan berkepribadian secara kebudayaan (Medi, 2013).

B.3. LOGO dan MAKNA



Gambar 3. Logo Partai NasDem

Lambang Partai NasDem adalah rotasi biru yang dibalut dengan warna jingga bergetsur memeluk. Lambang yang dibuat sederhana dengan mewakili semangat perubahan, serta mudah untuk diingat dan digambar sebagai simbol gerakan perubahan.

Rotasi biru merupakan simbol perputaran yang dinamis sebagai semangat dan harapan baru, keterbukaan, ketegasan yang memiliki tujuan yang nyata. Gestur jingga memeluk adalah lambang dari kebersamaan, keutuhan dalam bergerak dan semangat pembaharuan yang siap menampung aspirasi (Medi, 2013).

C. HARY TANOESOEDIBJO DALAM KIPRAH MEDIA DAN POLITIK

Hary Tanoesoedibjo lahir mengawali bisnisnya melalui PT Bhakti Investama Tbk yang dibangun pada 2 November 1989. Belum genap berumur 5 tahun, perusahaan ini sudah mampu bergerak dengan baik terutama pada kegiatan pasar modal. Hingga tahun 2013, PT Bhakti Investama Tbk telah berkembang menjadi salah satu perusahaan investasi terbesar di Indonesia (Rahmat, 2013 : 27-29).

Salah satu anak perusahaan Bhakti Investama yang bergerak dalam bidang media adalah PT Global Mediacom Tbk. Berbagai media baik penyiaran maupun cetak berhasil dibangun dan bertahan. Media penyiaran tersebut antara lain RCTI, Global TV, MNC TV (dahulu TPI), Sun TV, berbagai macam saluran MNC, SINDO Radio, Radio Dangdut. Sedangkan media cetak tersebut antara lain, Koran SINDO, *Genie*, *Mom and Kiddie*, *Realita*, *High End* maupun *High End Teen*.

Hary Tanoesoedibjo menjadi tokoh yang berpengaruh dalam bisnis media tersebut. Hary Tanoesoedibjo memegang peran sebagai direktur utama di RCTI. Begitu pula dengan posisinya di SKH SINDO, Hary berperan sebagai *founder* dari media ini.

Sebutan pengusaha muda terkaya layak disematkan pada Hary Tanoesoedibjo. Harian Warta Ekonomi pernah menobatkan Hary Tanoesoedibjo sebagai “tokoh bisnis paling berpengaruh 2005” (Rahmat, 2013 : 56).

Kepiawaiannya dalam berbisnis lantas tidak menyurutkan keinginannya untuk membuat gebrakan baru. Pada Oktober 2011, Hary Tanoesoedibjo memutuskan untuk terjun ke ranah politik. Hary Tanoesoedibjo memilih partai NasDem sebagai wadah kontribusi politiknya. Posisinya di partai NasDem adalah sebagai Ketua Dewan Pakar DPP Partai NasDem. Keterlibatan taipan media dalam dunia politik cukup kontroversional dan memunculkan banyak tanya. Terutama ketika dua bos media (Hary Tanoesoedibjo dan Surya Paloh) bergabung dalam satu payung partai yang sama.

Kontribusinya dalam partai NasDem tidak cukup lama. Pertengahan Januari 2013, Hary Tanoesoedibjo memutuskan untuk hengkang dari partai tersebut. Saiful Haq (Sekjen Partai NasDem) menyebutkan bahwa adanya konflik internal ini diawali ketika Surya Paloh berencana merombak kepengurusan partai dan mengendalikan partai atau menjabat sebagai ketua umum. Hal ini berlawanan dengan pendapat Hary Tanoesoedibjo yang ingin mempertahankan struktur organisasi yang sudah ada. Baginya, tokoh muda akan lebih baik sebagai pengurus partai tersebut (Rahmat, 2013 : 113).

Setelah hengkang, Hary Tanoesoedibjo memutuskan untuk membentuk ormas baru, yaitu Perindo (Persatuan Indonesia). Tidak cukup berhenti sampai di situ, pada Februari 2013 Hary Tanoesoedibjo bersinergi bersama Wiranto untuk melakukan perubahan dalam partai Hanura.

D. DINAMIKA PARTAI NASIONAL DEMOKRAT

Partai NasDem cukup berdinamika, terutama mengenai persoalan internal dalam tubuh partai. Diawali dengan masalah perubahan bentuk dari organisasi masyarakat menjadi sebuah partai. Sebelumnya Surya Paloh mengatakan untuk tidak melakukan perubahan bentuk dari NasDem tersebut. Namun pada akhirnya, setelah Surya Paloh kalah bersaing dengan Aburizal Bakrie dalam partai Golkar, NasDem pun dibentuk sebagai sebuah partai. Perubahan bentuk ini lantas mengakibatkan beberapa pihak terkejut bahkan kecewa. Salah satunya adalah Sri Sultan Hamengku Buwono X, yang menyatakan kekecewaannya tersebut dengan mengundurkan diri dari NasDem (Kurniawan, 2011).

Hal mengejutkan kembali muncul dalam dinamika partai NasDem, yaitu bergabungnya Hary Tanoesoedibjo ke partai ini. Hary Tanoesoedibjo merapat ke partai NasDem pada 9 Oktober 2011. Hary Tanoesoedibjo dikenal sebagai pemegang grup media terbesar di Indonesia, yaitu PT MNC. Menjadi hal yang mengejutkan ketika kedua penguasa media besar di Indonesia berada dalam satu payung partai yang sama. Masyarakat tentu berasumsi bahwa media yang dimiliki oleh kedua tokoh besar ini akan menjadi media partisan. Kemudian berita yang disampaikan menjadi tidak netral dan tidak berimbang. Hary Tanoesoedibjo menduduki jabatan sebagai Ketua Dewan Pertimbangan di partai NasDem. Kehadirannya cukup berpengaruh pada pengenalan nama NasDem di tengah masyarakat.

Lantas seiring berjalannya waktu, muncul kembali peristiwa yang cukup mengejutkan masyarakat. Pada 21 Januari 2013 lalu, Hary Tanoesoedibjo menyatakan pengunduran dirinya dari partai NasDem. Hary Tanoesoedibjo menyatakan ketidaksamaan visi misi lagi dengan partai ini.

E. BERITA PARTAI NASDEM di SKH SINDO

Objek penelitian ini merupakan berita-berita mengenai partai NasDem yang ada di SKH Seputar Indonesia. Bentuk *manifest* berita ini nantinya akan dianalisis dengan menggunakan pisau analisis isi (*content analysis*). Berita-berita ini diambil dalam periode waktu Oktober 2011-Februari 2013. Terdapat 60 berita yang ada dalam berbagai rubrik SKH SINDO.

Tabel 2.
Judul Berita Partai NasDem dalam SKH SINDO

NO	TANGGAL	HAL	RUBRIK	JUDUL
2011				
1.	4 Nov 2011	2	Nasional	NasDem Siapkan Verifikasi KPU
2.	5 Nov 2011	2	Nasional	NasDem Harus Jadi Contoh Partai Ideal
3.	10 Nov 2011	2	Nasional	NasDem Bertekad Perbaiki Bangsa
4.	10 Nov 2011	2	Nasional	Memberi Warna Demokrasi
5.	11 Nov 2011	2	Nasional	2014 Momentum NasDem
6.				NasDem Berpotensi....
7.	12 Nov 2011	3	Nasional	Baru NasDem yang Lolos
8.	17 Des 2011	2	Nasional	Hanya NasDem yang Lolos Verifikasi
2012				
9.	1 Feb 2012	2	Nasional	Fokus Pada Tiga Agenda Besar
10.	2 Feb 2012	2	Nasional	Partai – Ormas NasDem
11.	6 Feb 2012	2	Nasional	Garda Pemuda Ujung Tombak Partai Nasdem

12.	20 Feb 2012	2	Nasional	Garda Pemuda NasDem Bidik 70% Pemilih Pemula
13.	23 Feb 2012	2	Nasional	Elite Politik Dituntut Kedepankan Keteladanan
14.	12 Mar 2012	2	Nasional	Bukti Masyarakat Rindukan Perubahan
15.	20 Maret 2012	2	Nasional	Seluruh Parpol Harus Jalani Verifikasi
16.	12 April 2012	2	Partai Politik	NasDem Siapkan Gugatan ke MK
17.	20 April 2012	3	Partai Politik	9 Parpol di DPR Harus Diverifikasi
18.	21 April 2012	3	Partai Politik	Gerakan Perubahan Harus Kolektif
19.	24 April 2012	2	Partai Politik	NasDem Fokus Perkuat Mesin Partai
20.	5 Mei 2012	3	Partai Politik	Pengurus Partai NasDem Merata di 24 Daerah
21.	8 Mei 2012	2	Partai Politik	Caleg NasDem Bakal Jadi Kompetitor Tangguh
22.	12 Mei 2012	1, 7	Head Line	Partai NasDem Target Raih 40% Suara
23.	19 Mei 2012	3	Partai Politik	Figur Alternatif Perlu Dimunculkan
24.	26 Mei 2012	2	Partai Politik	Diikat Komitmen Restorasi
25.	2 Juni 2012	3	Partai Politik	HT Optimistis NasDem Raih 40% Suara
26.	9 Juni 2012	2	Partai Politik	NasDem Bertekad Hilangkan Budaya Politik Biaya Tinggi
27.	27 Juni 2012	2	Partai Politik	Partai NasDem Dekati Papan Atas
28.	24 Juli 2012	2	Partai Politik	NasDem Harus Selektif Pilih Caleg
29.	27 Juli 2012	12	Berita Utama	NasDem Beri Santunan Kader Meninggal Dunia
30.	28 Juli 2012	8	Berita Utama	NasDem Daftar ke KPU di 33 Provinsi
31.	10 Agustus 2012	2	Partai Politik	Partai NasDem Paling Siap Ikut Pemilu
32.	11 Agustus 2012	1, 7	Head Line	Partai NasDem Siap Menangkan Pemilu 2014
33.	12 Agustus	8	Berita Utama	NasDem Jateng Target 20 Kursi

	2012			Legislatif
34.	28 Agustus 2012	2	Partai Politik	Deklarasi di Hong Kong, NasDem Perjuangkan Nasib TKI
35.	1 Sept 2012	2	Partai Politik	NasDem Partai Baru Paling Potensial
36.	5 Sept 2012	2	Partai Politik	NasDem : Kuota Ideal Fraksi 7,5% Kursi
37.	10 Sept 2012	3	Partai Politik	NasDem Harus Jaga Solidaritas
38.	15 Sept 2012	2	Partai Politik	NasDem Prioritaskan Kualitas Caleg
39.	27 Sept 2012	2	Partai Politik	Parlemen Bahas Usulan NasDem
40.	1 Okt 2012	2	Partai Politik	Endriartono Sutarto Gabung Partai NasDem
41.	10 Okt 2012	2	Partai Politik	NasDem Harus Menang untuk Jadi Otoritas Kebijakan
42.	13 Okt 2012	2	Partai Politik	Potensi Bangsa Belum Dikelola Baik
43.	15 Okt 2012	2	Partai Politik	NasDem Terbanyak Gaet Swing Voters
44.	20 Okt 2012	2	Partai Politik	Fokus Pada Lembaga, Sistem dan Figur
45.	7 Des 2012	2	Partai Politik	Negara dinilai tak mampu wujudkan kesejahteraan
46.	22 Des 2012	2	Partai Politik	Partai NasDem Gugat Permenakertrans
47.	24 Des 2012	2	Seputar Semarang	Garda Pemuda NasDem Berbagi Kasih
	2013			
48.	16 Jan 2013	2	Partai Politik	Parpol Pemilu Incar Basis Suara Partai Kecil
49.	22 Jan 2013	1, 7	Head Line	Hary Tanoesoedibjo Keluar NasDem
50.	23 Jan 2013	1, 7	Head Line	Suara NasDem Diprediksi Turun
51.	25 Jan 2013	2	Partai Politik	Banyak Eks Golkar, NasDem Gagal Berbeda
52.	26 Jan 2013	1, 7	Head Line	Ribuan Kader Partai NasDem Mundur
53.	28 Jan 2013	2	Partai Politik	GPND dan Baret Mundur dari NasDem
54.	2 Feb 2013	8	Berita Utama	Kader NasDem Ramai-ramai Mundur
55.	11 Feb 2013	3	Partai Politik	Puluhan Ribu Kader NasDem

				Sulsel Mengundurkan Diri
56.	19 Feb 2013	1, 7	Head Line	Hanura Optimistis Raih Suara Dua Digit
57.	21 Feb 2013	2	Partai Politik	Pengurus DPP Bahu NasDem Mundur
58.	22 Feb 2013	2	Partai Politik	Kader NasDem Kaltim Bakar KTA
59.	27 Feb 2013	8	Berita Utama	250 Kader NasDem Eksodus ke Hanura
60.	28 Feb 2013	2	Partai Politik	Aktivis 98 Bergabung ke Hanura

