

POLITIK MEDIA ERA REFORMASI 1998-2010

Suyanto
Belli Nasution

A. ABSTRAC

Sistem pers era reformasi di Indonesia tahun 1998-2010 yang boleh pengkaji merincikan ialah *pertama*, sistem media era reformasi tahun 1998-2010 mengalami perubahan dari struktur kepemilikan media yang dimiliki oleh kumpulan gergasi media dan hubungan antara kepemilikan media dengan parti politik besar di Indonesia. Kepentingan parti-parti politik besar tersebut tidak lepas dari sistem politik dan ekonomi yang sedia ada. *Kedua*, fenomena politik media dalam sistem media di Indonesia. Politik media menentukan sistem politik dan sistem media yang dibawa oleh ahli-ahli politik, wartawan untuk mempengaruhi masyarakat. Media menentukan isu-isu yang dibawa oleh ahli politik, wartawan dan masyarakat. *Ketiga*, fenomena bentuk-bentuk kawalan terhadap institusi media di Indonesia era reformasi mempunyai kelemahan undang-undang akhbar yang telah pun dikekalkan pada tahun 1999. Kawalan media terhadap institusi media sangat menentukan corak dan ragam kandungan media kerana kuasa kawalan bergantung kepada kuasa pemilik modal, kuasa pemerintah dan kuasa masyarakat.

B. PENDAHULUAN

Perkembangan pers di Indonesia sebagai salah satu perkembangan surat kabar kompleks yang dipengaruhi oleh sistem politik Indonesia. Perkembangan sistem pers Indonesia terbagi menjadi beberapa periode yaitu Orde Lama (1957-1965), Orde Baru (1965-1998) dan Orde Reformasi (1998-sekarang).

Presiden pertama Indonesia Soekarno memimpin bangsa Indonesia pada tahun 1945-1965 yang disebut sebagai Orde Lama. Presiden Soekarno sudah menerapkan kebebasan pers semenjak beliau dilantik menjadi Presiden Indonesia pada 17 Agustus 1945. Soekarno memanfaatkan pers Indonesia sebagai alat mobilisasi massa untuk tujuan tertentu. Semasa Orde Lama ini, pers Indonesia mengalami perubahan dalam hal teknis, seperti mulai diberlakukannya izin penerbitan pers. Namun demikian,



keadaan ini tidak berlangsung lama karena konflik politik yang terjadi di daerah menyebabkan Presiden Soekarno merubah sistem politik yang berlaku di Indonesia. Dampak dari perubahan sistem politik di Indonesia menyebabkan sistem pers di Indonesia juga mengalami perubahan dengan banyak pers yang diberikan peringatan keras untuk penerbitan pers oleh Soekarno (Suwirta, 2008)

Presiden Soekarno, lebih cenderung memperlakukan pers sebagai *extension of power*-nya. Soekarno memberikan peluang kepada pers komunis untuk berkembang dengan cepat. Dominasi pers komunis dalam ideologi pers Indonesia tahun 1957-1965 merupakan konsekuensi-konsekuensi logis dari meningkatnya pengaruh politik komunis di Indonesia (Suwirta, 2008)

Namun pada tahun 1965 terjadi penyerahan kekuasaan tertinggi negara oleh Presiden Soekarno kepada Brigadir Jenderal Soeharto. Semenjak kepemimpinan Soeharto seluruh penerbitan pers yang dianggap akhbar komunis dilarang terbit oleh Soeharto. Transisi kekuasaan dari Presiden Soekarno ke Panglima Tentara Nasional Indonesia (TNI) Brigadir Jenderal Soeharto (1965-1967). Semenjak itu, Negara Indonesia dipimpin oleh Panglima TNI Soeharto hingga diadakan Pemilu pada tahun 1967.

Pelantikan Soeharto sebagai Presiden Indonesia Maret 1968 bermula babak baru yang dikenal sebagai kelahiran Orde Baru. Pemerintahan Soeharto mengambil langkah-langkah untuk melaksanakan kepemimpinannya dan kekuasaannya dalam menyusun kembali kehidupan ekonomi, politik sosial, budaya, dan Pertahanan Keamanan (Hankam). Secara kualitatif langkah-langkah perubahan struktur yang dijalankan oleh Pemerintahan Soeharto berupa penyederhanaan struktur partai politik yang ada. Usaha ini lebih dahulu dilakukan melalui pendekatan pembujukan, kemudian dilakukan melalui pendekatan judicial formal, yaitu dengan menyusun Undang-Undang tentang Partai Politik dan Golongan Karya (Anom, 2006)

Pemerintahan Soeharto dalam melaksanakan kekuasaannya menggunakan sasaran strategi yang dirumuskan sebagai garis kerja dalam mengukuhkan Orde Baru yaitu: mengukuhkan lembaga negara; melakukan usaha-usaha mencegah lawan-lawan politik dalam negara; membentuk lembaga setiap kementerian dan mencegah kesetiaan ganda; meningkatkan penyelarasan antara lembaga pemerintahan; mentertibkan tatakerja pemerintahan; mempersiapkan pengamanan Pemilu;



penertiban politik luar negara sehingga benar-benar mengabdikan pada kepentingan nasional dan negara; membentuk kerjasama dengan media massa yang benar-benar mendukung Orde Baru untuk memperjuangkan asas negara Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945 (*basic law*) dan membentuk Pusat Informasi yang menentukan garis-garis kontrol, dasar dan peraturan di bidang media massa; (Anom, 2006).

Dalam mengukuhkan kuasa, Pemerintah Soeharto melalui peraturan Menteri Penerangan Republik Indonesia No. 01 /Pen/Menpan/ 1984 tentang Surat Izin Usaha Penerbitan Pers (SIUPP), undang-undang ini memberi kuasa kepada Menteri Penerangan bahawa Menteri Penerangan setelah mendengar Dewan Pers dapat membatalkan SIUPP yang telah diberikan apabila perusahaan atau korporat dan penerbitan akhbar melakukan kesalahan dari kebijakan Pemerintah Soeharto.

Menurut Hidayat (2000) secara keseluruhan Orde Baru berupaya menempatkan media sebahagian dari alat ideologi negara, yang diharapkan bisa berperanan dalam proses menghasilkan dan menjaga stabilitas legitimasi pemerintah. Untuk itu Orde Baru telah menerapkan kontrol terhadap media yang pada garis besar mencakupi: kontrol mencegah dan mengkawal terhadap kepemilikan institusi media, antara lain melalui pemberian Surat Izin Terbit (SIT) yang kemudian diganti dengan ketentuan Surat Izin Usaha Penerbitan Pers (SIUPP) secara selektif berasaskan kriteria politik tertentu; kontrol terhadap individu dan kelompok pelaku profesional (wartawan) melalui mekanisme seleksi dan regulasi (keharusan menjadi ahli Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) sebagai wadah tunggal, kewajiban untuk mengikuti doktrin Falsafah Negara Pancasila bagi pemimpin editor), dan kawalan berupa penunjukan individu-individu untuk menjabat jabatan tertentu dalam media milik pemerintah; kontrol terhadap produk teks pemberitaan (baik kandungan maupun isu pemberitaan) melalui berbagai mekanisme; kawalan terhadap sumber daya, antara lain berupa monopoli kertas oleh penguasa; kontrol terhadap akses ke media, berupa mencekalkan tokoh-tokoh pembangkang tertentu untuk tidak ditampilkan dalam pemberitaan media.

Pemerintahan Soeharto memberi kuasa kepada Kementerian Penerangan dalam melakukan peranannya sebagai alat informasi dan alat ekonomi. Walau bagaimanapun, kementerian ini sangat penting bagi pers karena dia memegang izin yang diperlukan untuk penerbitan. Kementerian ini juga mengatur pekerja kertas



pers. Menteri mengatur pelbagai fungsi rasmi kementeriannya, termasuk membangun semangat nasional Pancasila melalui rencana pembangunan lima tahun (Repelita), meletakkan asas stabilitas dan keamanan nasional, dan memastikan keberhasilan pilihan raya lima tahun sekali (Krishna & David 2001).

Selama 32 tahun, Soeharto telah “memanfaatkan” akhbar atau media massa sebagai alat perjuangan politiknya. Pers telah dipakai sebagai alat propaganda pembangunan ekonomi yang menjadi kampanye utama dari Soeharto. Pada Orde Baru, akhbar Indonesia dibentuk sebagai akhbar pembangunan dengan mengembangkan mekanisme interaksi positif antara pers, pemerintah dan masyarakat dan pers pembangunan yang dikembangkan berasaskan model komunikasi pendukung pembangunan (*the development support communication model*). Model ini mulai diperkenalkan semenjak persidangan ke 25 Dewan Pers, 7-8 Disember 1984 dan disahkan dengan disebut akhbar Pancasila.

Kehidupan pers era reformasi, mengalami perubahan yang besar yaitu dengan adanya suatu kebijakan yang sangat penting karena dianggap sebagai punca dimulainya kebebasan pers di Indonesia yakni adanya Peraturan Menteri Penerangan: Permenpen No. 01/per/Menpen/1998, tentang Ketentuan-Ketentuan Surat Izin Usaha Penerbitan Pers (SIUPP). Pada Permenpen ini, peringatan pencabutan SIUPP maupun larangan izin bagi pers ditiadakan. Hal ini sesuai dengan ketentuan dan jiwa dari undang-undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers. (Anwar, 2003)

Kebebasan pers pada era reformasi tahun 1998-2010 dalam mengalami kerianan kebebasan pers. Euforia kebebasan informasi dan kebebasan berorganisasi, dengan banyaknya diterbitkan pers atau media, serta didirikannya partai-partai politik. Fenomena kerianan kebebasan politik berdampak pada kualitas pelaksanaan kebebasan pers dan kontrol pers itu sendiri. Dalam realitas keberhasilan gerakan reformasi membawa pengaruh pada kekuasaan pemerintah jauh berkurang dalam mengawal pers. Pada masa reformasi pers sepenuhnya bersaing dengan pasar yang semakin membuat jaya kelompok media yang sudah berjaya secara ekonomi dan kumpulan media baru di masa reformasi.

Fenomena di atas pengkaji pilih kerana dinamika pers Indonesia semenjak era reformasi tahun 1998-2010 secara tidak langsung akan melihat hubungan antara sistem politik pemerintah dengan sistem media di Indonesia. Banyak perusahaan



media yang mendirikan usaha-usaha surat kabar atau media bahkan perusahaan media yang telah ada semakin kuat dengan mendirikan perusahaanraksasa atau kumpulan media yang besar.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah kualitatif deskriptif, kajian ini akan dirancangan menggunakan metode penyelidikan kualitatif dengan menggunakan pendekatan secara deskriptif dan kepustakaan, yaitu memberikan gambaran situasi untuk memperoleh data-data berdasarkan hasil pengamatan di tempat penyelidikan. (Moleong; 2005)

Denzin dan Lincoln (dalam Moleong, 2005) menyatakan bahwa penyelidikan kualitatif adalah penyelidikan yang bermaksud memahami fenomena yang dialami oleh subjek penyelidikan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada seperti wawancara, pengamatan dan pemanfaatan dokumen. Menurut Kriyantono (2006:86), penelitian kualitatif bersifat subjektif dan tidak bermaksud generalisasi, kerana itu penyelidikan kualitatif menjadi lebih bervariasi dan fleksibel. Ertinya, penelitian kualitatif lebih bebas sistematikanya tanpa mengurangi tujuan dari penyelidikan tersebut.

Berasaskan pada objektif kajian ini maka dihuraikan data-data asas yang dirasakan patut diselidiki untuk memahami sistem akhbar era reformasi di Indonesia tahun 1998-2010 dan menyelidiki struktur kepemilikan media dan hubungannya dengan parti-parti politik, politik media terhadap sistem media dan bentuk-bentuk kawalan terhadap institusi media. Kerana itu kajian tesis ini mencakupi beberapa bahagian, iaitu:

Pertama, data mengenai dinamika media massa di Indonesia 1998-2010 yang diperlukan untuk memperkuat dalam penulisan tesis ini. (Data akan diperoleh melalui temu bual mendalam dengan pemerhati media, ahli akademik, sejarawan media, wartawan senior, dan kumpulan Serikat Penerbit Surat Khabar). Kedua, data mengenai struktur kepemilikan media di Indonesia, di mana kepemilikan media di Indonesia hanya dimiliki oleh beberapa kelompok media besar sahaja di Indonesia sehingga terjadi monopoli industri media. (Data akan diperoleh melalui temu bual



mendalam dengan pemilik media, ketua parti politik, ahli parlimen, pemerhati media, ahli akademik dan pihak pemerintah)

Ketiga, data mengenai politik media dalam sistem media di Indonesia. (Data ini akan diperoleh melalui cara temu bual dengan ahli politik, wartawan dan pemerhati media)

Keempat, data mengenai bentuk-bentuk kawalan media terhadap institusi media di Indonesia. (Data akan diperoleh melalui cara temu bual dengan ahli editorial media, ahli parlimen, ahli politik, ahli akademik, pemerintah, ahli Persatuan Wartawan Indonesia (PWI), dan ahli undang-undang)

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Kepemilikan Media Massa di Indonesia era Reformasi 1998-2010

Keuntungan pemilik media tidak lepas dari kepentingan politik seperti Surya Paloh memiliki akhbar Media Indonesia, Metro TV (Group media) sekaligus sebagai ketua parti Nasional Demokrat (NASDEM). Dahlan Iskan memiliki 171 akhbar di Indonesia (Jawa Pos Group) sekaligus sebagai Menteri Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang dipercayai oleh Presiden Soesilo Bambang Yudhoyono. Aburizal Bakrie memiliki TVONE, ANTV, viva.com, (Group VISI) sekaligus sebagai ketua parti GOLKAR. Parti GOLKAR adalah parti yang pernah berkuasa selama 32 tahun era Orde Baru. Kemudian Parti GOLKAR juga sebagai parti gabungan dari pemerintahan Soesilo Bambang Yudhoyono. Hary Tanoesoedibjo memiliki akhbar Seputar Indonesia (SINDO), RCTI, MNC TV, GLOBAL TV, INDOVISION (Group Bimantara) sekaligus sebagai Ketua penasihat parti Nasional Demokrat (NASDEM). Jakoeb Oetama memiliki 117 akhbar (Group Gramedia) selama ini Jakoeb Oetama lebih memilih profesional dan tidak bergantung kepada pemerintah atau parti politik. Tiga kumpulan media besar di antaranya bergabung ke dalam dengan parti politik, yaitu MNC Grup dan Media Grup dengan Parti Nasional Demokrat (NASDEM), serta Visi Media Asia dengan Partai GOLKAR.

Keuntungan yang diperoleh media massa di Indonesia misalnya iaitu dari data AGB Nielsen Media Research, terlihat hingga tahun 2006, Group Media Nusantara Citra (MNC) mengambil keuntungan Rp4,8 bilion (atau 32,9% dari seluruh iklan



TV. Kemudian ke-2 Trans TV dan Trans 7, dengan Rp3,4 bilion (23.2%). ANTV dan Lativi, berhasil memperoleh pendapatan Rp2.3 bilion (15.7%), berada pada peringkat ke-3 . Hal itu mengakibatkan pengusaha media kini tidak lagi hanya sekedar berorientasi pada pemenuhan hak masyarakat akan terpenuhinya informasi tetapi juga berorientasi untuk mengejar keuntungan ekonomi sebesar-besarnya.(Susi, 2010)

Menghadapi persaingan dalam bisnis media massa yang memerlukan kekuatan sosial ekonomi ini, maka terjadi kecenderungan kekuatan media yang kemudian mengarah kepada munculnya kumpulan penggiat/gergasi media massa (*media giant*) yang kemudian mengakibatkan terjadinya konsentrasi kepemilikan media. Konsentrasi media ini banyak berlaku tidak hanya di Indonesia, melainkan juga di luar negara, seperti misalnya Dow Jones yang dibeli oleh Rupert Murdoch di mana Dow Jones merupakan induk dari beberapa media di Amerika Syarikat, atau contoh lainnya iaitu ketika News Corp dan Dow Jones bergabung yang menghasilkan 74,1 bilion US. Di Amerika Syarikat ada lima pemilik besar industri media massa, yaitu Time-Warner, Viacom, News Corp., Bertelsmann Inc., dan Disney. (Susi, 2010)

Gejala tumpuan media juga berlaku di Indonesia, iaitu media Nusantara Corp (MNC) yang memiliki RCTI, TPI, GLOBAL TV, Radio Trijaya, akhbar Seputar Indonesia, Indovision, dan Okezone.com, atau Group Bakrie yang memiliki ANTV dan TVOne. Menurut Satrio Arismunandar, sekarang ini telah terbentuk setidaknya tigakumpulan mediaraksasa. Perusahaan media pertama adalah PT Media Nusantara Citra, Tbk (MNC) yang dimiliki oleh Harry Tanoesoedibjo yang membawahi RCTI (PT Rajawali Citra Televisi Indonesia), TPI (PT Cipta Televisi Pendidikan Indonesia), dan Global TV (PT Global Informasi Bermutu).MNC Group memiliki tiga stasiun televisi *free-to-air*, 20 stasiun televisi lokal dan 22 stasiun radio di bawah Sindo Radio.

Kumpulan kedua berada di bawah PT Bakrie Brothers (Group Bakrie) yang dimiliki oleh Anindya N. Bakrie. Grup Bakrie ini membawahi ANTV (PT Cakrawala Andalas Televisi) yang kini berbagi saham dengan STAR TV (News Corp, menguasai saham 20%) dan Lativi yang sekarang telah berganti nama menjadi TvOne. Kumpulan ketiga adalah PT Trans Corporat (Group Para). Kelompok ini



membawahi Trans TV (PT Televisi Transformasi Indonesia) dan Trans 7 (PT Duta Visual Nusantara Tivi Tujuh). (Susi, 2010)

Kelompok media pers besar yaitu Kompas Gramedia Group, Elang Mahkota Teknologi, Visi Media Asia, Mahaka Media, CT Group, Beritasatu Media Holdings, Media Group, MRA Media, Femina Group, dan Tempo Inti Media. Jawa Pos Group memiliki 171 perusahaan media cetak termasuk Radar Group. KOMPAS, pers Indonesia yang paling berpengaruh, memperluas jaringannya dengan menjadi penyedia kandungan dengan membentuk KompasTV, selain 12 radio dibawah Jaringan Radio Sonora, dan 89 perusahaan media cetak lainnya. Visi Media Asia telah tumbuh menjadi media yang kuat kelompok dengan dua saluran televisi (ANTV dan tvOne) dan media online vivanews.com.

2. Kontrol Kandungan Media di Indonesia era Reformasi 1998-2010

Konsentrasi kepemilikan media massa di Indonesia mengakibatkan struktur pasar media massa Indonesia memiliki bentuk kuasa kepemilikan perusahaan dalam tangan golongan kecil, iaitu kondisi yang hanya terdapat sejumlah perusahaan besar dalam industri media massa dengan kandungan yang berbeda. Di Indonesia, perusahaan pers besar tersebut antara lain Group Media Nusantara Citra (MNC), Group Media Indonesia, Jawa Pos, Kompas Gramedia Group Femina Group, dan Tempo Inti Media. Dalam pasar oligopoli, tindakan yang dilakukan oleh salah satu penggiat pasar akan mempengaruhi penggiat lainnya, baik dalam polisi maupun faktor lain.

Selain itu, apabila ada penggiat baru yang hendak memasuki pasar, maka akan sukar untuk memasuki pasar tersebut apabila tidak memiliki kemampuan atau kekuatan yang sama dengan peneraju yang telah ada sebelumnya yang telah memiliki teknologi dan pengalaman yang lebih kuat, kerana persaingan yang terjadi tidak hanya persaingan kandungan media dan jenis program tapi juga persaingan infrastruktur dan teknologi. Susahnya memasuki pasar tersebut mengakibatkan *merger* atau menggabungkan perusahaan akan semakin memusatkan pada peneraju pasar yang kuat. (Chesney, 1998)



Industri media massa mengakibatkan adanya penggabungan kepemilikan media menjadi suatu proses yang tidak dapat dihindarkan oleh setiap pelaku industri media massa untuk tetap dapat berproses sebagai sebuah institusi sosial dan ekonomi. Penggabungan kepemilikan media tersebut mempengaruhi apa yang terjadi di pasar media massa, misalnya apa yang dilakukan oleh media tertentu akan menentukan tindakan yang diambil oleh media lain dan juga berpengaruh terhadap masyarakat itu sendiri. Konsentrasi kepemilikan media ini bukanlah semata-mata fenomena bisnis, melainkan fenomena kandungan dan ekonomi politik yang melibatkan kekuasaan.

Misalkan, lima korporat media terbesar di Amerika Serikat berhasil mengajukan sebuah undang-undang baru untuk meningkatkan dominasi korporat mereka dan menghilangkan undang-undang atau peraturan yang membatasi kawalan atas media. Misalnya, undang-undang Telekomunikasi tahun 1996. Kondisi ini tidak jauh berbeda dengan yang berlaku di Indonesia. Di Indonesia, perusahaan besar tersebut antara lain; kumpulan Kompas Gramedia (Gramedia Group), Kelompok Jawa Pos (Jawa Pos Group) kumpulan Media Indonesia (Media Indonesia Group), Kelompok Multimedia Nusantara Corp (MNC Group), dan lain sebagainya. (Chesney, 1998)

3. Sistem Media

Menurut Athey (1982) sistem adalah satu set komponen atau bagian-bagian yang boleh dilihat sebagai kerjasama bagi mencapai tujuan secara keseluruhan. Dalam konteks ini, menurut Cleland dan King (1972), satu-satu sistem itu mampu menunjukkan struktur dan bagian-bagian (subsistem) yang di dalamnya terdapat bagian-bagian kecil (sub-subsistem) yang menjelaskan keseluruhan sistem. Selain daripada itu, sistem mempunyai sifat-sifat yang berkomponen, saling berkaitan dan bergantung, serta menunjukkan satu struktur, yang seterusnya membentuk satu set sistem keseluruhan, dan ia juga mempunyai had yang membedakan satu-satu sistem itu dengan lingkungannya (Asiah Sarji 1996). Bagi maksud kajian ini, sistem ditakrifkan sebagai bagian-bagian utama dan bagian-bagian kecil yang wujud di dalam struktur pengelolaan dan rancangan pembangunan



media era reformasi 1998-2010 dan proses ini saling berhubungan dan bergantung antara satu dengan yang lain.

Struktur bagian dan proses saling hubungan, justru hal inilah yang membentuk satu set sistem keseluruhan pembangunan media juga termasuk dalam analisis kajian ini. Perbincangan mengenai sistem media tidak boleh terlepas dari bentuk-bentuk sistem yang lebih besar. Sistem media merupakan bahagian atau subsistem dari sistem komunikasi. Sedangkan komunikasi itu sendiri merupakan subsistem dari sistem sosial. Oleh karena itu, untuk mengetahui sistem media di sesuatu negara, perlu difahami lebih dahulu bentuk sistem sosial dan pemerintahan, tempat sistem media itu berada dan berfungsi (Rachmadi: 1990).

Menurut Onong (2000), media adalah lembaga sosial atau lembaga kemasyarakatan yang merupakan subsistem dari sistem pemerintahan di negara di mana ia beroperasi, bersama-sama dengan subsistem lainnya. Lebih lanjut Onong mengatakan ditinjau dari sudut sistem, media bersifat dinamik. Dalam konteks ini media tidak bebas dari pengaruh lingkungan, tetapi di pihak lain media juga mempengaruhi lingkungan. Justru sifat dinamis ini, media cenderung untuk mempunyai kualiti penyesuaian yang berarti ia akan menyesuaikan diri kepada perubahan dalam lingkungan demi kelangsungan hidupnya. Apabila media tidak mampu menyesuaikan diri kepada perubahan pada situasi lingkungannya, maka ia akan mati karena dimatikan, ditarik balik permit terbit atau diharamkan penerbitan, atau mati karena tidak disukai pembaca. Sedangkan menurut Max Weber telah menyebut media sebagai lembaga sosial yang memiliki sifat-sifat kelembagaan (*institutional karakter*) (Anom, 2001)

Dalam konteks ini sistem media yang dimaksud pada dasarnya tidak berbeda dengan kehidupan media massa yang mencakup bermacam-macam kegiatan yang berkaitan dengan pemilikan media, kontrol media, politik media dan hubungan media dengan masyarakat serta pemerintah. Media harus kebebasan dan tanggung jawab dalam menyiarkan pendapat dan fakta yang berlaku dalam masyarakat. Perkembangan dan pertumbuhan media di sesuatu negara dipengaruhi oleh sistem politik pemerintah di mana media itu beroperasi, begitu juga sistem media di era reformasi (Anom, 2001)



Perbincangan mengenai sistem media tidak boleh dipisahkan dari bentuk-bentuk sistem yang lebih besar. Sistem media merupakan sebahagian dari pada sistem komunikasi, sedangkan komunikasi itu sendiri merupakan subsistem dari sistem sosial. Oleh karena itu, untuk mengetahui sistem media di suatu negara, harus difahami terlebih dahulu bentuk sistem sosial dan pemerintahan, tempat sistem media itu berada dan berfungsi. (Anom, 2001)

4. Ekonomi Politik Media

Pendekatan politik ekonomi media berpendapat bahawa kandungan media lebih ditentukan oleh kekuatan-kekuatan ekonomi dan politik di luar pengelolaan media. Faktor seperti pemilik media, modal, dan pendapatan media dianggap lebih menentukan bagaimana wujud kandungan media. Faktor-faktor inilah yang menentukan peristiwa apa saja yang boleh atau tidak boleh ditampilkan dalam pemberitaan, serta ke mana kecenderungan pemberitaan sebuah media hendak ditujukan (Sudibyo, 2001:2). Dalam pendekatan politik ekonomi media, kepemilikan media (*media ownership*) mempunyai erti penting untuk melihat peranan, ideologi, kandungan media dan efek yang ditimbulkan media kepada masyarakat.

Pendekatan yang dipakai dalam penyelidikan ini adalah teori ekonomi politik media, suatu teori yang meletakkan media sebagai bahagian yang tidak terpisahkan dalam proses ekonomi, politik dan sosial masyarakat. Cara melihat seperti ini menghindari terjadinya pengurangan dan penyederhanaan yang menyempitkan skop pembahasaan keberadaan institusi media massa. Di sebaliknya, ia menempatkan media dalam kerangka teori yang lebih luas (dalam Mosco, 1996)

Teori ekonomi politik media mengemukakan sebuah pendekatan yang memusatkan perhatian lebih banyak pada struktur ekonomi dari pada kandungan ideologis media. Teori ini mengemukakan ketergantungan ideologi pada kekuatan ekonomi dan mengarahkan perhatian penyelidikan pada analisis bandingan terhadap struktur pemilikan dan mekanisme kerja kekuatan pasar media (dalam Mosco, 1996)

Ekonomi politik media menumpukan perhatian pada hubungan antara kuasa sosial yang berpengaruh dan elit politik media. Teori ini merupakan kritikal terhadap pertumbuhan pengswastaaan media di Eropah dan peningkatan pemusatan pemilikan media di dunia (Murdock, 1989). Teori ekonomi politik media mempelajari kawalan



lembaga dan institusi media kemudian menjelaskan bagaimana akibat tersebut terhadap kawalan institusi sosial termasuk media massa.

Menurut Garnham (dalam McQuail, 1994), institusi media harus dinilai sebagai bahagian dari sistem ekonomi yang juga bertalian erat dengan sistem politik. Kualiti pengetahuan tentang masyarakat, yang diproduksi oleh media untuk masyarakat, sebahagian besar dapat ditentukan oleh nilai tukar pelbagai ragam kandungan dalam iklim yang memaksakan perluasan pasar, dan juga ditentukan oleh kepentingan ekonomi para pemilik dan penentu polisi.

Namun demikian, Golding dan Murdock mengemukakan bahawa dalam ekonomi politik media unsur pertama yang diperhatikan adalah tentang modal (dalam Mosco, 1996). Alasan yang paling rasional untuk menjelaskan ialah, bahawa pekerjaan sehari-hari suatu media massa dimulai dari produksi hingga pendedaran dan berlangsung kerana terdapat unsur perniagaan yang berasaskannya.

Modal merupakan titik mula untuk satu komunikasi ekonomi politik, yang secara khas diertikan sebagai pengakuan bahawa media massa adalah industri pertama dan terpenting dan organisasi komersial yang memproduksi dan mengedarkan komoditi (Golding dan Murdock, 1974). Pendapat ini kemudian dihuraikan Garnham (1979) bahawa media massa sebagai yang utama wujud ekonomi dengan dua perkara: pertama, sebagai satu peranan ekonomi langsung yang menciptakan nilai lebih melalui produksi komoditi; dan kedua, sebagai penukar yang berperanan tidak langsung melalui iklan dalam menciptakan nilai lebih (*surplus value*) dengan sektor-sektor produksi komoditi lainnya (dalam Mosco, 1996)

Analisa ekonomi politik media memperhatikan perluasan “dominasi” perusahaan media, baik melalui peningkatan kuantitas dan kualitas produksi budaya yang langsung dilindungi oleh pemilik modal. Tentu saja, perpanjangan dominasi media dikawal melalui dominasi produksi kandungan media yang sejalan dengan keinginan pemilik modal. Proses komodifikasi media massa memperlihatkan dominasi peranan kekuatan pasar.

Dalam huraian di atas, maka tidak mengherankan apabila peranan media di sini justeru menjadi alat pengesahan kepentingan kelas yang memiliki dan mengawal media melalui produksi kesedaran dan laporan palsu tentang realitas objektif yang sudah bias kerana dibentuk oleh kumpulan kepentingan baik secara politik mahupun



ekonomi. Perjuangan kelas biasanya diasaskan pada antagonisme ekonomipolitik media. Posisi dan peranan media adalah menutupi dan merepresentasi secara bias dan manipulatif antagonisme tersebut. Ideologi dimanfaatkan untuk menghapuskan perjuangan kelas. Kawal atas kelas dibuktikan dengan mencocokkan ideologi yang tersirat dalam mesej media dengan kepentingan kelas yang dominan (dalam Curran dan Gurevitch: 1991)

Perspektif ekonomi politik media juga menganalisa secara penuh pada campur tangan publik sebagai proses legitimasi melalui ketidaksetujuan publik atas bentuk-bentuk yang harus diambil kerana adanya usaha kaum kapitalis mempersempit ruang wacana publik dan representasi. Dalam konteks ini dapat juga disebut adanya distorsi dan ketidakseimbangan antara masyarakat, pasar dan sistem yang ada. (dalam Curran dan Gurevitch: 1991)

5. Struktur Kepemilikan Media

Dalam ekonomi politik media, kepemilikan media (*media ownership*) mempunyai erti penting untuk melihat peranan, ideologi, kandungan media dan efek yang ditimbulkan media kepada masyarakat. Menurut Giddens, dalam Werner Meier, para pemilik media merupakan pihak yang kuat yang belum dapat dikalahkan dalam demokrasi. Golding dan Murdock melihat adanya hubungan erat antara pemilik media dengankontrolmedia sebagai sebuah hubungan tidak langsung. Bahkan pemilik media, menurut Meier, dapat memainkan peranan yang signifikan dalam melakukan sesuatu keadaan yang sah terhadap ketidaksetaraan pendapatan (*wealth*), kekuasaan (*power*) dan *privilege* (Garnham, 2009)

Sejak abad ke 20, kepentingan kapital telah menentukan arah tumbuhnya media. Pemilik media adalah para “*businessman*”; mereka merupakan pemilik modal yang menubuhkan usaha media dan berupaya untuk mencari keuntungan ekonomi melalui usahanya itu. Struktur organisasi media menjadi berhubungan kait dengan sistem ekonomi kapitalis yang membawa tujuan perniagaan bersaing dari pemilik industri media. Setiap pemilik media menghitung keuntungan yang dikeluarkan dari setiap kerja pemberitaannya. Maka, bentuk-bentuk pemberitaanpun dipilih dengan menggunakan asumsi kajian pasar. Dalam menjalankan usahanya, media atau pemilik media bersinggungan dengan kekuasaan. Para pemilik media sering ditemukan sebagai elit-elitperniagaan industri yang berhubungan erat dengan para



elit pemegang kekuasaan. Perniagaan mereka sering berhubung kait dengan kebijakan elit kekuasaan.

Sudut pandang yang dapat digunakan untuk melihat peranan pemilik media dari aspek ekonomi politik terhadap media massa dengan menggunakan pandangan dari teori ekonomi politik media. Teori Ekonomi politik media merupakan sebuah teori yang bermula dari paham kritikal yang muncul sebagai respon terhadap impak kapitalisme.

Ekonomi politik media secara umum digunakan untuk menggambarkan hubungan antara sistem ekonomi, sistem politik dan sistem komunikasi dalam struktur kapitalisme global. Teori ini fokus pada hubungan antara struktur ekonomi, dinamika industri media, dan ideologi media (yang pada akhirnya tergambar dalam kandungan media tersebut). Media massa adalah salah satu bahagian dalam sistem ekonomi dan sistem politik. Teori ini menjelaskan bahwa pasar dan ideologi memiliki pengaruh besar dalam penentuan kandungan media. Perbezaan kandungan media antara satu dengan yang lainnya bergantung pada kepemilikan dan modal yang dimiliki (dalam Curran dan Gurevitch: 1991)

6. Politik Media

Zaller menjelaskan, politik media melihat peranan media dalam menentukan sistem politik yang dibawa oleh ahli politik, wartawan dan rakyat massa (Zaller, 1999). Politik media merupakan keseluruhan polisi yang melibatkan unsur-unsur dari sistem politik seperti parti politik, parlimen dan pemerintah, yang langsung atau pun tidak langsung mempengaruhi produksi, distribusi dan pelanggan, kandungan informasi dalam masyarakat. Otfried Jarren membedakan politik media langsung dan politik media tidak langsung. Politik media langsung adalah kebijakan media berhubung kait dengan keseluruhan struktur media ataupun organisasi media massa, sedangkan politik media tidak langsung adalah berhubung kait dengan kebijakan pajak (untuk media siar), peraturan pajak untuk media dan sebagainya. (Patrick Donges dan Manuel Papis, 2003)

Terdapat 3 (tiga) pelaku dalam politik media, ialah ahli politik, wartawan, dan rakyat massa. Bagi ahli politik, matlamat dari politik media adalah dapat menggunakan komuniti massa untuk menggerakkan sokongan publik yang



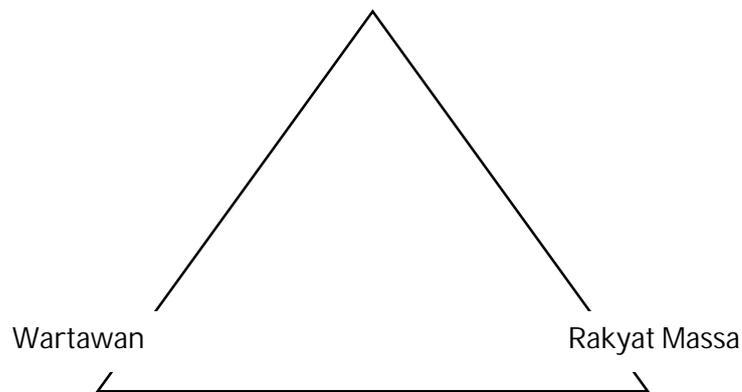
mereka perlukan untuk memenangkan pilihan raya dan memainkan program mereka ketika duduk dibilik kerja. Bagi wartawan, matlamat politik media adalah untuk membuat tulisan yang menarik perhatian banyak orang dan menekankan apa yang disebutnya dengan “suara yang independen dan signifikan dari para wartawan”. Bagi masyarakat, tujuannya adalah untuk keperluan mengawal politik dan menjaga ahli politik agar tetap mempunyai kualiti. (Zaller, 1999)

Politik media melihat konflik segitiga antara ahli politik, wartawan dan rakyat massa untuk menggerakkan sokongan publik. Sementara wartawan, tidak ingin menjadi tangan kanan pihak lain. Wartawan sama sekali tidak ingin membantu ahli politik untuk menerbitkan berita mereka kepada rakyat massa (publik).

Ahli politik menghendaki para wartawan untuk bertindak sebagai pembawa berita politik dari ahli politik. Sementara wartawan tidak ingin berpihak; mereka lebih berharap untuk boleh membuat memberikan aktiviti untuk berita, dimana mereka dengan menggunakan liputan berita terkini, penyelidikan, dan analisis berita yang sangat tidak disukai oleh ahli politik. Jika wartawan selalu sahaja meliput berita yang dikehendaki ahli politik, atau hanya meliput berita politik yang sesuai dengan keinginan pembaca, maka wartawan tidak akan menjalankan profesionalitinya. Kepentingan yang telah melekat pada ahli politik untuk mengawal muatan berita politik, berpadu dengan kepentingan wartawan untuk menyumbang berita yang independen. Konflik yang berlaku antara ahli politik dan wartawan akan menciptakan konflik yang cukup besar (Patterson, 1993)

Bagan Politik Media (Zaller, 1999)





Politik media adalah sebagai produk dari perilaku yang tujuan (*goal-oriented behaviour*) dari aktor-aktor utama dalam sistem politik, yaitu ahli politik, wartawan, dan rakyat massa. Fakta bahawa matlamat dari para aktor tersebut, seperti berhubung kait, sering menghasilkan konflik politik diantara ahli politik dengan wartawan, antara wartawan dengan rakyat massa dan antara rakyat massa dengan ahli politik. Adapun konflik kepentingan politik media yang dilakukan oleh aktor-aktor utama adanya konflik segitiga antara ahli politik, wartawan dan rakyat massa. Politik media berhubung kait dengan media massa sebagai arena yang di dalamnya bertemu pelbagai kepentingan aktor baik ekonomi mahupun politik (Zaller, 1999)

E. KESIMPULAN

Berasaskan pada teori Downs, teori politik media mengambil faham pilihan rasional yang bersifat bebas terhadap subyeknya. Teori politik media yang dikembangkan Zaller merupakan perluasan dari kajian Anthony Downs, *An Economic Theory of Democracy*. Pada tahun 1957, Downs mendapat temuan tentang proses politik dari parti bersaing untuk memperebutkan sokongan pemilih rasional. Temuan kajian Downs benar - benar dapat menjelaskan pelbagai bentuk yang paling penting dalam politik demokrasi umumnya. Namun teori Downs hampir tidak menyebutkan wartawan dan tidak memberi peranan pada wartawan yang independen dalam politik. Dalam kajian yang dilakukan, Zaller merumuskan tentang peranan teoretis dari wartawan dalam sistem demokrasi. Secara khas, Zaller berpendapat bahawa ahli politik yang tengah memperluas ruang gerak dan pengaruhnya untuk



berkomunikasi dengan pemilih (voters), paling tidak dalam beberapa masa melalui profesionaliti wartawan yang memiliki kepentingan untuk memberikan suara dan peranan kepada para pembaca. (Zaller, 1999)

Oleh karena itu, teori Downs dan teori perluasan Zaller ini berakar pada kekuatan politik asas, maka sangatlah masuk akal untuk meyakini bahawa teori Zaller tentang politik media dapat menjelaskan berita politik tidak hanya di Amerika Syarikat. Secara am, termasuk pilihan raya presiden, melainkan juga di Indonesia.

F. DAFTAR PUSTAKA

Akhmadi, Heri (1997)*Ilusi Sebuah Kekuasaan*. Jakarta: ISAI.

Ali, Noval(1999). *Perdaban Komunikasi Politik : Potret Manusia Indonesia*. Bandung:PT Remaja Rosdakarya.

Anom Erman. (2006). *Dasar dan sistem akhbar dalam era kepimpinan Soeharto 1966-1998*. Tesis Doktor Falsafah. Universiti Kebangsaan Malaysia, Bangi.

AnuarMustafa K. (1990) The Malaysian 1990 General Election: The Role of The BN Mass Media. *Kajian Malaysia* 8 (2): 82-102.

Ardianto, Elvinaro & Erdinaya, Lukiati Komala(2004). *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*. Simbiosis Rekatama: Bandung.

Arifin, Anwar (1992)*Komunikasi Politik dan Pers Pancasila : Suatu Kajian mengenai Pers Pancasila*. Jakarta : Yayasan Media Sejahtera.

Asiah Sarji. (1996) *Pengaruh persekitaran politik dan sosio budaya sistem penyiaran Malaysia dalam perkembangan penyiaran radio di Malaya dari tahun 1920-1959*. Tesis Doktor Falsafah. Universiti Kebangsaan Malaysia, Bangi.

Bungin, Burhan(2006)*Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Kencana Media Group: Jakarta.

Chesney, Robert Mc (1998) *Konglomerasi Media Massa dan Ancaman Terhadap Demokrasi*, Andi Achdian (terj), Jakarta : hlm.29.

Curran, James, (2000)*Rethinking Media and Democracy*,Oxford University Press, New York.

Curran, James., & Gurevitch, Michel., (2000)*Mass Media and Society*, Third Edition, (London: Arnold Co., 2000).

_____, (1991) *Mass Media and Society*, Edward Arnold, London,

Downing, John, Ali Mohammadi & Annabele Srebery-Mohammadi (1990) (Eds.), *Questioning The Media: A Critical Introdustion*, Sage Publication, Newbury Park, California,

Eriyanto (2001) *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*, LkiS, Yogyakarta,

Fiske, John, *Introductions to Communication Studies*, Routledge, London, 1990.



- Gans, Herbert J., 2003, *Democracy and The News*, Oxford University Press.
- Garnham, N., *Contribution to a Political Economy of Mass Communication, Media, Culture and Society* 1(2): 123.
- Golding, Peter dan Graham Murdock, eds (1997), *The Political Economy of the Media Volume I*. Brookfield: Edward Elgar Publishing Co
- _____, 2000., *Culture, Communications and Political*
- Gomez, E.T. (1994). *Political Business: Corporate Involvement of Malaysian Political Parties*. Australia: James Cook University of North Queensland.
- _____. (2004) *Politics of the media business: The press under Mahathir*. In *Reflections: The Mahathir years*, edited by Bridget Welsh, 475-85. Washington DC: Johns Hopkins University.
- Gulo, W(2002). *Metodologi Penelitian*. Gramedia Widiasana Indonesia: Jakarta.
- Hall, S., *The Rediscovery of Ideology: Return of the Repressed in Media Studies*, dalam M. Gurevitch dkk., *Culture, Society and Media*, London: Metheun, 1975, hlm. 56-90.
- Hall, Stuart (1997) (Ed.), *Representation: Cultural Representations dan Signifying Practices*, Sage Publications, London.
- Hasan, Erliana (2005). *Komunikasi Pemerintahan*. Rafika Aditama: Bandung.
- Hermin Indah Wahyuni (2007), *Politik Media dan Transisi Politik dari Kontrol Negara menuju Self Regulation Mekanism*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 4 N0. 1
- Hidayat, Dedy. N(2001) *Pengantar*, dalam Agus Sudibyoy, *Politik Media dan Pertarungan Wacana*, Yogyakarta: LKiS
- _____, 2000, *Pers dalam Revolusi Mei: Runtuhnya Sebuah Hegemoni*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Kencana, Syaifi Inu (2006) *Sistem Politik Indonesia*, refika aditama, Bandung.
- Koike, Makato, *Globalizing Media and Local Society in Indonesia*, makalah dalam workshop 1314 September 2002 (Leiden, Nederland, dalam IAS News, 2002
- Krishna Sen, dan David T. Hill. (2001) *Media, Budaya, dan Politik di Indonesia*. Jakarta: ISAI.
- Kriyantono, Rachmat (2006) *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana Predana Media Group.
- Latif, Yudi dan Idi Subandi Ibrahim, (1996) *Bahasa dan Kekuasaan: Politik Wacana di Panggung Orde Baru*, Mizan, Bandung.
- Littlejohn, Stephen W., *Theories of Human Communication*, Wardsworth, Belmont, California, 1996.
- Marzuki. (2002) *Metodologi Riset*. Prasetya Widy Pratama: Yogyakarta.
- Martin L John dan Chaudhary Anju Grover (1983), *Comparative Media Systems*, Harvester Wheatsheaf, New York
- McCargo, Duncan, *Media and Democratic Transitions in Southeast Asia*, makalah untuk diskusi panel tentang 'Democracy in the Third World: What Should be Done? ECPR Joint Sessions, Mannheim 26-31 March 1999.
- McChesney, R. (2008). *The political economy of media: Enduring issues, emerging dilemmas* . Jakarta: Monthly Review Press.
- McQuail, Denis & Sven Windahl (1993) *Communication Models For The Study of Mass Communications*, Longman, London.



- McQuil, Denis, *Teori Komunikasi Massa*, Agus Dharma (terj.), Jakarta: Erlangga, 1987, hlm.40.
- Michael Gurevitch, *Mass Media And Society*, Third Edition, Arnold London and Oxford University Press, New York.
- Moleong, Lexy J. (2005) *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya: Bandung.
- Moore, H. Frazier. (2004) *Humas: Membangun Citra dengan Komunikasi*. Remaja Rosdakarya: Bandung.
- Mosco, Vincent (1996) *The Political Economy of Communication: Rethinking and Renewal*, Sage, London.
- McQuail, D.T (1983) *Mass communication theory: an introduction*. London: Sage Publications.
- Muhammad, Arni. (2005) *Komunikasi Organisasi*. Bumi Aksara: Jakarta
- Muis, Abdul. (2000) *Titian Jalan Demokrasi : Peranan Kebebasan Pers untuk Budaya Komunikasi Politik*. Jakarta: PT Kompas Media Nusantara..
- Narbuko, Cholid dkk (2005) *Metodologi Penelitian*. Bumi Aksara: Jakarta.
- Onong Effendi, Uchjana (1993) *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Pharr and Ellis S. Krauss (eds.), *Media and politics in Japa* (Honolulu: University of Hawaii Press, 1996).
- Rahayu, Analisis Dampak Pergeseran Karakteristik Industri Pers pada Strategi Syarikat dan Pembangunan Sumber Daya Manusia, dalam *Jurnal Komunikasi*, Vol.V/Oktobre 2000, hlm.38.
- Rakhmat, Jalaludin (2004) *Metode Penelitian Komunikasi*. Remaja Rosdakarya: Bandung.
- Safar Mohd, Hasim (1996). *Akhbar dan kuasa: Perkembangan sistem akhbar di Malaysia sejak 1806* The press and power: The development of the press system in Malaysia since 1806. Kuala Lumpur: Universiti Malaya Press.
- Schram, Wilbur dan Peterson. (1986) *Empat Teori Pers*. Jakarta: PT. Intermedia
- Severin, Werner J. dan James W. Tankard, JR. (2005) *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di dalam Media Massa*, Edisi 5. Jakarta: Prenada Media.
- Shafer, R.J.(1974). *A guide to historical method*. Illinois: The Dorsey Press.
- Shoemaker, Pamela J. & Stephen D. Reese (1996) *Mediating The Message: Theories of Influences on Mass Media Content*, Longman.
- Siti Aminah (2005), *Politik Media, Demokrasi dan Media Politik*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol 3 No. 2 hal 34-37
- Smythe, Dallas, *Communication: Blindspot of Western Marxism*, *Canadian Journal of Political and Social Theory*, Volume 1, Number 3, 1977, hlm.1. [3] Op.cit, hlm.63.
- Storey, John (ed.), *Cultural Theory and Popular Culture*, Harvester Wheatsheaf, New York, 1994
- Sugiyono. (2002) *Memahami Penelitian Kualitatif*. Swakarya: Jakarta.
- Susi Sakti (2010), *Konglomerasi Media Massa sebagai Ajang Hegemoni Pembentukan Opini Publik*. Remaja Rosda Karya



- Suwirta Andi, (2008) *Dinamika Kehidupan Pers di Indonesia pada Tahun 1950-1965: antara Kebebasan dan tanggung Jawab Nasional*. Jurnal Sosiohumanika Vol 1(2)
- Wang, Lay Kim (1998)*Malaysia: Ownership as Control*. *Development Dialogue* 2: 61-83.
- Whyte, Martin King. (1992)*Urban China : A Civil Society*. dalam Arthur Rosenbaum. *State and Society in China*. Colorado : Westview Press Publisher.
- Williams, R. (1973)*Base and Superstructure*, New Left Review,
- Wiryanto. (2004)*Pengantar Ilmu Komunikasi*. Gramedia Widiasarana Indonesia: Jakarta.
- Zaharom Nain (1994). '*Commercialization And Control In A 'Caring Society': Malaysian Media 'Towards 2020'*'. SOJOURN. Vol. 9, No. 2: 178199.
- Zaller John (1999), *A Theory of Media Politics: How The Interests of politicians, Journalists and Citizen Shape The News, Paper*. University of Michigan

