

JURNALISME PARTISAN DALAM PUSARAN KEPENTINGAN EKONOMI POLITIK MEDIA

Oleh : **Abdul Halik**

Jurusan Ilmu Komunikasi dan Program Pascasarjana

UIN Alauddin Makassar

Email : kacomandar@yahoo.co.id

Abstrak

Sistem demokrasi membuka iklim keterbukaan informasi. Publik membutuhkan akses informasi yang memadai, tidak saja dari sisi jangkauannya, tetapi juga dari aspek keberimbangan konten. Praktik jurnalisme sebagai perwujudan dari penggunaan ruang publik terjebak dalam lingkaran kepentingan ekonomi politik media. Produksi teks media tidak mampu merefleksikan realitas sosial secara objektif. Media dengan jurnalismenya justru menjadi bagian dari sarana dominasi. Wartawan berada dalam tekanan lembaga media untuk merelevankan teks yang diproduksinya dengan kekuatan yang melingkupinya (konteks). Fenomena jurnalisme partisan mengindikasikan kesulitan yang dihadapi lembaga media dalam mewujudkan operasi media yang lebih profesional dan berkepentingan sosial (out-ward looking).

Kata Kunci: ekonomi politik media, jurnalisme partisan, kebebasan media

A. Kebebasan Media: Antara Tuntutan dan Kebutuhan

Media massa menyediakan berbagai informasi yang dibutuhkan publik. Kebutuhan publik akan informasi yang benar dan bebas dapat terpenuhi oleh layanan konten media. Informasi media menjadi salah satu sumber utama pengetahuan publik untuk mengetahui lingkungan. Informasi tersebut juga dipandang sebagai faktor utama dalam pembentukan opini publik. Pembentukan opini publik berdasarkan referensi dari media massa memerlukan arena atau ruang publik (*public sphere*) yang bebas tekanan atau infiltrasi dari kelompok manapun. Publik membutuhkan jaminan kebebasan dalam memperoleh informasi yang dibutuhkannya. Di samping itu, publik juga menuntut kebebasan untuk menyampaikan gagasan, pandangan, penilaian, atau kritik terhadap realitas sosial-politik yang dihadapinya. Tuntutan dan kebutuhan tersebut difasilitasi dan dilayani oleh elit politik melalui kebijakan publik. Kebebasan media merupakan kondisi positif dan produktif untuk lalu lintas informasi dan artikulasi kepentingan di antara elit dan publik.

Media massa sebagai saluran penting dalam ruang publik politis perlu memperoleh kebebasan yang memadai untuk dimanfaatkan secara maksimal dan produktif, baik oleh sistem politik maupun publik. Perkembangan lebih menonjol tampak pada penggunaan ruang publik politis oleh berbagai elemen masyarakat yang dapat memengaruhi secara nyata dalam proses perumusan, pemberlakuan atau penolakan kebijakan publik tertentu.

Pemberitaan media massa yang cukup intensif terhadap isu-isu politik memicu perhatian dan tanggapan publik. Reaksi dan tekanan publik terhadap penguasa untuk penyelesaian isu-isu tertentu disampaikan dalam berbagai cara. Keterlibatan publik dalam upaya penyelesaian isu-isu tersebut dimungkinkan antara lain oleh pemberitaan media yang cukup gencar dan terbukanya ruang publik yang memadai untuk terciptanya proses komunikasi politik yang seimbang (Habermas, 2007: 310).

Menurut Habermas, ruang publik yang menempatkan media sebagai salah satu bagian dari sarana “ruang bersama” diharapkan mampu melepaskan diri secara sadar dari kekuatan hegemonik yang melingkupinya. Jika ruang publik justru didominasi antara lain oleh media yang diorientasikan pada pencerahan dan emansipasi, maka media telah menunjukkan eksistensi kritisnya. Kenyataannya, posisi media yang demikian kuat secara hegemonik tampaknya terlalu sulit untuk diarahkan pada orientasi pencerahan dan pembebasan masyarakat, seperti yang

ditujukan teori kritis. Kepentingan ideologis media terkadang justru terbungkus oleh komodifikasi isi yang demikian lembut tetapi *powerfull*.

Modal kebebasan media hendaknya dimanfaatkan secara produktif oleh media dan wartawan. Menurut Oetama, perlunya kebebasan media agar rakyat sebagai pemegang kedaulatan tertinggi mempunyai informasi yang aktual dan memadai. Hal ini dimaksudkan agar media dapat mengontrol kekuasaan dan meminta tanggung jawab atas penyelenggaraannya. Di samping itu, dengan kebebasan media dimungkinkan proses edukasi serta pencerahan yang cerdas bagi seluruh masyarakat (Oetama, 2001: 142).

Kebebasan pers memerlukan persyaratan tertentu agar tidak berakibat munculnya kekacauan sosial. Kriteria yang dimasud di satu sisi pada diri wartawan sebagai praktisi media yang utama. Dibutuhkan kesadaran diri wartawan sebagai “pendidik” dalam proses pendidikan politik warga (Ishak, 2014: 19). Wartawan dituntut menyadari segala kemungkinan konsekuensi yang dapat ditimbulkan oleh publikasi produk berita media. Di sisi lain, menghadapi era kebebasan media dibutuhkan masyarakat yang lebih kritis dalam bersikap dan tidak mudah dipengaruhi berita media (Ishak, 2014: 19). Filter khalayak dalam mengkonsumsi konten media perlu diperkuat agar nilai informasi yang diperoleh dan digunakannya dapat bermakna secara maksimal dan produktif bagi kehidupannya secara personal dan lingkungan sosialnya.

Sifat informasional konten media cenderung dikalahkan oleh sifat persuasif. Media massa cenderung didominasi oleh konten yang orientasinya terutama untuk kepentingan sumber komunikasi, bukan kepentingan sasaran atau khalayak. Kemampuan media dalam menarik perhatian khalayak memungkinkan lembaga media menjalankan misi dan kepentingannya secara sepihak. Kepentingan paling utama dari lembaga media adalah komersial. Dengan demikian, keuntungan yang diperoleh khalayak dari transaksi konsumsi media, termasuk produk jurnalistik, secara esensial cenderung hanya dinikmati institusi media massa. Khalayak hanya memperoleh manfaat yang bersifat sesaat dan relatif kurang produktif. Hubungan transaksional antara khalayak dan media tersebut menunjukkan relasi yang tidak seimbang.

Ketika orientasi konten media seperti produk jurnalistik lebih dominan sebagai komoditas ekonomi dibandingkan dengan orientasi edukasi, maka khalayak atau publik dengan sendirinya terlibat dalam transaksi ekonomi dengan media. Khalayak bukannya sedang menjalankan aktivitas untuk penguatan dimensi sosial dan kemanusiaan mereka, tetapi justru terjebak dalam transaksi ekonomi yang justru cenderung tidak disadarinya. Jebakan persuasi selalu tampil

dengan kode dan simbol yang memanipulasi kebutuhan menjadi keinginan, mendorong masyarakat justru menjadi semakin konsumtif, pasif, dan apatis.

Logika yang sama juga ditunjukkan relasi media dan khalayak dalam persuasi politik. Media massa menerjemahkan kepentingan figur dan partai politik untuk memperoleh dukungan publik atau khalayak. Dukungan tersebut dimaksudkan untuk mendapatkan posisi kekuasaan tertentu atau keinginan mempertahankannya. Para politisi memanfaatkan media massa sebagai sarana mengubah kebutuhan publik akan figur atau partai politik yang lebih baik dan produktif bagi kemajuan bangsa, menjadi keinginan publik yang disesaki dengan gencarnya informasi persuasif politik. Publik atau masyarakat menjadi tidak sadar akan apa yang mereka lakukan dalam konteks pilihan politik terutama oleh buaian pesan-pesan kampanye melalui media massa. Pada level ini, media seharusnya ikut bertanggung jawab atas rekrutmen posisi jabatan politik. Bahkan gejala ini berlanjut pada pemanfaatan media untuk memengaruhi publik dalam hal persetujuannya terhadap kebijakan publik yang dirumuskan oleh elit penguasa.

B. Performa Media dan Kepentingan Ekonomi Politik

Relasi ekonomi dan politik dalam operasi media menganalisis posisi media di tengah pergulatan kepentingan dan ideologi dalam konteks kepemilikan (ekonomi) dan kekuasaan (politik). Vincent Mosco mengemukakan tiga konsep penting menjelaskan relasi ekonomi politik media, yakni: komodifikasi (*commodification*), spasialisasi (*spatialization*) dan strukturasi (*structuration*). (Mosco, 1996: 139). Komodifikasi berhubungan dengan bagaimana proses transformasi barang dan jasa beserta nilai gunanya menjadi suatu komoditas yang mempunyai nilai tukar di pasar. Wartawan dan pekerja media lainnya memproduksi dan mendistribusikan konten media ke konsumen.

Spasialisasi berkaitan dengan sejauh mana media mampu menyajikan produknya bagi khalayak dalam batasan ruang dan waktu. Struktur kelembagaan media berperan dalam pemenuhan jaringan dan kecepatan penyampaian produk media di hadapan khalayak. Spasialisasi berkaitan dengan bentuk lembaga media, apakah berbentuk korporasi yang berskala besar atau sebaliknya, apakah berjaringan atau tidak, apakah bersifat monopoli atau oligopoli, konglomerasi atau tidak. Lembaga-lembaga ini diatur secara politis untuk menghindari terjadinya kepemilikan yang sangat besar dan menyebabkan terjadinya monopoli produk media. Karena itu dibutuhkan *diversity of content* agar tidak ada dominasi muatan pesan tertentu yang

dikonsumsi publik. Hal ini dapat terwujud jika terjadi *diversity of ownership*, agar kepemilikan media tidak hanya dikuasai oleh elit kapitalis yang berbasis di pusat politik.

Strukturasi berkaitan dengan relasi ide antaragen masyarakat, proses sosial dan praktik sosial dalam analisis struktur. Strukturasi adalah proses dimana struktur sosial saling ditegakkan oleh para agen sosial, dan bahkan masing-masing bagian dari struktur mampu bertindak melayani bagian yang lain. Strukturasi memproduksi serangkaian hubungan sosial dan proses kekuasaan diorganisasikan di antara kelas, gender, ras dan gerakan sosial yang masing-masing berhubungan satu sama lain.

Golding dan Murdock lebih menitikberatkan kajian ekonomi politik media dari perspektif kritis. Bagi mereka, media seharusnya dilihat secara lebih holistik, karena produksi, distribusi, dan konsumsi media berada dalam sebuah lingkungan sosial, ekonomi, dan politik yang strukturnya saling memengaruhi. Terdapat kemungkinan berperan dalam mendominasi isi pesan dan melegitimasi kelas dominan. Pemilik modal bisa mengambil keuntungan atas preferensinya terhadap komodifikasi produk media.

Fokus pendekatan ekonomi politik media pada kajian utama tentang hubungan antara: (1) Struktur ekonomi-politik, (2) Dinamika media, dan (3) Ideologi media. Penelitian ekonomi politik diarahkan untuk mengkaji objek tentang: (1) Kepemilikan media, (2) Kontrol media, dan (3) Pasar media. Produksi media dalam pendekatan ekonomi politik ditentukan oleh nilai isi media yang beragam di bawah kondisi tekanan: (1) Ekspansi pasar, (2) Kepentingan ekonomi-politik pemilik modal, dan (3) Pembuat kebijakan media.

Perhatian utama media adalah pada keuntungan. Media secara kreatif menghiasi produknya dengan pernik-pernik idealisme kemanusiaan. Manajemen media menyadari bahwa institusi media hanya dapat memperoleh keuntungan yang diprioritaskannya jika memiliki pengaruh. Obsesi media dengan demikian pada pengaruh dan pembentukan citra. Pencitraan mendiskualifikasi kategori kebenaran sehingga tidak lagi bisa dibedakan antara realitas, representasi, simulasi, kepalsuan, dan hiperrealitas. Simulasi seakan nyata, sementara realitas justru berlalu begitu saja, seakan hanya representasi atau simulasi. Pencitraan justru menjadi jualan utama media yang lebih berorientasi kepentingan daripada objek faktual. Cara media menerjemahkan ideologi tampak pada produksi teks yang menghasilkan diskursus publik. Diskursus tersebut diarahkan dan dikendaikan menurut orientasi yang telah ditentukan oleh media.

Media massa tidak bisa dilepaskan dari manuver kapital. Kapitalisme pasar uang menggagalkan visi jangka panjang negara demi kinerja jangka pendek, sirkulasi cepat kapital pada tingkat global dan transaksi ekonomi semakin cepat. Kemajuan teknik informasi menjamin mobilitas modal yang tinggi sehingga sewaktu-waktu pemodal bisa pindah ke perusahaan yang lebih menguntungkan.

Setelah reformasi, format dan level kebebasan media di Indonesia mengalami dinamika yang cukup gencar. Hal ini difasilitasi sistem politik yang semakin terbuka dengan sistem demokrasi. Pilihan demokrasi yang memungkinkan iklim keterbukaan dalam produksi dan konsumsi informasi mendorong tumbuhnya banyak perusahaan media, baik media cetak, maupun media elektronik. Euforia kebebasan media dimanfaatkan publik secara maksimal, terutama awal-awal reformasi. Kekutan kontrol negara terhadap industri media berada dalam tingkat paling rendah sejak Indonesia merdeka. Kekuatan publik begitu maksimal tampak pada penyelenggaraan Pemilu Tahun 1999 yang diikuti 48 partai politik. Pemilu diselenggarakan dengan sangat meriah dan publik menikmati kebebasannya. Namun, lembaga media yang awalnya secara signifikan sangat meningkat tersebut akhirnya berguguran. Sisanya yang masih bertahan hanyalah yang memiliki kapital kuat.

Episode berikutnya dari relasi media dan kekuasaan di Indonesia tampak pada kedekatan emosional-subjektif antara penguasa dan media. Kedekatan tersebut mengindikasikan kedua pihak, media dan kekuasaan, mencari keuntungan masing-masing yang format dan sifatnya berbeda. Media ingin *survive* di tengah persaingan bisnis serupa yang semakin sengit. Di samping itu juga menghadapi perkembangan media online sebagai media alternatif baru bagi masyarakat yang sedang berada dalam transisi demokrasi. Karena itu media tidak hanya membutuhkan modal yang kuat saja, tetapi juga “perlindungan” yang memadai dari penguasa. Demikian pula pihak penguasa memerlukan wadah atau sarana untuk tetap bertahan dalam kekuasaan dan meluaskannya melalui media massa. Kekuasaan membutuhkan media untuk menangkap dukungan publik antara lain agar bisa menjalankan kewenangan yang dimilikinya secara lebih percaya diri.

Dalam era transisi demokrasi, hiruk-pikuk rebutan kekuasaan dalam semua lembaga politik sangat marak. Meskipun mendapat dukungan mayoritas parlemen, presiden perlu dukungan tambahan dari publik, salah satu cara yang paling efektif adalah dengan menggunakan media massa. Apalagi konfigurasi kekuatan politik dalam negeri sangat cepat berubah, bukan

hanya karena hasrat kekuasaan yang ada pada setiap kelompok atau partai politik, tetapi juga cerminan dari kurang mapannya praktik berpolitik dengan basis ideologi.

Fenomena relasi kekuasaan politik dan institusi media terus berlanjut hingga kini. Bahkan beberapa pemilik media yang cukup berpengaruh secara nasional masuk dalam arena politik praktis. Media dan lingkaran kekuasaan tidak lagi sekedar bekerja sama, tetapi justru menyatu dalam figur-figur tertentu. Didirikannya Partai Nasdem oleh Surya Paloh memberi bukti nyata dari hipotesis ini. Surya Paloh adalah pemilik Media Group yang antara lain mempunyai Metro TV. Pilihan dukungan politik Surya Paloh dengan Partai Nasdem(nya) pada Pilpres 2019 kepada Pasangan Joko Widodo dan Ma'ruf Amin diikuti kecenderungan performa Metro TV. Metro TV dengan berbagai varian pemberitaannya menunjukkan afiliasi yang cukup kentara dan kuat terhadap pasangan Joko Widodo dan Ma'ruf Amin. Media tidak lagi (hanya) terjebak dalam lingkaran kekuasaan, tetapi dengan sadar telah menjadi pemain dalam politik praktis. Produksi konten media seperti berita yang secara ideal dibutuhkan oleh publik untuk memperoleh informasi yang mencerdaskan, berimbang, dan inspiratif, telah berubah menjadi informasi yang dibungkus kepentingan politik tertentu.

Citra yang baik akan selalu dijaga dan ditingkatkan oleh elit dan partai politik atau kelompok kepentingan untuk memapankan kekuasaan. Penilaian publik merupakan modal besar bagi langgengnya kepentingan politik. Konsekuensinya, saluran-saluran komunikasi politik yang secara potensial dapat mengancam kedudukan yang dimiliki, perlu diberi perlakuan tertentu. Begitu pula dalam urusan internal kebijakan redaksi media. Isu, peristiwa, atau figur – dalam pertimbangan lembaga media – dengan informasi tentangnya, memungkinkan menuai kesan negatif dari publik apalagi merugikan kelompok kepentingan politiknya atau tidak menguntungkan, tidak akan diperhatikan oleh media. Meskipun peristiwa atau isu tersebut secara jurnalisme telah memiliki *event newsworthiness* yang tinggi. Sebaliknya, jika isu atau peristiwa tersebut berpotensi menguntungkan kelompoknya dengan memanen citra positif, meskipun secara *event newsworthiness* rendah, akan mendapat liputan yang gencar. Dengan demikian, pendasaran atas konstruksi konten media lebih mempertimbangkan unsur-unsur kepentingan ekonomi politik daripada prinsip jurnalisme secara profesional. Pengabdian kepada publik untuk pemenuhan kebutuhan sosial seperti informasi, edukasi, kontrol, dan pewarisan nilai (*outward looking*) dikalahkan oleh kepentingan komersial lembaga media (*in-ward looking*).

C. Jurnalisme Partisan sebagai Refleksi Komoditas Ekonomi Politik Media

Salah satu tugas mulia wartawan secara ideal dalam melaksanakan profesi jurnalistiknya adalah mengubah pola pikir masyarakat ke arah yang lebih baik dan maju melalui informasi. Wartawan berkontribusi penting dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia sebagai implementasi dari salah satu makna konten media bagi khalayak (Ishak, 2014: 303). Olehnya itu, informasi yang dikonstruksi dan didistribusikan kepada masyarakat hendaknya dijamin objektivitasnya melalui nilai faktualitas dan imparsialitas. Jika tidak, wartawan bukannya menjalankan salah satu fungsi media sebagai pendidik masyarakat, tetapi justru memanipulasi pikiran masyarakat dengan informasi yang tidak bertanggung jawab.

Menurut Weaver, kehadiran media memengaruhi profesionalitas wartawan. Media menjadi sumber, dukungan, dan otonomi baik-buruknya wartawan. Wartawan harus berjalan di arah jurnalisme yang serius (Santana, 2017: 257). Dalam konteks komersial, lembaga media mempekerjakan wartawan sebagai karyawan yang dituntut memperoleh benefit dari tugas yang dibebankan kepadanya. Karena itu wartawan tunduk pada sistem kerja dan manajemen organisasi korporasi yang menaunginya. Idealisme wartawan secara personal tidak selalu beriringan dengan kepentingan institusi media tempatnya bekerja. Meskipun demikian, seorang wartawan dituntut untuk dapat menerjemahkan secara cermat orientasi ideologi dan kepentingan ekonomi politik medianya. Media menuntut kontribusi wartawan terutama dalam hal pemenuhan kepentingan ekonomi politik media.

Wartawan yang menyadari tanggung jawab profesionalitasnya, akan berupaya menyeimbangkan kepentingan komersial dan sosial lembaga medianya. Wartawan yang baik dan profesional akan mengumpulkan informasi dan menyusunnya antara lain dalam bentuk laporan berita yang dapat difungsikan sebagai bagian dari upaya mencerdaskan kehidupan masyarakat serta menunjukkan fungsi kontrol sosialnya. Namun, untuk realitas Indonesia, fungsi kontrol sosial tersebut belumlah dapat dianggap maksimal.

Era reformasi membawa dinamika baru kebebasan media di Indonesia. Komoditas media berimplikasi pada dunia kewartawanan. Profesionalisme wartawan menghadapi tantangan berbeda. Komoditas menjadi arah bagi media dalam menggerakkan bentuk dan isi informasinya. Konten media sebagai produk unggulan berada pada kalkulasi ekonomi politik (Santana, 2017: 318). Peristiwa, figur, dan institusi dikomodifikasi untuk kepentingan keuangannya finansial korporasi media. Idealisme media tidak mampu berbicara banyak menghadapi perhitungan jual-

beli komoditas informasi. Transaksi media dan khalayak lebih pada transaksi ekonomi, yang memperhitungkan untung rugi secara material, bukan secara sosial ataupun kultural.

Dalam iklim demokrasi, bukan hanya kebebasan yang diperlukan media agar lebih kontributif bagi kemajuan bangsa. Bagi Oetama, kualitas media merupakan faktor lain yang tidak kalah pentingnya. Menurutnya, pers tidak hanya sekedar menjadi media informasi, tetapi juga pers menjadi media yang berpikir dan mengemukakan pikiran-pikiran (Oetama, 2001: 382). Kebebasan pers akan lebih meyakinkan jika disertai dengan meningkatnya kesempatan untuk memperbaiki dan secara simultan meningkatkan kompetensi profesional wartawan dan karyawan media. Dengan profesionalitas yang memadai tersebut akan terwujud pencerdasan publik secara lebih kondusif yang disertai dengan tanggung jawab etik dan hukum.

Jurnalisme menghadapi kekuatan besar, antara idealisme-profesional dan realisme-pragmatis kepentingan ekonomi-politik. Saat jurnalisme dengan segala praktiknya diarahkan pada pemenuhan kepentingan pragmatisme kekuasaan, berarti telah masuk ke dalam kategori jurnalisme partisan. Media dan konten jurnalistiknya tidak lagi menjadi penjaga kewarasan dan pembangkit kesadaran publik, tetapi justru menjadi sarana mengerdilkan ruang publik. Praktik seperti ini cenderung lebih mendorong bangkitnya sentimen publik pada kekuatan politik tertentu daripada penguatan nalar publik akan pentingnya diskursus untuk mencapai konsensus. Justru jurnalisme mengupayakan keseragaman pandangan tanpa memberi pembandingan yang memadai.

Gejala jurnalisme partisan telah dipraktikkan dalam industri media di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Namun, riwayatnya bisa ditelusuri sejak masa Orde baru dengan konsepsi media pembangunan. Bedanya, jika pada zaman Orde Baru, media sangat maksimal mendorong partisipasi publik dalam pembangunan serta mendorong dukungan rakyat pada kebijakan pemerintah. Hal ini diperkuat oleh tidak adanya alternatif bagi rakyat untuk memilih sumber informasi yang bersifat nasional. Media massa yang ada secara nasional hanya TVRI dan RRI serta surat kabar yang proses produksi kontennya dalam tekanan kuat dari pemerintah. Pemberitaan surat kabar, radio, dan televisi mengenai figur alternatif untuk menjadi presiden dan wakil presiden nyaris tidak ditemukan pada masa Orde Baru. Gejala ini juga tampak pada pemilihan gubernur dan bupati.

D. Harapan Demokrasi Media dan Penguatan Publik

Di negara demokrasi, media berperan penting dalam memonitor, menjaga, dan memperluas demokrasi. Media diharapkan memberi kontribusi penting untuk mendorong dan mengembangkan transparansi, akuntabilitas, serta menjadi mata dan telinga warga negara (*watch dog*). Demokrasi adalah sistem aturan berdasarkan kerja sama orang dewasa universal, kekuatan rakyat yang berdaulat, pengambilan keputusan kolektif, hak dan jaminan konstitusional, dan aturan hukum.

Media demokratis demikian kontributif dalam memberi informasi, mendidik, melakukan fungsi sosial seperti advokasi, dan membangkitkan kesadaran positif warga. Teori demokrasi media berhubungan dengan sejumlah tradisi teoretis termasuk media dan komunikasi, komunikasi dan perubahan sosial, siaran layanan publik, tata kelola media global, media dan politik, teori media baru, wanita dan media, ekonomi politik komunikasi, dsb.

Santana mengelaborasi kajian yang dilakukan oleh Weaver dan Wilhoit (1991-1996) yang menyimpulkan bahwa wartawan Indonesia kurang menunjukkan kontribusinya dalam mengambil peran *watchdog*. Hal ini dimungkinkan oleh beberapa faktor, di antaranya pengaruh kultural yang menekankan konsep “harmoni” dan kepatuhan pada “otoritas” (Santana, 2017: 259). Faktor lainnya adalah relasi media dan politik yang mengarah pada kecenderungan kesan negatif. Kontrol sosial sulit dilakukan oleh media massa yang justru beroperasi dalam lingkaran kekuasaan. Sementara media yang cenderung berada di luar kekuasaan terlalu berhati-hati dan terkesan menyelamatkan diri sendiri.

Praktik kekuasaan di negara-negara demokrasi sering terjebak dalam keinginan tidak tergantikan atau mempertahankan *status quo*. Upaya konkret dan tindakan politik yang tidak sepenuhnya disadari oleh publik dilakukan penguasa dengan maksud membentengi kekuasaannya agar tidak mudah ditembus atau direduksi oleh kekuatan lain. Melalui fasilitas, legalitas, dan legitimasi, kekuasaan negara kerap diwarnai dominasi dan praktik monopoli atas nama demokrasi yang justru bertentangan dengan nilai demokrasi. Akibatnya, kekuasaan menjadi semakin hegemonik dan rakyat tidak memiliki kekuatan memadai untuk membendunginya. Kondisi seperti ini secara ideal hendaknya direspon secara produktif oleh media sebagai institusi kontrol sosial dan artikulasi publik. Media dituntut memiliki sensitivitas menciptakan dan merawat demokrasi, khususnya dari sisi ruang publik. Media dapat dimanfaatkan sebagai kekuatan hegemoni tandingan dalam menghadapi hegemoni kekuasaan yang sarat dengan kepentingan politik dan ekonomi. Namun, jika media justru berada dan

memposisikan diri dalam lingkaran kekuasaan yang hegemonik, maka publik kehilangan wadah paling potensialnya dalam artikulasi kepentingan dan wadah resistensi. Dengan demikian, media ikut bertanggung jawab atas keroposnya kekuatan ruang publik karena dominasi kekuasaan yang ikut dibelanya.

Kelemahan publik dalam menghadapi kekuasaan tidak sepenuhnya karena publik sendiri. Kelemahan ini juga dimungkinkan oleh ketiadaan atau minimnya kontribusi media dalam pembangkitan kesadaran publik dalam relasi bernegara. Peran-peran positif media sebagai sarana sosialisasi, kontrol, interpretasi, dan pencerahan untuk mendukung *civil society*, malah berfungsi sebaliknya. Media justru semakin memosisikan rakyat sebagai elemen paling inferior dan tidak berdaya dalam rebutan kepentingan ekonomi politik di tingkat elit dan kelas menengah.

Menurut Gramsci, kelompok dominan tidak hanya bisa mempertahankan dominasi karena kekuasaan melalui penggunaan kekuatan, tetapi juga dimungkinkan oleh sikap masyarakat sendiri yang cenderung menerimanya. Penerimaan tersebut melalui proses persetujuan yang terpaksa. Kecenderungan ini dimungkinkan oleh kurang meratanya kecerdasan publik yang antara lain justru karena kegagalan penguasa dalam pendidikan politik. Kelemahan publik menyebabkan ketiadaan akses kontrol terhadap kelompok dominan yang jauh lebih kuat dan berkuasa. Jika pengguna ruang publik seperti media massa ikut dalam operasi dominasi terhadap kelompok inferior, berarti media mengkhianati tugas mulia yang dibebankan demokrasi padanya. Keberadaan media dimanfaatkan kekuatan politik dan bisnis dalam memperluas eskalasi kekuasaan dan akumulasi kapital. Kondisi ini berkonsekuensi terpliharanya polarisasi kekuasaan politik dan bisnis dalam rentan waktu yang lama (mapan).

Peran media tidak bisa diharapkan menjadi pengawas (*watchdog*) terhadap kekuasaan atau referensi yang komprehensif dan berimbang bagi kekuatan politik yang ada, tetapi justru membantu kelompok kekuasaan tertentu secara parsial. Media menanamkan pengaruh kepada publik terus-menerus dengan mempromosikan kepatuhan dan keseragaman lewat teknik-teknik atau modus yang tidak disadari oleh publik.

Dewasa ini, realitas menunjukkan tendensi media untuk melaporkan berita yang aman dan penekanan pada hiburan dan konsumerisme dengan mengorbankan berita penting. Isu-isu lokal seperti kemiskinan, krisis pangan, dan pengangguran sering kurang mendapat tempat dalam laporan jurnalisme. Lebih mengutamakan laporan gaya hidup dan berita bisnis. Berbagai

pemerintah melakukan tindakan pembatasan dan pengontrolan terhadap media, meskipun dilakukan dengan cukup berhati-hati.

Kritik monopoli media menyatakan bahwa meningkatnya privatisasi dan komodifikasi konten media menimbulkan perbedaan antara pihak yang kaya informasi dan miskin informasi dan visi kompromi akses universal. Pendukung demokrasi media juga menunjukkan eksistensi undang-undang hak cipta yang restriktif dan cara di mana korporasi media menggunakan undang-undang itu membatasi ketersediaan ide di domain publik.

Ketidakmampuan pemerintah dan institusi tata kelola media untuk mempromosikan dan mendukung kondisi bagi demokrasi media menimbulkan berbagai macam proyek berbasis warga dan masyarakat sipil yang dimaksudkan untuk memperluas keragaman media dan kampanye informasi media.

Dewasa ini dibutuhkan diversitas, aksesibilitas, dan akuntabilitas media sebagai proyek demokrasi media. Namun sejumlah kendala dihadapi, seperti berbagai macam restriksi keamanan dalam negeri pemerintah, yang membatasi demokrasi media. Hal ini dapat berupa restriksi pelaporan berita yang menjadi perhatian publik, aturan militer, dan tekanan komersial. Demokrasi media membutuhkan ruang yang lebih elastis dalam memenuhi kebutuhan publik akan informasi yang benar.

Hal yang tidak kalah penting dan mendesak lainnya dalam hal demokrasi media adalah kebutuhan akan kesadaran dan edukasi publik tentang manfaat demokrasi media. Media berperan sentral dalam penegakkan nilai-nilai yang penting bagi fungsi demokrasi. Literasi media dapat berperan penting dalam memperkuat komitmen publik pada demokrasi media. Proyek demokrasi media membutuhkan *input* dari kelompok warga dan gerakan reformasi media. Keberlangsungan jangka panjangnya didasarkan pada dukungan publik. Pada akhirnya wargalah yang akan membentuk demokrasi media.

Makna penting media bagi khalayak sebagai media informasi menghadapi tantangan yang semakin besar. Dibutuhkan kemampuan komprehensif dan memadai dalam mengumpulkan data, memberi interpretasi dan makna pada data dalam suatu konteks tertentu sehingga mampu merangsang anggapan dan reaksi. Informasi dimaknai sebagai proses memperoleh pengetahuan (Oetama, 2001: 382). Pengetahuan dalam konteks sistem sosial-politik berpotensi menimbulkan konsekuensi yang meluas pada khalayak. Meskipun Oetama mengakui bahwa efektivitas komunikasi yang berkonten kritik dan kontrol sosial bukan hanya semata-mata tanggung jawab

media massa, namun potensi dan kekuatan media tidak tertandingi dengan institusi sosial lainnya dalam proses produksi dan distribusi pesan kepada khalayak publik.

Publik perlu menyadari berbagai kepentingan yang bermain dalam operasi media. Dengan sifat konsumtif yang semakin parah, masyarakat juga cenderung makin permisif, dan relatif tidak mempersoalkan apa yang telah diterima dari media. Sikap publik seperti ini tidak memberi solusi bagi perluasan ruang publik. Kooptasi politis dan bisnis larut dalam produksi isi media yang dikonsumsi dan diterima begitu saja oleh publik.***

Daftar Pustaka

- Armando, Ade. *Televisi di Bawah Kapitalisme Global*. Jakarta: Kompas. 2016.
- Atmakusumah. *Tuntutan Zaman Kebebasan Pers dan Ekspresi*. Jakarta: Spasi & VHR Book. 2009.
- Bungin, Burhan. *Komunikasi Politik Pencitraan*. Jakarta: Kencana. 2018.
- Currant, James and Michael Gurevitch. 1991. *Mass Media and Society*. London: Edward Arnold.
- Garnham, Nicholas. *Capitalism and Communication*. London. Sage Publications. 1990.
- Habermas, Jurgen. *Ruang Publik: Sebuah Kajian tentang Kategori Masyarakat Borjuis*. Terjemahan Yudi Santoso. Yogyakarta: Kreasi Wacana. 2007.
- Haryatmoko. *Dominasi Penuh Muslihat: Akar Kekerasan dan Diskriminasi*. Jakarta: Gramedia. 2010.
- Hidayat, Dedy N., dkk. *Pers dalam "Revolusi Mei": Runtuhnya Sebuah Hegemoni*. Jakarta: Gramedia Pustaka utama. 2000.
- Ishak, Saidulkarnain. *Jurnalisme Modern: Panduan Praktis*. Jakarta: Kompas. 2014.
- Littlejohn, Stephen W dan Karen A Foss. 2009. *Theories of Human Communication*, 9th ed. (terjemahan). Jakarta: Salemba Humanika.
- Mosco, Vincent. *The Political Economy of Communication*. London: Sage Publications. 1996.
- Muis, A. *Jurnalistik, Hukum, dan Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Dharu Anuttama. 1999.
- Oetama, Jacob. *Pers Indonesia: Berkomunikasi dalam Masyarakat Tidak Tulus*. Jakarta: Kompas. 2001.
- Pawito. *Komunikasi Politik, Media Massa, dan Kampanye Pemilihan*. Yogyakarta: Jalasutra. 2009.
- Santana K., Septiawan. *Jurnalisme Kontemporer*. Jakarta: yayasan Pustaka Obor Indonesia. 2017.
- Subiakto, Henry dan Rachmah Ida. *Komunikasi Politik, Media, dan Demokrasi*. Jakarta: Kencana. 2012.
- Sudibyo, Agus. *Absennya Pendekatan Ekonomi Politik untuk Studi Media dalam Nunung Prajarto (ed.), Komunikasi, Negara dan Masyarakat*. Yogyakarta: Fisipol UGM. 2004.
- Sudibyo, Agus. *Kebebasan Semu: Penjajahan Baru di Jagat Media*. Jakarta: Kompas. 2009.

Sudibyo, Agus. *Politik Media dan Pertarungan Wacana*. Yogyakarta: LkiS. 2001.

Thomas, Pradip. *Media Democracy* (entri) dalam Stephen W. Littlejohn dan Karen A. Foss: *Ensiklopedia Teori Komunikasi* (Terjemahan Tri Wibowo BS). Jakarta: Kencana. 2017.