

MEDIA DAN MASA DEPAN DEMOKRASI DI INDONESIA

Adiyana Slamet

Dosen Tetap Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Komputer Indonesia
Email: vivere@yahoo.co.id

Abstract

Mass media as the fourth pillar of Democracy after legislative, executive and judicative was something that always projected by political activist (politicians) and also by mass media. After 1998's tragedy, there was hustle and bustle of broadcasting institutions which was became an epidemic. This is where the flow of information in Indonesia progressing as the consequences of Indonesia Democracy development. However, it became a problem when mass media did not in line with its true purposes when they strike the rules written on UU. 32 of 2002. It is undeniable in 2014 the majority of mass media had lost their true purpose. In 2014 there were two political moments considered as a huge agenda for Indonesia democracy; legislative general election and presidential election. However, in that time mass media seems to accommodate some non-educative interest in presidential election campaign. Even some of mass media did mass deception by issued manipulative data; American presidential election was manipulated as a valid data of Indonesia presidential election. Mass media strategic positions became a factor why they owned by the financial capital who had a certain political interest. The capitalism of mass media from the party's interest in a democracy country was unavoidable. The strategic position of the media in democracy development was undeniable contributed in Indonesia democracy weather its moving forward or backward.

Keyword: *Massa Media, Fourth Pillar of Democracy*

Abstrak

Media sebagai pilar ke empat demokrasi, setelah legislative, eksekutif dan yudikatif, merupakan hal yang terus di kumandangkan oleh penggiat-penggiat politik maupun media. Pasca tragedi 1998 hiruk pikuk menjamurnya lembaga-lembaga penyiaran menjadi salah satu dimulainya babak baru bagi perkembangan arus informasi dari lembaga-lembaga penyiaran sebagai konsekuensi perkembangan demokrasi di Indonesia. Berbagai problem tersebut tidak sejalan dengan cita-cita media itu sendiri, ketika institusi media tersebut menabrak rambu-rambu atau aturan yang tertuang dalam UU. 32 Tahun 2002. Tidak dapat dipungkiri di tahun 2014 mayoritas media sudah kehilangan arah. Momen politik yang terjadi di tahun 2014 merupakan agenda besar dalam proses demokrasi di Indonesia yaitu pemilu legislative dan pemilu presiden yang diselenggarakan pada tahun tersebut. Posisi media hanya mengakomodir kepentingan-kepentingan yang tidak mendidik malah dalam proses kampanye pemilihan presiden beberapa media melakukan pembohongan publik dengan memunculkan data yang manipulative (pemilihan Presiden Amerika dimanipulatif sebagai data pemilihan Presiden di Indonesia). Posisi strategis media menjadi salah satu faktor bagaimana media harus dikuasai oleh pemilik modal yang mempunyai kepentingan politik sehingga kapitalisasi media tidak bisa dihindarkan, dari pihak-pihak lain yang mempunyai kepentingan politik dalam suatu negara demokrasi. Posisi strategis media massa dalam pembangunan demokrasi tidak bisa di tapikan mempunyai andil bergerak maju atau mundurnya demokrasi di Indonesia.

Kata kunci: Media Massa, Empat Pilar Demokrasi

1. Pendahuluan

Jargon media pilar demokrasi, merupakan hal yang terus di kumandangkan oleh penggiat-penggiat politik maupun media, namun pasca tragedi 1998 hiruk pikuk

menjamurnya lembaga-lembaga penyiaran menjadi salah satu dimulainya babak baru bagi perkembangan arus informasi dari lembaga-lembaga penyiaran terlebih dalam bidang televisi dan radio dan merupakan tantangan yang berat bagi jargon diatas, sebagai

konsekuensi perkembangan demokrasi di Indonesia, lahirnya UU. 32 Tahun 2002 tentang penyiaran paling tidak konsensus nasional dalam bentuk regulasi telah muncul dalam rangka mendorong hadirnya negara sebagai fasilitator untuk mendorong demokrasi dalam bidang informasi, hadirnya negara dengan lahirnya institusi Komisi Penyiaran Indonesia sebagai salah satu tonggak sejarah untuk melakukan pengawasan penyelenggaraan penyiaran di Indonesia terlebih untuk coba memihak pada kepentingan publik dalam mekanisme isi siaran dari lembaga-lembaga penyiaran yang ada.

Ruang media massa termasuk didalamnya televisi dan radio, saat ini cenderung menjadi arena pertarungan di antara pemilik kekuatan ekonomi, politik maupun budaya. Ketidakjelasan visi, misi dan orientasi kebangsaan media mainstream menjauhkan media dari karakter bangsa. Karena itu, hubungan media dan karakter bangsa perlu dirumuskan kembali sesuai dengan kondisi jaman, disosialisasikan dan di implementasikan dalam kehidupan sehari-hari. Euforia era reformasi dalam melahap informasi masih terus berlangsung, sambil kunjung terbentuk kesadaran bagi para pemilik, pelaku media untuk meneguhkan siapa diri kita sesungguhnya sebagai sebuah bangsa yang bermartabat.

Lahirnya UU 32 Tahun 2002 juga membawa konsekuensi logis bagaimana menyoal isi siaran media massa (TV dan Radio) yang saat ini cenderung menjadi arena pertarungan di antara pemilik kekuatan ekonomi, politik maupun budaya lembaga penyiaran khususnya Televisi dan radio tidak memberangus nilai-nilai konsepsi atau roh ke Indoensiaian, nilai-nilai agama dan tidak mendidik. lembaga penyiaran paling tidak mempunyai empat ragam menurut UU 32 Tahun 2002, empat ragam tersebut adalah penyiaran publik, penyiaran swasta, penyiaran komunitas dan penyiaran berlangganan, ke empat ragam lembaga penyiaran tersebut memiliki peran yang signifikan dalam

berbagai aspek kehidupan di masyarakat Jawa Barat, sudah tidak diragukan lagi baik yang berdampak positif maupun negatif, paling tidak lembaga penyiaran dalam menyampaikan isi siaran merupakan cerminan berbagai peristiwa yang ada di masyarakat Jawa Barat yang merefleksikan apa adanya. Terlebih lagi profil program dan isi siaran yang disajikan para pengelola media menunjukkan komposisi siaran informasi 15%, edukasi 10%, hiburan dan iklan 75%.

Kurun waktu 2013 problem lembaga penyiaran kian muncul, dibuktikan dengan naiknya angka pengaduan masyarakat mulai Januari hingga dengan November 2013, Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) Jawa Barat (Jabar) telah melayangkan 275 surat sanksi kepada lembaga penyiaran, radio dan televisi. Jumlah ini mengalami peningkatan jika dibandingkan dengan sanksi yang diberikan KPID Jabar pada tahun 2012 lalu, serta pengaduan yang dilakukan oleh masyarakat Jawa Barat ke KPID Jawa Barat terkait pemberitaan pilpres begit banyaknya, problem demikian seharusnya tidak terjadi dikala semua masyarakat Jawa Barat dan lembaga-lembaga penyiaran serta KPID Jawa Barat terus membangun komunikasi bagaimana seharusnya isi siaran bisa bermuatan kepentingan publik.

Problem yang muncul menyoal permasalahan media itu sendiri adalah, di era pasca 1998 bahwa bagaimana media hanya dijadikan alat penyampaian kepentingan bagi pemilik modal sehingga media kehilangan arah dan jauh dari fungsi media sesungguhnya.

2. Kerangka Pemikiran

2.1 *The Premis of Media Effect*

Berbagai penelitian komunikasi massa biasanya dalam konteks politik selama ini menghasilkan empat premis tentang pengaruh media. Keempat premis dimaksud terangkum pada tabel berikut;

	Premis	Asumsi	Metodologi	Jenis Media
Fase 1 (1920-PD II)	All-powerfull media	Media berpengaruh kuat secara langsung	Kualitatif (Observasi)	Cetak, radio, film
Fase 2 (PD II- 1960)	Powerfull media put to the test	Media hanya memiliki pengaruh kecil/terbatas dan berfungsi sebagai perantara atau <i>reinforce</i> apa yang sudah ada.	Survey kuantitatif	Cetak, radio, film
Fase 3 (1969-1970)	Powerfull media rediscovered	Media masih memiliki kekuatan pengaruh yang kuat	Survey kuantitatif (longitudinal)	Televisi
Fase 4 (1970an-.....)	Negotiated media influence	Media berpengaruh kuat, khususnya dalam mengonstruksi persepsi khalayak mengenai realitas sosial	Kualitatif (paradigma konstruktifisme)	Televisi

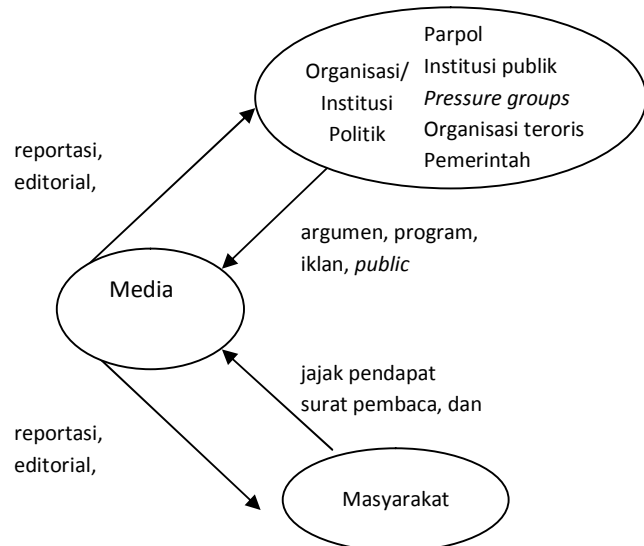
Sumber: Diolah dari presentasi Sasa Djuarsa Sendjaya, 27 Oktober 2005

Dari tabel di atas dapat dikatakan bahwa pengaruh media termasuk pers tidak sebesar klaim *the fourth estate* dalam konteks komunikasi massa maupun dalam pembangunan demokrasi sekarang ini. Lebih khusus lagi, McLeod dkk (2002) mengatakan “penelitian terbaru atas pembangunan demokrasi memberi lebih dari sekadar bukti bahwa pengaruh media lebih bersifat kondisional ketimbang universal”.

McLeod dkk yang meyakini bahwa setiap konsumen media punya cara/pandangan/sikap sendiri-sendiri terhadap informasi yang diterima dari media. Orang-orang yang skeptik atas kualitas berita tentu akan memproses informasi secara lebih kritis. Masyarakat juga memiliki perbedaan dalam *level of agreement* mereka atas norma-norma yang dimiliki media berita. Semua ini, menurut McLeod dkk, menjadikan media berfungsi sekadar untuk “...emphasizing the pluralistic functions of *watchdog*, providing a **forum** for ideas, and helping people play active roles are much more likely to attentively use the news media, thus indirectly stimulating their knowledge and participation.” Dengan kata lain, peran media dalam pembangunan demokrasi bersifat tidak langsung, sekadar stimulan atas partisipasi politik para pengguna media, dan belum memiliki peran besar dalam mengubah/mengarahkan perilaku politik mereka.

2.2. Posisi Media dalam Ranah Pembangunan demokrasi

Ada beberapa model komunikasi yang menghubungkan media dengan elemen-elemen pembangunan demokrasi. Berikut ini adalah model yang dipaparkan oleh Brian McNair (1995);

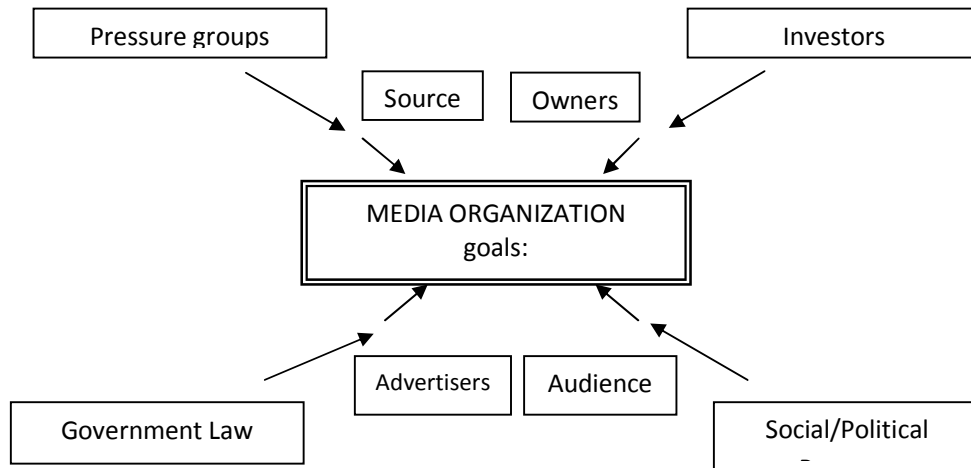


Dapat dipahami bahwa McNair menganggap Media sebagai sentral dari elemen-elemen pembangunan demokrasi—semacam *gatekeeper* bagi seluruh pesan politik. Semua pembangunan demokrasi dianggap *mediated*. Di berbagai negara maju—dimana media menjangkau semua

lapisan masyarakat, seperti di USA—model ini cukup relevan.

Model lain yang menggambarkan posisi media dalam pembangunan demokrasi

(termasuk di dalamnya pembangunan demokrasi) dipaparkan oleh McQuail (1987) sebagai berikut;



Model McQuail ini menggambarkan bahwa media sangat dipengaruhi oleh tujuan utama media itu sendiri. Tujuan utama media yang telah teridentifikasi adalah; (1) memberikan profit kepada para pemodal—baik pemilik maupun pemegang saham, (2) ‘tujuan ideal’ yang bersifat kultural, sosial maupun politik, (3) memaksimalkan dan memuaskan audiens, dan (4) memaksimalkan pemasukan iklan. Tujuan-tujuan tersebut sering bertolak-belakang dan jarang sekali terjadi keselarasan penuh di antara keempatnya. Diakui pula bahwa ada empat faktor eksternal yang berarti bahwa ada *work culture* dan tujuan-tujuan lain dari media, khususnya mereka yang berorientasi manajemen atau laba, berorientasi teknis atau *skill (craft)*, atau mereka yang mengutamakan tujuan-tujuan komunikasi.

2.3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Performans Media

Pertanyaan pokok, kemudian, adalah (1) “Seperti apakah kondisi ideal Media yang diharapkan oleh Pembangunan demokrasi?”

dan (2) “Faktor-faktor apa saja yang bisa mendorong atau menghalangi Media untuk mencapai kondisi ideal itu?”.

Merujuk pada model Gazali, unsur Media dipengaruhi pula oleh unsur-unsur pembangunan demokrasi lainnya, yaitu oleh institusi pemerintahan, *civil society* dan *market*. Kondisi ideal yang diharapkan oleh pembangunan demokrasi adalah terciptanya **keseimbangan** antara keempat unsur tersebut. Dengan kata lain, tidak ada unsur yang dominan di antara keempatnya. Dalam model Segitiga Gazali, Media mestinya **tepat berada di tengah**, tidak bergeser ke sudut salah satu unsur. Ketika ada salah satu unsur mendominasi unsur yang lain, maka kualitas pembangunan demokrasi akan berkurang—yang pada gilirannya akan merugikan semua unsur pembangunan demokrasi itu sendiri.

Dengan mengacu kepada konsep Ranah Publik (*public sphere*) yang dicetuskan Jurgen Habermas, mencoba menjawab kedua pertanyaan di atas. Habermas (dalam Boyd-Barret, 1994) berpendapat bahwa “pada

awalnya media dibentuk untuk menjadi bagian dari *public sphere*, tetapi kemudian dia dikomersilkan—menjadi komoditi yang didistribusikan secara massal serta ‘menjual khalayak massa’ demi kepentingan perusahaan periklanan. Kondisi ini pada gilirannya menjauhkan media dari perannya semula sebagai *public sphere*”. Memang, konsep *public sphere* ini dinilai oleh Boyd-Barret memiliki beberapa kelemahan, di antaranya adalah perhatian Habermas yang berlebihan pada berita politik serta berlebuhnya Habermas dalam membesar-besarkan kecurangan yang muncul karena komersialisasi media massa di abad 19 dan abad 20-an.

Terlepas dari kekurangannya, beberapa ‘tuntutan’ dari konsep *public sphere* cukup baik untuk menempatkan fungsi media dengan tepat di antara unsur pembangunan demokrasi lainnya. Berdasarkan konsep “*public sphere* yang disempurnakan”, McNair memberikan lima fungsi media dalam masyarakat demokratis yang ideal;

1. Fungsi *monitoring*: memberikan informasi kepada masyarakat tentang apa yang sedang berlangsung dalam masyarakat itu.
2. Fungsi mendidik (*educate*): memberikan kejujuran atas makna dan signifikansi dari fakta-fakta yang terjadi. Jurnalis harus menjaga obyektifitasnya karena *value* yang mereka miliki sebagai ‘pendidik’ tergantung pada bagaimana mereka memilih isu/wacana yang dipublikasikannya.
3. Memberikan *platform* terhadap diskursus politik publik, memfasilitasi/mengakomodir pembentukan opini publik dan mengembalikan opini itu kepada publik, termasuk di dalamnya memberikan tempat kepada berbagai pendapat yang saling berlawanan, tanpa mengurangi nilai-nilai demokrasi.
4. Fungsi *watchdog*: mempublikasikan institusi politik dan institusi pemerintahan,

menciptakan keterbukaan (transparansi) pada institusi-institusi publik tersebut.

5. Fungsi *advocacy*: menjadi *channel* untuk advokasi politik. Partai-partai, contohnya, membutuhkan ‘alat’ untuk mengartikulasikan kebijakan dan program mereka kepada khalayak, dan karenanya media mesti terbuka kepada semua partai. Lebih jauh lagi, beberapa media—umumnya media cetak—secara aktif memperjuangkan salah satu partai dalam situasi yang sensitif seperti pemilihan umum: dalam konteks ini fungsi *advocacy* dapat pula dikatakan sebagai fungsi *persuasi*.

Tabel 2. Fungsi Media dalam Masyarakat Demokratis Ideal Berdasarkan Konsep *Public Sphere*

	Faktor-Faktor yang Berpengaruh
Fungsi <i>monitoring</i>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Regulasi pemerintah (Undang2, PP, dll) ➤ Kepentingan ekonomi/politik <i>market</i> (pemodal, pengiklan, oplah, <i>rating</i>, <i>hit-rate</i>, dll) ➤ Kebijakan redaksional (visi-misi media, segmentasi audiens, dll) ➤ Kebijakan <i>civil society</i> (KPI, PWI, dll; berupa peraturan resmi, kode etik, ombudsman, dll) ➤ Teknologi komunikasi/telekomunikasi ➤ Kualitas SDM (tingkat pendidikan, <i>skill</i>, tingkat pendapatan dan moral para pekerja media; wartawan, dll)
Fungsi <i>educate</i>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Kebijakan <i>civil society</i> ➤ Kepentingan pemodal ➤ Kebijakan redaksional ➤ Kebijakan <i>civil society</i> ➤ Kualitas sumber (berita) ➤ Kualitas SDM Media ➤ <i>Media Literacy</i> para konsumen
Fungsi <i>platform</i>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Regulasi pemerintah ➤ Kebijakan <i>civil society</i> ➤ Kepentingan pemodal ➤ Kebijakan redaksional ➤ Kebijakan <i>interest group</i> (partai, senator) ➤ Kualitas sumber berita ➤ Kualitas SDM Media ➤ <i>Media Literacy</i> para konsumen
Fungsi <i>watchdog</i>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Regulasi pemerintah ➤ Kebijakan <i>civil society</i> ➤ Kepentingan pemodal

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Kebijakan redaksional ➤ Kebijakan <i>interest groups</i> ➤ Kualitas SDM Media ➤ <i>Pressure groups</i>
Fungsi <i>advocacy</i>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Regulasi pemerintah ➤ Kepentingan <i>civil society</i> ➤ Kebijakan pemodal ➤ Kebijakan redaksional ➤ Kebijakan <i>interest groups</i> ➤ Kualitas SDM Media ➤ <i>Pressure groups</i>

Tabel di atas memperlihatkan ada empat faktor yang paling berpengaruh bagi posisi media dalam ranah pembangunan demokrasi. Keempat faktor itu regulasi pemerintah, kebijakan pemodal, kebijakan lembaga-lembaga *civil society* dan kualitas sumber daya manusia dalam media yang bersangkutan. keempat faktor tersebut yang sangat menentukan apakah sebuah media dapat berfungsi sebagaimana idealnya (akuntabel) menurut harapan pembangunan demokrasi.

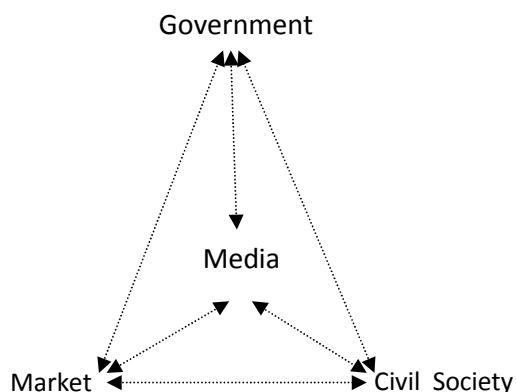
3. Hasil dan Pembahasan

Posisi strategis media menjadi salah satu faktor bagaimana media harus dikuasai oleh pemilik modal yang mempunyai kepentingan politik sehingga kapitalisasi media tidak dihindarkan, meyoal kapitalisasi media, pada saat sekarang permasalahan yang muncul adalah bagaimana media melakukan “anarki”, anarki yang dilakukan media berdampak pada pembangunan demokrasi, itu bisaterlihat dalam tahun 2014 sebagai tahun politik, paling tidak pemilu legislatif dan pemilu presiden pada tahun 2014 menunjukkan bahwa mayoritas media sudah kehilangan arah dan tidak bisa menempatkan posisinya dalam kontestasi pemilu tersebut dengan memosisikan media sebagai senjata bagi pemilik modal terlebih pemegang saham terbesar di institusi media tersebut sehingga posisi media hanya mengakomodir kepentingan-kepentinga yang tidak mendidik malah dalam proses kampanye pemilihan presiden beberapa media melakukan pembohongan publik dengan memunculkan data yang manipulatif (data poling Golup Poll pemilihan Presiden Amerika dimanipulatif

sebagai data pemilihan Presiden di Indonesia), berbagai problem tersebut tidak sejalan dengan cita-cita media itu sendiri dan yang lebih menyedihkan ketika institusi media menabrak rambu-rambu atau aturan yang tertuang dalam UU. 32 Tahun 2002 Penyiaran yang seharusnya institusi media tersebut menaati karena dalam UU Penyiaran tersebut mengatur bagaimana institusi media seharusnya, paling tidak bahwa lahirnya UU Penyiaran tersebut harusnya membawa dampak positif dengan memunculkan semangat diversitas media yang didalamnya mengatur keberagaman isi media dan keberagaman kepemilikan media sehingga media tersebut dalam pembangunan demokrasi ikut andi besar bagaimana jargon media pilar ke empat demokrasi tidak dimaknai serampangan dengan bahwa media harus terlibat masalah-masalah politik tapi tidak memperhatikan aspek-aspek pembangunan demokrasi seperti bagaimana pemberitaan berimbang agar mampmpu mendorong kedewasaan politik masyarakat dengan fungsi mendidik dan memberikan informasi yang layak bagi masyarakat dalam pembangunan demokrasi di Indonesia.

Didalam menyikapi sepak terjang medi massa terutama masalah isi, maka yang terjadi adalah ada hal-hal yang tersembunyi dalam penyampaian pesan dalam industri media, ini terbukti didalam kajian *Noam Chomsky* tentang berita, berita berupaya menunjukan adanya sebuah agenda pro- Amerika dalam reportase mengenai Negara-negara Dunia Ketiga (Herman& Chomsky,2002), begitupun media-media massa di Indonesia ketika memunculkan pemberitaan saat Pemilihan presiden 2014.

Tetapi di negara seperti Indonesia, Media bukanlah satu-satunya saluran pembangunan demokrasi. Hubungan antara unsur-unsur dalam negara demokrasi lebih tepat digambarkan oleh model yang disusun Effendi Gazali (2004);



Dari model Gazali tersebut dapat dimengerti bahwa dalam pembangunan demokrasi tidak selamanya *mediated*. Ada juga saluran pembangunan demokrasi yang secara langsung menghubungkan *market* (pemilik modal, advertiser, klien), *government* (pemerintahan) dan masyarakat. Meski pun demikian, Gazali tetap menempatkan Media sebagai *gatekeeper* ataupun *channel* yang penting dalam pembangunan demokrasi karena kemampuan media dalam meng-*amplify* efek sebuah pesan politik.

4. Kesimpulan dan Rekomendasi

Pada dasarnya media massa tidak berada di ruang hampa, pada saat era kebebasan media massa dalam proses sejarah panjang terutama pasca 1998, media berada pada posisi “antara”, berbagai kepentingan akan masuk dalam ruang media tersebut baik itu melalui pemiliknya ataupun dari pihak-pihak lain yang mempunyai kepentingan politik dalam suatu negara demokrasi, posisi strategis media massa dalam pembangunan demokrasi tidak bisa di tapikan mempunyai andil bergerak maju atau mundurnya demokrasi di Indonesia.

Daftar Pustaka

Acuan dari buku:

- Alfian, 1993, *Komunikasi Politik dan Sistem Politik Indonesia*, Jakarta: Gramedia.
- Golding, Peter. 1996. *Communication Politics, Mass Communication and the Political Process*. America : Liecester University Press.
- Kantaprawira, Rusadi. 2002. *Sistem Politik Indonesia, Bandung* : Sinar Baru Argesindo.
- Mulyana, Deddy dan Solatun. 2007. *Metode Penelitian Komunikasi: Contoh-contoh Penelitian Kualitatif dengan Pendekatan Praktis*. Bandung : Rosdakarya
- Nimmo, Dan, 1989. *Komunikasi Politik: Khalayak dan Efek* (Edisi Terjemahan oleh Tjun Surjaman), Edisi Kedua. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- _____. 1989. *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan dan Media* (Edisi Terjemahan oleh Tjun Surjaman). Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Corner, John & Pells, Dick. 2003. “Media and The Restyling of Politics”, SAGE,
- Dahlan, M. Alwi. ,1989 “Perkembangan Komunikasi Politik Sebagai Bidang Kajian” dalam *Jurnal Ilmu Politik*, Universitas Indonesia
- Feith, Herbert. 1962. “The Decline of Constitutional Democracy in Indonesia”. Cornell.
- Gazali, Effendi. 2004 “Comunications of Politics and Politics of Communication in Indonesia”. Doctoral Thesis.
- McLeod, Jack. M, 2001. “Steven Chaffee and the Future of Political Communication”. *Political Communicaton Journal*.
- Ryfe, David Michael. . 2001. “History and Political Communication; An Introduction”. *Political Communication Journal*
- Straubhaar, Joseph dan LaRose, Robert. 2006 “Media Now; Understanding Media, Culture and Technology”. Wadsworth.

