

PERAN MEDIA MASSA DALAM KOMUNIKASI POLITIK DI INDONESIA

Herdiansyah Amanu¹, Letikarmila²

herdiansyah@uss.ac.id

letikarmila@uss.ac.id

ABSTRACT

The development of mass media in Indonesia has experienced tremendous growth. Especially after entering the reformation era, the tap of democracy in Indonesia has begun to open. This turned out to have a tremendous impact on press freedom. The press is no longer confined by the rules of the authorities, so that the press can be used by various parties to defend the interests of the institutions that own it, including for political interests. The trend that is currently seen is that social-political organizations in Indonesia are starting to compete to dominate media companies in order to improve their image in the eyes of the public. The political elites try to build political communication intensely in order to attract the sympathy of the masses to side with them. The media is so sought after by many parties because of its power in shaping public opinion.

Keywords: mass media, press freedom, political communication, public opinion

ABSTRAK

Perkembangan media massa di Indonesia mengalami pertumbuhan yang luar biasa. Utamanya setelah memasuki era reformasi, keran demokrasi di Indonesia mulai terbuka. Hal ini ternyata memberi dampak kebebasan pers yang luar biasa. Pers tidak lagi terkungkung oleh aturan penguasa, sehingga pers dapat dimanfaatkan oleh berbagai pihak untuk membela kepentingan institusi pemilikinya, tidak terkecuali untuk kepentingan politik. Kecenderungan yang terlihat saat ini, organisasi-organisasi sosial-politik di Indonesia mulai berlomba-lomba mendominasi perusahaan-perusahaan media guna meningkatkan citranya di mata publik. Para elit politik berusaha membangun komunikasi politik secara intens guna menarik simpati massa agar mau berpihak kepada mereka. Media begitu diburu oleh banyak pihak karena kekuatannya dalam membentuk opini publik.

Kata kunci: media massa, kebebasan pers, komunikasi politik, opini publik.

¹ Ilmu Komunikasi, Universitas Sumatera Selatan, Palembang

1. Pendahuluan

Eksistensi pers di suatu negara memiliki peran penting dalam dunia komunikasi politik. McQuail (1992:472-473) mengartikan komunikasi politik sebagai keseluruhan proses penyampaian informasi termasuk fakta, pendapat-pendapat, keyakinan-keyakinan dan sebagainya, pertukaran dan pencarian tentang itu semua yang dilakukan oleh para partisipan dalam konteks kegiatan politik yang lebih bersifat melembaga).

Fungsi pers atau media massa sangatlah penting dan strategis dalam kehidupan politik karena perannya sebagai media yang digunakan sebagai salah satu saluran politik yang ampuh. Fungsi media massa secara umum dapat dilihat dari pendapat Lasswell yang mengidentifikasikannya dalam tiga fungsi pokok seperti yang dikutip oleh Pawito (2009:93), 1) The surveillance of environment (pengawasan terhadap keadaan lingkungan), 2) The correlation of parts of society in responding to the environment (menghubungkan bagian-bagian masyarakat dalam merespon lingkungan), 3) The transmission of the social heritage from one generation to the next

(mentransmisikan warisan sosial dari satu generasi ke generasi berikutnya).

Ketiga fungsi pokok ini berperan penting dalam kehidupan politik, khususnya dalam menyalurkan atau menyuarakan aspirasi politik dari rakyat kepada penguasa, maupun upaya penguasa dalam mensosialisasikan kebijakan politiknya kepada rakyat.

2. Metode Penelitian

Dalam artikel ini digunakan metode penelitian atau riset pustaka. Riset pustaka hanya memanfaatkan sumber perpustakaan untuk memperoleh data penelitiannya. Jadi riset ini membatasi kegiatannya hanya pada bahan-bahan koleksi perpustakaan saja tanpa memerlukan riset lapangan (Zed, 2004:1-2).

Dalam artikel ini penulis mencoba mengemukakan berbagai teori yang didapat dari perpustakaan, lalu mengkonfrontirkannya dengan kenyataan di lapangan dengan merujuk pada berita-berita di media, kemudian menganalisis topik yang diteliti.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Hasil penelitian

Pasang surut perkembangan pers di Indonesia sangat dipengaruhi oleh sistem pemerintahan yang berlaku. Pada masa

Orde Baru (1967 – 1998), dengan sistem pemerintahan yang sangat otoriter dibawah rezim Soeharto, pers yang bernaung dibawah Departemen Penerangan, begitu tertekan oleh penguasa saat itu sehingga pers harus selalu berhati-hati dalam menyampaikan informasi kepada publik. Bila media massa menyiarkan berita yang sifatnya berseberangan dengan pandangan penguasa, maka media tersebut akan dihabisi. Sebut saja seperti Majalah Tempo, Detik, Editor yang akhirnya dibredel atau dicabut surat izin penerbitannya karena bersikap kritis kepada pemerintah saat itu. Komunikasi politik saat itu dimonopoli oleh pemerintah sehingga hampir tidak ada opini publik yang berkembang secara dinamis yang mengkritik pemerintah. Hanya ada underground press (pers bawahan) yang berani melakukan itu secara sembunyi-sembunyi.

Maka tak heran media massa saat itu hanya memberitakan sisi baik dari pemerintah seperti keberhasilan di bidang pembangunan, dan jarang ada media massa yang berani secara kritis mengkritisi kebijakan pemerintah. Padahal saat itu banyak sisi negatif yang perlu dan harus dikritisi, sebut saja maraknya praktek-

praktek korupsi, kolusi dan nepotisme saat itu yang sangat menyengsarakan rakyat, ketimpangan sosial dimana gap antara si kaya dan kaum miskin yang semakin melebar akibat tidak adanya pemerataan kesejahteraan rakyat, kebijakan pemerintah yang selalu berpihak kepada pengusaha dan pemodal asing dengan memarginalkan rakyat sendiri, dan banyak lagi dilema saat itu yang sudah sepatutnya mendapat sorotan dari pers, tetapi pers selalu bungkam karena harus memikirkan kelangsungan hidupnya. Isi muatan media massa selalu dibingkai serta diarahkan untuk mendukung pemerintah saat itu.

Lonjakan kebebasan pers dalam mengaktualisasikan pemberitaannya terjadi disaat peralihan dari Orde Baru ke Orde Reformasi. Setelah runtuhnya pemerintahan Orde Baru, tepatnya pada bulan Mei 1998 yang ditandai dengan mundunya Soeharto sebagai presiden, Bangsa Indonesia memasuki babak baru yang dikenal dengan nama Orde Reformasi. Keran demokrasi mulai terbuka yang tentunya membawa angin segar bagi kebebasan pers. Komunikasi politik tidak lagi dimonopoli oleh pemerintah. Opini publik pun mulai berkembang secara

dinamis. Bangsa Indonesia mulai hanyut dalam euforia kebebasan yang bahkan kelewat batas. Hal ini juga berdampak pada media massa yang dulunya dikebiri oleh penguasa, kini dapat lebih leluasa mengekspresikan pemberitaannya. Kritik terhadap pemerintah sekarang ini sudah bukan lagi hal yang tabu seperti pada masa Orde Baru. Bahkan saat ini sering terlihat media massa dijadikan sebagai alat untuk memperjuangkan ideologi dan kepentingan kelompok tertentu, misalnya dengan melihat bagaimana media massa mengkonstruksi realitas sosial yang ada serta membingkai isi pemberitaannya. Dari sini terlihat jelas dimana kecenderungan dan keberpihakan media, mendukung atau menentang atas suatu isu pemberitaan tertentu.

Konstruksi yang dilakukan oleh media massa terhadap realitas sosial dapat dilihat melalui judul atau headline, simbol-simbol yang dipergunakan, pilihan kata dan kalimat, serta komentar-komentar yang dimuat dalam pemberitaannya. Isi media massa ternyata merefleksikan kemana arah kebijakan media tersebut baik secara tersurat maupun tersirat. Meski media massa selalu mengklaim bahwa bahwa

berita-berita yang mereka siarkan itu objektif, tetapi tetap saja unsur subjektivitasnya terlihat karena media massa juga memiliki kepentingan tertentu. Mulai dari pemilihan topik yang akan diberitakan, gaya pemberitaannya, kecenderungan sikap media sampai pada penonjolan pada pandangan tertentu mencerminkan unsur subjektivitas media dalam pemberitaannya.

Hal ini persis seperti yang dikatakan oleh Shoemaker and Reess seperti yang dikutip oleh Werner J. Severin dan James W. Thankard (2011:277), bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi isi media massa yaitu, 1) Pengaruh dari pekerja media secara individu, 2) Pengaruh rutinitas media, 3) Pengaruh organisasi terhadap isi, 4) Pengaruh terhadap isi dari luar organisasi media, dan 5) Pengaruh ideologi.

3.2 Pembahasan

Hegemoni media saat ini semakin menjadi-jadi. Ini terlihat kecenderungan saat ini media bergabung dalam satu grup besar. Sebut saja Bakrie Group yang dimonopoli oleh Aburizal Bakrie dengan mengendalikan dua stasiun televisi swasta yaitu TV One dan ANTV. Hary Tanoe, pemilik MNC Group,

mengendalikan tiga stasiun televisi swasta yaitu RCTI, Global TV dan MNC TV. Media Group milik Surya paloh yang mengelola siaran Metro TV dan surat kabar nasional Media Indonesia. Sementara Chairul Tanjung lewat Trans Corporation membangun televisi swasta Trans TV dan Trans 7. Ini hanya segelintir contoh dari hegemoni media yang sedang merajalela saat ini. Pengaruh pengusaha sebagai pemilik modal dari media yang dikuasainya begitu dominan sehingga ikut menentukan arah kebijakan pemberitaannya. Maka tak heran jika media dijadikan sebagai saluran komunikasi politik bagi pemiliknya untuk mengkampanyekan ideologi mereka. Sebagai contoh, kita bisa melihat bagaimana Partai Demokrat yang saat ini sedang terguncang oleh beberapa kasus yang melibatkan beberapa elite partainya, diserang habis-habisan oleh media massa terutama media yang menjadi lawan politik mereka. Bahkan Anas Urbaningrum, Ketua Partai Demokrat, sampai merasa perlu bagi partainya membuat media sendiri untuk mengimbangi pemberitaan yang ada saat ini yang dianggapnya selalu memojokkan partainya.

Hegemoni media saat ini semakin menjadi-jadi. Ini terlihat kecenderungan saat ini media bergabung dalam satu grup besar. Sebut saja Bakrie Group yang dimonopoli oleh Aburizal Bakrie dengan mengendalikan dua stasiun televisi swasta yaitu TV One dan ANTV. Hary Tanoë, pemilik MNC Group, mengendalikan tiga stasiun televisi swasta yaitu RCTI, Global TV dan MNC TV. Media Group milik Surya paloh yang mengelola siaran Metro TV dan surat kabar nasional Media Indonesia. Sementara Chairul Tanjung lewat Trans Corporation membangun televisi swasta Trans TV dan Trans 7. Ini hanya segelintir contoh dari hegemoni media yang sedang merajalela saat ini. Pengaruh pengusaha sebagai pemilik modal dari media yang dikuasainya begitu dominan sehingga ikut menentukan arah kebijakan pemberitaannya. Maka tak heran jika media dijadikan sebagai saluran komunikasi politik bagi pemiliknya untuk mengkampanyekan ideologi mereka. Sebagai contoh, kita bisa melihat bagaimana Partai Demokrat yang saat ini sedang terguncang oleh beberapa kasus yang melibatkan beberapa elite partainya, diserang habis-habisan oleh media massa terutama media yang menjadi lawan politik

mereka. Bahkan Anas Urbaningrum, Ketua Partai Demokrat, sampai merasa perlu bagi partainya membuat media sendiri untuk mengimbangi pemberitaan yang ada saat ini yang dianggapnya selalu memojokkan partainya.

Pertarungan antar elite media di Indonesia dalam memperjuangkan kepentingannya masing-masing terlihat dari acara yang ditayangkannya, misalnya dengan disiarkannya IPL (Indonesian Premier League) oleh Global TV dan ISL (Indonesian Super League) oleh ANTV. IPL merupakan liga sepakbola yang dilegalkan oleh PSSI yang hak siarnya dipegang oleh MNC Group yang berpihak pada Djohar Arifin (Ketua Umum PSSI) dan Arifin Panigoro (pencetus IPL), sedangkan kompetitornya yaitu ISL yang dinyatakan ilegal oleh PSSI, hak siarnya dipegang oleh Bakrie Group yang berpihak pada Nurdin Halid (Mantan Ketua Umum PSSI) dan Nirwan Bakrie (investor ISL). Kedua grup elite media ini sama-sama saling mengklaim bahwa siaran liga merekalah yang terbaik untuk mendapat pengakuan dari publik melalui penciptaan opini publik yang mereka upayakan agar sejalan dengan kepentingan mereka. Demikianlah media massa pun masuk ke ranah politik.

Bahkan Kuswiyanto, Ketua Fraksi Partai Amanat Nasional (PAN) di DPRD Jatim, seperti yang dilaporkan oleh jurnalberita.com (17/2/2012) menilai, media massa dengan awaknya yang dikenal sebagai kaum jurnalis ini, kadang lebih taktis dalam menunjukkan peran komunikasi politik. Dengan kata lain, media kadang bisa lebih maha kuasa dibanding alat komunikasi yang lain.

Maka jelaslah bahwa media massa saat ini sudah tidak lagi netral. Seperti halnya pandangan kaum subjektivis yang menganggap setiap isi pemberitaannya selalu membawa dan mencerminkan ideologi yang dianut. Pertarungan antar elite media akan selalu terjadi guna membantu, meraih atau menguasai atau opini publik demi kepentingan politiknya. Inilah yang disebut dengan politik media.

Ibnu Hamad (2004:9) menjelaskan bahwa media massa sering menjadi sumber informasi di samping sebagai saluran komunikasi bagi para politisi. Cara-cara media menampilkan peristiwa-peristiwa politik dapat mempengaruhi persepsi para aktor politik dan masyarakat mengenai perkembangan politik. Melalui fungsi

kontrol sosialnya, bersama institusi sosial lainnya, secara persuasif media massa bisa menggugah partisipasi publik untuk ikut serta dalam merombak struktur politik. Keikut-sertaan media dalam mengubah sistem politik tiada lain adalah melalui pembentukan opini publik atau pendapat umum (public opinion), yaitu upaya membangunkan sikap dan tindakan khalayak mengenai sebuah masalah politik dan atau aktor politik. Dalam kerangka ini media menyampaikan pembicaraan-pembicaraan politik (political talks) kepada khalayak. Bentuk pembicaraan politik tersebut dalam media antara lain berupa teks atau berita politik yang lagi-lagi di dalamnya terdapat pilihan simbol politik dan fakta politik. Karena kemampuan ini pula, media massa sering dijadikan alat propaganda dalam komunikasi politik. Bahkan karena peranannya ini, komunikasi politik sering diidentikkan dengan propaganda.

4. Penutup

Demikianlah peran media massa yang begitu kuat mempengaruhi komunikasi politik. Pertarungan antar elite media dalam

memperjuangkan ideologi ataupun kepentingan mereka akan terus berlangsung sehubungan dengan semakin matangnya iklim demokrasi di Indonesia. Media massa masih akan menjadi instrumen utama dalam membangun serta memantapkan komunikasi politik yang diinginkan.

Daftar Pustaka

- Hamad, Ibnu. (2004). *Konstruksi realitas politik dalam media massa*. Jakarta: Granit.
- McQuail, Denis. (1992) *Political Communication*. Routledge.
- Pawito. (2009). *Komunikasi Politik, Media Massa dan Kampanye Pemilihan*. Jakarta: Jelasutra.
- Severin, Werner J. dan Thankard, James W. (2011.) *Teori Komunikasi, Sejarah, Metode, Terapan didalam Media Massa*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Zed, Mestika. (2004). *Metode Penelitian Kepustakaan*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

