

**EKONOMI POLITIK KEBEBASAN PERS DI INDONESIA PASCA
REFORMASI: KRITIK ATAS PRAKTEK NEOLIBERALISME PADA INDUSTRI
MEDIA**

Afdal Makkuraga

*Mahasiswa S3 Program Studi Kajian Budaya dan Media (KBM) Univeritas Gadjah Mada
afdalraga@yahoo.com*

Abstract. *The reform process in Indonesia has been running for 14 years, and one of the outcomes of the reform is the growing number of mass media in the country. Media news content tends to exploit facts which are not in line with the existing norms. Audience was unable to handle the assault of Information from the mass media which collaborate with business and political actors. The phenomena sparks a question in our mind with regard the media development from the beginning of reformation until today especially from the perspective of political economy. The political economy thoughts can be divided into two perspectives: liberal political economy and critical political economy. From liberal perspective, the political economy is seen as professional works and practices. In critical perspective, political economy is always seen as a control. This article highlights the problems which seen curbing the press freedom in Indonesia after 14 years of reform which include among others: journalists low prosperity; the vulnerable media independence, the low journalists professional level to the media structure which tend to become monopolistic.*

Keywords: pers, media, economy politic

Abstrak: Reformasi di Indonesia telah berjalan selama 14 tahun, dan salah satu hasil reformasi adalah makin tumbuh dan berkembangnya bisnis media di Indonesia. Terdapat kecenderungan saat ini banyak sekali pemberitaan-pemberitaan di media massa yang tidak sesuai dengan norma-norma yang berlaku di masyarakat. Penguasa media, yang berkolaborasi dengan aktor-aktor politik dan ekonomi pasar menyebabkan publik tidak berdaya menghadapi serbuan media. Berangkat dari fenomena tersebut, muncul pertanyaan yang perlu dijawab, bagaimanakah perkembangan kebebasan pers saat ini setelah 14 tahun reformasi ditinjau dari perspektif ekonomi politik yang dapat dibagi dalam dua bagian, yaitu pendekatan ekonomi politik liberal (sebagai *mainstream*) dan pendekatan ekonomi politik kritis. Dalam pendekatan liberal, aspek ekonomi dilihat sebagai bagian dari kerja dan praktek profesional. Dalam pendekatan kritis, aspek ekonomi politik selalu dilihat dan dimaknai sebagai kontrol. Artikel ini membahas problematika kemerdekaan pers di Indonesia setelah 14 tahun reformasi yang meliputi sejumlah hal mulai dari rendahnya tingkat kesejahteraan wartawan; iIndependensi media yang rentan; rendahnya profesionalisme pekerja media hingga; struktur media yang cenderung monopolistik.

Kata kunci: pers, media, ekonomi politik

PENDAHULUAN

Tak terasa reformasi di Indonesia sudah dinikmati selama 14 tahun. Buah dari reformasi itu adalah makin tumbuh dan berkembangnya bisnis media di Indonesia. Menurut data saat ini terdapat 1.008 jumlah surat kabar harian, +150 stasiun TV dan \pm 2000 stasiun radio. Dengan jumlah yang sekian banyak tersebut bisa dikatakan media massa sebagai lembaga ekonomi sudah berjalan dengan baik. Bisnis media dipandang sebagai lahan bisnis yang menggiurkan.

Tetapi apakah media yang banyak menjamin berjalannya kebebasan pers yang berkualitas? Dibalik banyaknya jumlah media itu ternyata menyisakan sejumlah persoalan bagi kebebasan sendiri. Orientasi media diduga tetap dipegang oleh penguasa media, yang berkolaborasi dengan aktor-aktor politik dan ekonomi pasar yang menyebabkan publik “tidak berdaya” menghadapi serbuan media.

Fakta menunjukkan bahwa saat ini banyak sekali pemberitaan-pemberitaan di media massa yang tidak sesuai dengan norma-norma yang berlaku di masyarakat, seperti misalnya gossip *infotainment*, berita-berita kriminal yang cenderung menonjolkan unsur-unsur kekerasan yang dapat mendorong orang lain untuk melakukan kejahatan sejenis.

Pemberitaan dengan menekankan pada nilai ekonomis dari kejahatan narkoba, misalnya, pada satu sisi menunjukkan polisi dan media massa melihat kejahatan narkoba ini hanya sebagai fenomena ekonomi. Pada sisi lain, pemberitaan tersebut akan menggiurkan warga yang sedang mengalami kesulitan ekonomi, atau orang yang memang tamak untuk mendapat hasil dengan jalan pintas. Demikian juga misalnya pemberitaan tentang modus operandi kejahatan seksual (pemeriksaan) bisa jadi kemudian mendorong orang lain untuk melakukan pemeriksaan.

Fakta lain yang juga perlu diperhatikan dibalik maraknya jumlah media yang melayani audien di seluruh nusantara juga

menyisakan cerita miris tentang pengelolaan media masa sebagai entiti bisnis (*bisnis entity*). Data SPS tahun 2008 menyebutkan, dari sekitar 900 media cetak yang ada di Indonesia, baru sekitar 30 persen yang sehat secara bisnis. Hanya 20 persen wartawan yang bekerja secara profesional sekaligus mampu memberikan "pencerahan" kepada publik, sementara sekitar 80 persen wartawan berperilaku kurang baik.

Fakta itu kemudian diperparah dengan tingkat kesejahteraan wartawan Indonesia. Menurut survei yang dilakukan oleh Dewan Pers tahun 2009, menyebutkan bahwa lebih dari 55% wartawan di Indonesia bergaji kurang dari Rp 1,5 juta perbulan. Dengan tingkat penghasilan sebesar itu 48% wartawan mengaku gaji yang mereka terima masih sangat kurang (Wina Armada, 2009, hal 51). Fakta tersebut tentu menjadi ironi di tengah prestiusnya fungsi wartawan sebagai agen demokrasi. Akibat dari rendahnya tingkat kesejahteraan wartawan maka tak sedikit wartawan yang menembuh jalan pintas yakni menjadi wartawan amplop. Wartawan amplop adalah wartawan yang menerima atau meminta imbalan (reward) dari narasumbernya yang berkaitan atau tidak berkaitan dengan karya jurnalistik. Wartawan amplop lebih populer dengan sebutan wartawan bodrex.

Konglomerasi dalam industri media merupakan ancaman lain dalam kebebasan pers di Indonesia setelah kekerasan terhadap media. Kekuatan modal semakin tak tertahankan jika tak ada kekuatan lain yang tidak akan bisa untuk mampu mengimbangnya. Pernyataan itu adalah respon fenomena dunia pers yang terjadi belakangan ini. Sebut saja, adanya tren integrasi redaksi dalam kelompok media yang sama yang berdampak pada rasionalisasi, berdirinya Federasi Serikat Pekerja Media Independen, kompetisi yang semakin ketat untuk memperebutkan pangsa pasar. Selain itu maraknya pemberangusan

berserikat di perusahaan media seperti yang terjadi di *Kompas*, *Indosiar*, dan *Suara Pembaruan*. Tindakan itu tentu saja tidak demokratis.

Cengkraman kekuasaan modal dalam industri pers berakibat buruk dalam kebebasan pers. Misalnya, media dijadikan corong kepentingan politik atau bisnis dan juga sarana *public relations*. Media mudah diintervensi ketika memberitakan isu yang dianggap tabu pemilikinya, pembiasan informasi, rasionalisasi atau efisiensi yang berdampak PHK massal, kecepatan informasi ukuran terpenting ketimbang kedalaman informasi.

Berangkat dari fenomena tersebut, penulis mengajukan pertanyaan untuk dijawab dalam artikel ini, bagaimana perkembangan kebebasan pers saat ini setelah 14 tahun reformasi ditinjau dari perspektif ekonomi politik? Adakah yang salah dengan praktek ekonomi politik kebebasan pers kita saat ini?

KAJIAN TEORI

Grand Narrative Kebebasan Pers, Dalam sebuah negara yang menganut sistem demokrasi, kebebasan pers adalah sebuah keniscayaan. Institusi pers tidak akan bekerja sempurna sesuai kodratnya tanpa jaminan kebebasan. Oleh karena itu kebebasan pers disebut hak asasi manusia yang paling hakiki. Lazim pula dijadikan sebagai barometer demokrasi. (Boczkowski, 2010; Vaara, 2003).

Kebebasan pers pertama kali dipelopori oleh John Milton pada abad ke 17. Dalam sebuah pidatonya yang berjudul *Aeropagitica* ia berucap “*a speech for unlicenced printing*.” (Ferrante, 2010; Jones & Baym, 2010; Berglez, 2008) Ucapan filsuf berkebangsaan Inggris itu menandai permulaan lahirnya gerakan anti sensor sebagai tindakan preventif terhadap publikasi (Castells, 2007; Croucher, 2011; Ferguson, 1992).

Kebebasan pers menurut Oemar Seno Adji (1977, hal 77) sebagai kemerdekaan untuk mempunyai dan menyatakan pendapat melalui pers, dimana setidaknya

mengandung tiga makna, yakni kebebasan berpendapat (*free opinion*), kebebasan berekspresi (*free expresion*) dan kebebasan mendapatkan akses informasi (*freedom of access*).

Kebebasan pers juga bermakna larangan sensor preventif, artinya lembaga hukum dilarang melakukan sensor pendahuluan terhadap isi media. Dalam larangan sensor pendahuluan terkandung di dalamnya misalnya peringatan atau teguran resmi kepada media; larangan penjualan kepada publik; diskriminasi dalam subsidi; diskriminasi dalam sumber-sumber pemberitaan; anjuran untuk tidak memuat berita-berita tertentu dan lainnya. Larangan sensor preventif juga meliputi larangan izin penerbitan pers, larangan meliput suatu peristiwa dan kewajiban melapor pada pihak yang berwenang (Scheufele, 2007; Engstrom, 2008; Fitzgibbon, 2002).

Sementara itu kaum libertarian pada abad ke 19 mendefenisikan kebebasan pers sebagai kebebasan pribadi penulis untuk mengungkapkan pikirannya melalui sarana yang telah ditemukan manusia dan bentuk pers (Whiple dalam Basuki, 1997 hal 55). Pandangan ini mengupayakan kebebasan sampai pada batasnya yang wajar dan menghubungkannya dengan kebebasan berpikir dan berbicara sebagai bagian dari doktrin hak-hak alami.

Zechariah Chafee dalam Basuki (1997, hal 56) mengatakan makna kebebasan pers yang populer adalah hak membicarakan masalah umum yang tidak dilarang. Chaffe yakin bahwa defenisi ini setidaknya merupakan pengertian umum tentang kebebasan berbicara sebagaimana yang dimaksudkan oleh para pembuat konstitusi.

Komisi Kebebasan Pers (*commision on freedom of the press*) atau sering disebut komisi Hutchins (*Hutchins Commissions*) melalui pernyataan mereka dalam *A Free and Responsible* mendefenisikan kebebasan pers sebagai berikut: (1) Pers bebas adalah pers yang bebas dari paksaan manapun, pemerintah atau sosial, luar atau

dalam. Ini tidak berarti bahwa pers bebas dari tekanan, karena tidak ada pers yang bisa bebas dari tekanan kecuali pada masyarakat yang hampir mati yang tidak terdapat tantangan dan kepercayaan. Namun, jika terdapat tekanan terus menerus dan menyimpang seperti tekanan keuangan, tata usaha masyarakat, dan lembaga ini dapat mendekati paksaan; dan akan ada sesuatu yang hilang dari kebebasan itu (2) Pers bebas adalah pers yang bebas untuk mengungkapkan pendapat melalui segala bentuk. Pers bebas adalah pers yang bebas untuk mencapai tujuan pelayanan pers yang dapat memadukan cita-citanya dan harapan masyarakat dengan menggunakan cara yang memungkinkan. Untuk tujuan ini, pers harus menguasai sumber daya teknis, keuangan secara mantap, akses yang layak ke sumber informasi di dalam dan luar negeri, dan fasilitas yang diperlukan untuk mengirim informasi ke pasar nasional (3) Pers yang bebas harus bebas bagi semua yang perlu mengatakan sesuatu yang berguna kepada umum karena tujuan pokok yang menjadikan pers bebas dihargai adalah bahwa gagasan yang patut didengar oleh umum (Cissna, et al 2009; Caporaso & Livine, 2008)

Jadi makna kebebasan pers sesungguhnya ialah larangan sensor pendahuluan (*prior restraining*) terhadap pemberitaan-pemberitaan dalam pers. Adapun yang dimaksud sensor di sini adalah: (1) Penghapusan secara paksa sebagian atau seluruh materi informasi yang diterbitkan atau disiarkan (2) Tindakan teguran atau peringatan yang bersifat mengancam dari pihak manapun (3) Kewajiban melapor, serta memperoleh izin dari pihak berwajib, dalam pelaksanaan kegiatan jurnalistik.

Demikianlah bahwa kemerdekaan pers merupakan darah bagi suatu negara demokrasi. Saking pentingnya kemerdekaan pers digambarkan oleh Edmund Burke Negarawan asal Inggris bahwa pers lembaga keempat (*the Fourth Estate*). Yaitu Lembaga keempat

melengkapi tiga lembaga yang dicetuskan oleh John Lock dalam trias politica: eksekutif, yudikatif dan legislatif (Morah & Uzochukwu, 2012).

Arti pers sebagai lembaga keempat adalah pers merupakan institusi yang dianggap sejajar dengan lembaga ketiga seperti yang cetuskan oleh John Lock dalam trias politika eksekutif, yudikatif dan legislatif. Istilah ini sebenarnya hanyalah citra yang muncul dari kalangan pers sendiri yang merasa bahwa pers merupakan institusi penting dan berpengaruh terhadap ketiga lembaga itu (Annenberg dalam Basuki, 1997, 61). Disebut lembaga keempat karena adanya kekuatan, besarnya peranan dan pengaruh pers terhadap jalannya kehidupan bernegara seperti mempunyai otonomi, mengawasi pemerintah, mengungkap penyelewengan, menggerakkan, mendidik, dan mewakili masyarakat, melayani hak rakyat mengetahui, menyumbang informasi dan pendapat untuk diskusi umum, mengeritik pemerintah, serta menjadi komunikator rakyat terhadap apa yang dikerjakan pemerintah (Shi, 2011)

Munculnya konsep lembaga keempat didasarkan pada asumsi bahwa pers adalah bagian integral dari pemerintah yang secara teoritis melengkapi cabang-cabang eksekutif, legislatif dan yudikatif serta mengawasi mereka. Menurut Merrill dalam Basuki (1997, hal 61) konstitusi AS tidak memberi pers tanggung jawab dan kewajiban untuk mengawasi kegiatan pemerintah. Selain itu tidak memilih pers sebagai wakil mereka. Perslah yang mengangkat dirinya sebagai lembaga keempat dengan mengembangkan konsep-konsepnya, serta merasa menjadi bagian dan pengawas pemerintah karena kepercayaan sendiri.

Sejak reformasi bergulir dan dikonsensuskannya demokrasi sebagai tatanan bernegara maka kebebasan pers menjadi hal pertama yang dipulihkan. Segala macam aturan yang membelenggu kebebasan pers satu persatu dicabut, dimulai dari Permenpen no 1 tahun 1984

tentang SIUPP, lalu UU Pers no 11 th 1966 jo UU No 21/1982 diganti dengan UU No 40 /1999, UU No 24/1997 tentang penyiaran diganti dengan UU No. 32/2002. Semua UU itu pada intinya menyatakan jaminan atas kemerdekaan pers. Pandangan ini dianggap sebagai *grand narrative* bagi demokrasi. Sehingga demokrasi diidentikkan dengan kebebasan pers.

Teori Ekonomi Politik. Fondasi Istilah ekonomi politik berasal dari konsep-konsep ekonomi. Istilah ekonomi politik pertama kali dikeluarkan oleh Adam Smith pada sekitar abad ke 19. Bagi Adam Smith dkk istilah ekonomi adalah ekonomi politik yang merupakan dasar dari teori-teori sosial. Menurut Adam Smith ekonomi politik yakni studi tentang kesejahteraan (materi kebendaan) atau alokasi sumber-sumber daya atau bagaimana manusia mengatur sumber daya yang terbatas dalam rangka memuaskan kebutuhan tertentu. Ekonomi politik dalam makna klasik fokus pada produksi, distribusi, pertukaran dan konsumsi barang yang berpangkal pada kesejahteraan individu dan masyarakat. Penekanan pengertiannya pada kapitalisme dalam sistem sosial kemasyarakatan (Janet Wascow, 2004)

Diakhir abad ke 19 terjadi perubahan mendasar pada studi ekonomi, yang awalnya menekankan pada kepentingan sosial kemasyarakatan ke kepentingan individu; dari level analisis makro ke level analisis mikro. Metode analisisnya juga berubah dari filosofi moral ke ilmu-ilmu sosial. Perubahan ini juga berdampak pada peristilahan, dari ekonomi politik ke ekonomi saja. Selanjutnya studi ilmu ekonomi berkembang dengan pesat.

Akan tetapi studi ekonomi politik juga berkembang dengan bentuk yang lain, salah satunya pendekatan korporatis dan teori pilihan publik (*public choice theory*). Pendekatan ini umumnya berpendapat bahwa kebebasan individual dapat diperluas dengan menerapkan prinsip-prinsip

ekonomi neoklasik yang lebih luas daripada isu ekonomi lainnya.

Menurut Didik J. Rahbini, ilmu ini mengkaji dua jenis ilmu yakni ilmu politik dan ilmu ekonomi yang digabungkan menjadi satu kajian ilmu ekonomi politik. Dalam penggunaannya secara tradisional, istilah ekonomi politik dipakai sebagai sinonim atau nama lain dari istilah ilmu ekonomi. Fokus dari studi ekonomi politik adalah fenomena-fenomena ekonomi secara umum, yang bergulir serta dikaji menjadi lebih spesifik; yakni menyoroti interaksi antara faktor-faktor ekonomi dan faktor-faktor politik. Namun, dalam perkembangan berikutnya, istilah ekonomi politik selalu mengacu pada adanya interaksi antara aspek ekonomi dan aspek politik.

Menurut Staniland dalam Deliarnov (2006, hal 15), ekonomi politik merupakan pembauran antara ilmu ekonomi dan ilmu politik guna menghasilkan dua metode analisis sebagai berikut: (1) metode analisis Politik Ekonomi (*the political theory of economic*), yaitu penerapan cara pendekatan yang berasal dari teori politik untuk memahami permasalahan-permasalahan ekonomi, dan (2) metode analisis ekonomi politik (*the economic theory of politics*), yaitu penerapan cara pendekatan yang bersumber dari teori ekonomi untuk memahami permasalahan-permasalahan politik.

Adapun menurut Caporaso dan Levine (2008), model-model ekonomi politik dikelompokkan menurut 'metode' dan 'substansi.' Jika membicarakan metode ekonomi dan substansi ekonomi (sel 1) maka yang dibahas adalah ilmu-ilmu ekonomi tradisional atau ekonomi murni. Hal-hal yang dikaji yakni biasanya terkait dengan perilaku agen-agen ekonomi dalam mengoptimalkan kesejahteraan masing-masing dalam *setting* pasar, teori harga atau efisiensi dalam konsumsi, produksi dan alokasi. Begitu juga bila menelaah metode politik dari substansi politik (sel.4), maka yang dipelajari adalah pengaplikasian metode politik dalam

substansi politik. Yang dibicarakan politik murni. Hal-hal yang dibahas adalah bagaimana memenuhi kepentingan-kepentingan kelompok dalam arena kekuasaan.

Lalu bagaimana jika yang dibahas adalah metode ekonomi dari substansi politik (sel 2)? Maka yang dibahas adalah penerapan ekonomi terhadap substansi politik. Dalam hal ini yang dikaji yakni tindakan-tindakan ekonomi yang dilakukan oleh aktor-aktor tertentu pada saat mereka melakukan aktivitas politik.

Adapun kajian metode politik dilihat dari substansi ekonomi (sel 3), yakni membahas penerapan metode politik terhadap ekonomi, yakni dianalisis adalah distribusi kekuasaan dalam situasi pasar. Berikut ini adalah tabel yang

menggambarkan keterkaitan antara ekonomi dan politik.

Lalu bagaimana pengertian ekonomi politik dalam perspektif komunikasi atau media. Menurut Golding dan Murdock, pendekatan ekonomi politik mempunyai tiga karakteristik penting. Pertama, holistik, dalam arti pendekatan ekonomi politik melihat hubungan yang saling berkaitan antara berbagai faktor sosial, ekonomi, politik dan budaya di sekitar media dan berusaha melihat berbagai pengaruh dari beragam faktor ini. Kedua historis, dalam artian analisis ekonomi politik mengaitkan posisi media dengan lingkungan global dan kapitalistik, dimana proses perubahan dan perkembangan konstelasi ekonomi merupakan hal yang terpenting untuk diamati. Ketiga, studi ekonomi politik juga berpegang pada falsafah materialism.

Tabel 1. Keterkaitan antara Ekonomi dan Politik

Metode	Ekonomi	Substansi Politik
Ekonomi	(1) Teori ekonomi tradisional, perilaku maksimalisasi dalam kondisi pasar, teori harga, efisiensi alokasi	(2) Penerapan metode ekonomi terhadap politik, pilihan publik
Politik	(3) Penerapan metode politik terhadap ekonomi, analisis distribusi kekuasaan dalam situasi pasar	(4) Ilmu politik tradisional, analisis distribusi kekuasaan dalam bidang politik

Sumber: James A Caporaso & David P Livine, *Teori-teori Ekonomi Politik*. Hal 303 th 1992

Pendekatan ekonomi politik media dapat dibagi dalam dua bagian, yaitu pendekatan ekonomi politik liberal (sebagai *mainstream*) dan pendekatan ekonomi politik kritis. Perbedaan prinsip antara pendekatan liberal dan kritis terletak pada bagaimana aspek ekonomi politik media itu dilihat. Dalam pendekatan liberal, aspek ekonomi dilihat sebagai bagian dari kerja dan praktek profesional. Iklan, pemodal dilihat sebagai instrumen

profesional dalam menerbitkan media. Sebaliknya, dalam pendekatan kritis, aspek ekonomi politik selalu dilihat dan dimaknai sebagai kontrol. Iklan dan pemodal bukan semata-mata dilihat sebagai bentuk kerja dan praktek profesional, tetapi iklan dan pemodal itu adalah instrumen pengontrol, melalui mana kelompok dominan memaksakan dominasi kepada kelompok lain yang tidak dominan.

Struktur ekonomi media dalam pendekatan liberal juga semata dilihat dalam kerangka profesional. Bagian iklan atau pemilik media adalah salah satu fungsi dari beragam fungsi dalam media. Sebaliknya dalam pendekatan kritis, beragamnya posisi dan ketidaksamaan posisi dalam sebuah organisasi media menyebabkan dominasi satu kelompok kepada kelompok lain. Bagian iklan atau pemilik media dapat menjadikan kekuasaannya untuk mendominasi pihak tertentu misalnya untuk memaksa bagian redaksi agar memberitakan kasus-kasus yang menguntungkan pemilik media saia (Craig, 2005).

Golding dan Murdock menempatkan perspektif ekonomi politik media pada paradigma kritis. Golding dan Murdock berpendapat bahwa perspektif ekonomi politik kritis berbeda dengan arus utama dalam ilmu ekonomi dalam hal holisme, keseimbangan antara usaha kapitalis dengan intervensi publik; dan keterkaitan dengan persoalan-persoalan moralitas seperti masalah keadilan, kesamaan, dan kebaikan publik (*public goods*).

Adapun Vincet Mosco (2010) melihat ekonomi politik komunikasi dari dua sudut, yakni sudut pandang yang khusus (sempit) dan sudut yang luas (general). Dari sudut pandang yang sempit ekonomi politik komunikasi diartikan sebagai studi tentang relasi sosial, khususnya relasi kekuasaan yang saling berkaitan dalam sistem produksi, distribusi, dan konsumsi sumber daya komunikasi (Miller, 2008). Dari sudut pandang ini maka produk komunikasi, seperti surat kabar, buku, video, film, dan khalayak adalah sumber daya utama kajian studi ekonomi politik (Friedman, 2005)

Bila dilihat lebih jauh dalam sudut pandang komunikasi, maka kajian ini menekankan bagaimana suatu perusahaan memproduksi sebuah film atau perusahaan penerbitan mencetak surat kabar, bagaimana berhubungan dengan orang-orang yang mendistribusikan produk media tersebut dengan pasar, dan

bagaimana konsumen memutuskan tentang program apa yang harus mereka tonton, baca, atau dengarkan.

Sedangkan definisi yang lebih luas, ekonomi politik adalah studi tentang kontrol dan kelangsungan hidup dalam kehidupan sosial. Makna kontrol adalah pengaturan individu dalam sebuah organisasi sebagai anggota kelompok. Kelangsungan hidup (*survival*) berarti bagaimana orang memproduksi dan menghasilkan apa yang mereka butuhkan. Maknanya secara khusus mengacu bagaimana masyarakat mengorganisasi dirinya sendiri, mengelola urusan dan menyesuaikan; atau bahkan gagal untuk beradaptasi dengan perubahan yang tak terelakkan.

Problematika Kemerdekaan Pers,

Berikut ini adalah penjelasan tentang problematika kebebasan pers di Indonesia setelah 14 tahun Reformasi: Pertama, kesejahteraan wartawan rendah. Meskipun bisnis media sudah menjanjikan, namun tanda-tanda perbaikan kesejahteraan awak media masih jauh dari harapan. Dari hasil temuan kajian Dewan Pers menemukan, bahwa standar gaji wartawan di Indonesia memang masih banyak yang rendah dibandingkan standar profesional bidang-bidang lainnya. Survei tersebut menunjukkan 85.5% wartawan mendapat gaji dari tempat mereka bekerja. Namun hanya 55.3% responden yang menilai gaji yang diterima baik/sangat baik. Eriyanto koordinator penelitian Dewan Pers mengakui bahwa masih banyak wartawan kita yang gajinya masih 600.000 per bulan (Armada, 2009).

Ada sejumlah solusi yang ditawarkan mengenai hal ini, antara lain; perusahaan pers yang tidak memenuhi standar profesionalisme secepat mungkin memenuhi standar profesionalisme bisnis pers. Kalau tidak mampu, agar secara sukarela menghentikan usahanya. Kedua, perlu ada standar gaji minimal wartawan. Ketentuan itu dibuat oleh kalangan wartawan sendiri di mana Dewan Pers

memfasilitasi dalam penyusunan standar tersebut. Bila perusahaan pers tersebut tidak melaksanakan putusan Dewan Pers maka, wartawan perusahaan tersebut harus siap meninggalkan perusahaan pers tersebut.

Masalahnya kemudian, apakah wartawan yang digaji rendah siap untuk hengkang dari perusahaan tersebut? Dan siapkah asosiasi wartawan dan perusahaan pers *me-rule enforce* putusan dewan pers tersebut? Leo Batubara sendiri mengakui, memang selama ini hanya perusahaan pers yang sehat bisnis yang mampu menggaji wartawannya sesuai dengan standar penggajian profesional.

Kedua, independensi yang rentan. Independensi dalam pemberitaan dapat diterjemahkan sebagai tidak adanya intervensi apapun baik dari pemilik atau pemerintah dalam suatu pemberitaan. Pemberitaan tersebut semata-mata hanya untuk kepentingan publik. Apakah hal tersebut bisa diwujudkan?

METODE

Sifat penelitian pada penelitian ini adalah deskriptif kualitatif sesuai dengan keadaan dan peristiwa yang sebenarnya terhadap objek penelitian yang akan diteliti. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode deskriptif, yaitu: "...memberikan gambaran tentang fenomena tertentu atau aspek kehidupan tertentu dari masyarakat yang diteliti. Pengertian metode deskriptif, yaitu: mendeskripsikan gejala-gejala yang diteliti dan mempelajari hubungan antara gejala-gejala yang diteliti.

Metode deskriptif tidak hanya terbatas pada pengumpulan data, tetapi meliputi analisis dan interpretasi tentang arti data itu. Penelitian deskriptif membandingkan persamaan dan perbedaan fenomena tertentu. Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus untuk menjawab tujuan dari penelitian dengan menjabarkan secara terperinci mengenai studi kasus tertentu, dalam

penelitian ini mengenai strategi komunikasi pemasaran.

Data primer, diperoleh dari wawancara mendalam dengan narasumber Data sekunder diperoleh melalui kepustakaan, dokumen perusahaan, artikel Surat kabar, buletin-buletin serta tulisan yang ada di internet yang berkaitan dengan informasi tentang perusahaan yang menjadi objek dalam penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian. Berdasarkan data yang diperoleh darilapangan dapat dikemukakan beberapa contoh praktik pemberitaan akibat kepemilikan media oleh pengusaha-pengusaha besar. Pertama, kasus *Negotiable Certificate of Deposit* (NCD) PT Citra Marga Nusaphala Persada Tbk (MNCP). Bhakti Investama, perusahaan milik Hary Tanoesoedibjo, disebut terlibat dalam jual-beli surat utang CMNP tersebut.

Gerah dengan tuduhan fiktif, korupsi dan benturan kepentingan dalam transaksi NCD itu, Hari Tanoesoedibjo tampil di RCTI dalam acara dialog khusus berjudul "Kontroversi NCD Bodong" (20 Februari 2006). Dialog khusus itu dipandu Arif Suditomo (Pemimpin Redaksi RCTI) dan menghadirkan tiga pembicara, yaitu Goei Siau Hong (Analisis Pasar Modal), Indra Safitri (Ahli hukum pasar modal) dan Eko B Supryanto (Direktur Biro Riset Info Bank), selain Hary Tanoe sendiri.

Hary mendapat kesempatan pertama menjelaskan ihwal transaksi NCD antara MNCP dengan Drosophila lewat perantara Bhakti Investama. Keempat nara sumber, termasuk Hari Tanoe yang berkepentingan langsung dengan kasus NCD itu, sepakat bulat mengatakan setidaknya tiga hal, yaitu bahwa pertama, NCD tersebut tidak fiktif, kedua, tidak ada unsur kerugian negara di dalamnya dan ketiga tidak ada unsur benturan kepentingan dalam transaksi NCD tersebut.

Apa yang salah dalam dialog khusus tersebut? Anggota KPI Ade Armando, menilai dialog itu bermasalah karena berlangsung tidak berimbang. "Semua

narasumber yang dihadirkan adalah mereka yang sepakat dengan pendapat Hary Tanoë”, kata Ade pada acara Sosialisasi Hasil Pemantauan Isi Siaran TV, 1 Maret 2006 di gedung KPI. (Media Watch, THC, Maret-April 2006)

Padahal menurut Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3 SPS) untuk isu-isu kontroversial yang menyangkut kepentingan publik, lembaga penyiaran harus menyajikan berita, fakta, dan opini secara objektif dan secara berimbang (pasal 12 ayat 1). Sebagai lembaga penyiaran profesional seharusnya *RCTI* menghadirkan atau melibatkan dua atau lebih pihak yang saling berbeda pendapat mengenai sebuah isu kontroversial seperti kasus NCD MNCP tersebut (Jurnal Media Watch, Edisi 43/ Maret-April 2006).

Kedua, masih menyangkut Hari Tanoesoedibjo, adalah penayangan bersama MNC Radio Network pada 7 September 2005. Baik *RCTI*, Global TV, maupun TPI menayangkan secara langsung acara tersebut selama 90 menit begitu juga dengan jaringan radionya. Praktik seperti ini bermasalah karena mengarah pada monopoli siaran. Karena ada siaran bersama, masyarakat tidak bisa menonton acara yang biasa ditontonnya.

Ketiga, pemberitaan mengenai lumpur panas yang menyembur dari sumur eksplorasi PT Lapindo Brantas di Sidoarjo. Dari peristiwa ini muncul dua versi istilah yang menonjol, "lumpur Lapindo" dan "lumpur Sidoarjo". Kedua istilah ini sama-sama merujuk pada lumpur panas dari PT Lapindo Brantas, perusahaan pertambangan milik keluarga Bakrie.

ANTV dan TV One lebih memilih istilah "lumpur Sidoarjo". Sedangkan *RCTI*, SCTV, Indosiar, Global TV, TPI, Metro TV, Trans TV, dan TV7 menggunakan sebutan "lumpur lapindo". Uniknyanya, TVRI yang selama 32 tahun dituding sebagai organ Orde Baru malah lebih berani menyebut "lumpur panas Lapindo" (www.pikiran-rakyat.com).

Pemilihan istilah itu tentu tidak sederhana yang dibayangkan orang melainkan mengandung konsekuensi-konsekuensi dan motif-motif tertentu. Masing-masing *news room* tentu memiliki motif dan agenda di balik pelabelan lumpur tersebut. Tidak ada *news room* yang bebas nilai dari ideologi dan kepentingan. Pelabelan seperti itu cenderung kepada pemilik modal yang dengan kapitalnya dapat berkuasa dan membuat agenda media sendiri sesuai versinya.

Istilah "lumpur Sidoarjo" tentu dipilih dengan dasar atau strategi kehumasan yang terencana. Kosakata tersebut digunakan untuk membangun citra atau imej tertentu. Label "lumpur sidoarjo" itu bertujuan menghapus kesalahan PT Lapindo. Kemudian kesalahan itu digiring menjadi masalah dan tanggung jawab Pemda Kabupaten Sidoarjo atau bahkan bangsa Indonesia. Penggiringan semacam ini sedikit banyak telah berhasil dengan membuat pemda sibuk harus merelokasi warganya. Belakangan lumpur pun bukan lagi menjadi masalah lokal, tetapi juga menjadi konsumsi nasional hingga terbentuknya Tim Penanganan Lumpur Nasional

Contoh keempat adalah bahwa televisi sering menjadi kepanjangan tangan pengusaha-pemiliknya dalam mempromosikan produk-produknya. Di Trans TV misalnya, iklan Bank Mega muncul secara rutin. Iklan Esia kerap hadir di ANTV. *RCTI*-TPI-Global TV intens menayangkan iklan Radio Trijaya Network, majalah Trust, tabloid *Genie*, dan koran *Seputar Indonesia*. Indosiar memiliki program rutin malam mingguan "Gebyar BCA" yang merujuk pada bank milik Salim. Publik tidak pernah diberitahu bahwa produk-produk itu berafiliasi atau satu grup dengan stasiun televisi yang bersangkutan. Televisi menjadi medium atau alat pengeruk keuntungan pengusaha pemiliknya.

Menurut Novel Ali, Pengajar Komunikasi Universitas Diponegoro pada

harian Kompas, 15 April 2010, Ideologi media massa yang takluk di bawah cengkeraman kapitalisme pers membentuk sikap dan perilaku pekerja pers yang memosisikan informasi semata-mata sebagai komoditas. Informasi tanpa bobot komoditas dinilai jauh dari rasa ingin tahu (*sense of curiosity*). Padahal, pemenuhan keingintahuan manusia itu pada umumnya sangat bergantung kepada kemauan baik pengelola lembaga media massa dalam menyajikan informasi.

Pembahasan. Salah satu elemen yang penting dipenuhi dalam menegakkan kebebasan pers adalah menumbuhkan sikap profesionalisme Sumber Daya Manusia media massa. Salah satu indikator dari profesionalisme itu yakni diamalkannya Kode Etik Jurnalistik. Dalam berbagai diskusi, seminar, lokakarya, dan dialog dengan masyarakat dan komunitas pers, delapan tahun terakhir, Dewan Pers sering menerima keluhan mengenai praktek penyalahgunaan profesi wartawan dan merebaknya penerbitan pers yang bersikap tidak patut, dan menyimpang dari etika pers profesional. Era kebebasan pers telah melahirkan beratus-ratus pers baru, namun peningkatan jumlah (kuantitas) tersebut justru memunculkan kecemasan masyarakat, karena tidak diiringi peningkatan kualitas.

Mengapa banyak penerbitan pers baru sulit sekali menerapkan etika sebagai basis utama profesi jurnalistik? Menurut Ichlasul Amal, Ketua Dewan Pers Periode 2003-2010, akar persoalannya adalah, di era kebebasan saat ini terlalu mudah menerbitkan pers atau menjadi wartawan. Ibaratnya, menerbitkan pers kini seperti menggelar dagangan kaki lima di trotoar, dan menjadi "wartawan" semudah seperti menjadi pengamen di jalanan. Banyak orang menjadi wartawan tanpa memiliki latar belakang pengetahuan dan ketrampilan yang cukup tentang jurnalisisme. Sejumlah prasyarat kemampuan dan pengetahuan yang seharusnya melekat pada seseorang ketika

ia menyandang predikat wartawan kini diabaikan.

Dewan Pers sering mengeluarkan seruan agar masyarakat, perusahaan swasta, dan instansi pemerintah cermat dalam mengidentifikasi wartawan/media serta tidak segan-segan menanyakan identitas wartawan dan mengecek kebenaran status media tempatnya bekerja. Sebab wartawan yang sungguh-sungguh profesional selalu menggunakan cara-cara yang etis dalam mencari informasi.

Sebagian persoalan dari maraknya praktek wartawan bodrex adalah salah persepsi yang muncul di kalangan masyarakat.

Masyarakat cenderung menilai siapa saja yang memiliki "kartu pers" (yang dengan mudahnya dibuat sendiri) atau mengaku bekerja di penerbitan pers (yang tidak jelas sifat perusahaannya) dianggap sebagai wartawan yang bekerja secara serius. Upaya membasmi wabah wartawan bodrex pertama-tama harus dilakukan dengan mengubah persepsi dan membuka mata masyarakat mengenai profesi wartawan yang sesungguhnya.

Persepsi masyarakat sering masih salah kaprah terhadap profesi wartawan. Muncul penilaian di masyarakat bahwa wartawan kebal hukum. Kalau ada orang memakai rompi, kemudian membawa notes dan tanya-tanya, apalagi dengan adanya kartu pers, sudah dianggap wartawan. Padahal profesi wartawan tidak dibuktikan dengan aksesoris semacam itu. Seseorang bisa disebut wartawan jika ia menghasilkan karya jurnalistik secara teratur.

Karena itu penting bagi masyarakat untuk mengetahui bermacam model wartawan. Pertama, wartawan serius yang bekerja di media serius pula. Kedua, wartawan yang bekerja di media yang betul tetapi secara personal mereka suka melanggar etika, misalnya mau menerima amplop. Ketiga, mereka yang biasa disebut sebagai "wartawan bodrex".

Kontrol ekonomi dan logika. Praktek yang muncul disini ialah praktek integrasi

vertikal dalam bisnis media massa. Integrasi vertikal adalah menggabungkan dua atau lebih usaha yang memiliki lini bisnis yang saling mendukung. Misalnya stasiun TV yang memiliki rumah produksi sendiri, Surat kabar yang memiliki pabrik kertas sendiri.

Jawa Pos group adalah salah satu perusahaan media yang melakukan integrasi vertikal tersebut. Jawa Pos yang memiliki ratusan perusahaan koran yang berkibar lewat merek *Radar* memiliki perusahaan pabrik kertas yang bernama PT Adiprima Sura Perinta yang mampu memproduksi kertas koran 450 ton/hari. Lokasi pabrik ini di Kabupaten Gresik, hanya 45 menit bermobil dari Surabaya. Selain Jawa Pos, Group Pos Kota juga memiliki pabrik kertas sendiri, yakni PT. Gede Karang.

Selain di media cetak, praktek integrasi vertikal juga terjadi di industri penyiaran televisi. Salah satu yang mengemuka disinilah praktek *in house production* yaitu praktek produksi program yang dilakukan oleh *production house* miliki stasiun TV itu sendiri. Stasiun TV yang pernah melakukan praktek ini diantaranya adalah *Indosiar* yang sukses membuat program Akademi Fantasi Indonesia (AFI) dan Mama Mia. *Trans TV* dengan program Termehek-mehek, Akhirnya Datang Juga, dan RCTI dengan tayangan komedi OB.

Alasan yang sering digunakan mengapa industri menerapkan praktek integrasi vertikal ini adalah dapat menciptakan penghematan biaya kalau volume kebutuhan bahan baku yang diperlukan cukup besar sehingga cukup ekonomis kalau di produksi sendiri. Selain itu juga mampu memberikan kontribusi laba yang diharapkan karena memberikan keamanan *supply* bahan baku utama yang dibutuhkan perusahaan dan perusahaan tidak mengalami kesulitan menguasai teknologi yang diperlukan.

Isu etika yang mengemuka dibalik praktek integrasi vertikal ialah praktek monopoli, persaingan usaha tidak sehat, praktek kartel dan atau praktek *dumping*

yang bisa “membunuh” perusahaan pesaing.

Struktur media monopolistik. Isu yang mengemuka disini yakni kepemilikan silang dan konglomerasi media. Kepemilikan silang adalah individu atau kelompok yang secara kombinasi memiliki baik secara langsung atau tidak langsung media cetak dan media penyiaran. Sedangkan konglomerasi media adalah pemusatan kepemilikan media pada satu tangan atau kelompok.

Praktek kepemilikan silang dan konglomerasi media dilakukan oleh kelompok Jawa Pos group. Selain mengendalikan sejumlah perusahaan media cetak yang tersebar diseluruh Indonesia, Jawa Pos juga mengendalikan atau memiliki afiliasi dengan sejumlah TV lokal seperti, Jawa Pos TV, SBO TV (Surabaya TV), Malioboro TV (Yogyakarta), PJTV (Padjajaran TV) (Bandung), Semarang TV, Bogor TV, PAL TV (Palembang), Padang TV (Padang), Jambi TV (Jambi), dan Jek TV (Jambi).

MNC group juga melakukan praktek kepemilikan silang dan konglomerasi media. Kelompok yang berkibar di bawah payung korporasi Bakti Investama Ini mengendalikan stasiun televisi: RCTI, MNC TV (dulu TPI), Global TV, Sindo TV, jaringan TV berbayar Indovision; jaringan radio, Trijaya, ARH dan Radio Dangdut, Women Radio; media cetak, harian Seputar Indonesia, Tabliod Genie dan Majalah HighEnd; media online, okezone.com.

Selain itu dalam laporan Tahun MNC tahun 2009, MNC juga memiliki layanan yang disebut VAS jajak pendapat dan partisipasi pemirsa dalam pemilihan kontestan yang akhirnya menjadi populer melalui pemilihan kontestan untuk *Indonesian Idol*. Saat ini, produk VAS yang tersedia adalah *Call TV* dan berlangganan layanan pesan singkat untuk kata-kata bijak, hiburan, berita dan informasi, gosip selebriti dan sebagainya.

Bersamaan dengan VAS, MNC juga memiliki agen Periklanan Kreatif dan Rumah Produksi. MNC melakukan bisnis agensi periklanan melalui Cross Media International (CMI). CMI menyediakan layanan komunikasi terpadu, mulai dari kreatif media, produksi hingga aktifasi dalam satu paket untuk menjawab kebutuhan klien. MNC memproduksi film-film layar lebar, FTV dan sinetron melalui MNC Pictures, yang didukung oleh tenaga ahli dan unit-unit media yang bernaung di bawah MNC.

Kepemilikan silang juga diprektekkan oleh Media Group. Perusahaan media yang dimiliki oleh Surya Paloh ini mengendalikan *Metro TV*, harian *Media Indonesia* dan Tabloid *Prioritas*.

Isu etika yang muncul disini adalah ancaman terhadap demokrasi karena kepemilikan silang dan konsentrasi kepemilikan media dikhawatirkan akan memunculkan pembentukan opini publik pada satu kelompok atau individu tertentu.

Selain itu media dikhawatirkan menempatkan *audience* semata-mata hanya dilihat sebagai *consumer* bukan warga negara (*citizens*). Tujuan utamanya mengeruk keuntungan. Kemudian mendorong khalayak untuk menikmati iklan, program TV dan membeli produk. Karena itu apa yang dianggap menarik bagi publik oleh media, adalah apapun yang populer di masyarakat. Dengan demikian tujuan ideal media untuk *promote active citizenship via information, education and social integration*, sudah dilupakan dan tenggelam dengan gelombang hiper komersialisasi.

Integrasi global kepemilikan media berkembang. Semenjak diberlakukannya UU No 32 tahun 2002 tentang Penyiaran yang mana salah satu pasalnya membuka peluang investor asing memiliki saham lembaga penyiaran swasta membuat perusahaan raksasa media seperti News Corp mulai melirik bisnis TV di Indonesia.

Sebagaimana diketahui News Corp lewat anak perusahaannya Star TV yang

berbasis di Hongkong membeli 20% saham ANTV sejak 30 April 2006. Semenjak itu logo Star TV menempel di logo ANTV. Kabarnya, masuk News Corp di ANTV membuat ESPN dan Star Sport (salah satu jaringan News Corp) stasiun TV yang khusus menayangkan pertandingan olah ini dapat membeli beberapa hak siar pertandingan sepak bola Indonesia Super League (ISL). Sebagaimana diketahui bahwa ANTV adalah pemegang hak siar pertandingan-pertandingan ISL.

Setelah dicabutnya bisnis media massa dan penyiaran dari daftar negatif investasi tahun 2007, pertumbuhan modal asing masuk ke bisnis penyiaran dan media massa di Indonesia makin marak. Salah Isu yang mengemuka disini adalah maraknya media massa (khususnya majalah) waralaba asing yang terbit di Indonesia. Akibatnya majalah-majalah tersebut beraroma asing, tapi cita rasa Indonesia. Hal tersebut bisa dilihat dari penggunaan nama majalah asing seperti *Esquire Indonesia* tapi artikel dan bahasa menggunakan bahasa Indonesia.

Konten dan khalayak dijadikan komoditas (komodifikasi). Salah satu yang mengemuka disini adalah eksploitasi tayangan kekerasan, pornografi dan horor sebagai komoditas utama tayangan hiburan televisi swasta di Indonesia. Teguran-teguran KPI selama ini yang disampaikan kepada pengelola stasiun TV umumnya berkaitan dengan ketiga hal tersebut di atas.

Misalnya saja pada tanggal 11 Januari 2013 KPI menegur 11 stasiun TV (ANTV, Global TV, Indosiar, Metro TV, PT Cipta TPI, RCTI, SCTV, Trans TV, Trans 7, TV One, dan TVRI). KPI banyak menemukan pelanggaran terhadap P3 dan SPS KPI tahun 2012 terkait pelanggaran adegan seksual. Pelanggaran yang dimaksud adalah banyaknya program di berbagai televisi yang menampilkan adegan ciuman bibir (dalam film, sinetron, pemberitaan, film animasi anak, iklan, promo program,

video klip, dan lain-lain). Terhadap ini, KPI sudah banyak mengeluarkan surat sanksi administratif terkait pelanggaran tersebut.

Setelah itu KPI kembali memberi sanksi berupa penghentian sementara program Big Movies, Global TV karena menampilkan bagian tubuh tertentu, yakni payudara wanita. Jenis pelanggaran ini dikategorikan sebagai pelanggaran atas pelanggaran adegan seksual serta norma dan kesusilaan yang disiarkan oleh lembaga penyiaran. Pelaksanaan sanksi administratif penghentian Sementara ini dilaksanakan di antara tanggal 17 hingga 31 Januari 2013.

Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) Pusat juga pernah memberikan sanksi administratif berupa surat teguran tertulis pada Indosiar atas tayangan Program Sinetron "Satria" pada 28 Desember 2011 pukul 19.27 WIB. Berdasarkan pemantauan dan hasil analisis KPI, telah ditemukan pelanggaran Pedoman Perilaku Penyiaran (P3) dan Standar Program Siaran (SPS) pada tayangan ini. Pelanggaran yang dilakukan adalah menayangkan beberapa adegan kekerasan berupa adegan menarik rantai besi yang diikatkan ke leher seseorang dan ditarik oleh 2 (dua) orang lainnya. Pada program juga ditayangkan adegan membacok perut dan leher dengan golok. Selain itu, juga ditayangkan adegan membacok kepala dengan kapak.

Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) Pusat pada 18 Agustus 2011 memberikan sanksi administratif teguran tertulis kepada "Pesbukers (Pesta Buka Bareng Selebritis)" yang ditayangkan ANTV. Dalam episode tersebut ditayangkan kata-kata dan adegan yang memuat penghinaan, perendahan, dan/atau yang dilakukan antar tokoh. Tayangan jenis digolongkan sebagai kekerasan verbal (*verbal violence*)

KPI memberikan sanksi administratif berupa teguran tertulis pada program *BOOM*, 4 Agustus 2012 pukul 19.32 WIB secara *close up* menayangkan adegan horor berupa aksi Master Limbad

yang memasukkan benang ke dalam mulut, lalu benang tersebut tembus dan dikeluarkannya lewat mata. Di segmen lain, ditayangkan adegan Master Limbad melilitkan lehernya dengan rantai berukuran besar, lalu rantai tersebut ditarik dari kedua sisi oleh beberapa orang wanita. Rupanya program-program yang bermuatan kekerasan, pornografi dan horror dijadikan sebagai "jualan" oleh stasiun TV guna meraih *rating* yang tinggi. Pesbuker misalnya adalah program andalan ANTV yang sering meraih *rating* dan *share* di atas 10% (<http://allaboutduniatv.blogspot.com/2012/03/pesbukers-sketsa-reality.html>).

Keragaman yang sesungguhnya menurun. Pasca reformasi pertumbuhan media massa baik TV maupun media cetak terbilang tinggi. Tentu saja dibalik tingginya pertumbuhan media tersebut menjanjikan keragaman program dan informasi. Namun keragaman yang diharapkan masih jauh dari kenyataan. Di Industri penyiaran TV muncul kesan para programmer tidak bisa menghindari dari praktek "menyontek" program yang sukses stasiun lain. Sehingga kita sangat sulit membedakan corak dan ragam program dari stasiun TV yang satu dengan yang lain. Sebut misalnya saat TPI sukses dengan program drama religiusnya yang bertajuk "Rahasia Ilahi" di tahun 2004. Lewat program tersebut TPI pernah menjadi TV no. 1 di Indonesia. Program yang dibalut kisah-kisah yang bernuansa agama Islam tersebut dicontek ramai-ramai oleh stasiun lain. Selain miskin keragaman, program tersebut tidak dibalut dengan kualitas yang memadai. Banyak program berating tinggi ternyata minim kualitas. Program tersebut umumnya selalu dibumbui dengan kekerasan, horor dan seks.

Bila tidak mencotek program dari dalam negeri, programmer TV bisa mengambil dari program TV asing yang sudah terkenal seperti Indonesian Idol yang sudah terkenal di negara asalnya lalu

dibeli lisensinya untuk ditayangkan di Indonesia. Demikian juga untuk program Master Chef (RCTI), Big Brother (Trans TV), dll.

Oposisi dan suara alternatif dipinggirkan. Media massa sejatinya adalah memiliki sikap yang ambivalen dalam hal perjuangan buruh. Media massa sering kali mengkritik perusahaan yang tidak memiliki serikat pekerja. Bahkan media massa seringkali memberikan advokasi bila ada anggota serikat pekerja yang diperlakukan semena-mena oleh majikannya. Setiap tanggal 1 Mei media massa seringkali membuat liputan-liputan berkaitan dengan peringatan hari buruh.

Lalu bagaimana kondisi serikat pekerja perusahaan media massa sendiri? Faktanya ironis. Banyak perusahaan besar yang tidak memberikan kesempatan kepada karyawannya untuk membentuk serikat pekerja dengan alasan takut bila serikat pekerja tersebut melakukan tuntutan perbaikan kesejahteraan atau melakukan hal-hal yang berposisi dengan manajemen perusahaan.

Hal inilah yang menimpa Luviana, eks wartawan Metro TV. Luviana dinonaktifkan sepihak oleh manajemen Metro TV gara-gara Luviana menuntut perbaikan manajemen redaksi dan pendirian serikat pekerja di Metro TV pada tanggal 13 Januari 2013 (www.jaringannews.com).

Salah satu tuntutan Luviana misalnya adalah meminta evaluasi pada program Metro Malam yang banyak melakukan pelanggaran HAM dan tidak sensitif gender, misal: menayangkan wajah tersangka secara terbuka, menayangkan wajah Pekerja Seks Komersial (PSK) yang sedang dikejar-kejar petugas keamanan secara terbuka dan menayangkan tayangan-tayangan kekerasan secara vulgar. Tayangan seperti ini melanggar Keputusan Komisi Penyiaran Indonesia tentang Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran serta melanggar Kode Etik Jurnalistik. Ia juga mencoba

mempertanyakan transparansi dalam hal penilaian prestasi yang tidak obyektif dan transparan.

Kasus serupa juga pernah menimpa Bambang Wisudo, wartawan harian Kompas yang dipecat oleh manajemen Kompas pada tanggal 9 Desember 2006 terkait dengan aktivitasnya di Perkumpulan Karyawan Kompas (PKK) yang mendesak kejelasan pembagian 20% saham kepada karyawan Kompas (<http://www.rakyatmerdeka.co.id/news/2006/2/12/24081/PHK-BAMBANG-WISUDO-Kompas-Blokade-Pemberitaan>).

Ironis memang dari sekitar 2000-an stasiun radio, 1008 media cetak, 115 stasiun televisi, dan belasan media *online*, tercatat hanya 27 perusahaan media yang memiliki serikat pekerja. Jumlah ini tentu kecil sekali bila disbanding jumlah perusahaan media yang ada (<http://www.hukumonline.com>, *Intervensi Kekuatan Modal Menjadi Ancaman Kebebasan Pers*, 3 Maret 2010).

Independensi KPI dipangkas pemerintah. Salah satu persoalan yang mengancam independensi Komisi Penyiaran Indonesia adalah dikeluarkannya empat Peraturan Pemerintah (PP) berkaitan dengan Penyiaran yakni No. 49/2005 tentang Pedoman Liputan Penyiaran Asing, PP No.50/2005 tentang Lembaga Penyiaran Swasta, PP No. 51/2005 tentang Lembaga Penyiaran Komunitas, PP No.52/2005 tentang Lembaga Penyiaran Berlangganan.

Menurut Mantan Wakil Ketua KPI, S. Sinansari Ecip, dengan kehadiran keempat PP itu pemerintah telah secara terang-terangan melampaui kewenangannya (*ultra vires*) dengan cara mengambil alih kewenangan KPI sebagai lembaga negara yang independen yang mengatur hal-hal mengenai penyiaran dengan memberikannya kepada Kementerian Kominfo. Artinya, kewenangan, tugas, fungsi, hak dan kewajiban KPI yang dijamin oleh UU Penyiaran sebagai satu-satunya lembaga negara independen yang mengatur hal-hal penyiaran, diambil alih

secara paksa dan kemudian diserahkan ke menteri Kominfo.

“Keempat PP itu melakukan pembangkangan hukum atas UU penyiaran. Pembangkangan berupa tidak azas pada UU induknya, yang secara jelas dan tegas dilarang dan dibenarkan oleh UU No. 10/2004 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan,” kata Ecip. Akibatnya sangat fatal bagi masa depan kehidupan demokratisasi penyiaran di Indonesia.

Ecip juga menilai bahwa keempat PP itu mengakibatkan KPI tidak bisa memberikan masukan dan menyalurkan aspirasinya serta kepentingannya sebagai regulator penyelenggaraan hal-hal yang berkenaan dengan penyiaran sebagaimana diamanatkan oleh pasal 4 ayat (1), ayat (2) dan ayat (3), pasal 6 ayat (4), pasal 7 ayat (1) dan (2), pasal 8 ayat (1), (2) dan (3) Undang-undang No. 32/2002 tentang penyiaran dan Pasal 53 Undang-undang No. 10/2004 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan.

Selain itu, PP itu mengakibatkan KPI tidak dapat memainkan fungsinya sebagai wujud peran serta masyarakat yang berfungsi mewadahi aspirasi serta kepentingan masyarakat akan penyiaran sebagaimana diamanatkan oleh Pasal 8 ayat (1) UU No. 32/2002 tentang Penyiaran untuk mewujudkan azas, tujuan, arah, fungsi dan pokok pikiran system.

SIMPULAN DAN SARAN

Dengan membaca fakta-fakta di atas dapatlah disimpulkan bahwa kebijakan liberalisasi atas industri media memunculkan ancaman terhadap kualitas kemerdekaan pers. Penghapusan regulasi negara atas industri media, di satu sisi memang telah membebaskan media dari kontrol negara, namun di sisi lain akan memperbesar kerentanan media terhadap dominasi fundamentalisme pasar dan rejim kapital yang mengarah pada suatu kediktatoran pasar (*market dictatorship*).

Regulasi atas media massa di Indonesia pasca reformasi terjebak dalam dogmatisme neoliberalisme, yang mana paham ini mendasarkan diri pada kaidah-kaidah rasionalitas instrumental, maksimalisasi produksi-konsumsi dan keuntungan, serta logika *never ending-circuit of capital: M-C-M (money-commodities-more money)*. Kaidah ini dengan sistematis dan konsisten telah menciptakan struktur pasar yang membungkam media yang tidak mematuhi kaidah-kaidah pasar.

Selain itu, sistem neoliberalisme juga sangat menentang campur tangan negara dalam perekonomian melalui program deregulasi dan debirokratisasi. Dihapuskan regulasi SIUPP bagi industri media cetak menjadi contoh deregulasi yang ditempuh pemerintah. Akibat deregulasi tersebut pada awal reformasi jumlah penerbitan pers mencapai 2000 buah walau dalam perjalanannya tumbang satu persatu akibat seleksi alam yang ketat, namun dibalik deregulasi itu memunculkan praktek konglomerasi pada dua kelompok media yakni Kompas Gramedia dan Jawa Pos. Kedua kelompok ini juga “rakus” membeli media-media lokal dalam rangka membangun *strategic partnership*.

Ancaman kebebasan pers dari sisi *market* nampaknya makin dalam, akibatnya pemberdayaan publik atas informasi yang berkualitas nampaknya makin jauh terwujud. Sajian-sajian media hanya berputar pada seks, horor dan kekerasan (*violence, horror dan sex*)

Selain itu, meskipun bisnis media sudah menjanjikan, namun tanda-tanda perbaikan kesejahteraan awak media masih jauh dari harapan. Dari hasil temuan kajian Dewan Pers menemukan, bahwa standar gaji wartawan di Indonesia memang masih banyak yang rendah dibandingkan standar profesional bidang-bidang lainnya. Survei tersebut menunjukkan 85.5% wartawan mendapat gaji dari tempat mereka bekerja. Namun hanya 55.3% responden yang menilai gaji yang diterima baik atau sangat baik.

Sebagai saran, penulis mengusulkan: bila tidak ingin negara kembali meleakukan intervensi, maka penguatan atas instrumen-instrumen publik independen seperti, KPI, Dewan Pers, *Media Watch* mendesak untuk dilakukan agar *market dictatorship* tidak makin menggurita.

DAFTAR PUSTAKA

- Armada, Wina (2009) *Menakar Kesejahteraan Wartawan*, Dewan Pers: Jakarta.
- Berglez, Peter (2008) What is Global Journalism. *Journalism Studies* 9 (6): 845–58.
- Boczkowski, P. J. (2010). Is there a gap between the news choices of journalists and consumers? A relational and dynamic approach. *International Journal of Press/Politics* 15(4), 430-440.
- Caporaso, A James dan David P Livine (2008). *Teori-teori Ekonomi Politik*, Pustaka Pelajar: Yogyakarta.
- Castells, Manuel 2007. ‘Communication, Power and Counter-Power in the Network Society’. *International journal of Communication I*: 238–66.
- Cissna, K. N., Eadie, W. F., & Hickson, M., III. (2009). The development of applied communication research. In L. R. Frey & K. N. Cissna (Eds.), *Handbook of applied communication research* (pp. 3–25). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Craig, R. T. (2005). How we talk about how we talk: Communication theory in the public interest. *Journal of Communication*, 55, 659–667.
- Croucher, S. M. (2011). Social networking and cultural adaptation: A theoretical model. *Journal of International and Intercultural Communication*, 4(4), 259-264.
- Engstrom, Erika (2008) Unraveling The Knot: Political Economy and Cultural Hegemony in Wedding Media. *Journal of Communication Inquiry* 32: 60-82
- Ferguson, Marjorie (1992). The Mythology about Globalization. *European Journal of Communication* 7: 69–93.
- Ferrante, Pamela (2010) Risk and Crisis Communication. *Journal of Professional Safety*, June 2010, p. 38-45.
- Fitzgibbon, J. E., & Seeger, M. W. (2002). Audiences and metaphors of globalization in the Daimler Chrysler AG merger. *Communication Studies*, 53(1), 40-55.
- Friedman, T. (2005). *The world is flat: A brief history of the twenty-first century*. New York: Farrar, Straus & Giroux.
- Jones, P Jeffrey & Geoffrey Baym (2010). A Dialogue on Satire News and the Crisis of Truth in Postmodern Political Television. *Journal of Communication Inquiry* 34: 278-294
- Kelly, K. (2006). *On the option of being anonymous*. Retrieved August 11, 2008, from http://www.kk.org/thetechnium/archives/2006/01/on_the_option_o.php
- Leo, P. (2006, March 16). A nation locked in its cells. *Pittsburgh Post-Gazette*, p. A-2.
- Lukacs. George (2011), *History and Class Consciousness*. (terjemahan). Ar-rus Media; Yogyakarta, 2011.
- Miller, C., Matusitz, J., O’Hair, D., & Eckstein, J. (2008). The role of communication and the media in terrorism. In D. O’Hair, R. Heath, K. Ayotte, & J. Ledlow (Eds.), *Terrorism: Communication and rhetorical perspectives* (pp. 383–407). Cresskill, NJ: Hampton Press.
- Morah, D. N and Uzochukwu, C. E. (2012). New media and climate change communication in Nigeria. *Journal of Communication and Media Research* 4 (2) 119 -132
- Rahbini, Didik (2006). *Ekonomi Politik dan Teori Pilihan Publik*. Ghalia Indonesia: Bogor.
- Ritzer, George & Barry Smart, *Handbook Teori Sosial*. Nusa Media: Bandung, (2011)
- Scheufele, D. A., & Tewksbury, D. (2007). Framing, agenda setting, and priming:

- The evolution of three media effects models. *Journal of Communication*, 57(1), 9-20.
- Shi, Yu (2011) iPhones in China: The Contradictory Stories of Media-ICT Globalization in the Era of Media Convergence and Corporate Synergy. *Journal of Communication Inquiry* 35: 134-156
- Vaara, E. (2003). Post-acquisition integration as sensemaking: Glimpses of ambiguity, confusion, hypocrisy, and politicization. *Journal of Management Studies*, 40(4), 859-894.
- Vincent Mosco (2010). *The Political Economy of Communication (2nd Ed)*, Sage Publication.

