

DOMINASI KAPITALISME DALAM SISTEM PERS INDONESIA PASCA REFORMASI

Hendra Alfani

Prodi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Baturaja
hefanila@yahoo.co.id

Abstrak

The dynamics of the Indonesian press continue to evolve as the times progress, where in that development, the situation and political changes of power and economic forces have caused the press to transform into industrial forces that are part of global capitalism. The press, which should be called a mirror depicting the state of society, begins to experience a shift, even trapped in the trap of global capitalism octopus. Therefore, seeing the dynamics of the Indonesian press should be placed in the wider social totality, as an integral part of the economic, social, and political processes that take place and develops in society. Press institutions, media industry structures, and interactions between the press and the various groups that produce and consume media content text, are part of a dynamic process of political, economic, and social dynamics of the community to be carefully scrutinized.

Keywords: *Pers, Kapitalisme, Ekonomi-Politik Media*

Pendahuluan

Media pers yang diterbitkan oleh perusahaan swasta dihidupi oleh masyarakat (dalam pengertian luas, pen). Ini untuk dibedakan dengan media informasi yang dibiayai dan diselenggarakan oleh pemerintah dengan pajak atau iuran dari masyarakat yang ditetapkan dengan kekuasaan. Karenanya peranan dan fungsi institusi pers pada tingkat primer adalah untuk masyarakat. Pada tingkat sekunder dapat saja fungsi dan peranan pers untuk kekuasaan modal, atau kekuasaan negara. Tetapi orientasinya yang bersifat primer ini harus terpenuhi lebih dahulu. Hidup dan mati suatu media pers, secara sosiologis adalah dari masyarakat yang mau membaca, (mendengar dan menontonnya, pen). Semakin banyak dan luas cakupan sosiologis dan geo-

grafis khalayaknya, semakin kuat suatu media pers. Kondisi semacam ini akan berkaitan dengan penghasilan melalui iklan.¹

Pernyataan di atas setidaknya menguatkan, bahwa pers sebagai institusi sosial pada kenyataannya tidak dapat melepaskan diri dari pengaruh kekuasaan, dalam perspektif makro, baik kekuasaan politik (negara), maupun kekuasaan modal. Dengan kata lain, pers berada di ruang yang sama dengan kekuasaan negara dan kekuasaan ekonomi (modal/pasar) yang berkaitan dengan keberlangsungan hidupnya. Dari pandangan tersebut dapat dilihat, bahwa wacana tentang kebebasan pers selalu dipengaruhi oleh pandangan politik –kekuasaan dan ekonomi– modal, di mana jarak kedua kutub tersebut sangat dekat dengan pers.

Di Indonesia (yang menganut sistem demokrasi), pers merupakan pilar keempat yang menopang tiga pilar yang lain (legislatif, eksekutif, dan yudikatif). “kehidupan” pers bergantung pada kondisi politik yang berlaku di negeri ini. Pada zaman pra kemerdekaan dan pada masa perjuangan kemerdekaan, pers berfungsi sebagai alat perjuangan kemerdekaan. Setiap orang bebas mendirikan perusahaan pers. Dan bebas memberitakan apa aja tanpa ada peraturan ataupun undang-undang yang mengatur (kala itu). Pemilik ataupun pengelola perusahaan pers pun merangkap menjadi wartawan.

Sementara pada masa pemerintahan Orde Lama (masa demokrasi liberal dan terpimpin, 1950-1960-an), pers Indonesia menjadi pers yang partisan yang mempunyai tujuan sama dengan partai-partai politik yang mendanaikannya. Pada masa ini aktivitas pers Indonesia belum memiliki payung hukum atau undang-undang yang mengaturnya. Baru pada akhir kepemimpinannya pada tanggal 12 Desember 1966, Presiden Soekarno mengesahkan UU No. 11 Tahun 1966 tentang Ketentuan-Ketentuan Pokok Pers. Undang-undang ini nantinya menjadi landasan yuridis sistem pers di awal pemerintahan Orde Baru.

Memasuki rezim Orde Baru, “kehidupan” pers sangat tidak bebas dan dinamis. Peraturan tentang pers sudah ada. Sehingga berita yang ditampilkan media tidak asal terbit begitu saja seperti pada waktu sebelum kemerdekaan

¹ Ashadi Siregar, “Pers = Jurnalistik, Pers Bukan SIUPP”, dalam Bambang Bujono dan Imron Hasibuan (Ed). *Wartawan Independen* (Jakarta: Aliansi Jurnalis Independen, 1995), 25.

(Orde Lama). Memasuki tahun 1974, pemerintah mulai “bertindak” terhadap pers. Pers tidak dapat sebebas dulu. Pengaruh ataupun kontrol pemerintah terhadap pers sangat ketat. Siapa yang melawan pemerintah akan mendapat teguran. Apabila teguran tersebut diabaikan, maka militer yang akan bertindak. Perusahaan pers pun terancam ditutup (*breidel*). Bahkan, SIUPP (Surat Izin Usaha Perusahaan Pers) bisa dicabut sehingga perusahaan pers tidak akan dapat beroperasi lagi.

Pers tidak dapat memberitakan tentang pemerintah secara sembarangan. Meskipun mengkritik, kritik itu pun harus bersifat membangun tanpa menjelekkan kinerja pemerintah. Pemerintah kala itu menyebut bahwa berita seperti ini (menyinggung pemerintah) dapat mengganggu stabilitas nasional. Sehingga terjadi gejolak di masyarakat. Meskipun begitu, pemerintah juga peduli terhadap “kehidupan” perusahaan pers. Terutama perusahaan pers yang tergolong kecil.

Bagi perusahaan pers kecil, mendapatkan bantuan agar perusahaan merela masih bisa “hidup”. Apabila tidak mampu membeli kertas, perusahaan tersebut mendapatkan subsidi sehingga dapat membeli kertas dengan harga murah. Pers yang tidak laku, dibeli oleh pemerintah dan disebar. Sehingga dulu terkenal dengan sebutan “koran masuk desa”. Memasuki tahun 1980-an, pers menjadi industri. Pada tahun 1990-an, pers tumbuh menjadi perusahaan dan sebagai simbol konglomerasi (kekayaan).

Pasca reformasi 1998, dianggap sebagai masa “puncak” dari “kejayaan” pers Indonesia. Pers menjadi bebas. Tidak takut dalam memberitakan apapun atau siapapun. Pemerintah pun dapat dikritik (entah kritik membangun apa tidak) bila kinerjanya dinilai buruk. Ancaman breidel ataupun pencabutan SIUPP sudah tak ada lagi. Dengan munculnya era reformasi di mana pers mendapatkan kebebasan sepenuhnya dengan dihapusnya kontrol pemerintahan melalui Departemen Penerangan, beberapa persoalan kemudian muncul berkaitan dengan kedewasaan pers dalam memanfaatkan kebebasannya.

Persoalan dimaksud antara lain adalah: *pertama*, banyak kalangan yang menilai pers telah kebablasan. Menghalalkan segala cara untuk mendapatkan berita. *Kedua*, monopoli perusahaan pers. Perusahaan pers dikuasai oleh orang yang mempunyai banyak uang. *Ketiga*, kualitas wartawan tidak standar. Banyak kode etik yang dilanggar demi mendapatkan berita. Dan, *keempat*,

dominasi modal kuat (pengusaha non – pers masuk ke industri pers. Hanya orang yang memiliki modal banyak yang dapat mendirikan perusahaan pers. Semakin kuat modal tersebut, semakin besar pula industri pers itu. Sebaliknya, semakin kecil modal, semakin kecil pula industri pers itu. Dan akan “mati perlahan-lahan”.

Berdasarkan perkembangan pers tersebut, dapat diketahui bahwa pers di Indonesia senantiasa berkembang dan berubah sejalan dengan tuntutan perkembangan zaman. Pers di Indonesia mengalami beberapa perubahan identitas. Adapun berbagai perubahan tersebut adalah sbb: a) Tahun 1945an, pers di Indonesia dimulai sebagai pers perjuangan; b) Tahun 1950-an dan tahun 1960-an menjadi pers partisan yang mempunyai tujuan sama dengan partai-partai politik yang mendanainya; c) Tahun 1970-an dan tahun 1980-an menjadi periode pers komersial, dengan pencarian dana masyarakat serta jumlah pembaca yang tinggi; d) Awal tahun 1990-an, pers memulai proses repolitisasi, dan; e) Awal reformasi 1999, lahir pers bebas di bawah kebijakan pemerintahan BJ. Habibie, yang kemudian diteruskan pemerintahan Abdurrahman Wahid dan Megawati Soekarnoputri, hingga sekarang ini.

Era Kapitalisme dan Politik Media

Jika pada masa orde baru pemerintah memiliki kontrol dan kendali penuh atas praktik pers nasional, maka di era pasca reformasi kita dapat menyaksikan wajah institusi media kini sepenuhnya berada di bawah kendali pasar dengan para industrialis dan konglomerat media sebagai pemilik, pemain, sekaligus penguasa barunya. Perubahan dari *state centrism* menuju *market centrism* ini dilandasi atas rasa tidak puas terhadap intervensi negara selama periode Orde Baru, sehingga pasca reformasi negara bukanlah faktor penentu bagi kehidupan pers nasional dan selanjutnya digantikan dengan *market power* sebagai satu-satunya faktor penentu karakter ruang publik media di Indonesia. Namun, ditinjau dari perspektif demokrasi, fenomena *market centrism* atas institusi media patut diwaspadai karena dapat menghalangi pers nasional dalam mewujudkan *diversity of ownership*, *diversity of voices*, dan *diversity of content*.²

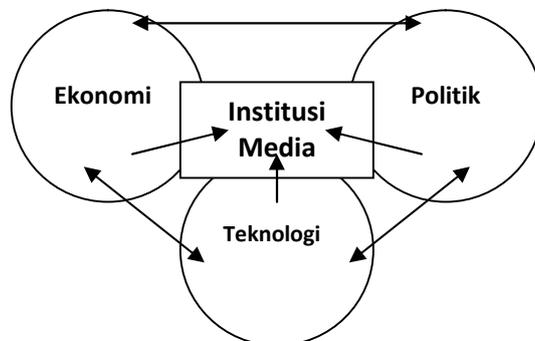
² KSM Eka Prasetya Universitas Indonesia. 2017. “Nasib Pers Nasional di Tangan

Ada tiga indikator yang dapat dimunculkan untuk menguatkan realitas komersialisasi media massa, tiga diantaranya adalah; *pertama*, arus besar kapitalisme global, secara tidak langsung telah menyeret idealisme pengelola media ke ranah komersialisasi yang kemudian berekses pada ketidakmampuan untuk menolak segala bentuk intervensi politik dan ekonomi yang mence-mari independensi media dalam mengungkap dan menyajikan fakta. *Kedua*, semakin suburnya kemunculan dan pertumbuhan insitusi media massa di tanah air, secara signifikan telah menghangatkan iklim persaingan antar insitusi media dalam merebut simpati dan respon khalayak. Suka atau tidak suka media semakin dituntut untuk lebih kreatif, variatif dan inovatif dalam “menjual produknya” kepada khalayak, dan *ketiga*, oleh karena tujuan untuk meng-gaet simpati, respon dan “investasi” khalayak seluas-luasnya terhadap media, tanpa disadari secara perlahan para pengelola telah meretakkan kekokohan pilar-pilar independensi dan keluhuran peran serta fungsi media, baik sebagai sebagai penyampai dan penafsir informasi maupun sebagai salah satu pilar demokrasi yang telah diakui kredibilitas dan kapabilitasnya selama ini.

Harus diakui media merupakan titik pusat dari tiga macam pengaruh yang saling tumpang tindih, yaitu teknologi, ekonomi, dan politik. Tiga ma-cam pengaruh tersebut menurut McQuail,³ menyebabkan media menjadi “bukan bisnis biasa”. Kunci bagi karakter insitusi media yang tidak biasa adalah bahwa aktivitasnya tidak terpisahkan secara ekonomi dan politik, sekalipun sangat tergantung dari teknologi yang terus menerus berubah. Aktivitas ini melibatkan produksi barang dan layanan yang seringkali bersifat pribadi (konsumsi bagi kepuasan pribadi individu) dan publik (dipandang perlu bagi bekerjanya masyarakat sebagai keseluruhan dan juga pada ranah publik). Karakter publik media diturunkan terutama dari fungsi politik media dalam demokrasi, tetapi juga dari fakta bahwa informasi, budaya, dan gaga-san dianggap sebagai kepemilikan kolektif. Seperti benda-benda publik lain, misalnya udara dan sinar matahari, kegunaan media tidak mengurangi keter-sediaannya untuk yang lain.

Konglomerasi Media” dalam <http://ksm.ui.ac.id/nasib-pers-nasional-di-tangan-konglome-rasi-media/>), Diakses, 4 Des 2017.

³ Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa McQuail*, Terj. Agus Dharma dkk., Edisi 6 Buku 1 (Jakarta: Salemba Humanika, 2012), 244.



Gambar 1.
Media sebagai titik pusat dari tiga macam pengaruh yang saling tumpang tindih
(Sumber: McQuail, 2012:245)

Hal itu sejalan dengan apa yang dikatakan oleh Graeme Burton,⁴ dalam bukunya *Media and Society: Critical Perspectives* sebagai berikut:

“The media industries actually comprise interdependent institutions. The links between these are based not least on the outcomes of new technology – about which more later. Even when one considers the interface of texts with audience, there is a tendency to underestimate the scope of the media. So, the sphere of ‘the press’ is not just about dominant national newspapers but also about the range of regional papers; not just about papers but also about magazines; not just about the public press but also about the trade press; not just about the print press, but also about online newspapers and about e-publishing in general.”

Secara lebih khusus dalam sejarah media massa tumbuh dengan citra yang kuat dan meluas sebagai pemain penting dalam kehidupan publik dan secara esensial ada dalam ranah publik. Tentu saja, dulu dan kini hal tersebut benar bagi surat kabar, tetapi hal tersebut berlaku secara berbeda bagi kebanyakan media massa baru. Apa yang dilakukan atau tidak dilakukan media berpengaruh bagi masyarakat, dan hal ini telah dicerminkan dalam sistem gagasan yang kompleks tentang apa yang sebaiknya dilakukan atau tidak dilakukan media. Hal tersebut juga tercermin dalam berbagai mekanisme untuk mendukung, melindungi, atau membatasi media atas nama apa yang

⁴ Graeme Burton, *Media and Society: Critical Perspectives* (Berkshire England: Open University Press, 2005), 10.

seharusnya merupakan “kepentingan publik”. Terlepas dari hal itu, media secara umum harus beroperasi secara keseluruhan atau sebagian menurut dikte ekonomi pasar. Bahkan dalam aspek ini, media dapat menarik perhatian. Bahkan dalam aspek ini, media dapat menarik perhatian pemerintah untuk alasan yang sama yang membuat bisnis pribadi menjadi subjek berbagai bentuk regulasi hukum dan ekonomi.⁵

Oleh karena itu, dalam menjalankan fungsinya, media dapat dilihat dalam tiga perspektif. Tiga perspektif tersebut yakni, perspektif ekonomi, perspektif sosiologis, dan perspektif politik. *Perspektif ekonomi* menyatakan bahwa media merupakan institusi yang dapat diposisikan sebagai alat untuk meraih keuntungan. Media diibaratkan sebagai barang dagangan oleh pemiliknya. Semakin ke sini, media semakin tak mampu mengelak dari kepentingan (kebutuhan) ekonomi dan politik. Komersialisasi atas nama kepentingan pasar telah mengkondisikan institusi media sebagai --meminjam istilah McQuail-- bisnis yang tak biasa.

Perspektif kedua, yakni perspektif sosiologis menyatakan bahwa media merupakan sebuah institusi yang berperan sebagai agen sosial. Dari aspek sosial-budaya, media adalah institusi sosial yang membentuk definisi dan citra realitas serta dianggap sebagai ekspresi sosial yang berlaku umum sekaligus menjadi ruang publik (*public sphere*) yang dianggap merepresentasi keseluruhan kebutuhan publik (opini publik) akan informasi sekaligus penerimaannya. Terkait dengan itu, Piliang⁶ menyebutkan bahwa untuk menjaga penerimaan publik diperlukan mekanisme opini publik – khususnya lewat media massa – koran/surat kabar, televisi dan sebagainya, untuk memastikan bahwa kekuatan kelompok tertentu selalu didasari dan dicari legitimasinya oleh penerimaan publik.

Pembentukan opini publik memerlukan berbagai bentuk mediasi berupa ruang publik (*public sphere*). Jürgen Habermas⁷ dalam bukunya *The structural Transformation of the Public Sphere* menjelaskan bahwa ruang publik adalah

⁵ Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa McQuail*, Terj. Agus Dharma dkk., Edisi 6 Buku 1 (Jakarta: Salemba Humanika, 2012), 245.

⁶ Yasraf Amir Piliang, *Transpolitika: Dinamika Politik di Dalam era Virtualitas* (Yogyakarta: Jalasutra, 2005), 251.

⁷ Jürgen Habermas, *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a category of Bourgeois Society* (Cambridge: Polity, 1962 trans 1989).

ruang atau wadah bertemunya berbagai kepentingan publik. Bahkan Jurgen Habermas sendiri menegaskan bahwa ruang publik tersebut membutuhkan ruang bagi otoritas publik. Seringkali peran otoritas publik ini direpresentasikan oleh tokoh publik yang mewakili publik dalam debat kritis tentang berbagai isu politik sehingga keberadaannya dapat menjadi jembatan antara publik dan parlemen.

Soal *public sphere*, pendapat Jurgen Habermas seakan terbukti. Habermas menegaskan, semakin meningkat ketergantungan media massa terhadap iklan-iklan komersial, maka semakin meningkat pula pertimbangan ekonomis yang digunakan. Sementara kebijakan editorial media massa dan praktik jurnalisme sangat dipengaruhi oleh mereka yang mengendalikan sumber finansial itu. Konsekuensinya adalah individu yang memiliki modal serta mereka yang mengendalikan kekayaan lebih memiliki pengaruh terhadap pembentukan pendapat umum ketimbang mereka yang menjadi anggota kelas bawah atau kelas menengah.

Sedangkan *perspektif politik*, menyatakan bahwa media merupakan institusi yang menyajikan informasi dengan membawa ideologi tertentu. Setiap pesan yang dikonstruksi media pastinya mempunyai maksud dan tujuan tertentu. Dalam konteks yang lebih luas media diibaratkan sebagai pihak yang mampu menjadi oposan bagi pemerintah. Mengapa? Karena media memberi ruang atau arena pertarungan diskursif bagi kepentingan berbagai kelompok sosial-politik yang ada dalam masyarakat demokratis.

Sistem Pers Indonesia Sebelum dan Sesudah Reformasi

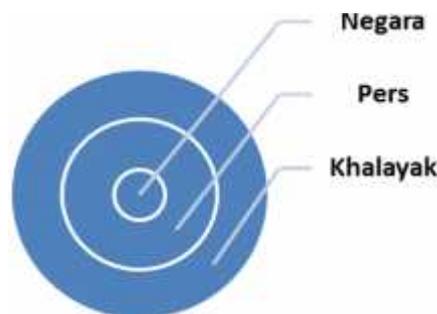
Sistem pers adalah subsistem dari sistem komunikasi. Ia mempunyai karakteristik tersendiri dibanding dengan sistem lain, misalnya sistem informasi manajemen, sistem dalam komunikasi organisasi dan lain-lain. Unsur yang paling penting dalam sistem pers adalah media massa (cetak dan elektronik). Media massa menjalankan fungsi untuk mempengaruhi sikap dan perilaku masyarakat. Melalui media, masyarakat dapat menyetujui atau menolak kebijakan pemerintah. Lewat media pula berbagai inovasi atau pembaharuan bisa dilaksanakan oleh masyarakat. Inilah peran pentingnya pers. Marshall McLuhan menyebutnya sebagai *the extention of man* (media adalah ekstensi manusia). Dengan kata lain, media sebagaimana dikemukakan Rach-

madi (1990) yang dikutip Nurudin, adalah perpanjangan dan perluasan dari kemampuan jasmani dan rohani manusia.⁸

Suatu sistem pers diciptakan untuk menentukan bagaimana sebaik-baiknya pers itu dapat melaksanakan kebebasan dan tanggungjawabnya. Fham dasar sistem pers Indonesia tercermin jelas dalam konsideran undang-undang pers, yang mengasakan bahwa “Pers Indonesia (nasional) sebagai wahana komunikasi massa, penyebar informasi, dan pembentuk opini harus dapat melaksanakan asas, fungsi, hak, kewajiban, dan peranannya dengan sebaik-baiknya berdasarkan kemerdekaan pers yang profesional, sehingga harus mendapat jaminan dan perlindungan hukum, serta bebas dari campur tangan dan paksaan dari manapun”.

Dalam berbagai pandangan para ahli, pers banyak diposisikan sebagai penghubung antara negara dan masyarakat. Seperti gambar di bawah ini:

Gambar 2.
Pers sebagai Penghubung antara Negara dan Masyarakat



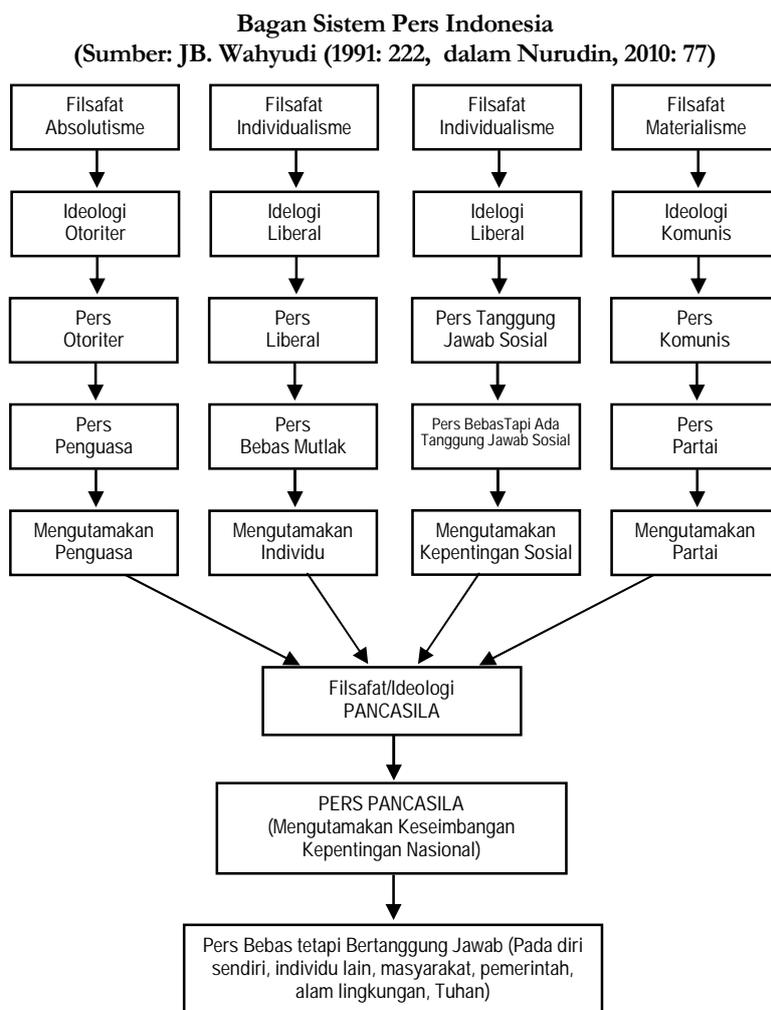
Pada gambar tersebut, negara menjadi pusat sentral dari segala sesuatu yang terkait dengan informasi, termasuk kebijakan-kebijakan yang mengaturnya. Sementara masyarakat/khalayak berada di lingkaran luar yang menjadi penerima informasi. Di antara keduanya, pers berada di lingkaran tengah sebagai saluran penghubung antara negara dan masyarakat.

Adalah JB. Wahyudi (1991: 222) seperti dikutip oleh Nurudin,⁹ meny-

⁸ Nurudin, *Sistem Komunikasi Indonesia* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010), 69.

⁹ *Ibid.*, 77.

takan bahwa sistem pers Indonesia mengalami perjalanan panjang, seiring dengan situasi politik dan kekuasaan yang berlangsung di Indonesia. Berikut JB. Wahyudi menguraikan Bagan Sistem Pers Indonesia:



Bagan sistem pers Indonesia yang dibuat oleh JB. Wahyudi tersebut memadukan faham-faham yang dianut oleh sistem pers di dunia. Model itu kemudian dikonversi dan disesuaikan dengan kondisi sistem politik dan pemerintahan di Indonesia yang menganut filsafat/ideologi Pancasila, khususnya pada masa pemerintahan Orde Baru. Pers pun diarahkan menjadi

Pers Pancasila; pers bebas tetapi bertanggungjawab, baik bertanggungjawab pada diri sendiri, individu lain, masyarakat, pemerintah, maupun bertanggungjawab terhadap alam lingkungan, bahkan pers juga diminta bertanggungjawab kepada Tuhan.

Sistem pers Pancasila adalah sistem pers yang digunakan di Indonesia yang merupakan salah satu dari sebelas sistem ketatanegaraan dan kehidupan pers termasuk dalam sub sistem dari sistem keenam. Pancasila adalah landasan idiil pers nasional Indonesia yang harus dilihat secara bulat dan utuh. Dewan Pers dalam sidang plenonya yang ke – XXV di Solo tanggal 7 November 1984 telah merumuskan “Pers Indonesia adalah Pers Pancasila dalam arti pers yang orientasi, sikap, dan tingkah lakunya berdasarkan pada nilai-nilai Pancasila dan UUD 1945 dalam pembangunan berbagai aspek kehidupan masyarakat, berbangsa, dan bernegara termasuk pembangunan pers situ sendiri.”

Seiring dengan perjalanan waktu dan perubahan iklim politik dan kekuasaan di Indonesia, sistem pers –media massa– juga mengalami perubahan. Disahkannya Undang-Undang Nomor 40 1999 Tentang Pokok Pers, telah membuka jalan dan memfasilitasi pers Indonesia menjadi pers yang bebas, lepas dari kungkungan kekuasaan yang otoriter dan militeristik di masa Orde Baru, di mana pers selalu dituntut untuk menjadi corong kepentingan kekuasaan atas nama pembangunan dan tanggungjawab sosial. Tanpa terasa era kebebasan pers pun telah bangkit kembali, bahkan melesat melampaui yang diperkirakan sebelumnya.

Namun, kebebasan itu bukannya tanpa masalah, cengkraman kekuatan kapitalisme dalam tubuh institusi pers melahirkan konglomerasi pers, monopoli, keberpihakan kepada kepentingan-kekuatan tertentu yang tak lagi menjadi pencerah di era komersialisasi, komodifikasi dan konvergensi media. Pendeknya, pers telah bersekutu dengan kekuatan-kepentingan ekonomi yang menaunginya. Tak dapat dihindari pula, pers Indonesia juga bersekutu dengan kekuatan-kepentingan politik tertentu yang tercermin dari kepemilikan perusahaan pers. Tidak ada lagi independensi pers, susah melihat adanya kontrol sosial yang konstruktif, sulit menemukan “kearifan” dan tanggungjawab media pers di era sekarang, terlebih semakin canggihnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang terus bergerak dinamis.

Akuntabilitas Pers dan Dominasi Kepentingan Ekonomi-Politik

Menurut McQuail,¹⁰ terkait dengan kebebasan dan tanggungjawab penting untuk melihat akuntabilitas media sebagai penghubung. Akuntabilitas melibatkan hubungan antara media dan beberapa pihak lainnya. Kita dapat mengenali dua tingkatan akuntabilitas yang berbeda, yaitu *internal* dan *eksternal*. Tingkatan pertama melibatkan serangkaian kontrol di dalam media, seperti tindakan publikasi yang spesifik (misalnya artikel berita atau program televisi) dapat menjadi tanggungjawab dari organisasi media dan pemiliknya. Isu penting yang muncul dalam hal ini berkaitan dengan derajat otonomi atau kebebasan berekspresi bagi mereka yang bekerja di media (misalnya jurnalis, penulis, editor, dan produser). Terdapat tekanan antara kebebasan dan tanggungjawab “di dalam lingkup” media yang terlalu sering diselesaikan dengan cara yang menguntungkan bagi pemilik media. Dalam kasus apa pun, kita tidak dapat bergantung pada kontrol internal atau manajemen untuk memuaskan kebutuhan sosial yang luas akan akuntabilitas. Kontrol internal dapat menjadi terlalu ketat (melindungi organisasi dari tuntutan), sehingga membentuk sensor internal atau terlalu banyak diarahkan pada melayani kepentingan media alih-alih masyarakat.

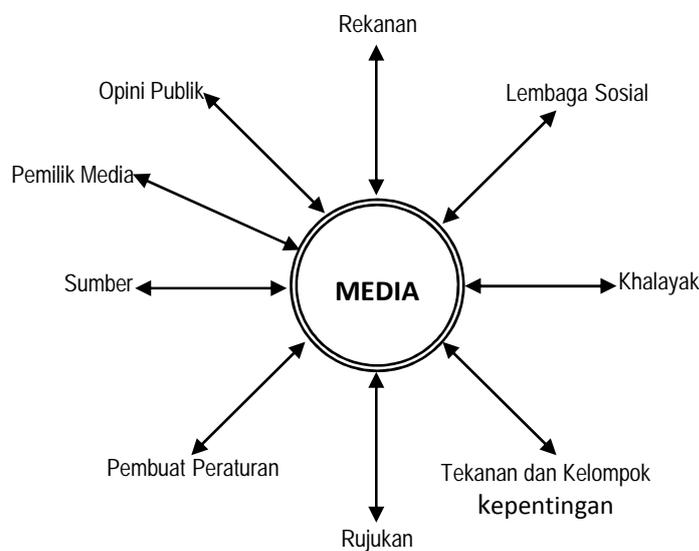
Selanjutnya McQuail,¹¹ menyebutkan bahwa hubungan “eksternal” antara media dan pihak-pihak yang dipengaruhi atau yang berkepentingan dengan publikasi. Hubungan ini sangat beragam dan sangat timpang-tindih, sebagaimana dapat kita lihat dari daftar sederhana rekanan potensial yang utama yang ditunjukkan oleh gambar berikut; Hubungan akuntabilitas yang rutin muncul adalah antara media dengan: a) khalayak mereka sendiri; b) rekanan, misalnya pengiklan, sponsor, atau pendukung; c) mereka yang memasok konten, termasuk sumber berita dan produser hiburan, olahraga, dan kebudayaan; d) mereka yang menjadi subjek peliputan, baik sebagai individu maupun kelompok (disebut sebagai “rujukan”); e) pemilik dan pemegang saham bisnis media; f) pembuat hukum dan peraturan pemerintah sebagai pelindung atas kepentingan publik; g) lembaga sosial yang dipengaruhi media atau bergantung pada media untuk operasi normal mereka; h)

¹⁰ Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa McQuail*, Terj. Agus Dharma dkk., Edisi 6 Buku 1 (Jakarta: Salemba Humanika, 2012), 232.

¹¹ *Ibid.*, 232-233.

opini publik yang di sini disebut sebagai “masyarakat secara keseluruhan”, dan; i) beragam tekanan dan kepentingan kelompok yang dipengaruhi oleh publikasi.

Gambar 3.
Lini akuntabilitas antara media dan agen eksternal yang berhubungan dengan publikasi



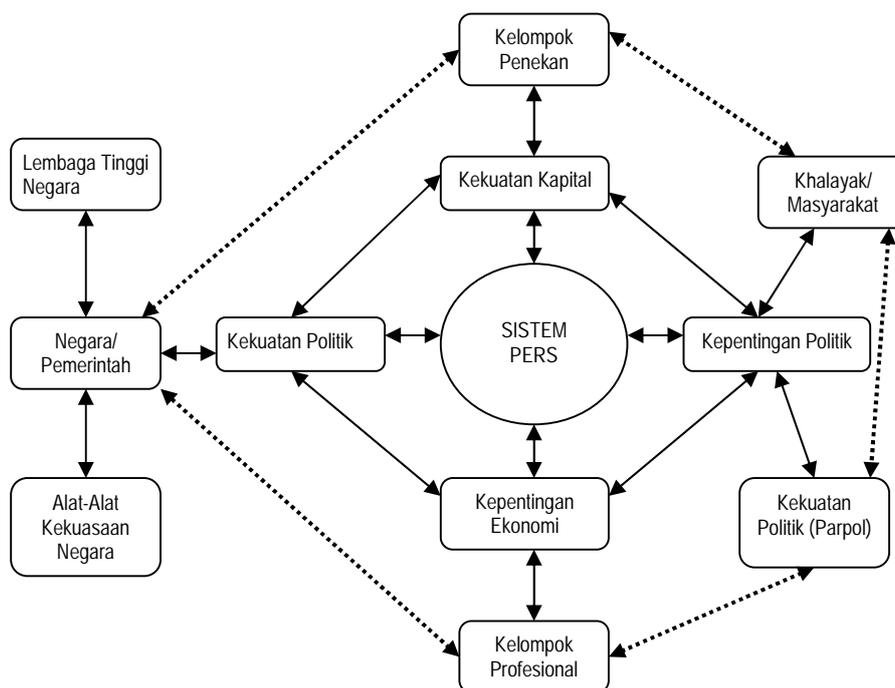
Sumber: Denis McQuail, 2012: 2333

Semenjak reformasi hingga sekarang, pers bersifat bebas. Tetapi, terlalu kelewat bebas. Terutama pada media televisi. Pers menayangkan berita apa saja demi kepentingan bisnis belaka. Apabila acara tersebut sukses (rating naik), tentunya berdampak pada banyaknya iklan yang masuk. Tentu saja iklan tersebut menghasilkan pendapatan bagi perusahaan pers tersebut. Pers telah menjadi sebuah industri. Tidak hanya menyampaikan informasi, pers juga berfungsi sebagai sarana mendapatkan keuntungan (*bisnis oriented*). Pers yang mempunyai modal besar semakin “kokoh tak tertandingi” dalam dunia industri pers. Sedangkan pers dengan modal pas-pasan semakin “tak berdaya” menghadapi persaingan industri pers.

Dari gambaran uraian di atas, dan dengan mencermati kondisi pers/

media massa Indonesia saat ini, maka penulis mencoba menampilkan Model Sistem Pers Indonesia yang dikembangkan dari bagan atau gambar sistem pers Indonesia sebelumnya.

Gambar 4.
Model Sistem Pers Indonesia Pasca Reformasi



Pada gambar 4. di atas, Sistem Pers Indonesia (Media Massa Cetak dan Elektronik), sekarang ini –menurut pandangan penulis– dikelilingi oleh dua kekuatan-kepentingan yang mendominasi peran dan fungsi pers Indonesia. Dua kekuatan-kepentingan itu adalah: *kekuatan-kepentingan politik* dan *kekuatan-kepentingan ekonomi*. Sejak reformasi, kedua kekuatan-kepentingan itu seperti menjadi “filter” bagi media massa dan sistem pers Indonesia dalam “berinteraksi” dengan pihak-pihak yang berada di luar pers. Kelompok penekan (*pressure group*), kelompok profesional, kekuatan politik (parpol), khalayak/masyarakat (publik) bahkan negara (pemerintah) beserta lembaga negara dan alat kekuasaan negara harus “berbenturan” dengan kedua kekua-

tan-kepentingan tersebut ketika berhubungan dengan pers.

Dominasi kekuatan-kepentingan politik dan ekonomi media, telah memosisikan media (utamanya dalam sistem pers) sebagai kekuatan yang tidak hanya memiliki pengaruh secara sosial-budaya, tetapi juga secara ekonomi dan politik. Singkatnya ada relasi kuasa (kekuatan kapital pemilik modal) yang berdiri dibelakang media dan mampu mengarahkan peran dan fungsi media menjadi satu kekuatan yang dapat digunakan “untuk kepentingan apa saja” dan “kapan saja” oleh para pemilik media.

Singkatnya sistem pers Indonesia kini semakin liberal, hal itu ditandai dengan semakin lemahnya kontrol yang dapat dilakukan terhadap media, semakin lunturnya idealisme dan independensi media dan semakin kuatnya pengaruh kekuatan-kepentingan politik dan ekonomi di era media yang semakin mengidustri yang hanya berorientasi untuk kepentingan memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya.

Kesimpulan

Apa sistem yang paling ideal untuk pers Indonesia? Apabila pers kita masih tetap seperti sekarang (liberal), maka masyarakat tidak akan mendapatkan keuntungan sepenuhnya dari pers. Karena pers hanya mementingkan keuntungan perusahaan pers itu sendiri. Padahal, pers tidak berfungsi untuk mencari keuntungan semata.

Seharusnya pers harus berpegang teguh kepada peraturan perundang-undangan, ataupun kode etik jurnalistik yang sudah ada. Pemerintah juga harus turut andil dalam menata industri pers yang hanya dikuasai segelintir orang saja. Pemerintah harus mengeluarkan peraturan tentang kepemilikan perusahaan pers. Indonesia perlu meniru negara maju (Amerika Serikat). Di sana, ada peraturan yang menyebutkan bahwa orang yang sudah memiliki perusahaan pers (televisi), tidak boleh memiliki perusahaan radio. Sehingga orang lain pun dapat mendirikan perusahaan pers sesuai dengan idealisme mereka sendiri-sendiri tanpa ada intervensi. Dan pemerintah harus berani dan tidak takut kepada para pemilik modal besar.

Apakah sistem ini dapat kita pakai lagi? Tentu tak ada yang tak mungkin. Bisa saja kita kembali ke sistem ini. Tentunya didukung oleh berbagai pihak. Sebaiknya, pemilik perusahaan pers tidak ikut dalam pemerintahan.

Apabila ikut, pers yang dipimpinnya tidak dapat independen. Dan berita yang disajikan tidak obyektif. Apabila kita kembali ke sistem ini (pers Pancasila), pemerintah tidak boleh terlalu jauh mencampuri pers. Pemerintah hanya mengatur. Tidak berhak mengambil tindakan lebih lanjut karena sudah ada Dewan Pers. Dewan Pers juga harus lebih aktif jika ada perusahaan pers yang menyalahi aturan.

Apabila kita berpegang teguh pada peraturan yang sudah berlaku, tentu semuanya akan berjalan dengan baik dan sebagaimana mestinya. Pers harus tetap menjadi pers yang independen. Dan insan pers harus mentaati peraturan, undang-undang, serta kode etik yang berlaku.

Daftar Pustaka

- Burton, Graeme, *Media and Society: Critical Perspectives* (Berkshire England: Open University Press, 2005).
- Habermas, Jürgen, *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a category of Bourgeois Society* (Cambridge: Polity, 1962 trans 1989).
- KSM Eka Prasetya Universitas Indonesia. 2017. "Nasib Pers Nasional di Tangan Konglomerasi Media" dalam <http://ksm.ui.ac.id/nasib-pers-nasional-di-tangan-konglomerasi-media/>), Diakses, 4 Des 2017
- McQuail, Denis, *Teori Komunikasi Massa McQuail*, Terj. Agus Dharma dkk., Edisi 6 Buku 1 (Jakarta: Salemba Humanika, 2012).
- Nurudin, *Sistem Komunikasi Indonesia* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010).
- Piliang, Yasraf Amir, *Transpolitika: Dinamika Politik di Dalam era Virtualitas* (Yogyakarta: Jalasutra, 2005).
- Siregar, Ashadi, "Pers = Jurnalistik, Pers Bukan SIUPP", dalam Bambang Bujono dan Imron Hasibuan (ed.). *Wartawan Independen* (Jakarta: Aliansi Jurnalis Independen, 1995).