

INDUSTRI TELEVISI DAN WAJAH BURAM POLITIK INDONESIA

Azwar

Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta
Jalan Raya Rungkut Madya, Gunung Anyar, Gn. Anyar, Kota SBY, Jawa Timur 60294
email: azwarstmalaka@upnvj.ac.id

Diterima : 21 Juli 2017 | Direvisi : 21 Juli 2017 | Disetujui : 31 Juli 2017

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh terjadinya komersialisasi penyiaran publik di Indonesia, khususnya dalam industri televisi. Industri televisi yang hanya mementingkan kepentingan komersil berdampak pada menurunnya nilai-nilai demokrasi (degradasi) dan juga akan berdampak terjadinya plutokrasi politik. Hal tersebut akhirnya berdampak buruk pada kehidupan berbangsa dan bernegara. Penelitian ini mengungkap persoalan tersebut dengan menggunakan metode penelitian kepustakaan (*library research*) dimana data sekunder penelitian ini ada teks-teks yang sudah berhasil dikumpulkan dari pustaka. Penelitian ini merujuk pada pendapat Edward S Herman tentang eksternalitas komersialisasi penyiaran publik. Berdasarkan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa komersialisasi televisi berdampak negatif terhadap penyiaran publik di Indonesia. Bentuk komersialisasi televisi itu juga telah merasuk ke panggung politik, sehingga menurunkan kualitas demokrasi di Indonesia. Dampak eksternalitas ini juga dapat dilihat dari tampilnya orang-orang kaya di panggung politik.

Kata Kunci : Politik, Televisi.

TELEVISION INDUSTRY AND POLITIC IN INDONESIA

Abstract

This research is motivated by the commercialization of television in Indonesia. Commercialization of television has an impact on the decline of democratic values and will also impact the occurrence of political plutocracy. It has a negative impact on the life of nation and state. This research reveals the problem by using the method of library research. The secondary data of this study there are texts that have been collected from the library. This study refers to Edward S Herman's opinion on the externalities of the commercialization of television. Based on this research, it can be concluded that the commercialization of public television has a negative impact on public broadcasting in Indonesia. This form of commercialization of television has also penetrated the political stage, thereby degrading the quality of democracy in Indonesia. The impact of this externality can also be seen from the appearance of the rich on the political stage.

Key Word : Politics, Television.

PENDAHULUAN

Tahun 2017 setidaknya ada lima stasiun televisi nasional yang secara langsung dimiliki oleh Ketua Partai Politik yaitu MNC TV, Global TV, RCTI dan iNews TV (Hary Tanoesoedibjo Ketua Umum Partai Perindo) dan Metro TV (Surya Paloh Ketua Umum Partai Nasdem). Sementara itu ada satu grup lembaga penyiaran yaitu Viva Grup (ANTV dan TV One) yang dimiliki politisi senior Partai Golkar. Permasalahan kepemilikan stasiun televisi oleh politisi tersebut adalah menurunnya nilai demokrasi di Indonesia. Hal ini karena sejatinya media televisi adalah tempat untuk menayangkan produk jurnalistik yang menyuarakan suara rakyat, kini beralih pada

media yang menjadi corong suara partai politik tertentu. Media yang seharusnya menjadi pilar keempat demokrasi kini berubah menjadi media kehumasan (*public relation*) bagi partai politik tertentu.

Fenomena di atas tentu saja mencederai demokrasi karena frekuensi sejatinya milik publik kini beralihfungsi menjadi media untuk propaganda bagi partai politik. Ketika televisi sudah menjadi alat propaganda partai politik, tentu saja terjadi monopoli informasi karena televisi hanya dimiliki beberapa orang saja. Selain itu, politisi-politisi yang tidak memiliki televisi, tentu harus mengeluarkan ongkos yang besar

untuk membayar televisi jika dipergunakan sebagai media kampanye. Dengan demikian media tidak lagi menjadi pilar demokrasi tetapi menjadi alat untuk membunuh demokrasi itu sendiri.

Mengapa siara televisi begitu menakutkan jika dikuasai oleh partai politik, hal ini tentu saja berkaitan dengan keunggulan dari televisi itu sendiri. Di antara sekian banyak media massa, televisi merupakan media yang memiliki keunggulan dan keistimewaan tersendiri untuk mempengaruhi penontonnya. Selain karena memiliki sifat audio dan visual, televisi juga memiliki keunggulan sebagai media yang selalu mendapatkan tempat di hati masyarakat. Hal ini tentu saja sejalan dengan apa yang disampaikan oleh Mochamad Riyanto Rasyid dalam bukunya *Kekerasan di Layar Kaca* (Kompas, 2013) yang menyatakan bahwa:

Media massa dapat menjadi sarana persuasi yang efektif dan efisien karena bisa menjangkau massa yang menjadi target publikasi dengan waktu cepat dan biaya yang relatif murah. Peluang ini tentu saja menggiurkan bagi berbagai kalangan yang berkepentingan... Televisi merupakan media massa yang paling komunikatif dan paling digemari masyarakat. Televisi dianggap mampu memberi kesan sebagai penyampai pesan secara langsung antara komunikator (pembawa acara atau pengisi acara) dan komunikan (pemirsa) (Rasyid, 2013: 25).

Selain memiliki keunggulan, televisi tentu saja memiliki kekurangan, karena media ini bisa menyajikan hal-hal yang tidak benar sesuai dengan kepentingan pemilik media atau orang-orang tertentu, misalnya pengiklan atau pemilik modal. Ketakutan akan dampak televisi ini, baik dampak negatif atau dampak positifnya tidak hanya untuk pemirsa atau penonton saja, akan tetapi juga berdampak terhadap demokrasi di sebuah negara (dalam hal ini Indonesia).

Persoalan dalam negara demokrasi adalah masyarakat tidak menginginkan stasiun televisi mengalami dampak eksternal ketika menjadi bagian langsung dari alat politik. Selain itu persoalan dalam negara demokrasi adalah terjadinya degradasi nilai demokrasi itu sendiri dan akhirnya kondisi tersebut mendorong terjadinya plutokrasi politik, dimana politik hanya dikuasai sekelompok tertentu saja. Artinya masyarakat tidak menginginkan siaran televisi dimiliki oleh sekelompok pemodal atau orang-orang kaya saja.

Jika hal di atas berlaku pada sebuah negara, hal yang sangat menakutkan tentu terjadi yaitu siaran televisi dikuasai untuk alat propaganda. Untuk menghindari hal itu, suara rakyat menjadi hal yang utama untuk diperhatikan dalam mengelola media televisi. Suara rakyat akan terjaga jika ada regulasi yang tegas dalam penggunaan frekuensi publik tersebut.

Penelitian berikut ini akan mengulas dampak-dampak tak terduga yang merugikan rakyat jika media televisi dijadikan alat propaganda oleh partai politik atau politisi. Penulis menggunakan pemikiran Edward S. Herman yang berjudul *The Externalities Effects of Commercial and Public Broadcasting* dalam menganalisis persoalan ini. Setidaknya ada tiga hal yang menjadi sorotan Edward S. Herman dalam tulisannya tersebut yaitu *pertama* terkait dengan komersialisasi penyiaran publik, *kedua* dampak eksternal dalam bidang politik dimana terjadinya degradasi dan plutokrasi politik. Artinya akan terjadi penurunan kualitas politik dalam suatu negara dan dikuasainya politik oleh segelintir orang saja (pemodal). *Ketiga* televisi memiliki dampak tak terduga terhadap anak-anak, yang semula untuk menghibur justru televisi bisa menularkan moral-moral tidak baik karena siaran televisi banyak yang menayangkan hal-hal yang tidak baik.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana dampak eksternal komersialisasi penyiaran publik di Indonesia, khususnya dalam industri televisi?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak eksternal komersialisasi penyiaran publik di Indonesia, khususnya di dalam industri televisi.

Teori Kritis dan Persoalan Media

Dalam perspektif teori kritis, setidaknya dapat disimpulkan bahwa aktivitas komunikasi dan penyiaran publik pun tidak luput dari usaha komersialisasi. Komersialisasi tersebut menunjukkan bahwa penyiaran publik telah dikomodifikasi untuk kepentingan para kapitalis. Secara sederhana komodifikasi dapat digambarkan sebagai cara kapitalisme mencapai tujuan mengakumulasi kapital atau merealisasikan nilai-nilai melalui transformasi dari nilai guna menjadi nilai tukar.

Prinsip dasar kapitalisme adalah proses produksi, distribusi dan konsumsi dalam proses itu

yang dijadikan tujuan adalah tidak hanya nilai guna dari proses produksi ke konsumsi, tetapi juga melalui nilai tukar yang terjadi dalam proses pasar yang dengan demikian laba sebagai hasil upaya akumulasi kapital menjadi maksimal. Maka dengan demikian komodifikasi adalah proses transformasi nilai guna menjadi nilai tukar (Siskawati, 2005: 90).

Martin Jay seperti yang ia kutip dari Herbert Marcuse menyebutkan bahwa teori kritis akan menjaga kebenaran bahkan ketika praktik revolusioner melenceng dari jalannya. Praktik mengikuti kebenaran, bukan sebaliknya. Artinya kesadaran akan nilai-nilai kebenaran yang ada pada diri individu-individu pelaku industri budaya adalah nilai positif tanpa harus melakukan perubahan mendasar dari semua bidang tatanan kehidupan (revolusi) (Jay, 2005: 113)

Inti Teori Kritis sebagaimana yang dikemukakan oleh para pemikir kritis Mazhab Frankfurt itu adalah kebencian terhadap sistem filosofis yang tertutup. Menyajikan hal ini sedemikian rupa akan mendistorsi kandungannya yang tak terbatas dan memancing rasa ingin tahu. Teori kritis sebagaimana namanya diekspresikan melalui serangkaian kritik terhadap pemikir dan tradisi filsafat lain. Perkembangan teori kritis ini kemudian berlangsung melalui dialog. Kelahirannya berkarakter dialektis sebagaimana metode yang ingin diterapkan kepada fenomena sosial. Hanya dengan mengkonfrontirnya dengan gagasan-gagasan sendiri, sebagai suatu virus bagi sistem lain barulah dapat dipahami sepenuhnya (Jay, 2005: 58).

Selanjutnya jika merujuk pada tulisan Edward S. Herman yang berjudul *The Externalities Effects of Commercial and Public Broadcasting* dalam buku *The Political Economy of The Media (Golding and Murdock: 1997)* setidaknya ada beberapa hal yang menjadi poin penting terhadap tulisan tersebut. Komentar kritis dalam tulisan itu berhubungan dengan komersialisasi penyiaran publik dan dampak tak terduga atau yang tidak diperkirakan dari media ketika bersentuhan dengan politik. Lebih jauh, hal tersebut dapat diuraikan sebagai berikut: *Pertama* dampak yang tidak diduga akan terjadi sebelumnya atas komersialisasi dan penyiaran publik ini adalah bagaimana semua tayangan untuk masyarakat itu akhirnya dijadikan hiburan.

Hal ini karena pada dasarnya masyarakat tidak siap untuk menyaksikan hal-hal yang pahit dari tayangan televisi. Ini tentunya berkaitan dengan tujuan masyarakat menyaksikan televisi, yang salah satunya untuk melepaskan diri dari realitas kehidupan yang sebenarnya. Ketika mereka telah menyaksikan realitas kehidupan yang pahit, mereka tidak ingin lagi

menyaksikan hal yang sama dari televisi. Oleh sebab itu pekerja televisi akan merasa tidak nyaman untuk menceritakan dunia-dunia yang pahit itu di dalam kotak televisi.

Kedua eksternalitas dalam bidang politik dimana terjadinya degradasi dan plutokrasi politik atau penguasaan politik oleh orang-orang/kelompok kaya. Ketika politikus menggunakan televisi sebagai alat untuk menyampaikan program-program politik mereka, maka yang terjadi adalah mahalannya ongkos politik itu sendiri. Akibat dari mahalannya ongkos politik itu, maka ada beberapa hal yang terjadi yang sebenarnya gejala tidak baik untuk kondisi demokrasi sebuah bangsa yang memilih menjadi negara demokrasi. Hal-hal yang dapat terjadi adalah:

- a. Menutup jalan bagi orang-orang biasa (orang-orang yang tidak punya banyak uang) untuk masuk ke dunia politik. Padahal hak berpolitik itu sejatinya adalah milik semua masyarakat, tanpa harus ada penentu lain yang menjadi faktor utama seperti uang, ketampanan/kecantikan, popularitas dan keturunan.
- b. Terjadinya komunikasi satu arah antara tokoh politik dengan massa yang diwakilinya. Ketika politik belum terlalu bersentuhan dengan penyiaran publik yang komersil, maka para politikus menggunakan ajang pertemuan untuk bertemu dengan massa pendukungnya, bisa jadi lewat kampanye terbuka, tatap muka, temu kader dan lain sebagainya. Akan tetapi ketika televisi telah menjadi media perantara, maka politikus cukup bicara sendiri di depan kamera lalu pesan-pesan politiknya telah sampai pada massanya. Akibatnya politikus kehilangan akar pijakannya karena televisi telah menutup pintu baginya untuk menerima suara rakyat.
- c. Terjadinya pembohongan publik dengan sifat media yang bisa memanipulasi tayangan. Contohnya tokoh-tokoh yang tidak baik bisa dicitrakan sebagai tokoh yang baik dengan iklan-iklan di televisi. Contoh sederhana lainnya adalah orang-orang jelek sekalipun bisa disulap menjadi cantik dan gagah ketika tampil di depan televisi, dengan demikian masyarakat akan tertipu dengan tampilan asli dari tokoh politiknya itu.

Dari pemaparan singkat tersebut dapat dilihat bahwa terjadinya penurunan nilai politik dan penguasaan panggung politik oleh orang-orang kaya. Dari dampak media yang sebelumnya tidak diperhitungkan oleh pelaku itu, akhirnya eksternalitas itu sendiri memiliki dampak negatif di tengah-tengah masyarakat. Pengaruh negatif eksternalitas adalah:

Pertama terjadinya eksplorasi penonton. Karena televisi membutuhkan penonton untuk alasan bagi mereka menjual program pada pemasang iklan, maka penonton seolah-olah dijadikan alasan untuk memproduksi sesuatu. Akhirnya rating menjadi penentu dalam sebuah program. Saat ini dapat dilihat dengan alasan rating (yang sebenarnya tolak ukurnya pun diragui) program bisa dilanjutkan atau tidak. Selain itu dengan alasan kebebasan bicara dan untuk melayani penonton (masyarakat) televisi membuat program tertentu yang barangkali tidak dibutuhkan masyarakat atau bahkan merusak masyarakat itu sendiri.

Kedua dampak negatif dari eksternalitas ini adalah dominasi kekerasan dan seks di televisi. Program-program televisi dengan alasan seperti yang dipaparkan di atas yaitu atas kebebasan berkeaktifitas dan atas nama hak azazi manusia, maka orang-orang yang terkait pada produksi acara memilih jalan pintas dengan menyuguhkan program yang pada dasarnya adalah memenuhi kebutuhan dasar paling bawah manusia yaitu kecendrungan akan pemenuhan hasrat seksual. Dengan alasan itulah bermunculan program-program televisi yang banal dan nakal ke tengah-tengah penontonnya.

Ketiga dampak lain dari eksternalisasi televisi komersil adalah terjadinya internasionalisasi. Dimana perusahaan-perusahaan transnasional menjadi pengiklan terbesar di stasiun televisi. Cara-cara sistem komersial televisi itu memaksa terjadinya imperialism budaya karena pada dasarnya negara-negara yang telah mapan teknologi televisinya seperti Amerika akan mendominasi penyediaan program untuk dunia.

Akhirnya begitu sebuah negara mengadopsi televisi komersial, maka mereka harus menghadapi eksternalisasi secara alami dan segala dampak negatif yang ditimbulkannya. Oleh sebab itu sepatasnya pemerintah sebagai penyelenggara negara menyadari hal ini bahwa ada hal-hal yang perlu diatur oleh negara untuk memberikan yang terbaik pada masyarakat. Jangan justru menyerahkannya pada pasar yang hanya menginginkan keuntungan secara ekonomi untuk mereka dan intinya ingin mengeksplorasi rakyat sebesar-besarnya.

Wajah Buram Politik Indonesia di Layar Televisi

Pada dasarnya komunikasi massa adalah suatu bentuk komunikasi dengan melibatkan khalayak luas yang umumnya menggunakan media surat kabar, majalah, radio, televisi dan juga internet. Menurut Littlejohn (2010), komunikasi massa merupakan proses dimana organisasi-organisasi media memproduksi dan menyampaikan pesan-pesan kepada

khalayak luas dan proses dimana pesan-pesan dicari, digunakan, dipahami, dan dipengaruhi oleh khalayak.

Douglas Kellner dalam buku *Budaya Media: Cultural Studies, Identitas, dan Politik: Antara Modern dan Postmodern* dengan tegas menyebutkan bahwa budaya media adalah budaya citra. Artinya budaya yang melibatkan penglihatan dan suara dimana menggunakan beragam media seperti radio, film televisi, music, dan media cetak, seperti majalah, koran, dan komik mampu mencampur adukkan alat indera sehingga memainkan emosi, perasaan dan gagasan audiensnya. Budaya media mempertontonkan siapa yang berkuasa dan siapa yang tidak berkuasa, siapa yang diperbolehkan menggunakan paksaan dan kekuatan dan siapa yang tidak. Mereka mendramatisir dan mengabsahkan kekuatan pihak yang berkuasa dan menunjukkan kepada yang tidak berdaya bahwa jika mereka gagal mengikutinya, mereka akan dipenjarakan atau dihukum mati (Kellner, 2010; 2).

Partai politik, adalah salah satu lembaga yang menyadari arti penting komunikasi massa itu. Mereka berprinsip, selagi media itu bisa dimanfaatkan untuk kepentingan mereka maka mereka akan menggunakannya dengan berbagai cara. Sementara itu pemilik dan pengelola media juga menyadari akan nilai apa yang mereka kelola, maka mereka pun tidak segan-segan memasang harga tinggi untuk jasa mereka itu. Oleh sebab itu semakin hari perpolitikan semakin buram karena menggunakan ongkos yang besar, akibat tergantung pada media yang sudah sangat komersil.

Partai politik sangat percaya pada media massa, karena media dipercaya dapat mempengaruhi masyarakat untuk menerima cara pandang baru atas suatu persoalan. Kemampuan media massa menjangkau khayalak dari berbagai lapisan merupakan potensi yang dapat diandalkan dalam menyebarkan berbagai informasi. Organisasi atau institusi massa memproduksi dan mendistribusikan konten simbolik, melakukan kegiatan dalam lingkungan publik, partisipasi sebagai pengirim atau penerima bersifat sukarela, professional serta bebas dan *powerless* (McQuail, 2005: 58).

Karena peran media yang sangat besar dan sangat penting bagi partai politik, maka mengakibatkan hal-hal yang dipandang tidak baik bagi perpolitikan Indonesia. Wajah politik demi memenuhi kebodohan mereka yang telah tertipu oleh media masa akhirnya dapat dicirikan dengan khas sebagai lembaga yang membutuhkan dana besar, sebagai panggung orang-orang kaya, mengambil jalan pintas merekrut orang-orang populer (artis) dan meniadakan suara rakyat dan menghilangkan peran orang-orang yang

tidak memiliki modal besar untuk terjun ke dunia politik.

Dalam hal ini bukan berarti membantah pernyataan Foucault bahwa pengetahuan bersangkutan dengan kekuasaan. Kalau dalam pernyataan pertama dinyatakan bahwa orang yang memiliki pengetahuan seolah ditiadakan dalam politik, hal itu sebenarnya kulit luarnya saja. Sesungguhnya politik juga masih mengakui bahwa adanya pertautan yang tidak saling meniadakan, melainkan menguatkan. Seperti yang disampaikan Michael Foucault dalam buku *Pengetahuan dan Metode* (2002: 23) berbekal pengetahuan, seseorang mempunyai kekuasaan untuk menghakimi kondisi mental orang lain.

Foucault lebih jauh menyatakan bahwa persoalan bukan hanya itu, pengetahuan juga memiliki dampak sosial. Pengetahuan bisa mengakibatkan rekonfigurasi sosial. Pendapat ahli bahwa kegilaan adalah penyakit mental menjebloskan para orang gila ke dalam asyulum (tempat khusus bagi orang gila). Pendapat ahli yang mengatakan bahwa homoseksual adalah sebuah kelainan seksual melahirkan kebijakan yang melarang pernikahan sesama jenis. Pendapat ahli yang mengatakan bahwa masturbasi pada anak dapat menimbulkan kebodohan berujung pada pengawasan super ketat yang digelar dari rumah sampai sekolah. Semua itu adalah permainan kuasa pengetahuan yang bertujuan menghasilkan tubuh-tubuh yang taat.

Dengan besarnya kuasa pengetahuan timbul pertanyaan bahwa kenapa partai politik tidak memanfaatkan pengetahuan? Jawabannya tentu bukan karena tidak memakai pengetahuan untuk mendukung kekuasaan mereka, tetapi polanya agak berbeda. Dunia politik memanfaatkan kekayaan orang-orang kaya untuk membeli semua pengetahuan yang bisa melanggengkan kedudukan politik mereka. Oleh sebab itu terjawablah alasan, mengapa partai politik lebih mengakomodir orang-orang yang memiliki banyak uang dibandingkan orang-orang yang memiliki pengetahuan.

Jika diamati media tentu bukan ruang kosong yang menayangkan sesuatu begitu saja. Ada banyak hal yang mempengaruhi media. Dalam paradigma kritis media pada dasarnya dikontrol oleh pemilik modal. Ishadi SK dalam bukunya *Media dan Kekuasaan Televisi di Hari-Hari Terakhir Presiden Soeharto* menyatakan:

Jurnalis pada dasarnya dikontrol. Kontrol paling besar adalah bagaimana menyajikan berita kepada khalayak. Berita berasal dari peristiwa. Bagaimana peristiwa bisa dibentuk menjadi berita melibatkan ideologi

profesional jurnalis. Ideologi profesional itu menentukan mana yang bisa, tidak bisa, bagian mana, dan dengan cara apa peristiwa tersebut diberitakan (Ishadi SK, 2014: 18).

Artinya walau awak media (jurnalis) memiliki idealisme yang turut mempengaruhi apa yang diberitakannya, namun pengaruh pemodal tentu tidak bisa dilepaskan. Suara pemilik modal menjadi hal yang lebih penting di atas idealisme jurnalis itu sendiri. Oleh sebab itu penting bagi partai politik untuk merekrut orang-orang yang memiliki banyak uang, agar bisa mempengaruhi pemberitaan media terhadap partai mereka.

Untuk menciptakan media penyiaran yang sehat, tentu saja banyak faktor yang harus diperhatikan. Lembaga penyiaran yang independen, tidak bergantung pada salah satu partai politik tertentu ini menjadi penting. Wahyu Wibowo (Editor) dalam buku *Kedaulatan Frekuensi Regulasi Penyiaran, Peran KPI, dan Konvergensi Media* menuliskan bahwa:

Untuk memaknai independensi, maka harus dilihat independensi tersebut hendaknya dimaknai sebagai kebebasan eksistensial, yaitu kemampuan para insan kepenyiaran untuk menentukan dirinya sendiri yang diandaikan harus bersifit positif... pemaknaan terhadap independensi lembaga penyiaran hendaknya patut dilakukan secara kritis jika ingin dipertalikan dengan integritas subjektif para insan yang terlibat di dalamnya (Wibowo, 2013: 73-74).

Dari kutipan di atas sangat jelas bahwa independensi penyiaran maksudnya adalah lembaga penyiaran yang tidak dipengaruhi kepentingan-kepentingan tertentu, termasuk kepentingan politik kelompok tertentu. Artinya lembaga penyiaran yang dimiliki oleh pemilik partai politik tentu sulit untuk memisahkan kepentingan masyarakat dengan kepentingan partai politiknya sendiri.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kepustakaan atau *library research*. Penelitian ini dilakukan di kampus UPN "Veteran" Jakarta, di khususnya di Perpustakaan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP). Selain itu penelitian ini juga dilakukan di perpustakaan pribadi penulis di Tangerang Selatan. Penelitian ini dilaksanakan dalam kurun waktu bulan Juli sampai dengan Agustus 2017.

Menurut Mestika Zed (2004), dalam buku *Metode Penelitian Kepustakaan*, riset pustaka tidak hanya sekadar urusan membaca dan mencatat literatur

atau buku-buku sebagaimana yang sering dipahami banyak orang selama ini. Studi pustaka, adalah rangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat serta mengolah bahan penelitian.

Lebih jauh Mestika Zed (2004) menyampaikan bahwa alasan menggunakan studi pustaka adalah *pertama* karena penelitian tersebut hanya bisa dijawab dengan penelitian kepustakaan. *Kedua* penelitian kepustakaan merupakan salah satu tahap dalam studi pendahuluan, untuk memahami persoalan secara utuh. *Ketiga* adalah metode mengungkap persoalan yang paling unggul untuk mengungkap persoalan penelitian.

Mestika Zed (2004) juga menyampaikan bahwa ciri utama *library research* adalah *pertama* peneliti berhadapan langsung dengan teks/naskah atau data angka, bukan dari pengetahuan lapangan dan saksi mata. *Kedua* studi pustaka bersifat siap pakai, penelitian dengan model ini tidak pergi kemana-mana, hanya berhadapan dengan sumber di perpustakaan. *Ketiga* data kepustakaan menjadi sumber sekunder dalam penelitian dan *keempat* data kepustakaan tidak dibatasi ruang dan waktu.

Dalam melakukan analisis terhadap dokumen-dokumen penulis menganalisis fakta yang dinyatakan dalam kalimat-kalimat. Analisis ini mengutamakan penafsiran objektif berupa telaah mendalam atas suatu persoalan yang diteliti. Data-data yang tersedia diuraikan dengan menganalisis isi, lalu dituangkan secara naratif ke dalam hasil penelitian.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pembacaan penulis terhadap persoalan industri penyiaran dan ekonomi politik media secara sederhana dapat dilihat bahwa telah terjadi degradasi nilai-nilai demokrasi karena kepentingan politik dan kepentingan industri media. Setidaknya hal tersebut dapat dilihat dari pendanaan partai politik, politik menjadi panggung orang kaya, dan maraknya para artis masuk ke dunia politik sehingga akhirnya menyebabkan banyaknya suara-suara rakyat yang hilang.

1. Pendanaan Partai Politik

Pasca reformasi, peta perpolitikan Indonesia berubah drastis. Salah satu perubahan itu adalah dengan menjamurnya partai-partai politik di Indonesia, puluhan partai berlomba-lomba mencari suara dengan berbagai cara baik pada pemilu 1999, pemilu 2004, pemilu 2009 dan pemilu 2014. Hal itu belum lagi dengan kebijakan pemilihan presiden secara langsung dan pemilihan kepala daerah secara langsung di berbagai daerah. Kondisi itu telah

membuat membengkaknya pengeluaran negara untuk kepentingan pesta demokrasi itu. Risiko demokrasi itu belum lagi harus menelan biaya kompetisi antar partai. Akibat banyaknya peserta pemilu itu terjadi kompetisi yang ketat antara partai-partai untuk mendapatkan suara rakyat.

Kompetisi yang ketat antara para pesaing baik antara partai politik maupun antara calon anggota legislatif pada partai yang sama berujung pada persaingan tidak sehat. Partai terpaksa mengumpulkan biaya politik dari anggotanya dan juga dari cara-cara lain yang bisa dilakukan seperti transaksi politik misalnya. Partai-partai yang mengumpulkan biaya politik dari kader-kadernya, tentu saja merupakan hal yang sulit. Karena partai yang bisa melakukan hal ini adalah partai yang memiliki basis kader yang militan. Partai semacam ini bisa mengumpulkan iuran dari kader pada tingkat akar rumput karena partai seperti ini sudah memiliki struktur organisasi yang kuat.

Sementara itu pola lain pengumpulan pembiayaan partai politik yang bisa dilakukan oleh partai adalah dengan melakukan pemungutan iuran/pemotongan gaji anggota DPRD/DPR sesuai dengan ketentuan partai. Angka ini tidak merata, ada partai yang memotong 25 persen dari gaji anggota DPRD/DPR bahkan ada partai yang memotong/menarik iuran hingga 40 persen. Pada kondisi tertentu partai yang kaderisasinya mantap juga berhasil memungut iuran dari kadernya yang duduk di eksekutif seperti Bupati/Walikota, Gubernur atau Mneteri.

Pembiayaan partai politik di atas, dalam kondisi tertentu mendorong kader-kader partai untuk “kreatif” mencari celah pemasukan bagi partainya atau bagi dirinya sendiri dengan dalih untuk modal politik. Kreativitas politisi ini sayangnya terbatas. Hal yang sering dilakukan hanyalah menggunakan kekuasaan mereka untuk mengambil keuntungan bagi diri sendiri ataupun partai. Contohnya melakukan transaksi proyek dengan alasan politisi yang duduk di legislatif punya kewenangan untuk mengatur anggaran. Hal ini tentu bukan informasi yang baru karena sudah sering didengar masyarakat terjadinya persekutuan antara politisi dan pengusaha bahkan penguasa.

Dampak yang terjadi dari gejala-gejala di atas adalah seperti yang bisa dilihat kondisi belakangan ini, betapa masalah dana partai politik yang semakin besar telah menyeret nama-nama politisi dari berbagai partai seperti kasus dugaan suap di Wisma Atlet di Palembang dan kasus pemilihan Gubernur Bank Indonesia, kasus BLBI, kasus korupsi Gubernur dan Bupati/Walikota di berbagai daerah Indonesia, dan yang paling hangat kasus korupsi KTP elektronik yang

menyeret politisi-politisi besar di Indonesia. Pada akhirnya mereka-mereka itu harus berhadapan dengan dugaan pencarian sebagai pendanaan yang tidak halal untuk membiayai partai mereka.

2. Politik Panggung Orang Kaya

Karena besarnya ongkos politik, maka partai politik pun tidak terpikir untuk merekrut orang-orang yang tidak punya modal besar untuk ikut serta dalam permainan politik. Pemain politik itu haruslah mereka-mereka yang bisa membayar media untuk mencitrakan diri mereka sebagai partai yang memihak pada rakyat, walaupun realitasnya tidak seperti itu. Citra partai itu menjadi penting, oleh sebab itu mereka harus bisa membuat iklan dan membayar jam tayangnya di televisi.

Efek karena pendanaan partai politik itu sangat besar, akhirnya sangat jelas bahwa yang bisa masuk ke panggung politik adalah orang-orang yang punya modal besar. Masyarakat kelompok kaya bisa mencalonkan diri menjadi anggota DPR atau menjadi Walikota/Bupati, Gubernur karena mereka memiliki uang yang besar. Lihatlah berbagai istilah yang muncul seperti mahar partai atau ongkos perahu. Istilah itu hadir karena partai politik menerima transaksi dengan siapa saja yang berminat dicalonkan menjadi anggota legislatif atau eksekutif.

Mahar politik ini menunjukkan betapa politik benar-benar menjadi panggung orang kaya. Sayangnya tidak semua orang kaya itu yang berkompeten untuk menduduki jabatan sebagai wakil rakyat di legislatif atau sebagai pelayanan rakyat di eksekutif. Akhirnya yang terjadi rakyat diwakili oleh orang-orang kaya yang tidak mengatahui persoalan masyarakatnya. Rakyat tingkat Kota/Kabupaten atau Provinsi dipimpin oleh pemimpin yang tidak peka terhadap penderitaan rakyatnya.

Orang-orang kaya yang terjun ke dunia politik juga gampang untuk mengakses berbagai media yang bisa membuat pencitraan terhadap dirinya. Calon politisi dari golongan kaya raya ini bisa tampil di televisi dengan iklan-iklan berbayar yang tentu saja mahal. Bahkan mereka bisa tampil dalam program-program televisi yang bisa mengangkat pamor mereka di mata masyarakat. Hal ini tentu saja sangat bisa dijelaskan bahwa pelbagai citraan yang diciptakan oleh media baik di bioskop atau televisi bisa mengaburkan batas-batas antara realitas dan apa yang dipersepsikan sebagai realitas. Mereka bisa saja pura-pura peduli atau bisa saja pura-pura pintar untuk dianggap layak sebagai wakil rakyat atau pimpinan rakyat. Pelbagai citraan ini bisa memiliki pengaruh panjang pada sikap, kepercayaan, dan perilaku masyarakat.

Hal di atas menjelaskan mengapa pecandu televisi akan menjadi fanatik terhadap apa yang disukainya di televisi. Oleh sebab itu partai politik membutuhkan orang-orang yang memiliki uang untuk membayar televisi-televisi agar bisa menjadi realitas tersendiri dalam ruang pikiran masyarakat.

3. Artis dalam Politik Kita

Dari penjelasan Kellner tersebut dapat dilihat bahwa budaya citra media akan memberikan kekuasaan pada orang-orang yang bisa menguasainya. Siapakah yang paling berkuasa dalam media? Banyak orang mengatakan yang berkuasa dalam media itu adalah pemilik, pengelola, ataupun artis-artis yang sering tampil di dalamnya. Pada dasarnya kuasa itu bisa dilihat tergantung pada kedudukan masing-masing. Dalam hal pencitraan maka yang paling menguasai media bukanlah orang di belakang panggung, tetapi mereka yang sering tampil di depannya dan mereka itulah artis-artis yang kemudian tidak heran bila mereka menjadi idola banyak masyarakat.

Sementara itu karena kondisi politik kita yang semakin pragmatis, maka mereka memerlukan figur-figur orang yang memiliki popularitas untuk menjadi kader partai mereka. Membangun popularitas dari bawah tentu bukan sesuatu yang mudah, oleh sebab itu partai politik mengambil jalan pintas dengan memasukkan artis-artis terkenal untuk menjadi pendulang suara bagi partai mereka.

Hal ini merupakan saah satu buntut panjang dampak eksternalitas komersialisasi dan penyiaran publik di ranah politik. Karena media sangat berperan dalam dunia politik, maka para politikus “berselingkuh” dengan orang yang dekat dengan media yang paling dikagumi rakyat yaitu para artisnya.

4. Suara Rakyat yang Hilang

Suara rakyat kadang tidak bisa diwakilkan oleh sekelompok masyarakat yang bisa membayar media dengan mahal atau oleh artis-artis yang sering tampil di media. Akan tetapi seringkali suara rakyat itu selalu didengar oleh para intelektual yang mengabdikan hidup mereka untuk belajar memahami masyarakatnya. Suara rakyat itu kadang kala nyaring terdengar oleh tokoh-tokoh yang selalu dekat dengan mereka. Suara rakyat kadangkala hanya di dengar oleh pemuka-pemuka agama mereka masing-masing. Suara rakyat bisa jadi di dengar oleh orang-orang bersih yang sering memberikan solusi permasalahan masyarakat.

Kalau sedemikian adanya, kenapa tidak mereka saja yang diangkat menjadi wakil rakyat? Permasalahannya adalah calon wakil rakyat sekarang

harus mereka yang bisa membayar iklan di televisi, agar terkenal di seluruh masyarakat. Persoalannya adalah wakil rakyat harus mengeluarkan uang besar karena system komersial yang dianut televisi. Akhirnya mereka-mereka yang berpotensi menyampaikan suara rakyat itu tidak terakomodir dalam politik Indonesia.

KESIMPULAN

Berdasarkan kajian pustaka yang dilakukan atas dampak eksternal komersialisasi penyiaran publik, degradasi dan plutokrasi politik, maka dapat disimpulkan bahwa komersialisasi penyiaran publik, khususnya yang terjadi dalam industri televisi berdampak negatif terhadap penyiaran publik di Indonesia. Bentuk komersialisasi televisi itu juga telah merasuk ke panggung politik, sehingga menurunkan kualitas demokrasi di Indonesia. Dampak eksternalitas dapat dilihat dari tampilnya orang-orang kaya di panggung politik, sebagai akibat dari sistem pendanaan partai yang secara tidak langsung mengharuskan partai memiliki modal besar untuk bisa memenangkan pertarungan politik. Hal lain adalah bagaimana munculnya artis-artis, yang dicaplok kepopuleran mereka oleh partai politik untuk mendulang suara pemilih, untuk pemanis dalam kampanye-kampanye. Dampak eksternalitas komersialisasi penyiaran publik adalah tersingkirnya orang-orang cerdas dan orang-orang baik yang tidak memiliki modal untuk mewakili suara rakyat dari ranah politik.

SARAN

Untuk menjaga marwah demokrasi di Indonesia, maka perlu membatasi kepemilikan stasiun televisi (media penyiaran publik) oleh politisi di Indonesia. Hal ini tentu sangat penting untuk mengurangi pembusukan dalam demokrasi. Negara harus membuat regulasi yang tegas atas hal ini karena politik yang berimbang, politik yang memberi kesempatan pada semua lapisan masyarakat adalah mutlak adanya dalam negara demokrasi. Langkah lain yang perlu dilakukan untuk mengurangi dampak eksternal penyiaran publik khususnya industri televisi adalah dengan menekan ongkos demokrasi termasuk membatasi iklan politik di media. Televisi tidak bisa dibiarkan mempropagandakan kepentingan partai politik tertentu leluasa begitu saja. Negara sebagai pemegang regulasi tentu harus berpihak pada kepentingan rakyat seperti yang diuraikan dalam tulisan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Foucault, Michel. 2002. *Pengetahuan dan Metode karya Penting Foucault*, Jalasutra, Jogjakarta.
- Kellner, Douglas. 2010. *Budaya Media Cultural Studies, identitas, dan Politik: Antara Modern dan Postmodern*. Jalasutra. Jogjakarta.
- Littlejohn, Stephen dan Karen A Foss. 2010. *Theories of Human Communication*. (Terjemahan), Pustaka Pelajar, Jogjakarta.
- McQuail, Dennis. 2005. *McQuail's Mass Communication Theory*, Sage Publication, London.
- L.J Schrum (edt). 2010. *Psikologi Media Entertaimen Membedah Keampuhan Periklanan Subliminal dan Bujukan yang Tak Disadari Konsumen*. Jalasutra. Jogjakarta.
- Herman, Edwar S. 1997. "The Externalities Effects of Commercial and Public Broadcasting" dalam Peter Golding and Graham Murdock. *The Political Economy of the Media*, Edward Elgar Publishing, London.
- Rasyid, Mochamad Riyanto. 2013. *Kekerasan di layar Kaca: Bisnis Siaran, Peran KPI, dan Hukum*. Penerbit Kompas, Jakarta.
- Siskawati, Isna. 2006. Jurnal Penelitian Ilmu Komunikasi Thesis Volume V/No.2 Mei-Agustus 2006, "Komodifikasi Nilai-Nilai Agama dalam Sinetron Televisi," Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia, Jakarta.
- SK, Ishadi. 2014. *Media dan Kekuasaan: Televisi di Hari-Hari Terakhir Presiden Soeharto*. Penerbit Kompas, Jakarta.
- Wibowo, Wahyu (Ed.) 2013. *Kedaulatan Frekuensi: Regulasi Penyiaran, Peran KPI, dan Konvergensi Media*. Penerbit Kompas, Jakarta.
- Zed, Mestika. 2004. *Metode Penelitian Kepustakaan*. Yayasan Obor Indonesia, Jakarta.