**KEBEBASAN MEDIA 20 TAHUN SETELAH REFORMASI:**

**TELAAH DARI LINGKUNGAN EKONOMI-POLITIK**

**Nurul Hasfi**

*Departemen Ilmu Komunikasi FISIP - Universitas Diponegoro*

*EmaiL: nurul.hasfi@live.undip.ac.id*

**ABSTRAK**

Sulit untuk mempercayai dalam dua dekade setelah lepas dari rezin otoritarian Soeharto, kekuasaan negara dan konglomerasi media (*media conglomeration*) masih menjadi ancamanutama alam kebebasan media di Indonesia, meski muncul denganwajah yang berbeda. Diskursus tentang upaya negaradan pasar merebut kembali kekuasaan media terutama munculdalam revisi UU Penyiaran No 32 tahun 2002 yang hingga tahun 2016 justrumenunjukkan langkah mundur perjuangan kemerdekaan media di Indonesia. Kutipan pernyataan Sudibyo (2013: 264) *media capital and elite seen to be working togather to regain control over the media for their mutual benefit’*tepat menggambarkan apa yang sedang terjadi saat ini.Analisis dari sudut pandang lingkungan ekonomi politik menunjukkanperjuangan menuju pers bebassaat ini memasuki babak baru. Media tidak sekedar berhadapan dengan kontrol negara dan pasar namun lebih dari itu,para elite pemilik media dan pemerintah – melalui Menkominfo – nampaknya sedang melakukan upaya bersama secara sistematismemanipulasi isi UU Penyiaran agar sesuai dengan arah kepentingan mereka.Perjuangan mewujudkan cita-cita reformasi berupa industri media yang berprinsip *diversity of ownership* dan *diversity of content* nampaknya masih harus melewati jalan terjal.Ditambah lagi, isu oligarki media justru semakin nyata di era digital juga memunculkan masalah lain seperti sensor yang dilakukan para pemilik media yang secara perlahan namun pasti berhasil mengubah haluan fungsi media dari *public investment* menjadi *market investment.*

**Kata Kunci: Kebebasan Media, Reformasi, Ekonomi-Politik**

**PENDAHULUAN**

Tulisan ini akan melihat lebih jauh tantangan perjuangan kebebasan media di Indonesia dari dua sudut pandang yakni lingkungan ekonomi dan politik menurut Woording (2009: 598). Woording mensyaratkan kebebasan mediaharus didukung lingkungan ekonomi yang kondusif mulai darikeberagamankepemilikan media (*plurality of ownership*); sumber dana media yang menjamin independensi media; dan jaminan fasilitasi penyebaran informasi ke publik. Bagian ini terutama akan dibahas pada sub tema pertama tentang ‘Konglomerasi Media: Masalah Klasik yang Tak Kunjung Terpecahkan’.Selanjutnya, pada lingkungan politik, Woording menegaskan media dikatakan bebas jika tidak ada sensor terhadap media; ada ruang berkompetisi yang terbuka; dan bebas dari intimidasi dan kekerasan fisik.Pembahasan tentang lingkungan politik terutama akan dieksplorasi pada sub-tema kedua yakni ‘Ketika Pemilik Media Berpolitik’. Pada sub tema ke-tiga, penulis akan mengelaborasi berbagai tantangan terbaru lingkungan ekonomi politik media di Indonesia yang hingga 2018 masih menjadi masalah utama.

**PEMBAHASAN**

**Konglomerasi Media: Masalah yang Tak Kunjung Terpecahkan**

Konglomerasi media (*media conglomeration)* yang dalam tulisan ini diidentifikasi sebagai masalah utama kebebasan media di Indonesia hingga 20 tahun setelah reformasiterutama terkait dengan industri media televisi. Sebagaimana disebut Sudibyo (2013: 260) industri media televisi merepresentasikan generasi kedua media kapital di Indonesia setelah media cetak yang hingga dekade ke dua pasca Reformasi masih menjadi penggerak utama industri media di Indonesia selain media cetak, radio, dan *online*. Industri televisidianggappenting karena terkait dengan penggunaan frekuensi publik yang terbatas namun pada kenyataannya kini dikuasai segelintir konglomerat di Indonesia. Sebagaimana disebut Sudibyo (2013: 260) Kontrol media oleh pasar sudah terjadi sejak Orde Baru tahun 1980-an saat Keluarga Cendana dan Kroninya menguasai televisi di Indonesia.Dari lima stasiun televisi yang berdiri saat itu, hanya satu yang tidak terkait dengan Keluarga Cendana yakni ANTV milik Grup Bakrie. Sementara sisanya Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI) dimiliki Bambang Triatmojo anak laki-laki Soeharto; Surya Citra Televisi (SCTV) dimiliki kroni Soeharto yakni Henry Pribadi dan Sudwikatmono; Televisi Pendidikan Indonesia (TPI) dimiliki anak perempuan Soeharto, Siti Hardiyarti Rukmana; sementaraIndosiar dimiliki Grup Salim milik Lim Sioe Liong, konglomerat teman dekat Soeharto.

Pasca Era Reformasi, konsentrasi kepemilikan media terus berlangsung bahkan menguat meski pemainnya melibatkan para konglomerat baru yang berhasil memanfaatkan situasi politis Pasca Reformasi. Berbagai penelitiandilakukan setidaknya dalam satu dekade terakhir, secara gamblang memetakan konglomerasi media dalam industri media di Indonesia saat ini.Haryanto (2011) menyimpulkan bagaimana kepemilikan media oleh para politisi telah berdampak pada profesionalisme media yang mengalami sensor melalui berbagai mekanisme; Lim (2011) menyebut konglomerasi media menyebabkan homogenitas isi (*content*) dari media salah satunya menyorot bagaimana media mainstream berfokus pada topik-topik milik kalangan menengah keatas saja; Nugroho (2012) yang menekankan bahwa oligopoli media membahayakan hak publik atas informasi, karena industri media lebih dikontrol oleh kepentingan ekonomi dan politik pemilik medianya; Sudibyo (2014) menyorot tentang bagaimana para pemilik kapital media yang mendobel sebagai politisi menggunakan negara sebagai alat untuk menghasilkan kebijakan pro-pasar; Armando (2014) melihat konsentrasi kepemilikan media menjadi sumber kegagalan pelaksanaan UU Penyiaran No 32 Tahun 2003 terutama dalam jaminan keberagaman kepemilikan dan keberagaman isi media.

Data terbaru konsentrasi kepemilikan media di Indonesia dijabarkan Tasspel (2015, 28) yang mendata 8 *taipan* penguasa industri media di Indonesia saat ini yakni Chairul Tanjung (CT Corp); Hary Tanoesudibyo (Global Media Com); Edi Sariaatmadja (Emtek); James Riady (Lippo); Jacop Oetama (Kompas Gramedia); Aburizal Bakrie (Bakri Group); Dahlan Iskan (Jawa Pos Grup); dan Surya Paloh (Media Group). Data tersebut tidak berbeda jauh dengan yang dihasilkan peneliti sebelumnya, namun Taspell (2015) membawa tesis baru tentang apa yang ia sebut sebagai konvergensi komersial (*commercial convergence*) yang ditegaskannya dengan konglomerasi digital atau *digital conglomerates* (Taspell, 2017). Istilah tersebut dipakai untuk menggambarkan bagaimanaperkembangan teknologi digital yang muncul pada dekade ke dua Era Reformasi justru semakin memperkuat konsentrasi kepemilikan media. Grup media berlomba membuat media multiplatform untuk menjangkau khalayak yang lebih luas namun secara efisien. Taspell (2015, 191) mencontohkah tahun 2015 Trans Corp media milik Chairul Tanjung berencana menggabungkan Stasiun Trans TV, Trans 7, Detik TV, Detik.com, Bulletin dan semua stasiun radio.Hal yang sama juka dilakukan semua Grup Media yang berlomba mengembangkan multiplatform dan membangun konvergensi media untuk memperkuat jaringan medianya.

Data terakhir tentang konvergensi komersial yang dikemukakan Taspellmenunjukkan bahwa di Era Digital yang disatu sisi dianggap telah membuka ruang publik baru bagi warga ternyata sekaligus juga membawa ancaman berupa semakin menguatnya konglomerasi media.Permasalahan konsentrasi kepemilikan media diperburuk dengan kenyataan bahwa para konglomerat pemilik media sekaligus berperan ganda sebagai politisi yang disebut Andress (2016) sebagai *politico bussiness elite*. *Trend* ini sebenarnya telah muncul sejak sebelum Era Orde Baru saat politikus Golkal sekaligus konglomerat Aburizal Bakri memiliki ANTV. Selanjutnyapasca Era Reformasi mulai muncul nama-nama baru diantaranya Chairul Tanjung yang masuk dalam kabinet presiden SBY; Hary Tanoesudibyo Ketua Umum Partai Perindo; Aburizal Bakrie pernah masuk kabinet SBY dan ketua umum partai Golkar; Dahlan Iskan (Jawa Pos Grup)pernah jadi menteri kabinet SBY dan Surya Paloh ketua umum Partai Nasional Demokratik. Implikasi politis dari keberadaan para *media mogul* yang merangkap menjadi politisi terhadap kebebasan media akan dibahas lebih lanjut pada bahasan pada isu lingkungan politik. Pembahasan tentang konglomerasi media juga tetap menjadi pembahasan utama disana mengingat lingkungan ekonomi media dalam konteks Indonesia terkait erat dengan lingkungan politik.

**Ketika Pemilik Media Berpolitik**

Konsentrasi kepemilikan media dalam industri media di Indonesia yang sulit diurai telah memunculkan problematika baru. Keberadaan para konglomerat media yang berpolitik memperburuk atmosfer kebebasan mediatak hanya dari lingkungan ekonomi namun juga darilingkunan politik media.Jika dilihat dari sudut pandang Woording (2007, 598) para konglomerat pemilik media di Indonesia yang didefinisikan Andress (2016)sebagai *politico bussiness elite*mengintimidasikebebasan mediadengan berbagai pola. Jika di Era Orde Baru media dikontrol pemerintah dan militer, saat ini media dikontrol oleh pemilik media. Merujuk pada hasil temuan Haryanto (2011) dan Taspell (2012) penulis mengidentifikasi beberapateknik yang dipakai pemilik media untuk mengontrol medianyadan ruang redaksi mulai dari penggunaan media untuk promosi silang (*cross promotion*); intervensi bilik media melalui *censorship* dan *self-censorship*; dan media partisan.

*Pertama*, penggunaan media untuk promosi silang (*cross promotion*) perusahaan satu grup.Media pada akhirnya dipakai untuk membawa keuntungan, mengontrol dan mempromosikan kepentingan perusahaan dalam kelompok perusahaan yang sama dan bukan untuk kepentingan menyediakan informasi bagi publik. Haryanto (2011: 109) mencontohkan Grup Lippo yang lebih menggunakan medianya sebagai ruang produksi nawala (*newsletter*) daripada sebagai produkjurnalistik. Medianya*Globe Asia*dan *Suara Pembaharuan* menuai kontroversi saat di tahun 2008 mempromosikan Universitas Pelita Harapan, salah saru bisnis di bidang pendidikan yang berada dibawah Grup Lippo sebagai universitas terbaik nomer dua di Indonesia setelah Universitas Indonesia (UI). Pemberitaan itu menuai protes karena didasaridata yang dianggap tidak valid.Contoh lainnya yakni Hary Tanoe Sudibyo yang sering mendapat kritik karenamengiklankan partai yang diketuainya yakni Partai Persatuan Indonesia (Perindo)di empat stasiun stasiun televisidibawahGrup MNC miliknya yakni RCTI, Global TV, MNC TV dan INEWS TV. Berkali-kali ia mendapatkan teguran dari Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) namun masalah ini selalu muncul.

*Kedua*, teknik intervensi kebebasan media lain yakni *censorship*. Berdasarkan wawancaranyaterhadap reporter di Era Reformasi, Taspell (2012: 233-237) menyebut sensor dalam media di Indonesia pasca Reformasidilakukan oleh*gatekeeper* dimana pemilik media menjadi salah satu personelnya. Taspell mengutip hasil penelitian Hendrato Darudoyo yang menyebut sebanyak 71 persen jurnalis dari 82 jurnalis yang diwawancarainya mengklaim bahwa keputusan tentang isi berita bisa berubah karena pengaruh dari pemilik media. Taspell mencontohkan beberapa kasus saat pemilik media menintervensi bilik redaksi. Aburizal Bakrie menggunakan Surabaya Post yang dibelinya untukmeng-*counter* pemberitaan negatif tentang semburan lumpur di area perusahaan miliknya, Lapindo Brantas. Sudut pandang yang harus dipakai di redaksi Surabaya Post yakni ‘semburan lumpur merupakanbencana alam’ dan bukan karena proses pengedrilan gas oleh perusahaannya.Proses *gatekeeping*berlangsung dengan melibatkan level pimpinan Lapindo kemudian turun ke pimpinan redaksi kemudiak ke editor lain yang akhirnya ke jurnalis. Sensor juga terjadi pada ruang redaksi *Jurnal Nasional*milik Susilo Bambang Yudhoyono selalu dibayangi oleh instruksi dari Andi Malarangeng sebagai direktur perusahaan untuk tidak menulis berita negatif tentang SBY dan mencari sudut yang baik. Dalam perkembangannya sensor pemilik media terhadap isi saat ini telah ternaturalisasi dalam praktik jurnalistik sehari-hari di redaksi sehingga muncul apa yang disebut *self-censorship* atau tindakan jurnalis dengan sengaja tidak mengindahkan beberapa aspek penting berita karena mereka takut ada akibat negatif padanya terkait isi berita yang ia buat.

*Ketiga*, kepemilikan media oleh elite politik menciptakan media partisan yang memposisikan kebebasan media sebagai hal yang tidak lagi menjadi bahan pertimbangan. Media partisan sebagaimana disampaikan Levendusky (2017:1) didefinisikan sebagai media yang tidak mengindahkan lagi prinsip standar jurnalistik berupa objektifitas dan keberimbangan karena lebih mengutamakan keberpihakan pada kepentingan tertentu. Dalam konteks Indonesia, dalam pemilihan presiden 2014 sudah menjadi rahasia umum jika Metro TV milik Surya Paloh secara terbuka mendukung Jokowi berhadapan dengan TVOne milik Aburizal Bakri yang mendukung Prabowo. Menulis meyakini dengan formasi kepemilikan media yang melibatkan politisi maka media partisan akan selalu muncul dalam setiap kontestasi politik.Andres (2016) meski tidak menggunakan istilah media partisan iamenyodorkan data adanya hubungan elite dengan media (*media-elite interaction*) dalam dunia politik di Indonesia di Era Post-Autoritarian. Andres mengemukakan tesis bahwa para *elite* pemilik media (*politico-business elites*) memanfaatkan prinsip kebebasan pers dengan menggunakan medianya sebagai senjata politis meraihkepentingan politisnya. Argumen Andres tersebut didasarkan pada temuan bagaimana media massa terlibat dalam kontestasi politik di Indonesia dalam kasus-kasus politis seperti*Bulogate* dan kasus Bank Century.

**Tantangan Kebebasan Media di Indonesia Saat ini**

Konglomerasi media dan politisi pemilik mediayang telah dibahas diatas, menjadi problematika mendasar dalam lingkungan ekonomi dan politik media di Indonesia dimana disitu bermuara berbagai masalah lain seperti homogenitas isi media, sensor, komersialisasi media, media partisan, dan lain sebagainya. Sayangnya, hingga 20 tahun reformasi berjalan, perjuangan penolakan para aktivis kebebasan mediabelum membuahkan hasil maksimal, bahkan hingga saat ini isu konglomerasi media menjadi benang kusut. Sumber utama buntunya pencarian solusi masalah iniyakni gagalnya penataansistem industri televisi yang telah disusun dalam UU Penyiaran No 32 tahun 2002. Klausul siaran televisi berjaringan (*networked television*) yang dianggap akan menjamin keberagaman kepemilikan media (*diversity of ownership*) dan keberagaman isi media (*diversity of content*) tidak dilakukan.Sebagaimana dikemukakan Sudibyo (2013: 264) hal tersebut terlihat dari adanya tendensi kerjasama antara negara dengan konglomerat untuk mengambil alih kontrol atas media – yang oleh UU Penyiaran telah disertahkan kepada publik – demikepentingan ekonomi politik mereka.Sebagai catatan, UU Penyiaran yang direvisi DRP RI sejak tahun 2015, sampai akhir tahun 2017 belum menunjukkan kemajuan dan masih draf yang belum disahkan menjadi RUU.

Kecurigaan yang diungkapkan Sudibyo diatasberalasan, setidaknya dengan melihat adanya empat kejanggalan dalambeberapa *point*RUU Penyiaran versi Desember 2017 (Haryanto, 2017): *pertama*, penghapusan pasal tentang pembatasan kepemilikan silang media yang sebenarnya sudah disebutkan dalam UU Penyiaran No 32 Tahun 2002. Meski dalam rancangan penjelasan dari RUU ini disebutkan pengaturan penyelenggaraan pentiaran dalam praktiknya harus selalu berdasarkan prinsip *diversity of content* dan *diversity of ownership*, namun penghapusan pasal tersebut merefleksikan bahwa negara setengah hati dalam mewujudkan keberagaman kepemilikan dan isi media. Bunyi pasal tersebutmerefleksikan bahwa semangat mendirikan stasiun televisi berjaringan yang dianggap menjadi solusi untuk memecah konglomerasi media semakin jauh dari kenyataan. *Kedua*, adanya upaya sistematis untuk mengambil alihperan strategis dalam menentukan kebijakan, pengatur, pengawas dan pengendali penyiaranyang dalam UU Penyiaran dipegang Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) namun dalam Draft RUU Penyiaran peran tersebut dialihkan kepada negara dalam hal ini Kominfo.KPIsebatas diserahi wewenang memberikan penilaian terhadap isi siaran dalam proses uji coba untuk pemberian Izin Penyelenggaraan Siaran (IPP) dan evaluasi sebagai dasar perpanjangan IPP. Ketimpangan peran KPI dan Kominfo ini memperjelas bahwa kontrol publik atas media yang dijalankan media independen KPI digeser ke negara dalam hal ini Kominfo.*Ketiga*, adanya peningkatan prosentase iklan yang bisa ditayangkan dalam siaran yakni dari 20 persen menjadi 30 persen. Hal tersebut dianggap mencerminkan keberpihakanpemerintah terhadap komersialisasi media.Dalam sudut pandang Woording langkah ini membuka kesempatan media untuk memiliki ketergantungan secara ekonomi pada iklan dan tidak berorientasi pada kepentingan publik. *Keempat*, dalam draft RUU Penyiaran juga muncul konsep penyiaran khusus yang menuai banyak kritik. Lembaga ini didefinisikan sebagai lembaga penyiaran non-komersial yang didirikan dan dimiliki lembaga negara, kementrian, partai politik, pemda. Keberadaan lembaga penyiaran khusus ini dikhawatirkan Haryanto hanya sebagai sarana membangun citra lembaga. Jika dilihat dari sudut pandang Woording, lembaga penyiaran khusus ini memberikan ruang pada *elite*untuk menjadi alat politik.

Tersendatnya revisi UU Penyiaran No 32 tahun 2002 diatasjuga berimplikasi buruk dalam keberlangsungan industri media massa di Indonesia yang tahun 2018seharusnya telah melakukan digitalisasi televisi. Perdebatan aturan terkait digitalisasi televisi yang juga dimasukkan dalam draf RUU Penyiaran hingga saat ini masih menjadi perdebatan panas antara Komisi I DPR, Badan Legislatif, Kominfo dan aktifis penyiaran pro-publik. Perdebatan terutama berfokuspada sistem mengelolaan TV Digital dengan *multi mux* yang dibawa Asosiasi TV Swasta Indonesia (ATVSI) atau *single mux* yang ditawarkan oleh aktivis penyiaran pro publik. Sistem*multi mux* yang menyerahkan pengelolaan TV digital pada masing-masing stasiun televisi yang dianggap para aktivis melanggengkan oligopoli industri media. Sementara ATVSI beranggapan sistem *single mux*yang menyerahkanpengelolaan TV digital pada negara dalam hal ini LPP TVRI akan memunculkan monopoli penyiaran. Perdebatan alot ini hingga kini masih berlangsung dan dipastikan melibatkan kepentingan ekonomi politik para konglomerat media untuk tetap bisa menguasai Industri media di Indonesia di Era digital.

**PENUTUP**

 Berdasarkan paparan diatas maka dapat diambil gambaran besar bahwa lingkungan ekonomi dan politik media di Indonesia disatu sisi telah mendukung kebebasan media, namun disisi lain masih terdapat banyak pekerjaan rumah yang harus diselesaikan. Lingkungna ekonomi dan politik yang mendukung kebebasan media terutama bersumber dari disahkannya UU Pers No 40 tahun 1999 memungkinkan bagi siapa saja mendirikan media sehingga menjamin akses media untuk publik. Keterbukaan akses media di Indonesia juga telah terpenuhi dari adanya berbagai*platform* media mulai dari cetak, televisi, radio dan media online yang memungkinkan siapapun untuk mengekspresikan kebebasan media.Namun demikian, terdapat tantangan berat lingkungan ekonomi dan politik terhadap kebebasan media di Indonesia terutama bersumber dari praktik konglomerasi media yang dalam konsep Woording menjadi penghambat keberagaman kepemilikan media (*plurality of ownership*). Konglomerasi media di Indonesia yang mengakar sejak Era Orde Baru bahkan menjadi sumber permasalahan dalam alam kebebasan media di Indonesia hingga 20 tahun Pasca Reformasi. Hal ini berbahaya karena dari sini pula muncul ancaman kebebasan media yang bersumber dari non-negara seperti sensor dari pemilik media, *self-censorship*, ketergantungan media pada iklan, manipulasi finansial berupa promosi silang (*cross promotion*) antar perusahaan sejenis dalam satu grup media dan yang paling merusak kebebasan media yakni munculnya media partisan yang membawa kepentingan politik ekonomi pemilik media.Dari identifikasi terhadap permasalahan tersebut, dapat dilihat urgensi perlunyakomitmen pemerintah dan DPR dalam mengembalikan amanah UU Penyiaran No 32 Tahun 2002 yang menjadi salah satu cita-cita Reformasi. Jika hal tersebut tidak dilaksanakan maka lingkungan ekonomi politik di Indonesia yang mendukung kebebasan media akan sulit diwujudkan di Indonesia.

**DAFTAR PUSTAKA**

Agus Sudibyo & Nezar Patria. (2013). The Television Industryin Post-authoritarian Indonesia, Journal of Contemporary Asia, 43:2, 257-275, DOI:10.1080/00472336.2012.757434

Andres, Nicole. (2016). Media-elite interactions in post-authoritarian Indonesia. Disertasi. Doctor of Philosophy Murdoch University

Armando, Ade. (2014). The greedy giants:Centralized television in post authoritarian Indonesiathe International Communication Gazette, Vol. 76(4–5) 390–406

Haryanto, Ignatius. (2011).Media Ownership and Its Implication for Journalists and Journalism in Indonesia, dalam Krishna Sen and David Hill (eds.), Politics and the New Media in 21st Century Indonesia: Decade of Democracy. New York: Routledge

Haryanto, Ignatius. 13 januari 2017. Mewaspadai RUU Penyiaran 2017. Kolom Opini Harian Kompas

Merlina, Lym. (2011). @crossroads: Democratization & Corporatization of Media in Indonesia. Arizona State University: Participatory Media Lab

Merlina, Lym. (2012). The League of Thirteen Media Concentration in Indonesia. Arizona State University: Participatory Media Lab

Nugroho, Yanuar et all.(2012). Mapping the landscape of the media industry in contemporary Indonesia. Indonesia: Centre for Innovation Policy and Governance

Taspell, Ross. (2017). Media Power in Indonesia. Londong: Rowman & Littlefield

Taspell, Ross. (2015). Platform convergence in Indonesia: Challenges and opportunities for media freedom. The International Journal of Research into New Media Technologies 2015, Vol. 21(2) 182–197

Tapsell, Ross. (2012). Old Tricks in a New Era: Self-Censorship in Indonesian Journalism. *Asian Studies Review;* Jun 2012; 36, 2; ProQuest Sociology pg. 227