

JURNAL

ISSN 1979-6765

# KOMUNIKATOR

**Keberhasilan Ancaman Demokrasi**  
Setio Budi HH

**Merajut Komunikasi Antar Budaya di Indonesia**  
Budi Sayoga

**Kiprah Fourcolours Films dalam Gerakan Film Independen di Yogyakarta**  
Ismail Basbeth

**Maskulinitas dalam L'Men**  
Agung Budi Prasetyo

**Kekuatan Kearifan Lokal dalam Komunikasi Kesehatan**  
Rini Darmastuti dan Dewi Kartika Sari

**Website sebagai Media Public Relations dan Promosi Perguruan Tinggi**  
Citra Paramita dan Yeni Rosilawati

# Jurnal Komunikator

ISSN 1979-6765

Volume 3, Nomor 2, November 2011

Jurnal Komunikator terbit dua kali setahun pada bulan Mei dan November. Berisi tulisan yang diangkat dari hasil penelitian dan pemikiran konseptual di bidang komunikasi.

## Ketua Penyunting

Tri Hastuti Nur Rochimah, M.Si

## Penyunting Ahli

Dr. Turnomo Raharjo (Universitas Diponegoro)

Hermin Indah Wahyuni, Ph.D (Universitas Gadjah Mada)

Prahastiwati Utari, Ph.D (Universitas Sebelas Maret)

## Penyunting Pelaksana

Fajar Junaedi M.Si

Zein Mufarrih Muktaf S.IP

## Pelaksana Tata Usaha

Siti Wijayati

## Alamat Tata Usaha

Jurnal Komunikator d.a. Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Kampus Terpadu,

Jl. Lingkar Selatan Yogyakarta 55183 Po Box 1063, Telp (0274) 387656

pesawat 175, Fax (0274) 387646 E-mail : kom\_ummy@yahoo.com

Jurnal Komunikator diterbitkan oleh Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Penerbit menerima sumbangan tulisan yang belum pernah diterbitkan oleh media lain. Tulisan dikirim dalam bentuk naskah cetak dan softcopy dalam format yang tercantum dalam halaman kulit belakang. Naskah yang masuk akan disunting untuk keseragaman format, istilah dan tata cara lainnya

# JURNAL KOMUNIKATOR

Volume 3 No. 2 Yogyakarta November 2011

## DAFTAR ISI

Halaman	141-158	Televisi dan Ancaman Demokrasi <b>Setio Budi HH</b>
Halaman	159-178	Merajut Komunikasi Antar Budaya di Indonesia <b>Budi Sayoga</b>
Halaman	179-204	Kiprah Fourcolours Films dalam Gerakan Film Independen di Yogyakarta <b>Ismail Basbeth</b>
Halaman	205-232	Maskulinitas dalam L'Men <b>Agung Budi Prasetyo</b>
Halaman	233-244	Kekuatan Kearifan Lokal dalam Komunikasi Kesehatan <b>Rini Darmastuti dan Dewi Kartika Sari</b>
Halaman	245-261	Website sebagai Media Public Relations dan Promosi Perguruan Tinggi <b>Citra Paramita dan Yeni Rosilawati</b>

# INDUSTRI TELEVISI DAN ANCAMAN DEMOKRASI<sup>1</sup>

Oleh : Setio Budi HH

Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.  
E-mail : setiohh@yahoo.com

## Abstract

*RCTI is the first commercial television in Indonesia and it was signal as the end of the state television (TVRI). The raise of the commercial television after RCTI it shown of new development of television business industry in Indonesia. The presence of commercial television is also one of the indicator in threatening the democracy. One of the indication of that threat is about the ownership of the television industry. Until now, 11 stations owned by 11 owner is consolidated in to three major players : MNC Group, Para Group and Bakrie Group. This situation should be monitored due to the impact to the public at large, specially in democracy issues.*

*Keywords : television ownership, democracy, political economy of media, public sphere.*

## Pendahuluan

Tuntutan reformasi dan “runtuhnya” Orde Baru, merupakan tonggak baru dalam dinamika politik di Indonesia dan mendorong proses demokratisasi melalui peran masyarakat, mahasiswa, berbagai kelompok masyarakat lebih luas, lembaga politik terutama legislatif serta bidang media massa telah memiliki peran lebih berani, transparan dan kritis.

<sup>1</sup> Tulisan ini merupakan sebagian dari thesis Setio Budi HH, berjudul “DINAMIKA TELEVISI SWASTA : Kajian Ekonomi Politik TV Swasta Dalam Kepentingan Negara, Pasar dan Publik, Pascasarjana Ilmu Komunikasi UI. Pernah dipresentasikan dalam Konperensi Yale Indonesia Forum tahun 2004 di UNDIP. Beberapa bagian, khususnya tentang kepemilikan media televisi telah diperbaharui datanya.

Masyarakat dapat dengan lebih jelas melihat, membaca berbagai dinamika ekonomi, sosial, politik melalui apa yang disebut sebagai proses komunikasi politik yang berlangsung di ruang publik (*public sphere*), terutama yang dipresentasikan melalui media massa. Berbagai pemberitaan mengenai demonstrasi, pernyataan sikap, penggalangan opini di media massa yang mendukung, menentang atau pada posisi netral atas suatu isu politik menjadi agenda harian masyarakat di tingkat nasional dan lokal.

Sebagai media yang memiliki keunggulan pada sisi auditif dan visualnya, televisi mengalami sejarah panjang, yang secara sederhana dapat dibagi dalam dua periode yaitu periode monopoli negara (1962 – 1987) dan periode televisi swasta (1987 – sekarang). Secara detil Hinca (1999) membagi perkembangan pertelevisian di Indonesia melalui penyelenggaraan sistem penyiaran televisi di Indonesia dapat dikategorikan ke dalam tiga era, yaitu : a. Era Monopoli TVRI (1962 – 1971), b. Era Pembaruan (1971 – 1997) yang terdiri dari tiga era lagi yaitu Era Pembaruan, Tahap Satu (1971 – 1986), Era Pembaruan Tahap Dua (1986 – 1987), Era Pembaruan Tahap Tiga (1987 – 1990) dan Era Pembaruan Tahap Empat (1990 – 1997), dan c. Era Kemitraan (1997).

Sementara Kitley (2000) setidaknya melihat empat hal menyangkut periode perkembangan televisi di Indonesia : *pertama*, televisi satelit transnasional menyeret pemerintah Indonesia untuk menghadapi fakta bahwa bangsa Indonesia tidak bisa menutup diri dari proses, tekanan, dan pengaruh budaya luar. Pada akhirnya, negara harus mengembangkan sebuah model hidup yang berdampingan dengan budaya transnasional. Fenomena ini dapat dilihat dari perkembangan tahun-tahun 1980 – 1990 yang kemudian memunculkan beberapa kebijakan “*open sky*” sebagai suatu langkah kompromi sekaligus adaptasi atas fenomena internasional tersebut. *Kedua*, masalah yang dihadapi Indonesia, terutama bagi mereka yang mengatur stasiun televisi, adalah bagaimana mengembangkan hegemoninya melintasi dua wilayah budaya yang berbeda – satu wilayah ditentukan oleh kewajiban ideologis dan politis menyangkut pembangunan bangsa dan penyebaran ide-ide budaya nasional, dan satunya lagi, terutama menyangkut pemirsa, ditentukan oleh dinamika tuntutan yang menyangkut layanan serta sajian budaya internasional dan lokal yang populer.

*Ketiga*, (mengutip Rice, 1983) menempatkan RCTI di bawah Yayasan TVRI adalah upaya Harmoko mempertahankan praktek “mengendalikan tanpa memiliki” dalam deregulasi perusahaan-perusahaan milik negara, yang oleh Robert Ricc dianggap

sebagai ciri rezim Soeharto. Dan *keempat*, stasiun swasta, seperti halnya stasiun pemerintah, diberi peran politis dan budaya yang jelas : untuk “mengakulturasikan” produk asing yang diminati penonton Indonesia.

Ada dugaan kuat bahwa kebijakan pemerintah mengenai televisi swasta tersebut merupakan adaptasi – penyesuaian diri politik pemerintah dan lini-lini pendukungnya untuk tetap memantapkan cengkeramannya secara ekonomi maupun politik. Secara kongkrit adalah terjaminnya konsumsi produk (industri), yang memiliki relasi kepemilikan saham di media TV swasta tersebut, maupun juga bentuk hegemoni baru dari penguasa didalam membentuk komunitas masyarakat “baru” yang bersifat konsumtif – hedonis, dan sangat mungkin “diposisikan” apolitis, untuk tidak mengganggu kepentingan ekonomi politik penguasa.

Penyusunan suatu deskripsi normatif mengenai media televisi, paling tidak melibatkan diskursus tiga pihak, yaitu negara, publik dan pasar. Interelasi antar tiga posisi tersebut akan menentukan fakta riil mengenai posisi televisi swasta pada saat ini. Posisi tersebut menurut Golding dan Murdock (dalam Mosco, 1996) merupakan suatu titik dimana tercapai suatu keseimbangan antara kapitalis dan intervensi publik (konteks liberal), demikian pula dengan posisi negara dalam keseimbangan tersebut. Dan dalam konteks ekonomi politik, yang lebih penting adalah bagaimana posisi normatif (teoritis) yang harus dikonseptualisasikan – untuk mencapai suatu posisi ideal bagaimana seharusnya eksistensi televisi swasta tersebut di Indonesia. Sehingga dalam konteks interaksi antara negara, pasar dan publik, mempertanyakan mengenai posisi televisi dalam konteks demokratisasi merupakan hal yang penting.

## **Pembahasan**

### **A. Industri Televisi dan Implikasinya terhadap Demokrasi**

Pada perkembangan berikut bermunculan berbagai fenomena TV swasta (Sen & Hill, 2001), yaitu menunjukkan perkembangan pertumbuhan industri televisi dan kepemilikannya. Kepemilikan adalah faktor penting dalam melakukan analisis atas peran media dan kaitannya dengan demokrasi, khususnya faktor pengaruh. Bagan dibawah ini menunjukkan paparan kepemilikan media TV :

**Tabel 1**  
**Investasi 12 Stasiun Televisi Indonesia, periode 1989 - 2002**

No.	Stasiun TV	Nama Perusahaan	Pemilik / Investor	Izin	Mulai Beroperasi
1	TVRI	Perjan TVRI	Pemerintah RI		Agustus 1962
2	RCTI	Rajawali Corporation	a. Bimantara 69.8% (Bambang Trihatmojo) b. Rajawali Corporation 30.18%	Kep Men Pen RI No.III/ Kep. Men/90 No.1286/ RTF/K/VI/ 1991	Maret 1989 – menggunakan decoder
3	SCTV	PT Surya Citra Televisi Indonesia	PT Surya Citra Media : - PT Mitra Sari Persada - PT Abimata Media Tama - Sudwikatmono/ Henry Pribadi	SK No.141 – S/ RTF/K/ IX/1989	24 Agustus 1993
4	Indosiar	PT Indosiar Visual Mandiri Tbk	a. PT Holdiko Perkasa 67.37% b. PT Prima Visualindo 32.63% c. Liem Sioe Liong	SK No. C2-6430. HT.01.01. TH'93	11 Januari 1995
5	ANTV	PT Cakrawala Andalas Televisi	a. PT Bakrie Investindo 60% b. PT Hasmuda Internusa 40% c. Agung Laksono	Keputusan Menteri Penerangan RI No. 04A/1993	- 1 Januari 1993 mulai mengudara diLampung. - 28 Januari 1993 memulai siaran nasional.
6	TPI	PT Citra Lamtoro Gung	Siti Hardiyanti Indra Rukmana	-	-
7	Metro TV	PT Media Televisi Indonesia	Surya Paloh	No.800/MP/ PM/ 1999	25 November 2000

8	Trans TV	PT Televisi Trasformasi Indonesia	Bank Mega		25 Oktober 2001
9	TV - 7	PT Duta Visual Nusan tara Tivi 7	a. Kelompok Kompas Gramedia 80% b. Karna Lesmana 20%	Tahun 1999	25 November 2001
10	TV Global		a. PT Panca Mandika 70% b. PT Titian Para 30%		
11	LA-TV	PT Lativi Media Karya	Abdul Latif 100%		17 Januari 2002
12	JTV		Jawa Pos Group		

(sumber : Majalah Investor edisi 47, Januari – Februari 2002)

Robert Mc Chesney (1997) mengemukakan tiga prasyarat penting yang mendasari pembentukan sistem sosial politik masyarakat yang demokratis :

1. Hapusnya ketimpangan sosial dalam masyarakat.
2. Terbentuknya kesadaran tentang keutamaan kepentingan bersama di atas kepentingan pribadi.
3. Sistem komunikasi politik yang efektif.

Kondisi di Amerika Serikat tersebut dapat dijadikan contoh dalam konteks kepemilikan media televisi di Indonesia, dari awal berdiri sampai pada akhir waktu ini memiliki ciri / kategori antara lain :

1. Dimiliki oleh negara
2. Memiliki hubungan kroni dengan penguasa : politik dan ekonomi
3. Memiliki jaringan bisnis diluar media
4. Memiliki jaringan media cetak maupun elektronik
5. Dimiliki oleh pemerintah daerah
6. Dimiliki oleh publik

Menurut Chesney penguasaan pribadi terhadap sistem media dan komunikasi bukanlah suatu praktek yang netral atau menguntungkan setiap pihak, dimana indikasinya dapat digambarkan sebagai berikut *pertama* dalam kehidupan politik yang berkembang sekarang ini, komersialisme dalam media dan komunikasi berpengaruh



besar dalam mendorong terjadinya proses depolitisasi masyarakat sipil AS. *Kedua*, ia menciptakan suatu budaya politik yang lemah, penuh apatisme dan egoisme yang sangat kental di antara warga negaranya. Ringkasnya, sistem industri media di Amerika Serikat sama sekali menghancurkan tiga kriteria yang sebelumnya kita tetapkan sebagai suatu prasyarat masyarakat demokratis.

Peristiwa Mei 1998, sebagai awal dari gerakan reformasi bisa dikatakan sebagai contoh bagaimana berkerjanya kekuatan-kekuatan politik (negara) terhadap media televisi. Perintah dan kebijakan TV Pool oleh DEPPEN untuk mengatasi gejolak gerakan reformasi. Adanya intervensi atas konsep dan praktek jurnalisme tersebut mengakibatkan tidak hanya hilangnya nilai-nilai jurnalisme itu sendiri, termasuk juga semakin membuka peluang untuk praktek manipulasi informasi dan opini publik dengan berbagai cara yang didalangi oleh kepentingan-kepentingan tertentu (ekonomi – politik). Publik akan semakin sulit mendapatkan informasi yang sebenarnya – obyektif dan implikasinya adalah tutupnya ruang diskusi publik, dan pada akhirnya adalah matinya sebuah demokrasi.

Majalah Media Kerja Budaya (1995) dalam laporannya mengemukakan bahwa konglomerat ini hanya memberikan “demokrasi” terhadap masyarakat melalui pilihan tontonan dalam siaran mereka, tetapi telah melumpuhkan kemampuan masyarakat luas untuk turut membangun sistem siaran menurut versi sendiri. Menurut John Hartley (dalam Media Kerja Budaya, 1995), menunjukkan bahwa proses pembentukan sosok penonton merupakan suatu gambaran semu yang melayani kepentingan lembaga siaran demi kelangsungan hidup mereka. Dalam industri televisi penonton dapat dilihat lebih sebagai komoditas daripada publik yang memiliki posisi rawar sederajat dan menentukan.

## **B. Televisi dan Implikasinya terhadap Publik**

Televisi sudah dipahami sebagai alat kapitalis yang digunakan untuk melanggengkan dominasi kelas yang berkuasa. Khalayak di set oleh kelas berkuasa yang memiliki akses pada sumber-sumber ekonomi politik, melalui media dan program-programnya, untuk kemudian secara ekonomi politik masuk dalam cengkeraman konsep-konsep mereka. Konsumtivisme, mode, gaya hidup, pemilihan media dan program, kemudian melalui berita/informasi yang secara frekuensi dan intensitas mendominasi dan membentuk suatu pola pikir atau pola tindak khalayak.

Fenomena tersebut oleh Richards & French (2000) masuk kedalam istilah yang disebut imperialisme media dan budaya, yang mengatakan bahwa masyarakat yang lebih kuat akan mendorong nilai dan kepercayaan mereka kepada masyarakat yang lebih lemah didalam situasi yang eksplotatif. Hamelink (dikutip Richards & French, 2000) menambahkan bahwa terdapat perkembangan – banyak negara di seluruh dunia merevisi strukturnya, didalam proses yang mengemuka yaitu “lebih banyak (peran) pasar dan berkurangnya (peran) negara”, atau kemudian dengan kata lain : privatisasi dan liberalisasi. Pertanyaannya adalah siapa sebenarnya yang diuntungkan dengan fenomena kehadiran televisi swasta tersebut tersebut, khususnya dalam konteks Indonesia ?.

Beberapa faktor menjelaskan beberapa hal penting :

1. Pendirian televisi swasta lebih banyak didorong oleh kepentingan ekonomi politik domestik – internasional, daripada inisiatif dari publik.
2. Dengan sendirinya isi – muatan dari televisi tersebut dapat dipastikan lebih memenuhi kepentingan ekonomi politik pengagag dan pemilik.
3. Industri televisi muncul tanpa dilandasi oleh wacana publik dan tidak memiliki landasan hukum – dan filosofi pendiriannya.
4. Industri televisi swasta muncul dengan membangun segmen-segmen khalayak melalui pemrograman acaranya, lebih untuk kepentingan ekonomis yaitu iklan daripada kepentingan yang bersifat mendasar yaitu pengembangan masyarakat / publik.

Kehadiran industri televisi berkaitan dengan skala ekonomi yang lebih makro, aspek penting dari hubungan tersebut adalah pada gagasan apa yang penting dan muncul dalam konteks pertumbuhan ekonomi dan berimplikasi pada lahirnya media televisi. Radius Prawiro (dalam Chalmers & Hadiz : 1997) mengatakan ada 6 hal prinsip penting dalam perekonomian yang dikembangkan oleh negara, yaitu :

1. Prinsip kepemilikan swasta
2. Mempromosikan perusahaan individu
3. Minimalisasi kekuatan-kekuatan non pasar
4. Mengurangi intervensi negara dalam aktivitas pasar
5. Menghilangkan halangan perdagangan antar negara
6. Komitmen pada stabilitas mata uang internasional

Implikasi dari konsep-konsep ekonomi yang dikembangkan oleh pemerintah – terutama pada kurun waktu tahun 1980 - 1990an puluhan terhadap industri televisi menjadi penting. *Pertama* adalah kepemilikan media televisi bergeser dari negara kepada swasta. *Kedua* adalah peran politik negara walaupun sebelum reformasi masih dianggap kuat, namun menunjukkan pergeseran kekuatan ekonomistik lebih kuat, khususnya dalam pilihan pemrograman (pada awalnya diluar berita), dan juga mengenai konsep jangkauan siaran – yang berarti aspek bisnis dari penggunaan frekuensi yang mestinya milik publik. *Ketiga* adalah banyaknya konsumsi siaran – program impor dari film sampai program yang lainnya.

Televisi swasta sebagai media “baru” pada awalnya telah sedemikian memiliki kekuatan ekonomi politik, tidak hanya karena kepemilikannya didominasi oleh kerabat dekat penguasa waktu itu, namun sebagai entitas ekonomi memiliki posisi tawar yang diperhitungkan, tidak hanya oleh penguasa namun juga oleh industri tersebut. Dengan kata lain kehadiran industri televisi swasta di Indonesia muncul dalam konteks kebijakan *top down* lebih daripada kebutuhan dari masyarakat atau publik.

### C. Televisi : Industri Perakitan Pikiran

Mengacu pada apa yang disampaikan oleh Noam Chomsky (1988) mengenai model propaganda yang dapat dilacak melalui bagaimana uang dan kekuasaan dapat digunakan untuk menyaring berita yang disiarkan, menghilangkan sopan santun, memungkinkan pemerintah dan kepentingan swasta yang dominan untuk mendapatkan pesan-pesannya melintasi publik.

Program acara televisi juga tidak menunjukkan suatu nilai yang dikembangkan dalam suatu masyarakat, selain hanya aspek komersialnya saja. Beberapa pengamatan atas pemrograman acara televisi dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Pemrograman acara televisi sering berlangsung secara musiman, yaitu jika suatu stasiun berinisiatif atau melakukan trobosan acara dan mulai berkembang, akan segera ditiru atau dimodifikasi oleh stasiun lain, contoh yang paling mudah adalah : sinetron-sinetron misteri, kuis, infotainment – selebritis, film/ sinetron India, Mandarin, kartun-kartun Jepang dan sebagainya.
2. Isi program menampilkan hal-hal yang remeh-remeh. Hal tersebut dapat dilihat dari pertanyaan – pertanyaan acara kuis/ kuis infotainment, yang

berisi mengenai pertanyaan tentang gosip, isu-isu artis atau tokoh lain yang tidak memberikan nilai tambah terhadap pengetahuan.

3. Ujung dari berbagai program kuis/ game dalam berbagai bentuk misalnya adalah materi. Ini juga menunjukkan hal yang tidak sehat yaitu bahwa (a) semua diukur oleh materi, (b) untuk mendapat materi tersebut bersifat spekulatif – menjual mimpi dan (c) untuk memperoleh materi cukup hanya menjawab pertanyaan tanpa dasar pengetahuan – rasional, kecuali konsumsi media sebelumnya.
4. Dari aspek jurnalisme masih cenderung berlaku sebagaimana kebanyakan media massa cetak, yaitu “pada dasarnya” isinya sama. Pemberitaan di televisi cenderung mengemas isi yang relatif sama, nara sumber sama pada tiap episodenya
5. *Blocking Time*, oleh advertiser untuk iklan maupun program tertentu.

Penonton TV disusun sedemikian rupa menjadi potongan-potongan kue yang siap dijual kepada advertiser. Penonton kemudian diberi seragam-seragam demografis dan psikografis, dengan kombinasi rating. Seragam-seragam penonton tersebut kemudian menjadi komoditas iklan, sekaligus merupakan konsumen dari pola konsumtif yang dirimbulkan oleh iklan tersebut dan menjadi pasar etalase gaya hidup dan pertunjukkan mode-mode.

Akhirnya dalam mencoba mengamati perilaku konsumsi khalayak/masyarakat pada televisi, sampai pada pertanyaan bagaimana kehadiran televisi, khususnya swasta mampu untuk menjadi inovator/motivator perkembangan kecerdasan / peradaban bangsa ini yang lebih baik . Upaya ini sebenarnya tidaklah terlalu sulit mengingat yang dibutuhkan adalah komitmen yang tinggi atas nilai-nilai dan cita-cita yang dijunjung tinggi oleh masyarakat.

#### **D. Televisi dan Regulasi : Tarik Menarik Kepentingan**

Situasi menjadi berubah ketika kekuatan reformasi mampu untuk menggulingkan cengkeraman Orde Baru, setidaknya ada dua hal yang penting untuk dicatat yaitu :

1. Menteri Penerangan pada waktu itu yaitu Yunus Yosfiah, melakukan kemudahan ijin (liberalisasi) pendirian media

2. Presiden Gus Dur melakukan likuidasi departemen penerangan (mengurangi peran negara).

Jika ditelusuri lebih lanjut, (lihat tabel 1 dan 2) masing-masing televisi tersebut dapat dibagi lagi karakteristik institusi / industri/ modal pendukungnya menjadi setidaknya menjadi tiga yaitu :

1. Didukung oleh pemilik modal yang memiliki industri dengan basis non media, yaitu antara lain : RCTI, SCTV, TPI, INDOSIAR, ANTV, TRANS TV, GLOBAL TV, LATIVI
2. Didukung oleh basis industri media : METRO TV, TV 7, J TV
3. Dukungan dari kekerabatan dengan penguasa, aliansi politik, nepotisme dan sebagainya: RCTI, SCTV, TPI, INDOSIAR, ANTV, LATIVI

Dari uraian diatas, dapat dibaca bahwa ketiga pendukung industri televisi swasta dapat dikaitkan dengan kepentingan ekonomi politik masing-masing, mulai dari murni ekonomistik, terutama berkaitan dengan aspek promosi dan pemasaran produk ke konsumen.

Kemudian proses integrasi vertikal maupun horisontal dari bisnis media yang sebelumnya sudah besar (misal Kompas Gramedia, Media Indonesia dan Jawa Pos group), menjadi integrasi kepemilikan hampir seluruh lini media massa yang ada. Artinya masing-masing grup media tersebut telah memiliki basis media yang kuat, antara lain surat kabar, majalah, tabloid sampai ke radio. Televisi melengkapi jaringan bisnis medianya menjadi lengkap yaitu seluruh aspek / jenis media.

Berikutnya adalah jaringan dukungan aliansi kepentingan ekonomi politik penguasa dan kroninya, mulai dari tingkat kekerabatan, jaringan / pendukung / aliansi bisnis dan kepentingan politik, khususnya partai politik Golkar.

Jika dilihat dari irisan-irisan yang bisa muncul dari ketiga katagori tersebut bisa memunculkan katagori ke empat yang merupakan gabungan secara integratif berbagai kepentingan (baik ekonomis, politik). Kepentingan ideologis pemilik bukan hal yang tidak mungkin ketika dilakukan pembacaan bahwa berbagai pemilik media televisi tersebut memiliki kontrol atas berbagai industri hilir sampai hulu. Konteks ini sebenarnya bisa dipertajam dengan trikotomi tarik menarik kepentingan antara perlindungan dan peran yang lebih luas dari publik, kebebasan dalam beraktivitas

penyiaran dalam skala ekonomik/pasar dan keinginan untuk melakukan pengendalian baru atas televisi.

Pada perkembangan berikut, terjadi pergeseran atas kepemilikan media televisi, dari – sebut saja banyak pemilik, menjadi terkonsentrasi ke hanya sedikit pemilik. Fenomena ini muncul selain karena persoalan aspek manajemen media televisi masing –masing, terutama karena faktor bisnis. Tabel 2 dibawah ini menunjukkan perkembangan kepemilikan media televisi, sampai saat ini sebagai berikut :

**Tabel 2**  
**Perkembangan Kepemilikan Media TV, periode 2002 – 2007**

Induk Perusahaan	Nama Televisi Sebelumnya	Nama Televisi Saat Ini
Para Group	TRANS TV TV 7	TRANS TV TRANS 7
MNC	RCTI TPI GLOBAL TV INDOVISION (PAY TV)	RCTI MNC TV GLOBAL TV INDOVISION (PAY TV)
STAR TV Grup Bakrie	ANTV LA TV	ANTV TV ONE
PT. Flang Mahkota Teknologi	SCTV	SCTV
Salim Grup PT. Indosiar Karya Mandiri	INDOSIAR	INDOSIAR
Grup Media Indonesia	METRO TV	METRO TV
Pemerintah	TVRI	TVRI

Sumber : diolah dari Majalah Tempo, edisi 17-23 Oktober 2005; Warta Ekonomi, no 24, th XVIII, 24 November 2006; Majalah Trust, no 42, tahun IV, 31 Juli – 6 Agustus 2006; Majalah Trust, no 47, tahun IV, 4 – 10 September 2006; Business Week, 19 Desember 2005; Majalah Trust no 25, th V, 9 – 15 April 2007; Majalah Investor, 12-26 April 2007; Majalah Global, vol 1, no 5, Juni 2007.

Secara bisnis, penguasaan pasar ada pada 3 induk perusahaan yaitu Para Grup, MNC Grup dan Grup Bakrie (plus STAR TV), yang menguasai pangsa pasar lebih dari 65 %. Yang menarik adalah masing-masing grup bisnis yang menguasai media televisi, memiliki jaringan bisnis yang luas dan kuat, sebagaimana tabel 3 dibawah ini.

**Tabel 3**  
**Jaringan Bisnis Pemilik Media TV**

Nama Grup Bisnis	Jaringan Bisnis
<p>PARA</p>	<p>Dimotori Chaerul Tanjung , Grup Para : <b>Para Global Investindo</b> (Asuransi umum MEGA, Asuransi Jiwa Mega Life), <b>Para Multi Finance</b>, (bank Mega, Bank Syariah Mega), <b>Para Inti Investindo</b> (Trans TV, Trans 7, Grandiflora Singapura), <b>Para Inti Propertindo</b> (Bandung Super Mall, PT. Bara Bali, Crown Plaza Hotel, PT.Mega Indah Investindo, Menara Trans TV, Menara Bank Mega, PT.Batam Investindo, Jaringan Restoran Coffee Bean, lisensi produk fashion (Prada, Mango, HugoBoss dan EtitenneAigner).</p> <p>Chaerul Tanjung menyebut sebagai 3 <i>core</i> bisnis, yaitu finansial, media dan <i>life style</i> – entertainment</p> <p>Chairul Tanjung juga dikenal sebagai Ketua Yayasan Indonesia Forum, menyusun pemikiran Visi 2030, yang disambut oleh SBY sebagai visi nasional</p>
<p>MNC</p>	<p>Dikendalikan oleh Hary Tanoesoedibjo, melalui PT. Bhakti Investama.</p> <p>Bhakti Investama mengendalikan bisnis <b>Media dan Telekomunikasi</b> (Media Nusantara Citra, PT.Mobile 8 Telecom Tbk, PT.MNC Sky Vision, <b>Keuangan</b> ( PT.Bhakti Asset Management, PT Bhakti Securities, PT.Bhakti Finance, dan <b>Investasi</b> (PT.Citra Marga Nusaphala Persada Tbk, PT.Global Transport Services, dll)</p>

BAKRIE	<p>Dimotori oleh Aburizal Bakrie dan anaknya Anindya Bakrie.</p> <p>Grup Bakrie mengendalikan bisnis <b>Investasi</b> (Bakrie Investindo, Bakrie International Finance), <b>Telekomunikasi</b> (Bakrie Telecom), <b>Properti</b> (Bakrie Development, Bakrie Nirvana Resort), <b>Perkebunan</b> (Bakrie Sumatra Plantations), <b>Energi</b> (Energi Mega Persada dan Bumi Resource)</p> <p>Rupert Murdoch, pemilik News Corp, tahun 2005, melalui anak perusahaannya STAR TV (Hong Kong) telah membeli 20 % saham ANTV, yang dimiliki oleh Bakrie Group</p>
--------	---

**Sumber :** diolah dari Majalah Tempo, edisi 17-23 Oktober 2005; Warta Ekonomi, no 24, th XVIII, 24 November 2006; Majalah Trust, no 42, tahun IV, 31 Juli – 6 Agustus 2006; Majalah Trust, no 47, tahun IV, 4 – 10 September 2006; Business Week, 19 Desember 2005; Majalah Trust no 25, th V, 9 – 15 April 2007; Majalah Investor, 12-26 April 2007; Majalah Global, vol 1, no 5, Juni 2007.

Bisnis TV akhirnya dikuasai oleh 3 sosok penting, yaitu : Harry Tanoesoedibjo, Chairul Tanjung dan Anindya N. Bakrie. Arti dari penguasaan media TV ini adalah terjadi merger, dan konsolidasi, implikasinya selain aspek bisnis juga akan nampak pada aspek kontrol program dan pemberitaan, sebagai inti dari isi media TV.

Monopoli dan scragamisasi program acara dalam televisi masih tetap ada walaupun televisi swasta jumlahnya bertambah, atau dengan kata lain monopoli/ pengendalian media televisi dalam bentuk baru. Bagdikian (1997) mengatakan bahwa pihak yang memiliki kekuasaan selalu mengerti bahwa untuk mengontrol publik mereka harus mengontrol informasi dan karenanya akan mencederai idiologi demokrasi. Menurut Bagdikian perusahaan-perusahaan tersebut “terkunci” didalam kepentingan keuangan yang sama dengan industri-industri masif yang lain dan melalui pula beberapa bank internasional.

Tahun 1997 adalah tahun regulasi penyiaran, dimana setelah melalui perdebatan panjang dan sempat menimbulkan ketegangan antara pemerintah dan legislatif mengenai substansi UU Penyiaran tersebut yang salah satunya adalah mendefinisikan dan membatasi apa yang disebut sebagai siaran nasional (pihak televisi swasta sangat menentang hal tersebut) dan presiden enggan untuk menandatangani. DPR akhirnya mengalah dan melakukan beberapa kompromi dan revisi. Namun demikian dalam satu hal legislatif dan eksekutif memiliki kesamaan dalam melakukan apa yang disebut sebagai pengendalian atas lembaga penyiaran. Dengan demikian apa yang



disebut kemitraan adalah konsep yang tidak tepat. Pertama, kemitraan tersebut adalah bentuk halus dari pengendalian atas lembaga penyiaran – didalamnya menyiratkan tarik menarik kepentingan ekonomi politik, yaitu industri televisi membutuhkan keleluasaan skala ekonomi dan keuntungan bisnisnya (sembari – melepas aspek jurnalismenya) dan pemerintah, dalam hal ini DEPPEN dan TVRI tetap memegang kendali politik dan hukum yang utama atas penyiaran swasta tersebut.

Kedua adalah tahun 1999 ketika legislatif berinisiatif membahas RUU Penyiaran. Suara-suara dari komunitas lembaga penyiaran menekankan pada :

1. Kepastian hukum – dan jangka waktu dalam ijin berusaha
2. Menentang pembredelan televisi atas nama apapun
3. Keterwakilan dalam komite penyiaran, lembaga yang akan melakukan proses regulasi penyiaran
4. Menentang usaha untuk membatasi jangkauan siaran
5. Menjaga jarak atas upaya desentralisasi lembaga penyiaran
6. Memastikan frekuensi yang dimiliki bersifat permanen dan nasional
7. Dalam skala tertentu tetap menginginkan pengaturan oleh pemerintah

Lembaga-lembaga seperti Asosiasi Televisi Swasta Indonesia (ATSI), Masyarakat Pers dan Penyiaran Indonesia (MPPI), Asosiasi Jurnalis Televisi Indonesia (AJTI), walaupun dalam beberapa hal mungkin berbeda, namun satu hal memiliki kesamaan yaitu bahwa lembaga penyiaran harus memiliki kebebasan dari segi hukum, aktivitas maupun jurnalistiknya dan menentang intervensi dari pihak manapun. Prinsip dasarnya adalah kedewasaan dan keleluasaan untuk melakukan *self censorship*.

#### **E. Televisi, Hegemoni dan Demokratisasi.**

Bagdikian (1997) mengemukakan bahwa walaupun media dimiliki hanya oleh segelintir orang atau perusahaan, namun tetap terdapat suara media yang berada diluar kontrol media besar. Kebanyakan merupakan media kecil dan terlokalisasi, sehingga hampir tidak “kelihatan”, namun baginya suara-suara kecil tersebut, seringkali justru penting dalam konteks keberagaman. Media-media tersebut sering disebut (secara umum) sebagai media komunitas, beberapa menyebutnya sebagai media lokal, yang tidak memiliki afiliasi dan kerjasama khusus dalam ikatan kepentingan dengan media-media besar tersebut.

Jika media besar hanya dikuasai oleh segelintir orang dan perusahaan tertentu, maka kekhawatiran akan adanya kecenderungan hegemoni dalam interaksi-interaksi yang terjalin antar media, khalayak dan berbagai kepentingan ekonomi politik terjadi. Kellner (1990) mengatakan bahwa perbedaan : kelas, sektor kapital dan kelompok-kelompok sosial berkompetisi untuk dominasi sosial dan cenderung untuk mengedepankan/ menyuarakan visi, kepentingan dan agenda mereka ke masyarakat/ sosial secara keseluruhan. Kemudian Kellner menambahkan bahwa kelompok yang berkuasa cenderung untuk mengintegrasikan kelas-kelas subordinatnya kedalam tatanan yang mapan dan ideologi yang dominan.

Lemahnya posisi publik juga tidak lepas dari kelemahan didalam mengorganisir diri dan membaca kebutuhan atas konsumsi medianya, selain juga masalah frame yang berbeda didalam melihat kedepan terutama atas perilaku konsumsi media tersebut yang lebih bersifat hubungan "patron dan klien". Publik lebih berada pada posisi yang menunggu dan pasif dalam konsumsi medianya, sementara peran pemerintah justru memberi legitimasi untuk mengontrol media lebih pada kepentingannya daripada untuk memberdayakan publik secara keseluruhan. Lembaga-lembaga advokasi atau *media watch* ataupun YLKI nampak pada posisi yang masih lemah dalam posisi tawar, terutama jika dikaitkan dengan perumusan kebijakan televisi yang menguntungkan publik. Dengan demikian mestinya publik akan memperoleh posisi yang lebih tepat terutama jika posisi komite penyiaran (KPI / KPID) menjadi lembaga yang dapat diandalkan untuk membangun media untuk kesejahteraan rakyat pada umumnya.

## Penutup

Apa yang dapat diinterpretasikan dari uraian diatas adalah bahwa industri televisi dibangun atas dasar top down dari kepentingan elit ekonomi politik. Dibawah tekanan internasionalisasi – globalisasi dan paham liberalisme yang mendorong Indonesia untuk melakukan berbagai deregulasi dibidang ekonomi (terutama) dan politik (kemudian), menimbulkan pertanyaan bagaimana posisi kelas penguasaan untuk tetap dapat melanggengkan kekuasaannya. Dalam konteks ini, struktur politik represif yang dibangun oleh Orde Lama dipastikan tidak bisa bertahan lama, ini dibuktikan oleh ledakan tuntutan reformasi. Dominasi ekonomi politik yang dipimpin oleh konsep korporatisme negara melalui nepotisme, hubungan kekerabatan dan

pertemanan juga mengalami problematika, terutama menghadapi tekanan-tekanan yang dilakukan oleh pihak internasional melalui liberalisme perdagangan misalnya, juga menghadapi perlawanan yang keras terutama pada tuntutan mengenai UU antimonopoli, perlindungan konsumen, serta tekanan untuk melakukan transparansi dan kebebasan setiap individu didalam melakukan kegiatan bisnis.

Struktur yang dibangun kemudian adalah bergeser dari penguasaan ijin (orba) menjadi kepemilikan media – masa reformasi. Jika dilihat dari sisi perilaku industri televisi sudah menampakkan hal tersebut terutama ketika melakukan permainan pengambilalihan saham dengan mengabaikan UU penyiaran yang masih berlaku dan mencuri start dari RUU penyiaran yang dibahas. Pola kepemilikannya tidak hanya menggunakan katagori sebagaimana telah diuraikan diatas, namun menambah satu katagori baru yaitu kepemilikan silang (yang tidak hanya berupa integrasi media) namun saling memiliki antar industri televisi itu sendiri.

Peran negara yang semakin berkurang, semestinya menjadi peluang bagi publik untuk melakukan keseimbangan – keseimbangan baru, yang bisa dimulai melalui televisi kampus, televisi publik itu sendiri dan aliansi yang dibentuk, sehingga tidak bersifat lokal saja. Publik perlu untuk terus disadarkan mengenai sumber daya yang mereka miliki yaitu frekuensi, kebebasan berekspresi, kritis dan kemandirian dalam mencapai kesejahteraannya. Publik sebagai pihak yang lemah dalam interaksi kepentingan mengenai televisi perlu untuk mengorganisir diri dan untuk mendorongnya partisipasi aktif publik, kesadaran bermedia perlu untuk lebih diintensifkan melalui berbagai lapisan masyarakat dan strata pendidikan.

Televisi swasta sebagai suatu institusi sosial selain instusi bisnis perlu untuk melihat bahwa posisinya tidak hanya pada kepentingan bisnis/ agen kepentingan kapitalisme. Sehingga kontribusi televisi menjadi berimbang dan tidak hanya melayani kepentingan pasar dan negara saja. Jurnalis televisi bisa menjadi salah satu posisi penting didalam melawan hegemoni ideologi/ opini oleh pemilik televisi terutama yang merugikan publik

Pemerintah perlu untuk terus didorong dalam melihat bahwa kepentingan publik sangat penting dan oleh karenanya perlu terdapat pemahaman bahwa masyarakat bisa mengorganisir dirinya sendiri, posisi pemerintah bisa sebagai fasilitator. Peran negara juga penting untuk menjamin kepentingan publik melalui regulasi yang memungkinkan publik dapat menentukan dan menggagas haknya atas media televisi.

## Daftar Pustaka

- Bagdikian, Ben H. (1997), *The Media Monopoly*, 5<sup>th</sup> ed. New York, Beacon Press
- Budi, Setio. (2003), *Dinamika Televisi Swasta Indonesia : Kajian Ekonomi Politik TV Swasta Indonesia Dalam Interaksi Kepentingan Negara, Pasar Dan Publik*, Thesis – UI
- \_\_\_\_\_, (2002), *Partai Politik, Politisi dan Manajer Komunikasi*, dalam Politik, Demokrasi dan Manajemen Komunikasi (Suwardi, dkk). Yogyakarta, Galang Press.
- Chalmers, Ian; Vedi R. Hadiz (1997). *The Politics of Economic Development In Indonesia*. Los Angeles, Routledge
- Chesney, Robert MC, (1998). *Konglomerasi Media Massa dan Ancaman Terhadap Demokrasi* (terjemahan). Jakarta, Aliansi Jurnalis Independen
- Chomsky, Noam, Herman, Edward S (1998). *Manufacturing Consent*. New York, Phanteon Books
- French, David ; Richard, Michael (2000). *Television in Contemporary Asia*, Sage Publications, New Delhi
- Kellner, Douglas (1990). *Television and The Crisis of Democracy*. London, Westview Press Inc
- Kitley, Philip (2000). *Konstruksi Budaya Bangsa di Layar Kaca*. Jakarta, ISAI, LSPP & Media Lintas Inti Nusantara
- Mosco, Vincent (1996). *The Political Economy of Communication*. London, SAGE Publications Nugroho, Garin (1995). *Kekuasaan dan Hiburan*. Yogyakarta, Yayasan Bentang Budaya Panjaitan, Hinca (1999). *Memasung Televisi*. Jakarta, Institut Studi Arus Informasi
- Sen, Krishna; Hill, David T., (2001), *Media, Budaya dan Politik di Indonesia*, (terjemahan). Jakarta, Institut Studi Arus Informasi