

AKIBAT PRAKTIK KONGLOMERASI MEDIA PADA DEMOKRASI NEGARA DI ERA REFORMASI

Siti Nurul Fadillah

IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik, Indonesia

nurulfadillahsiti149@gmail.com

DOI:

Received: 25-03-2022

Revised: 28-06-2022

Approved: 30-06-2022

Abstract: *In a democratic country, especially Indonesia, every citizen chooses the right to obtain and convey true, accurate and objective information regarding the democratic values he conveys in Indonesia. This is where Indonesia defines information as “democratic oxygen” to achieve an open, free, correct, and objective government towards its people. The rationale is now that the media industry has grown into a business field that is oriented towards profit earned, to meet the needs and interests of the public in both contemporary and modern ways with the help of increasingly sophisticated technology in this revolutionary era with the phenomenon of the rise of media conglomeration. The method used in compiling this paper is a literature study by collecting data through documentation, library sources, and problem findings that refer to several sources. So, it was found that the media in the revolutionary era, which was supposed to be a milestone in achieving the nation's democratic consolidation, was faced with the reality of the development of the media industry which shifted its function from social control of society to become a domain that promoted the interests of media ownership to achieve political interests.*

Keywords: Media, Democracy, and Conglomeration

Abstrak: *Pada setiap negara yang demokratis khususnya Indonesia, tentu setiap warga memilih hak untuk mendapatkan serta menyebarkan pesan/informasi yang benar akurat dan objektif terkait nilai demokrasi yang disampaikannya di Indonesia. Hal ini dimana Indonesia mengartikan sebuah informasi adalah “oksigen demokrasi” untuk mencapai pemerintahan yang terbuka, bebas, benar, sekaligus objektif terhadap masyarakatnya. Rasionalitasnya kini industri media telah tumbuh menjadi sebuah ranah bisnis yang berorientasi terhadap profit yang didapatkan, untuk memenuhi kebutuhan dan kepentingan publik baik dalam cara kontemporer maupun cara modern dengan bantuan teknologi yang semakin canggih di era revolusi ini dengan fenomena maraknya konglomerasi media. Metode yang digunakan dalam menyusun tulisan ini adalah studi literatur dengan pengumpulan data melalui dokumentasi, sumber-sumber kepustakaan, serta temuan-temuan permasalahan yang merujuk kepada beberapa sumber. Sehingga didapati bahwasanya media di era reformasi yang seharusnya sebagai tonggak pencapaian konsolidasi demokrasi bangsa namun dihadapkan pada realitas*

perkembangan industri media yang beralih fungsi dari kontrol sosial masyarakat menjadi sebuah ranah yang mengusungkan kepentingan kepemilikan media untuk mencapai kepentingan politik. Oleh karena itu, Artikel ini mencoba menguraikan dan menjelaskan secara rinci akibat dari adanya konglomerasi media terkait pencapaian konsolidasi demokratis yang terjadi di Indonesia pada era Reformasi hingga rumusan yang akan kita jawab yaitu: apa saja akibat dari adanya konglomerasi media terhadap pencapaian konsolidasi demokrasi di Indonesia tepatnya di era reformasi industri.

Kata Kunci: Media, Demokrasi, dan Konglomerasi

A. PENDAHULUAN

Pasca masa reformasi Pada tahun 1998 ini perkembangan industri media berubah secara signifikan. Di mana dahulu perusahaan media cetak mencapai 279 dan dan hanya 5 untuk televisi swasta.¹ Namun dengan seiring perkembangannya zaman kurang dari satu dekade jumlah televisi swasta yang mulanya hanya 5 stasiun televisi kini bertambah menjadi dua kali lipat belum lagi ditambah dengan stasiun televisi lokal yang ada serta media cetak juga mengalami peningkatan tiga kali lipat. Hal ini tak lain merupakan salah satu dampak dari globalisasi media dengan perkembangan teknologi di era revolusi. Hal ini juga tidak hanya berkaitan dengan pertumbuhan periklanan dunia namun juga mengalami peningkatan teknologi komunikasi yang dapat mendorong operasi cara kontrol lintas batas terkait pencapaian konsolidasi demokrasi yang ada di Indonesia di masa reformasi industri saat ini.²

Pada setiap negara yang berdemokrasi khususnya Indonesia, tentunya setiap warga memilih hak untuk mendapatkan serta menyebarkan pesan/informasi yang benar akurat dan objektif terkait nilai demokrasi yang disampaikannya di Indonesia. Hal ini dimana Indonesia mengartikan sebuah informasi adalah “oksigen demokrasi” untuk mencapai pemerintahan yang terbuka, bebas, benar,

¹ Tamburaka, Apriyadi. (2013), *Literasi Media Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*, Jakarta : PT RajaGrafindo Persada. Hal 74-76.

² Ross Tapsell, (2017). *Media Power in Indonesia: Oligarchs, Citizens and the Digital Revolution*, London, New York: Rowman and Littlefield International

sekaligus objektif terhadap masyarakatnya.³ Hal ini sesuai dengan undang-undang Dasar tahun 1945 pasal 28f yang berbunyi: “*Setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya serta berhak untuk mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia*”.⁴ Namun pada saat ini media massa banyak kemiripan dalam hal penyaluran konten antara media satu dengan media lainnya. Hal ini disebabkan karena semakin meningkatnya konsentrasi pemilik media yang mengalami konglomerasi sehingga menyebabkan akuisisi dan merger terkait perusahaan media tersebut. Realitasnya semakin banyaknya perusahaan yang mengalami konglomerasi dan akuisisi maka semakin banyak pula keberagaman isi informasi yang hampir sama. Tak hanya itu, media saat ini banyak dimiliki oleh perusahaan dari kalangan yang memiliki profesi sebagai politisi, penguasa.⁵ Sehingga saat ini tak heran jika isi dari media banyak menyuguhkan konten ataupun isu-isu politik yang sensitif karena hal itu dikendalikan oleh beberapa kelompok politisi.

Rasionalitasnya kini industri media telah tumbuh menjadi sebuah ranah bisnis yang berorientasi terhadap profit yang didapatkan, untuk memenuhi kebutuhan dan kepentingan publik baik dalam cara kontemporer maupun cara modern dengan bantuan teknologi yang semakin canggih di era reformasi ini. Sehingga saat ini media banyak dijadikan sebagai sebuah bisnis untuk membangun pemahaman terkait industri media yang telah mereduksi hak-hak warga negara menjadi sekadar konsumen bukan lagi sebagai warga negara dalam bermedia yang banyak dilakukan oleh para konglomerat ataupun oligarki media saat ini, yang dapat menyebabkan nilai-nilai demokrasi yang ada di

³ Deborah Potter dalam Jason R. Detrani (Ed.). (2011). *Journalism: Theory and Practice*, CRC Press, hal. 76.

⁴ Undang-Undang Dasar Tahun 1945, lihat https://pdf.mpr.go.id/data/buku_UUD_NRI_1945.pdf

⁵ Ibid.

Indonesia mulai mengalami kemunduran karena banyaknya persaingan antar perusahaan media di genggaman para politisi.⁶

Kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan media yang masuk ke lingkup dunia politik pastinya akan terpengaruh terhadap penampilan media di Indonesia. Media dijadikan jembatan sebuah alat komunikasi dalam lingkaran politik yang objektif/akurat, baik, dan netral pada sebuah negara yang demokratis oligarki atau konglomerat kini mulai melakukan bisnis media dengan kecenderungan memikirkan kepentingan publik, ia mengambil alih utama kepentingan komersial kelompoknya untuk mendapatkan profit lebih dalam kepentingan politiknya. Hal ini karena pengusaha media yang memegang saham dalam lingkaran media merupakan peserta aktif yang ikut berpartisipasi dan bahkan menduduki kursi pejabat didunia perpolitikan.

Oleh karena itu, Artikel ini mencoba menguraikan dan menjelaskan secara rinci akibat dari adanya konglomerasi media terkait pencapaian konsolidasi demokratis yang terjadi di Indonesia pada era Revolusi hingga rumusan yang akan kita jawab yaitu: *apa saja akibat dari adanya konglomerasi media terhadap pencapaian konsolidasi demokrasi di Indonesia tepatnya di era revolusi industri?* Maka untuk menjawab permasalahan tersebut maka kita akan membahas 4 bagian yaitu: *Pertama*, media dan demokrasi. Dimana bagian ini merupakan kerangka dasar untuk acuan dalam menganalisis permasalahan dampak dari konglomerasi media. *Kedua*, pemaparan beberapa contoh kasus pada media yang ada di Indonesia yang banyak mengalami konglomerasi media akuisisi, maupun merger media. *Ketiga*, dampak dari konglomerasi media dalam perpolitikan Indonesia. Keempat bagaimana hubungan praktik konglomerasi media dalam proses pencapaian konsolidasi demokrasi di era reformasi.

⁶ Martha Cottam (et al.), *Introduction to Political Psychology*, Chapter 6, New Jersey: Lawrence Erlbaum Association, Inc., Publishers, hal. 140

Agar dapat menjabarkan permasalahan dari dampak konglomerasi media di Indonesia maka penulis dengan ini menggunakan metode *Deskriptif Analisis* dan *Studi Literatur* terhadap jurnal-jurnal sebelumnya untuk memberikan penjabaran yang konkrit terkait permasalahan tersebut. Mengingat di era Reformasi saat ini meningkatnya tautan langsung antara perusahaan media dan partai politik di Indonesia dengan arus utama media perpolitikan jauh lebih partisan di era digital, tidak sedikit sebagian di antara mereka sifat sistem multi partai artinya kini mulai bermunculan.

B. Pengertian Media dalam Ruang Lingkup Demokrasi

Menurut Habermas, ia menekankan bahwasanya kehadiran media merupakan hal yang penting sebab merupakan sarana utama dalam pembebasan setiap individu agar dapat berpartisipasi diranah publik sehingga dapat berinteraksi dengan masyarakat secara luas. Oleh karena itu, media dapat membentuk sebuah model baru yang dapat membantu penyebaran demokrasi hingga ke penjuru dunia. Dapat diketahui, media sangat efektif untuk meningkatkan kesadaran sosial masyarakat terhadap isu-isu yang ada di Indonesia baik isu lokal maupun mendunia.⁷ Secara etimologis kata media berasal dari Bahasa Latin yaitu *Medius* yang artinya Tengah, perantara, atau pengantar. Sederhananya media dapat diartikan sebagai sarana dalam berkomunikasi untuk menyebarkan, menyampaikan, mengirim ide, gagasan, pesan, informasi, atau maksud tujuan pendapat pada penerima. Menurut undang-undang (No. 40 Thn 1999) terkait ranah pers menjelaskan bahwa "*media atau pers sebagai lembaga sosial dan Wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik yang meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, serta data dan grafik maupun dalam*

⁷ Habermas, J., (1984), *Media dan Demokrasi*, Jakarta: CIPG. Hal 9-15.

bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, Media elektronik, dan segala jenis saluran yang tersedia".⁸

Kendati demikian, kita seharusnya mengartikan media sebagai "instrumen, forum, atau ruang publik yang berfungsi sebagai sarana komunikasi, penyampaian informasi, berita, hiburan, opini, atau bahkan agenda setting yang bisa kita dapatkan melalui media elektronik maupun media cetak". Namun dalam perpolitikan terutama di Indonesia masa reformasi, media massa seringkali diartikan sebagai sebuah sarana pemanfaatan yang kerap dilakukan oleh politisi serakah, para jurnalis tak bertanggung jawab, rakyat kecil yang terpaksa, atau para pemilik perusahaan besar untuk mendapatkan keuntungan dalam mencapai targetnya.

Jika dikaitkan dengan fungsinya, media massa dianggap sebagai sebuah agenda setting (pengaturan yang sudah diatur) di mana Media massa berfungsi sebagai untuk menyampaikan pesan atau informasi yang dapat mempengaruhi kegiatan masyarakat sehingga khalayak akan mengira informasi yang disampaikan merupakan informasi yang penting dan perlu diketahui. Dengan demikian media massa nantinya akan membentuk opini publik terkait informasi ataupun berita yang mereka baca. Media massa dalam perspektif demokrasi bangsa mencakup tiga (3) fungsi yaitu. (1) sebagai "forum warga (civic forum)", (2) sebagai "pengawas pemerintah atau lembaga-lembaga publik (watch-dog)", (3) sebagai "agen mobilisasi dukungan warga terhadap suatu posisi politisi".⁹

Pertama, media sebagai forum warga (civic forum). Hal ini menyatakan bahwa publik sphere atau ruang publik ternyata memungkinkan orang menjadi warga negara ketika memiliki masalah dapat menyelesaikan atau mencari solusi permasalahan publik secara

⁸ UU No. 40 Tahun 1990, lihat www.kpi.go.id/pdf

⁹ I Gusti Ngurah Putra, *Demokrasi dan Kinerja Pers Indonesia*. Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Gajah Mada, Vol. 3. Diakses pada tanggal 18 Desember 2021

bebas tanpa adanya restriksi campur tangan perpolitikan sosial dan ekonomi di era revolusi saat ini. Peran media sebagai "Civic forum" juga memiliki peranan sebagai saluran atau sarana bagi pemerintah dan rakyatnya untuk berkomunikasi secara efektif dalam hal kewarganegaraan titik dimana media dijadikan sebagai sebuah penghubung yang penting baik secara horizontal para politisi dan secara vertikal antara aktor-aktor politik dengan para pemilih atau warga negara biasa rakyat. Media sebagai forum warga juga harus dapat merefleksikan keanekaragaman politisme dan kulturalisme yang ada di setiap masyarakat dengan menggunakan penyampaian standar-standar kejournalistikan yang menyangkut aspek objektivitas dan transparansi dengan berpegangan erat pada dimensi faktualitas (kebenaran, relevansi, dan informatif) dan imparsialitas (keseimbangan atau netral).

Kedua, fungsi media pada demokratis negara yaitu sebagai "pengawas pemerintah atau pengendali kekuasaan (Watch Dog)". Kaitannya yaitu media memiliki fungsi sebagai sarana pengawasan bagi mereka dalam melakukan sesuatu terhadap orang-orang yang tergabung ke organisasi perpolitikan, nirlaba maupun dalam sektor swasta yang memiliki perusahaan Media. Upaya ini dilakukan agar para politikus dan oknum yang tidak bertanggung jawab dapat mengakui dan bertanggung jawab atas perbuatan yang mereka lakukan untuk keefektifan berjalannya demokrasi yang ada di Indonesia dan dapat menjadi pagar pelindung bagi kepentingan kelompok minoritas dari kemungkinan adanya penyalahgunaan/penyimpangan kekuasaan yang ada di masa reformasi saat ini dengan kecanggihan teknologi terutama dalam hal kepemilikan media.

Ketiga, peran media sebagai agen mobilisasi. Dalam hal ini peran media dikaitkan sebagai sarana atau alat yang ampuh membangkitkan semangat partisipasi setiap warga negara dalam melakukan kegiatan

dunia perpolitikan sedang terjadi di negaranya. Suatu media massa atau pers dapat dikatakan sukses jika medianya mampu mendorong atau membantu masyarakat dalam hal perpolitikan dan masalah publik sehingga dapat menentukan pilihan-pilihan politik mereka secara lebih cerdas dan rasional bahkan dapat menyelesaikan permasalahan yang mereka alami.¹⁰

C. Konglomerasi Media

Di era reformasi saat ini, media massa atau pers sering kali menjadi tumpang tindih dalam penguasa kepemilikan media. Realitanya banyak dari "*media owner*" yang juga memiliki profesi politisi. Persaingan Pasar media kerap memicu adanya "*privatisasi media*" dengan kebebasan memiliki media ataupun perusahaan media yang akan memunculkan permasalahan baru di era reformasi seperti pemusatan atau pengambilan alih pemilik bisnis media tersebut yang nantinya akan berpihak kepada "praktik konglomerasi media". Praktik konglomerasi media ini pada dasarnya merupakan perusahaan media yang saling bergabung menjadi perusahaan yang lebih besar yang menaungi banyak media termasuk jenis-jenis media yang beragam dari bagian isinya yang digunakan untuk kepentingan bisnisnya. Konglomerasi media ini biasanya dapat dilakukan dengan membeli saham dari perusahaan-perusahaan kecil, *joint venture/merger* bahkan mengambil alih perusahaan (akuisisi).¹¹

Hingga saat ini di Indonesia sebanyak 12 kelompok media besar yang menguasai beberapa saluran informasi mulai dari media cetak Koran majalah radio televisi dan jaringan berita online. Kelompok media tersebut diantaranya "*Visi Media Asia, MNC Group, Kelompok Kompas Gramedia, Elang Mahkota Teknologi, Group Jawa Pos, Mahaka Media, CT*

¹⁰ Ibid

¹¹ Eko Maryadi (Ketua Umum Aliansi Jurnalis Independen-AJI), *Konglomerasi Media di Indonesia*, lihat <http://www.satudunia.net/system/files/Konglomerasi%20Media%20di%20IndonesiaSATUDUNIA-ITEM.pdf>.

Group, BeritaSatu Media holdings, Media Group, MRA Media, Femina Group, dan Tempo Inti media. Dari beberapa 12 kelompok media tersebut, terdapat 5 kelompok media besar yang menjadi pusat perhatian publik, yaitu Viva Group, Media Group, MNC Group, Trans Corporation, dan Jawa Pos Group".¹²

Tabel Konglomerasi di Indonesia

Media	Pemilik	Stasiun TV		Stasiun Radio	Media Cetak		Online	Bisnis lainnya
		Nasional	Lainnya		Koran	Tabloid		
Visi Media Asian(Viva Group)	Anindya Bakrie& Aburizal Bakrie (partai golkar)	ANTV, TV On	Channel [V]	-	-	-	Viva News	Telekomunikasi, property, metal, gas dan minyak bumi, agrobisnis, batubara, infrastruktur fisik
Media Group	Surya Paloh (partai nasdem)	Metro TV	-	-	Media Indonesia, Lampung Post, Borneo News	-	Media Indonesia	.
Media Nusantara Citra(MNC Group)	Hary Tanoesoedibjo (Partai Perindo, dulu Partai Nasdem lalu berpindah ke Hanura)	RCTI, Global TV, MNCTV (ex TPI)	Indovision, MNC Sky Vision, Oke Vision, Top TV, Sun TV Network (13 TV lokal)	Trijaya FM, Radio Dangdut, ARH Global Radi	Seputar Indonesia (Koran Sindo)	High End, Genie, Mom & Kiddie Tabloid	Okezone	IT, produksi dan distribusi konten, <i>talent management</i> , otomobil

¹² Yanuar Nugroho, Putri, DA., Shita Laksmi (2012). *Memetakan Lansekap Industri Media Kontemporer di Indonesia* (Edisi Bahasa Indonesia), Laporan, Bermedia, Ford Foundation Jakarta: CIPG dan HIVOS. Lihat <http://kalamkata.org/ebook/indonesian/cipglansekap-media>. pdf.

Corporation/ CT Group	Chairul Tanjung (Partai Demokrat	Trans TV, Trans 7	Telkom Vision	-	-	-	Detik online	Bank, asuransi, trans, retail, bioskop	modal, studio resort,
JawaPos Group	Dahlan Iskan (Menteri BUMN SBY Jilid II, Partai Demokrat	-	JTV, Batam TV, Riau TV, Fajar TV, dan lainnya (total 12 TV lokal)	Fajar FM (Makassar)	Jawa Pos, Indo Pos, Rakyat Merdeka, Radar,dll (total 151)	Mentari, Liberty, 11 tabloid	Jawa Pos Digital Edition	Biro Travel, <i>power plant</i>	

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa visi media Asia (*Viva Group*) dimiliki oleh Putra Aburizal Bakrie yaitu Anindya Bakrie yang memegang kekuasaan kantor berita TV One, ANTV, dan vivanews.com. Aburizal Bakrie ini merupakan seorang yang memiliki jabatan di partai golongan Karya (Golkar). "Surya Paloh", adalah media seorang pemilik "kantor berita Metro TV dan harian Media Indonesia" dalam naungan "Media Group". Hary Tanoesoedibjo, merupakan owner(pemilik) dari perusahaan "MNC Group (PT. Media Nusantara Citra,Tbk)", di mana Hary Tanoesoedibjo juga merupakan seorang yang praktisi dunia politik, dahulu dia berkedudukan di "Partai Nasional Demokrat" lalu ia pindah ke 'Partai Hanura", dan saat ini ia mencetus sebuah partai baru yaitu (partai perindo). Perusahaan "MNC group" merupakan perusahaan yang besar di mana Banyak menaungi stasiun televisi seperti "RCTI, MNCTV, Global TV, Radio Trijaya, koran Seputar Indonesia (koran Sindo), okezone.com, dan Indovision". Selain itu, ada seorang pemilik dari "Trans corporation" sebelumnya dinamakan "CT Group/ para grup", yang

memegang televisi "Trans TV dan Trans7", beserta kata.com yang dipimpin oleh Chairul Tanjung. Chairul Tanjung memang tidak mengikuti dunia perpolitikan tetapi beliau sejak dahulu dinilai kebanyakan orang memiliki hubungan yang sangat dekat dengan politikus yang menduduki profesi sebagai politisi. Hal ini karena beliau sempat menjabat sebagai menteri perekonomian. Tak hanya itu, seorang Ahmad Dahlan Iskan berprofesi selaku "Menteri negara Badan Usaha Milik Negara atau BUMN" ternyata adalah seseorang yang mempunyai perusahaan "Jawa Pos Group" Yang menaungi (171 perusahaan media cetak).¹³



Contoh Akuisis dan Merger Media di Indonesia

Selain itu ada beberapa contoh praktikum demokrasi yang pernah terjadi di Indonesia yang diakuisisi dan merger oleh perusahaan-perusahaan besar salah satunya yaitu konglomerasi yang dilakukan oleh "Elang Mahkota Teknologi perusahaan holding SCTV" sekitaran tahun 2012 lalu dengan sasaran stasiun televisi Indosiar, hingga kini Indosiar menjadi milik Edi kurnadi Sari Atmaja. Media "detik.com" juga dibelikan oleh perusahaan media "CT Group", serta beberapa channel televisi daerah atau

¹³ Diolah dari berbagai sumber. Salah satunya dari The Jakarta Post, *The rise of media owners in RI politics*, o p i n i o n , 17 Desember 2021 <http://www.thejakartapost.com/news/2011/11/23/therise-media-owners-ri-politics.html>.

lokal lainnya yang diambil alih oleh pengusaha media lingkaran besar seperti "MNC Group dan jaringan Sindo TV dan Jawa Pos".¹⁴

D. Dampak Konglomerasi

Kini Ini kedatangan internet melemahkan perusahaan media cetak dan teknologi digital beradaptasi dengan cepat dan jangkauannya hampir meluas di dunia terutama di Indonesia. Di Indonesia di era reformasi saat ini memungkinkan banyaknya perusahaan besar yang membangun tumbuh dan semakin kaya dengan hidup berdampingan dalam dunia perpolitikan. Hal ini dikarenakan semakin canggihnya teknologi akan memperoleh keuntungan dari konten yang berbasis online ataupun dari perusahaan yang melakukan merger dan akuisisi terhadap media lainnya. Dengan adanya digitalisasi juga dapat mempengaruhi ekonomi politik yang ada di Indonesia bahkan demokrasi yang sedang berjalan di Indonesia sehingga dalam pencapaian konsolidasi nya menurun. Digitalisasi Ini kemungkinan terjadi karena merger dan akuisisi horizontal dan vertikal lintas industri media yang memungkinkan adanya konvergensi jurnalisme, media sosial, usaha e-commerce, dan lain sebagainya.

Salah satu permasalahan di Indonesia sebagai negara yang demokratis hingga menjadi pusat perhatian baik secara implisit maupun eksplisit terkait media yang ada di Indonesia dalam pencapaian konsolidasi demokrasi namun menunjukkan manusia dan penguasa yang berada dibalik layar belakang media tersebut. Seperti permasalahan yang pernah di salah satu stasiun televisi "Metro TV" yang sering menyiarkan pemberitaan atau informasi terkait "Partai Nasional Demokrat atau Nasdem" baik ranah periklanannya maupun konten berita yang disampaikannya. Hal ini ini diduga untuk memberikan perhatian khusus terkait Citra positif

¹⁴ Yanuar Nugroho, Putri, DA., Shita Laksmi (2012)., *Op.cit.*

dan nilai organisasi yang tinggi terhadap Partai Nasdem tersebut. Kejadian ini tetap disalurkan dalam pemberitaan konten karena hal tersebut dianggap salah satu cara untuk memperkenalkan nama partai kepada penonton, informasi mengenai partai, visi misi dari partai kepada penonton, yang dapat mempengaruhi opini penonton dengan sifat konten yang persuasif terkait isu-isu partai guna membangun citra dari seorang tokoh partainya ataupun image partai tersebut. Seperti yang kita ketahui pemilik dari stasiun televisi Metro TV ialah Surya Paloh yang menduduki kursi panas sebagai politisi. Sehingga Hal inilah yang melatarbelakangi media Metro TV harus berpihak kepada Citra Partai Nasdem.¹⁵

Permasalahan ini hampir sama halnya dengan permasalahan yang pernah terjadi pada media MNC Group Yang yang dinaungi oleh Hary Tanoesoedibjo, dimana pada tahun 2014 lalu ia pernah mencalonkan diri sebagai cawapres maka MNC Group sama aku isikan beberapa perusahaan seperti RCTI, GlobalTV, dan MNCTV Group muat banyak berita dan iklan tentang Hary Tanoesoedibjo bersama calon presidennya. Hal ini dikarenakan agar dapat mempengaruhi opini publik untuk memberikan citra baik kepada mereka saat mencalonkan diri sebagai cawapres.¹⁶

Maka dari permasalahan tersebut kita dapat menyimpulkan bahwa konglomerasi *Pertama*, media di Indonesia dapat menyebabkan keberpihakan isi berita pemilik media tersebut. Hal itu dilakukan agar dapat memberikan Citra positif dengan urgensi tinggi terhadap khalayak terkait pemilik media dan partai yang menaungi mereka. Sehingga isi berita dianggap kurang relevan terhadap kebutuhan khalayak dalam mendapatkan informasi yang akurat. Tak hanya itu, masyarakat juga merasakan dampak konglomerasi yang

¹⁵ Partai Nasdem didirikan oleh Surya Paloh pada tahun 2011 dengan mengusung slogan “Gerakan Perubahan”

¹⁶ Indah Wulandari dalam Yovantra Arief dan Wisnu Prasetya, *Orde Media: Kajian Televisi dan Media di Indonesia Pasca Orde Baru*, Yogyakarta: INSISTPress, hal. 35.

didominasi oleh (12 kelompok) perusahaan media besar dimana memiliki koneksi terhadap dunia perpolitikan, khalayak kini sulit bahwa tidak lagi mendapatkan informasi yang akurat dan objektif baik kuantitas media dan kualitasnya. Hal ini dikarenakan para jurnalis yang bekerja di dalam perusahaan tersebut mengharuskan mereka untuk menyampaikan informasi terkait kepentingan pemilik media. *Kedua*, konglomerasi juga dapat menunjukkan bahwa kontrol politik yang ada di Indonesia tidak transparan serta tidak proporsional. Karena banyak menunjukkan hal yang mengaitkan antara kepentingan publik dan kepentingan pemilik.¹⁷ *Ketiga*, konglomerasi dapat kebebasan media dan kebutuhan informasi Publik yang kini menjadi sebuah ranah untuk mencapai profit atau keuntungan perusahaan media dalam mendirikan. *Keempat*, banyaknya persaingan yang terjadi di belakang layar yang dilakukan secara tidak sehat karena pemilik media dianggap banyak memberikan konten siaran atau pemberitaan pers menjadi subjektif demi kepentingan pemilik politik. Di mana konten atau isi berita tersebut lebih mendominasi terkait Citra atau image positif pemilik media yang sekaligus juga menggeluti dunia perpolitikan di Indonesia serta dianggap tidak Netral.¹⁸

E. Praktiktisi Konglomerasi Media pada Lanscape Demokrasi di Indonesia

Media atau seringkali disebut sebagai media massa merupakan lembaga ataupun sistem sarana yang berperan shift ikan untuk merealisasikan sistem demokrasi negara sehingga merupakan salah satu pilar yang penting dari pencapaian konsolidasi demokrasi di Indonesia. Pada dasarnya informasi yang dipublikasikan di media mengharuskan memberikan informasi yang objektif tanpa adanya intervensi ataupun kepentingan politik tertentu karena media dianggap sebagai sarana

¹⁷ Ross Tapsell, *Newspaper ownership and press freedom in Indonesia*, halaman 4

¹⁸ Ibid

yang normatif untuk memantapkan peran Netral dalam membentuk opini publik atau khalayak sekaligus agenda setting terhadap kepentingan masyarakat. Namun kenyataannya saat ini perkembangan zaman juga menyebabkan fungsi media mengalami pergeseran dikarenakan kepemilikan media yang cenderung menjadi praktik konglomerasi dengan mendominasi anak perusahaan media sehingga mendapatkan keuntungan yang besar.¹⁹

Pada landscape demokrasi Indonesia media dalam hal ini mencerminkan nilai demokrasi yang dapat dijadikan sebagai ruang publik untuk menyalurkan aspirasi ataupun opini terhadap pencapaian konsolidasi demokrasi yang ada di Indonesia masa revolusi saat ini. Oleh karena itu media diharuskan memberikan informasi yang jelas, objektif, independen, jujur, dan netral. Sehingga dapat meminimalisir praktik konglomerasi yang dapat menyebabkan pencapaian konsolidasi demokrasi menjadi tenggelam di tengah-tengah masa reformasi yang menggeluti dunia teknologi. Jika fungsi media terkait pencapaian konsolidasi demokrasi ada 3 yaitu (1) fungsi media sebagai pengawas (Watchdog), (2) fungsi media sebagai forum warga atau Civic forum dan (3) fungsi media sebagai agen mobilisasi, dapat berjalan dengan baik maka hal ini akan memberikan pencapaian konsolidasi demokrasi menjadi lebih sempurna dan dapat memecahkan permasalahan bangsa terutama di dunia politik yang ada di Indonesia saat ini.

F. Penutup

Semakin canggih perkembangan teknologi dan informasi maka semakin tinggi pula fungsi media yang harus ditekankan. Hal ini agar dapat meminimalisir adanya praktik konglomerasi media di Indonesia. Hadirnya praktisi kolaborasi dalam penerapan media, maka fungsi media sebagai ruang publik juga akan terbatas. Hal tersebut

¹⁹Mardi.konglomerasi Media di Indonesia.
<http://media.kompasiana.com/newmedia/2012/01/28/konglomeramedia-di-indonesia/>

dikarenakan opini publik tak lagi menjadi sebuah fokus utama dalam pemberitaan media di mana penyampaian informasi ataupun pemberitaan kini telah menyangkut pautkan dengan kepentingan pemilik media yang pada dasarnya pemilik media tersebut menggeluti aktivitas politik. Sehingga media kini tak lagi dianggap menjadi sebuah forum yang objektif, jujur, independen, dan netral, dalam menjalankan perannya sebagai kontrol sosial bagi masyarakat atau khalayak dipercayai sebagai sebuah Jalan Titian pencapaian konsolidasi demokrasi yang ada di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- I Gusti Ngurah Putra, *Demokrasi dan Kinerja Pers Indonesia*. Diakses pada tanggal 18 Desember 2021.
- Martha Cottam (et al.), *Introduction to Political Psychology*, Chapter 6, New Jersey: Lawrence Erlbaum Association, Inc., Publishers, hal. 14 www.kpi.go.id/pdf.
- The Jakarta Post, *The rise of media owners in RI politics, opinion*, diakses pada 19 Desember 2021 <http://www.thejakartapost.com/news/2011/11/23/therise-media-owners-ri-politics.html>.
- Mardi, *Konglomerasi Media di Indonesia*, <http://media.kompasiana.com/newmedia/2012/01/28/konglome-rasimedia-di-indonesia/> diakses pada 10 Desember 2021
- Maryadi, Eko. *Konglomerasi Media di Indonesia*, <http://www.satudunia.net/system/files/Konglomerasi%20Media%20di%20Indonesia-SATUDUNIA-ITEM.pdf> diakses pada 28 Oktober 2021.
- Nugroho., Yanuar, Putri, DA., Laksmi., S. (2012). *Memetakan Lansekap Industri Media Kontemporer di Indonesia* (Edisi Bahasa Indonesia), Laporan, Bermedia. [Konglomerasi%20Media%20di%20Indonesia-SATUDUNIA-ITEM.pdf](http://www.satudunia.net/system/files/Konglomerasi%20Media%20di%20Indonesia-SATUDUNIA-ITEM.pdf)
- Tapsell Ross, *Newspaper ownership and press freedom in Indonesia*, halaman 4
- Tapsell Ross, (2017). *Media Power in Indonesia: Oligarchs, Citizens and the Digital Revolution*, London, New York: Rowman and Littlefield International
- Hill, D.T., 2003. *Communication for a New Democracy*. Indonesia's First Online Elections. *The Pacific Review* 16(4), 525-548.

- Hill, D.T., Sen, K., 2000. *Media, Culture and Politics in Indonesia*. Oxford University Press, Oxford
- Habermas, J., 1984. *The Theory of Communicative Action*. Vol. I: Reason and the Rationalization of Society. Beacon. [German, 1981, vol. 1], Boston.
- Tamburaka, Apriyadi. 2013, *Literasi Media “Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa”*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada