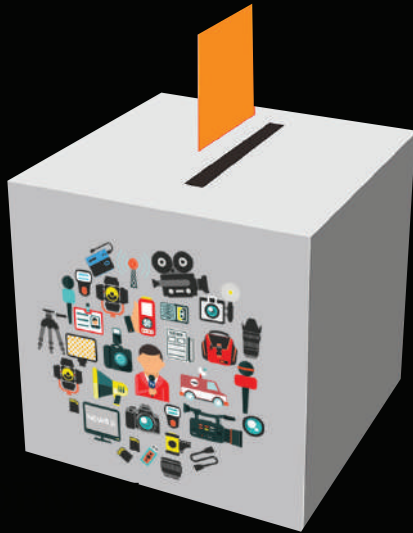


ACHMAD FACHRUDIN

# OLIGARKI DEMOKRASI & KONGLOMERASI MEDIA MASSA



REFERENSI BAGI PENGAWAS PEMILU  
AKADEMISI, JURU DAKWAH, MAHASISWA, DLL

**Achmad Fachrudin**

**Oligarki Demokrasi  
&  
Konglomerasi Media Massa**

Referensi bagi Pengawas Pemilu, Awak Media  
Akademisi, Juru Dakwah, dan Lain-lain

Penerbit  
Literasi Demokrasi Indonesia  
(Literasindo) 2022

## **Oligarki Demokrasi &**

Referensi bagi Pengawas Pemilu

Awak Media, Akademisi, Juru Dakwah, dan Lain-lain

Penulis: Achmad Fachrudin

Editor: Fachmi Hidayat

---

ISBN : 978-602-14440-2-3

Pewajah Sampul & Isi: Busthomi Rifai

Cetakan I: Juni 2022

Ukuran Buku : 15 x 23 cm

---

Penerbit: Pustaka Literasindo

Alamat: Jalan Laksana, No. 39, Karang Tengah

Lebak Bulus, Jakarta Selatan

---

Hak cipta dilindungi undang-undang

All Rights reserved

Dilarang mengutip atau memperbanyak

# Daftar Isi

## Prolog

Ada Apa dengan Oligarki Demokrasi dan Konglomerasi Media Massa?	v
---	---

## Bagian Pertama

<b>Demokrasi Dibegal Oligarki</b>	1
A. Dari Oligarki Kolonial ke Oligarki Milenial	3
B. Dari Klientelisme ke Dinasti Politik	14
C. Membajak Demokrasi Elektoral	23
D. Membegal Partai Politik	31

## Bagian Kedua

<b>Dampak Pembegalan Demokrasi Elektoral</b>	45
A. Politik Biaya Tinggi	47
B. Memicu Korupsi Politik	55
C. Trend Resesi Demokrasi	64
D. Monopoli Ekonomi dan Kemiskinan	68
E. Dampaknya Terhadap Penyelenggara dan Penyelenggaraan Pemilu	74

## Bagian Ketiga

<b>Media Massa Antara Idealisme dan Bisnis</b>	87
A. Antara Julius Caesar dan Tirto Adhi Soerjo	89
B. Mandat Sejarah Pers	93
C. Peran Media Massa	103
D. Fenomena Media Partisan	113
E. Berebut Ceruk Iklan	124

<b>Bagian Keempat</b>	
<b>Kekuasaan, Konglomerasi dan Komodifikasi Media</b>	137
A. Media dalam Jebakan Kekuasaan	139
B. Persekongkolan Pengusaha Media dengan Politisi	147
C. Terkaman Konglomerasi Media	155
D. Jebakan Komodifikasi Media	170
E. Dampaknya Terhadap Media dan Awak Media	179
<b>Bagian Kelima</b>	
<b>Anomali Demokrasi Digital</b>	197
A. Demokrasi Digital Berbasis Internet	199
B. Dari Media Online hingga Media Sosial	207
C. Simalakama Influencer dan Buzzer	230
C. Instrumen Kampanye Politik	230
D. Demokrasi Elektoral Dibajak Hoaks	236
E. Perilaku Elit Politik dan Pemilihan	246
<b>Bagian Keenam</b>	
<b>Bawaslu, Media Massa dan Konglomerat</b>	253
A. Titik Temu Bawaslu dan Pers	255
B. Perbedaan Bawaslu dan Pers	264
C. DKPP, Dewan Pers dan KPI	272
D. Tantangan Bawaslu dan Pers	281
E. Dari Critical Thinking ke Kolaborasi	301
F. Agenda Bawaslu dan Pers di Pemilu Serentak 2024	311
<b>Epilog</b>	
<b>Refleksi Kritis bagi Kita Semua</b>	314
<b>Daftar Pustaka</b>	317
<b>Website</b>	323
<b>Jurnal</b>	328
<b>Undang-undang</b>	328

## Epilog

# Ada Apa dengan Oligarki Demokrasi dan Konglomerasi Media Massa?

Bulan April tahun 2022 atau ramadhan 1443 H memiliki makna khusus bagi penulis. Sebab selain dapat melaksanakan ibadah puasa dan ibadah sunat lainnya, diaktivasi dengan tadarus intelektual antara lain dengan menulis buku. Bukuyang kini ada di tangan pembaca merupakan hasil hasil tadarus intelektual saat bulan ramadhan. Kemudian *editing dan finishing touchnya* dilakukan pada Mei-Juni 2022. Oleh karena itu, mudah-mudahan buku ini menjadi amal *jariah* (pahalanya mengalir hingga di akhirat).

Buku ini merupakan produk dari suatu proses kreatif berupa pembacaan, pencermatan, keprihatinan, kegamangan, dan sebagainya yang dibarengi dengan pergulatan panjang. Atau bisa juga dikatakan hasil dari proses dialektika antara aksi dan refleksi selama penulis berkecimpung dalam dunia media dan kepemiluan. Panggilan hati, hobi, atau lebih tepatnya ‘modal nekad’, merupakan faktor penting yang melatari produktivitas saya sebagai penulis. Oleh karena itu, hampir pasti kualitas buku yang dihasilkan jauh dari sempurna.

Mengenai oligarki demokrasi, konglomerasi dan komodifikasi media massa, merupakan isu seksi, krusial, kompleks dan kontroversial. Jadi bukan hal yang baru, dan tabu dibicarakan. Apalagi jika dihubungkan dengan proses demokrasi elektoral maupun aktivitas media, khususnya saat peliputan berita Pemilu. Berbagai opini dan narasi *critical*, acapkali muncul. Seperti: demokrasi elektoral dan media

massa dibajak kekuatan oligarki dan konglomerat; oligarki dan konglomerasi mengancam independensi dan netralitas pemangku Penyelenggara Pemilu dan pers; maraknya politik transaksional dalam proses kandidasi dan kampanye Pemilu yang salah satunya dikontribusi oleh kelompok oligarki dan konglomerat; kehadiran oligarki dan konglomerasi di pentas demokrasi elektoral dan media dianggap wajar dan penting, dan berbagai isu seksi lainnya.

Dengan menggunakan Formula 4C yakni: *critical thinking and problem solving*), berpikir kreatif dan inovatif (*creative thinking and innovation*), berkomunikasi (*communication*), dan berkolaborasi (*collaboration*), buku ini mencoba mengkaji isu-isu oligarki demokrasi, konglomerasi dan komodifikasi media serta dampaknya bagi kehidupan demokrasi elektoral dan industri media, termasuk bagi Penyelenggara Pemilu, khususnya Bawaslu, Dewan Pers dan Komisi Penyiaran Indonesia, secara kritis dan kreatif serta berorientasi pada pemecahan masalah. Hasilnya kemudian dikomunikasikan kepada para pihak terkait.

Jika kemudian dipandang positif, buku ini menawarkan perlunya konglomerat khususnya konglomerat media diajak dialog dan kolaborasi untuk memecahkan problem bangsa ini, khususnya di bidang demokrasi elektoral dan media massa atau pers. Dengan berpedoman pada peraturan perundangan, dan penegakan hukum yang adil dan konsisten. Jadi, kolaborasi disini merupakan kerjasama yang positif. Bukan kongkalingkong atau pemufakatan jahat. Muara dari itusemua, diharapkan terwujudnya Pemilu/Pilkada yang Luber, Jurdil dan berintegritas, serta berkembangnya industri media yang sehat, dan mampu berfungsi sebagai instrumen kontrol

terhadap dengan kepentingan umum, juga fungsi edukasi, hiburan, bisnis, dan sebagainya.

Akhirnya saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Pimpinan Bawaslu RI 2022-2027 terpilih periode 2022-2027 yakni: Rahmat Bagja (Ketua), Puadi, Totok Haryono, Herwyn Jefler H. Malonda, dan Lolly Suhenty (anggota). Atas kesempatan yang diberikan kepada saya untuk menjadi Pengganti Antar Waktu (PAW) Bawaslu DKI Jakarta (2022). Juga kepada kawan-kawasan di lingkungan Bawaslu DKI di bawah Pimpinan/Ketua M. Jufri beserta jajaran Sekretariat Bawaslu DKI yang sudah menerima kehadiran dengan penuh ketulusan dan kekeluargaan.

Buku ini secara khusus didedikasikan bagi keluarga penulis, khususnya istri penulis Siti Aminah, tiga anak penulis masing-masing Fachmi Hidayat (staf Bawaslu Jakarta Selatan), Fitria Khairunnisa (Sarjana Pendidikan Anak Usia Dini Universitas Al-Azhar Indonesia), Intan Fitriani (Sarjana Arsitektur Universitas Gunadarma). Juga untuk cucu penulis: Felisha Fachriani, Fariz Ramadhan, Muhammad Azhar Nuzula Mubarak, dan Fahreza Azka, *wabil khusus* mertua penulis Hj. Asroh.

Perhatian dan kasih sayang orang-orang terdekat itulah yang terus memberikan motivasi dan inspirasi agar penulis tetap berikhtiar, dan tidak berhenti berfikir sampai akhir hayat di kandung badan. Semoga Allah SWT selalu memberikan perlindungan dan bimbingan kepada kita sekalian. *Amien-amien ya robbal alamin.*

Juli 2022

**Achmad (abah) Fachrudin**





**Bagian Pertama**

# **Demokrasi Dibegal Oligarki**



# Bagian Pertama

## Demokrasi Dibegal Oligarki

### A. Dari Oligarki Kolonial ke Oligarki Melenial

Kosa kata oligarki berasal dari bahasa Yunani yakni: ‘oligon’ yang artinya sedikit dan ‘arkho’ yang berarti memerintah. Setelah dua kata tersebut dikawinkan menjadi ‘oligarkhia’, dapat diartikan sebagai bentuk pemerintahan yang kekuasaan politiknya secara efektif dipegang oleh kelompok elit dari masyarakat, baik dibedakan menurut kekayaan, keluarga atau militer.<sup>1</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mengartikan oligarki adalah pemerintahan yang dijalankan oleh beberapa orang yang berkuasa dari golongan atau kelompok tertentu. Sedangkan *International Encyclopedia of Social Science* mendefinisikan oligarki sebagai “bentuk pemerintahan dimana kekuasaan politik berada di tangan minoritas kecil”.

Kepala Pusat Penelitian Politik Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (P2P-LIPI) Firman Noor mendefinisikan, oligarki adalah segelintir orang yang bisa mengendalikan kekuasaan, bisa mengatur dan mengkondisikan situasi politik, seperti dalang yang mengatur wayang. Demokrasi yang mahal kerap memerlukan oligarki. Oligarki mempengaruhi aktor politik, partai politik, bahkan sistem politik. Modus oligarki yaitu fasilitasi rekrutmen politik, fase koalisi politik, fase elektoral, pembentukan pemerintahan hingga pembuatan kebijakan.<sup>2</sup>

Robert Mitchel dalam bukunya “*Political Parties, a Socio-*

---

<sup>1</sup> wikipedia.or..

<sup>2</sup> <https://www.republika.co.id/berita/qpg3wy384/peneliti-lipi-demokrasi-berpeluang-diba-jak-oligarki>.

*logical Study of the Oligarchical Tendencies of Modern Democracy*” menyebut kemunculan oligarki merupakan konsekuensi dari proses yang terjadi dalam suatu organisasi, termasuk partai politik. Makin besar organisasi atau Parpol tersebut, kecenderungan mengarah kepada oligarki tidak dapat dihindarkan. Hal itu sudah menjadi “hukum besi oligarki”. Mengomentari buku Michel tersebut, Martin Lipset mengatakan, organisasi-lah yang melahirkan dominasi di terpilih atas para pemilihnya, antara si mandatoris dengan si pemberi mandat dan antara si penerima kekuasaan dengan sang pemberi. Kecenderungan ini disebut Michel sebagai “Oligarki Demokrasi”.<sup>3</sup>

Jeffrey A. Winters membagi oligarki menjadi dua dimensi. Pertama oligarki memiliki kekuasaan besar secara sistemik, walaupun memiliki status minoritas di dalam dunia komunitas. Kedua oligarki mempunyai dasar kekuasaan dan kekayaan material yang sulit untuk diseimbangkan dan dipecah. Untuk memperjelas mengenai oligarki, ia menggolongkan oligarki menjadi empat ciri utama antara lain, tingkat keterlibatan langsung oligarki dalam pemaksaan hak atas harta dan kekayaan, keterlibatan oligarki pada kekuasaan atau pemerintahan, sifat keterlibatan dalam memaksa apakah kolektif atau terpecah, dan yang terakhir sifat liar atau jinak.

Kemudian oleh Jeffrey dibagi lagi menjadi empat jenis, yakni: panglima, penguasa kolektif, sultanistik, dan sipil. Sementara pelakunya disebut *oligark*. Yaitu: pelaku yang menguasai dan mengendalikan konsentrasi sumber daya material yang bisa digunakan untuk mempertahankan atau meningkatkan kekayaan pribadi dan posisi sosial eksklusifnya. Sumber daya itu harus tersedia untuk digunakan demi kepentingan pribadi, biarpun tidak harus dimiliki sendiri.<sup>4</sup>

<sup>3</sup> Buku tersebut sudah diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia dengan judul “Partai Politik, Kecenderungan Oligarki dalam Birokrasi”, Rajawali Pres, 1984.

<sup>4</sup> Jeffrey A. Winters, *Oligarki*, Gramedia, 2011, hal 8.

Winters berpendapat, di Indonesia paska tumbangya regim Orde Baru, oligarki bukan tidak pernah kembali, tapi tidak pernah pergi dan belum berhasil dijinakkan. Ketika akhirnya rezim tersebut runtuh dan terbentuk demokrasi, semua *oligark* dan elit masih bercokol. Hampir tak seorangpun diantara mereka jatuh bersama Soeharto kecuali satu atau dua yang berada dekat dengannya hingga akhir kekuasaannya. Oligarki bertahan melalui proses transisi dan adaptasi. Mereka (*oligark*) bukan hanya melakukannya dengan relatif mudah, melainkan juga menempati posisi yang lebih baik ketimbang siapapun dalam merebut dan mendominasi politik elektoral Indonesia yang dikendalikan uang.<sup>5</sup>

Alih-alih tercerai berai, oligarki lama mampu mengonsolidasi diri. Bila dulu pada masa Orde Baru penguasaan atas sumber daya publik dilakukan dengan cara-cara kekerasan dan ditandai dengan banyaknya pelanggaran Hak Asasi Manusia, maka kini penguasaan sumber daya publik dilakukan dengan cara-cara yang demokratis, tanpa kekerasan dan dengan cara yang tidak melanggar hukum.<sup>6</sup>

Menurut A. Rahman Tolleng, kaum oligarki di Indonesia terjun langsung dalam dunia politik. Mereka mendirikan dan memimpin partai politik (Parpol). Bila menang dalam Pemilu, bisa menjadi presiden, menjadi menteri, dan posisi penting lainnya. Akibatnya, sebagaimana dikatakan Todung Mulya Lubis, Pemilu justeru menjadi sumber korupsi. Hal ini disebabkan adanya ketergantungan diantara politisi, penguasa dan pengusaha.<sup>7</sup>

Merujuk buku “Indonesia Menggugat”, Pemikir dan Aktivist Syahganda Nainggolan berpendapat, ada tiga perjuangan Bung Karno. Pertama adalah menghancurkan oligarki. Oligarki saat itu adalah Belanda dan Eropa. Kedua, Bung Karno

---

<sup>5</sup> Ibid, hal 19.

<sup>6</sup> J. Danang Widoyoko, Oligarki dan Korupsi Politik Indonesia, Strategi Memutus Oligarki dan Reproduksi Korupsi Politik, Setara Press, Malang, 2013, hal 6.

<sup>7</sup> Kompas, 22 Februari 2015.

meminta kebebasan, demokrasi kebebasan. Tema ketiga dalam perjuangan Bung Karno adalah soal keadilan dan kesejahteraan rakyat. Sebab kala itu, para buruh di rezim Belanda hanya diberi upah 35 sen per hari atau setara 6 Kg beras. Sampai sekarang (sudah merdeka) sama situasinya, oligarki yang berkuasa. Cukong-cukong itu menentukan ke mana (menentukan lokasi) Ibukota Baru, padahal cukong-cukong itu yang akan kita kikis.

Kehadiran reformasi yang ditandai dengan kejatuhan Presiden Soeharto pada Mei 1998 yang sudah dijabatnya selama kurang lebih 32 tahun membersitkan banyak harapan dan optimisme kalangan dalam dan luar negeri. Hingga muncul berbagai jargon mengenai Indonesia<sup>8</sup>. Sebelumnya, hingga awal 1990-an, negara muslim yang dianggap menerapkan demokrasi secara substantif hanya Turki sehingga pada 1994 Bernard Lewis menulis artikel dalam *Middle East Quarterly* berjudul “Why Turkey os the only Muslim Democracy?” Lalu, Indonesia dimasukkan ke dalam negara demokrasi paska jatuhnya rezim Orde Baru di bawah Soeharto dan munculnya era Reformasi pada 1998. Paska Arab Spring pada 2011, Tunisia dimasukkan dalam negara demokrasi. Sekalipun memiliki kompleksitas pada tahap transisi demokrasi maupun konsolidasi demokrasi.

Dalam hal transisi dari otoritarianisme ke tahap konsolidasi demokrasi, menurut Thomas Power dan Eve Warburton<sup>9</sup> Indonesia sudah sepatutnya menjadi rujukan penting dalam perbincangan global tentang demokratisasi. Dalam beberapa

---

<sup>8</sup> Presiden Federal Jerman, Christian Wulff saat menyampaikan kuliah umum di Auditorium Terapung Perpustakaan UI Depok, Kamis 1 Desember 2011 misalnya menyebut, Indonesia adalah negara terbesar yang berhasil melaksanakan demokrasi, sebagai negara muslim terbanyak di dunia setelah India dan Amerika. Sumber: <https://nasional.tempo.co/read/369489/indonesia-negara-demokrasi-terbesar-ke-tiga-dunia/full&view=ok>, Jum'at, 2 Desember 2021.

<sup>9</sup> Thomas Power dan Eve Warburton, Editor, *Demokrasi di Indonesia, dari Stagnasi ke Regresi? Kepustakaan Populer Gramedia bekerja sama dengan Public Virtue dan Kurawal Foundation, 2021*, hal 1-2.

tahun penuh suka cita setelah runtuhnya Orde Baru di tahun 1998, Indonesia telah bertransformasi dari salah satu benteng terakhir otoritarianisme Perang Dingin menjadi salah satu negara demokrasi paling dinamis di Asia. Namun sayangnya, dua dekade setelah Pemilu yang bersejarah di tahun 1999, banyak analis politik yang pernah memuji Indonesia sebagai mercusuar demokrasi di wilayah yang bermasalah kini sebagian besar setuju bahwa demokrasi Indonesia sedang mengalami kemunduran (Aspinall dan Mietzner, 2019; Diprose dkk., 2019; Hadiz, 2017).

Studi terbaru menengarai memburuknya berbagai indikator, seperti halnya mobilisasi populis, perkembangan intoleransi, dan semakin menguatnya sektarianisme (Mietzner dkk., 2018; Warburton dan Aspinall, 2019); semakin tak berfungsinya lembaga pemilihan dan perwakilan (Aspinall dan Sukmajati, 2016; Muhtadi, 2019); memburuknya kebebasan-kebebasan sipil (Marta dkk., 2019); dan penggelembungan kuasa eksekutif untuk membungkam kritik dan menekan oposisi dengan cara-cara otoriter (Mietzner, 2019; Power, 2018).

Dalam pandangan F. Budi Budiman, meski pemerintah kita disebut demokratis, ia tidak pernah lepas dari moncong oligarki. Demokrasi yang dikendalikan oligarki itu berskandal. Mengapa? Pertama, alih-alih mengokohkan solidaritas. Demokrasi kita membiarkan ekspansi pasar yang justru merusak solidaritas. Kedua, alih-alih melindungi pluralitas, demokrasi kita malah membiarkan pertumbuhan kekuatan-kekuatan ekstrem relijius yang mengancam pluralistik. Ketiga, alih-alih menyediakan kesetaraan kondisi-kondisi, demokrasi kita justru menghasilkan kondisi ketidaksetaraan.<sup>10</sup>

Kenapa oligarki sulit untuk dilemahkan? Menurut Verdi

<sup>10</sup> Lebih jauh baca: F. Budi Hardiman, *Dalam Moncong Oligarki, Skandal Demokrasi Indonesia*, Penerbit Kanisius, 2013.



R. Hadiz, karena rezim otoriter masa lalu telah meninggalkan jejaknya di alam demokrasi saat ini dalam bentuk oligarkis kapitalis yang kuat. Oligarki tersebut menggabungkan antara kekuatan investor dengan kepentingan politik dan birokrasi dalam satu koalisi untuk membajak sumber daya negara. Desentralisasi yang awalnya dirancang untuk memfasilitasi tumbuhnya demokrasi di tingkat lokal ternyata gagal memfasilitasi demokrasi.

Dengan menggunakan perspektif struktural yang kuat— untuk mengeritik perspektif neo-institusional dan perspektif aktor—Hadiz menyimpulkan bahwa hal ini terjadi ‘karena reformasi yang tidak sempurna’. Reformasi tidak pernah berhasil menghapus jaringan patronase lama. Sebaliknya reformasi justru memfasilitasi aktor-aktor Orde Baru untuk menemukan pijakan baru dengan cara memosisikan diri mereka sebagai elit partai. Fakta menunjukkan bahwa akses mereka terhadap sumber daya manusia negara dan juga penggunaan instrumen intimidasi politik seperti militer kunci mereka untuk posisi dalam demokrasi lokal saat ini.<sup>11</sup>

Bagi Winters, para *oligark* (pelaku) demikian leluasa memainkan aksi dan misinya karena memiliki uang, kekaisaran media, jaringan dan posisi penting di lingkungan elit Parpol yang memungkinkannya mendominasi sistem demokratis baru dan menjalankan berbagai strategi pembangunan kekayaan di luar panggung politik. Untuk memperebutkan jabatan (atau bagi etnis Tionghoa, oligarki harus menebar uang dalam jumlah sangat besar, terkadang sampai ke tingkat desa. Yang termanifestasi oleh sekelompok elit, yakni: birokrat (legislatif, eksekutif maupun yudikatif), modal (kapitalisme), Parpol, dan primordialisme (agama, suku dan etnis).<sup>12</sup>

<sup>11</sup> Desi Rahmawati, *Demokrasi dalam Genggaman Para Pemburu Rente*, PolGov, 2018, hal 13-14.

<sup>12</sup> Jeffrey A. Winters, *Oligarki dan Demokrasi di Indonesia*, Prisma, Vol. 33, 2014, hal 19.

Winters menambahkan, Indonesia merupakan suatu negara paradoks karena konsentrasi kekayaan meningkat dan ketimpangan meningkat. Indonesia jauh lebih merata antara yang kaya dan miskin pada 1945 daripada sekarang apa yang salah? Padahal partisipasi rakyat minimal harus membawa lebih banyak kemakmuran. Kenapa ini tidak terjadi? (karena) oligarki dan elite di sini (Indonesia) sudah menguasai sistem demokrasi dan mengontrol sehingga Indonesia punya oligarki demokrasi. Hal tersebut dikatakan Winters dalam diskusi bertajuk ‘BUMN Dalam Lingkaran Oligarki’ di Universitas Katolik (Unika) Atma Jaya Jakarta, Kamis (8/3/2018).<sup>13</sup>

Salah satu faktor penting yang membuat oligarki mampu bertahan lama karena kemampuannya bertransformasi dengan demokrasi. Perkawinan simbiosis mutualistik antara demokrasi dengan oligarki dengan tepat dilukiskan oleh Winters dengan frasa: “tidak ada pertentangan yang inheren antara oligarki dan demokrasi, maupun antara oligarki dan cara produksi apapun. Dengan alasan yang sama, tak mengherankan bila Indonesia pada 2009 bisa menjadi Negara paling demokratis sekaligus paling korup di Asia Tenggara”.<sup>14</sup>

Dalam perkembangannya, oligarki bukan hanya mampu menancapkan taringnya di tingkat pusat, melainkan merambah hinggaketingkatlokal melalui instrumen Pemiluataupun Pilkada yang kemudian memunculkan orang kuat (*local strongman*), atau raja-raja kecil. Tetapi preseden semacam ini juga terjadi di negara lain. Hingga dialami oleh negara yang dianggap sebagai nenek moyang demokrasi, yakni: di Yunani. Saat itu Aristoteles telah memberikan pernyataan keras, demokrasi bagai buah simalaka. Pada satu sisi mengandalkan kebebasan, keteraturan dan pemujaan terhadap supremasi hukum. Namun di balik itu, yang berkuasa dalam

<sup>13</sup> <https://mediaindonesia.com>, Kamis, 8 Maret 2018.

<sup>14</sup> *Ibid*, hal 11.

rentang sejarah selalu hanya orang-orang kaya dan bangsawan. Di Barat, demokrasi menjadi elemen vital kekuatan ekonomi- politik, karena menyerahkan mekanisme harga ke pasar sehingga para pengusaha mengendalikan harga. Kapitalisme dan demokrasi menjadi satu kekuatan saling menopang, karena meletakkan individu sebagai episentrum untuk basis mempertahankan diri dan sekaligus senjata untuk menghadapi lahirnya rivalitas.<sup>15</sup>

---

Merambahnya oligarki hingga ke tingkat lokal dideskripsikan oleh Leo Agustino dengan frasa:

*“Ketika krisis ekonomi pada tahun 1997 dan berujung pada kejatuhan Soeharto, warga Indonesia bernafas lega karena percaya bahwa perubahan kearah yang lebih baik telah terbuka. Harapan tergesernya kekuatan diktator-represif oleh regim reformasi—membersihkan Indonesia dari aktivitas ekonomi-politik oligarki-elit ternyata tidak berlaku. Local strongman selaku kroni Soeharto di daerah, kini telah menjelmam menjadi penguasa baru—menggantikan regim Orde Baru di aras lokal—dengan menggunakan cara-cara lama ketika mencengkram daerah. Pada masa ini mereka telah menjelma menjadi bandit baru yang menjarah dengan cara lebih dahsyat daripada sebelumnya. Dan perilaku banditisme ini menjadi semakin terlegitimasi dan terformalkan ketika Pilkada dan pemekaran daerah dilembarkan dalam lembaran Negara paska Orde Baru”.*<sup>16</sup>

---

Mantan Rektor Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta Azyumardi Azra berpendapat, di masa Presiden Soekarno maupun era Presiden Soeharto praktik oligarki politik dan oligarki finansial belum terlalu eksis atau meluas. Presiden Soekarno dalam masa Demokrasi Terpimpin (1959-65) menjadi penguasa

<sup>15</sup> Farida Patitinggi dan Fajlurrahman Jurdi, *Korupsi Kekuasaan, Dilema Penegakan Hukum di Atas Hegemoni Oligarki*, Rajagrafindo, 2016, ,hal 10-11.

<sup>16</sup> Leon Agustino, *Sisi Gelap Otonomi Daerah*, Widya Padjadjaran, 2011, hal 36.

tunggal'; mengambil semua keputusan praktis terpusat pada dirinya. Adapun Presiden Soeharto, dengan demokrasi Pancasila, awalnya juga memusatkan kekuasaan pada dirinya; mengambil keputusan tanpa melibatkan tiga partai politik, apalagi publik luas.<sup>17</sup>

Sejak masa Presiden Soeharto mulai berkembang gejala "oligark finansial" yang lazim disebut "cukong". Mereka adalah *super rich* dengan korporasi besar yang dekat dengan Presiden Soeharto. Tetapi, berapa besar persisnya pengaruh oligark terhadap kebijakan politik Presiden Soeharto masih harus diteliti; tetapi bisa diasumsikan, pak Harto terlalu kuat untuk bisa dikendalikan para oligar.

Oligarki politik yang memiliki jaringan dengan oligark finansial atau oligark cukong—*super rich* di tingkat nasional, dan *the rich* di tingkat lokal tumbuh pesat di masa reformasi. Alasannya, menurut Azyumardi Azra, pertama, politik Indonesia dengan demokrasi liberal terfragmentasi dalam banyak parpol. Karena tidak memiliki keuangan memadai, elite parpol berusaha mendapat dukungan finansial dari *super rich* atau *the rich*. Kedua, sejak Pemilu Legislatif 1999, Pilpres 2004, Pilkada 2005, dan seterusnya, biaya calon dalam kontestasi *elected offices* kian mahal.

Menurut Guno Tri Tjahjoko<sup>18</sup>, hasil Pemilu 2019 telah memunculkan oligarki, dimana amanah rakyat untuk hidup sejahtera akan dibelokkan untuk kepentingan elite. Partai pendukung pemerintahlah yang mengendalikan dan mengatur jalannya pemerintahan selama lima tahun ke depan. Para oligarki atau elite politik yang menguasai dari hulu sampai ke hilir semua sentra kekuasaan. Demokrasi liberal yang diterapkan

<sup>17</sup> Kompas, 16 September 2021. Diunduh dari: <https://www.uinjkt.ac.id/membendung-oligarki>.

<sup>18</sup> Guno Tri Tjahjoko, Integritas Mati: Bangkitnya Mafioso dan Oligarki, dalam Mem-bongkar Mafia dan Oligarki Dalam Pemilu 2019, The Indonesian Power for Democracy (IPD), 2019, hal xvii.

di Indonesia terbukti membangkitkan para oligarki. Demokrasi liberal dengan mengedepankan *one person, one vote, one value* menghasilkan kedaulatan elite politik bukan kedaulatan rakyat.

*By the way*, siapa dari segelintir orang dapat dikelompokkan ke dalam oligarki yang kemudian mampu mengendalikan ekonomi politik di Indonesia? Mengacu data versi Forbes 2022, 10 orang diidentifikasi memiliki kekaisaran korporasi dan pundi-pundi uang *bejibun*. Yakni: 1. R. Budi Hartono dan Michael Hartono (Grup Djarum) dengan jumlah kekayaan mencapai 21,4 miliar dollar AS atau sekira Rp 313,9 triliun dan 20,6 miliar dollar AS atau setara Rp 302 triliun. 2. Chairul Tanjung (CT Corp) Chairul Tanjung. Pemilik CT Corp dengan jumlah kekayaan mencapai 7,5 miliar dollar AS atau sekira Rp 110 triliun. 3. Sri Prakash Lohia (Indorama Corporation) dengan jumlah kekayaan mencapai 6,6 miliar dollar AS atau setara Rp 96,8 triliun. 4. Prajogo Pangestu (Grup Barito) dengan jumlah kekayaan mencapai 5,4 miliar dollar AS atau senilai Rp 79,2 triliun.

Kemudian urutan 5 Low Tuck Kwong (Bayan Resources) dengan kekayaan mencapai 4,1 miliar dollar AS atau sekira Rp 54 triliun. 6. Theodore Rachmat (Triputra Group) dengan harta kekayaan mencapai 3,3 miliar dollar AS atau setara Rp 48 triliun. 7. Wijono dan Hermanto Tanoko (Avia Avian) dengan kekayaan mencapai 3,2 miliar dollar AS atau Rp 46,9 triliun. 8. Djoko susanto (Grup Alfamart) dengan kekayaan mencapai 2,8 miliar dolar AS atau setara Rp 41 triliun. 9. Martua Sitorus (Wilmar International) dengan kekayaan mencapai 2,9 miliar dollar AS atau sekira Rp 40,5 triliun. 10. Eddy Kusnandi Sariaatmadja (Emtek) dengan jumlah kekayaan mencapai 3 miliar dollar AS atau sekira Rp 44 triliun.

Dalam pengamatan wartawan senior Hersubeno, tidak semua taipan bermain-main dengan politik kekuasaan. Tapi kebanyakan yang bermain adalah mereka. Karena mereka yang

punya modal dan kekuatan dana. Kalau yang bermain adalah negara asing, maka kita dengan mudah menyebut Cina saat ini yang paling berkepentingan. Cina banyak menggelontorkan dana untuk proyek-proyek infrastruktur di Indonesia. Dan semua itu pasti tidak gratis. Sistem politik liberal yang sangat mengandalkan kekuatan uang, membuat sekelompok orang, sekelompok pemodal, kepentingan asing, dengan mudah dan murah, membajak negeri ini melalui proses demokrasi. Rakyat pemilih hanya menjadi justifikasi. Siapa yang menjadi presiden, gubernur, bupati, walikota dan semua jabatan publik lainnya sudah mereka ditentukan. Mereka para oligarki yang menjadi penguasa sesungguhnya negeri ini. Para politisi, pejabat negara mulai pusat sampai daerah, sesungguhnya hanya *proxy* yang dibayar murah!<sup>19</sup>

Sementara oligarki lama atau sebut saja dengan istilah oligarki 'kolonial' belum berhasil dijinakkan, belakangan ini muncul apa yang disebut dengan oligarki milenial. Momentumnya ketika Presiden Joko Widodo (Jokowi) mengangkat 14 staf khusus (stafsus) dari kalangan milenial yang memiliki reputasi akademik dan pebisnis yang cukup moncer. Sayangnya, kinerjanya pada umumnya tidak terlalu menonjol. Pada saat munculnya kasus penanganan awal-awal Covid-19, tidak terdengar peran stafsus. Alasannya seperti dikatakan salah seorang stafsus Ayu Kartika Dewi, posisi mereka sekadar memberikan saran saja kepada Presiden, yang tidak memiliki wewenang apapun untuk membuat kebijakan (kumparan.com, 1 April 2020).

Parahnya, dua orang stafsus yakni: Adamas Belva Syah Devara (Belva) dan Andi Taufan Garuda Putra (Andi) disinyalir terlibat konflik kepentingan karena terlibat dalam proyek kartu pra kerja senilai 20 triliun dari APBN oleh Ruangguru bersama

---

<sup>19</sup> <https://m.otonominews.co.id/read/17441/Parpol-Di-Bawah-Lindungan-Para-Taipan>, Minggu 7 Februari 2021.

tujuh perusahaan lainnya. Sementara, Andi menyurati seluruh Camat se-Indonesia untuk mendukung perusahaan *fintech*-nya dengan modus percepatan urusan edukasi pencegahan dampak covid-19. Penyalahgunaan wewenang tersebut diperparah dengan surat yang dilayangkan Andi berkop Sekretariat Kabinet Republik Indonesia. Meskipun keduanya akhir mundur dari stafsus, tak urung telah mencoreng potret kaum milenial.

Anno Susabun, alumni STFK Ledalero, Guru SMAK Fransiskus Saverius Ruteng, Flores Seorang menganalogikan femomena tersebut dengan frasa: Jika pada era Orde Baru oligarki yang berkembang bersifat sultanik dengan Soeharto sebagai 'sultan' tunggal, pada era reformasi yang berkembang adalah oligarki-elektoral-yang-berkuasa (*electoral ruling oligarchy*), yaitu oligarki yang keberlangsungannya difasilitasi oleh prosedur demokrasi liberal-elektoral.<sup>20</sup>

Dalam konteks ini, patut direnungi pemikiran kritis Levitsky dan Ziblatt<sup>21</sup> yang membeberkan catatan sejarah soal kematian demokrasi yang dikatakannya tidak selalu dimulai oleh jenderal militer lewat kudeta, atau jalan demokratis. Melainkan bisa melalui jalur demokrasi elektoral yang demokratis namun praktik penguasa dari hasil Pemilu jauh dari nilai-nilai dan praktik demokrasi. Keduanya juga menyebut, seorang diktator bisa lahir saat Parpol mulai melemah dan tergiur sosok kharismatik di luar Parpol yang punya banyak pendukung.

## **B. Dari Klientelisme ke Dinasti Politik**

Selain melalui cengkraman modal, kaumoligarkis, meminjam pandangan Edward Aspinall dan Mada Sukamajati<sup>22</sup>, akan

<sup>20</sup> <https://thecolumnist.id/artikel/pejabat-milenial-dalam-jebakan-oligarki.303>

<sup>21</sup> Lebih jauh baca: Steven Levitsky dan Daniel Ziblatt, *Bagaimana Demokrasi Mati*, Gramedia Pustaka Utama, 2019.

<sup>22</sup> Edward Aspinall dan Mada Sukmajati, *Politik Uang di Indonesia, Patronase dan Klientelisme pada Pemilu Legislatif 2014*, Penerbit PolGov, 2015, hal 4.

menyuburkan politik uang dengan mengawinkannya dengan budaya politik lokal sehingga terjadilah keuntungan bersama (simbiosis mutualistik). Yakni: adanya faktor patronase dan klientelisme. Patronase merujuk pada meteri atau keuntungan lain yang didistribusikan oleh politisi kepada pemilih atau pendukung. Sebaliknya, klientelisme merujuk kepada karakter relasi antara politisi dan pemilih atau pendukung.

Menurut Edward Aspinall dan Ward Berenschot, klientelisme politik terjadi ketika pemilih, para penggiat kampanye, atau aktor-aktor lain menyediakan dukungan elektoral bagi para politisi dengan imbalan berupa bantuan atau manfaat material. Para politisi tersebut menggunakan metode klientelisme untuk memenangkan pemilihan dengan membagi-bagikan bantuan, barang-barang atau uang tunai kepada para pemilih baik individual maupun kelompok-kelompok kecil.

Dengan itu mereka, kata Edward Aspinall dan Ward Berenschot lagi, diharapkan bisa membalasnya dengan memberikan suara mereka bagi para politisi tersebut. Barang-barang dan bantuan tersebut bisa berwujud dalam berbagai bentuk—mulai dari amplop berisi uang tunai hingga bantuan untuk meloloskan seorang anak pemilih ke dalam program beasiswa pemerintah, dari sebuah pekerjaan sebagai pesuruh di rumah sakit hingga berupa sebuah kontrak proyek pembangunan dari pemerintah.<sup>23</sup>

Selain itu, menurut Muhammad Aqil Irham, yang lebih parah lagi adalah tumbuhnya praktik kolusif dan nepotisme melalui ‘dinasti politik’, ‘politik bosime’ dan ‘praktik oligarkis’ kepartaian. Ironi dan paradoks demokrasi di tingkat daerah ini muncul dalam rangka memperebutkan dan mempertahankan kursi kekuasaan, baik di legislatif maupun eksekutif. Sebagian besar produk Pilkada paska 2015 telah menampilkan politik dinasti yang sangat menonjol.<sup>24</sup>

<sup>23</sup> Edward Aspinall dan Ward Berenschot, *Democracy for Sale, Pemilu, Klientelisme, dan Negara di Indonesia*, Yayasan Pustaka Obor, Indonesia, 2019, hal 2.

<sup>24</sup> Muhammad Aqil Irham, *Demokrasi Muka Dua, Membaca Ulang Pilkada di Indonesia*,



Lesmana Rian Andhika dalam tulisannya berjudul “Bahaya Patronase Dan Klientelisme Dalam Pemilihan Kepala Desa Serentak”<sup>25</sup> melansir sejumlah studi menunjukkan, patronase dan klientelisme tidak hanya terjadi pada Pemilu di tingkat pusat, melainkan juga merambah ke tingkat lokal, bahkan hingga ke tingkat grassroot, yakni: Pemilihan kepala Desa (Pilkades). Seperti misalnya studi patronase yang dilakukan di Kabupaten Bener Meriah, politik sukuisme menjadi peluang besar untuk memperoleh suara, patronase akan muncul pada kandidat baru dan juga kandidat petahana. Alasan masyarakat, suara mereka berharga mahal biasanya muncul akibat ketidakpercayaan masyarakat dengan para kandidat. Studi di kota Medan mengungkapkan, patronase dilakukan para kandidat petahana maupun calon kandidat baru sejak lama sebelum pemilihan. Modus operandi yang dilakukan dengan cara ikut dalam kegiatan sosial etnis, dan donatur untuk yayasan etnis tertentu.

Studi di Bangka Belitung, juga mengungkapkan pola patronase diubah menjadi pemberian berbentuk barang. Studi tentang klientelisme juga pernah dilakukan diantaranya di kota Palembang menunjukkan dana aspirasi dari petahana akan dijadikan modus untuk membangun relasi klientelisme dengan berbagai proyek, dan bantuan usaha. Sementara studi di Jawa Timur mengungkapkan, klientelisme yang luas tidak akan menjadi jaminan memperoleh suara dari pemilih, klientelisme ini harus diikat dengan patronase. Studi tentang Pilkades juga pernah dilakukan, dengan fokus penyelidikan tentang interaksi calon kepala desa dengan para pemilih yang dipengaruhi oleh gambaran politik calon kepala desa, evaluasi retrospektif di tingkat pemilih, dan media komunikasi yang digunakan. Studi lain lebih berfokus pada aspek sumber daya manusia para calon

---

Gramedia, 2016, hal 15-16.

<sup>25</sup> file:///C:/Users/User/Desktop/1513-3789-1-SM%20(1).

kepala desa.

Berbagai studi komparatif tentang Pilkades dapat ditelusuri juga dari beberapa literatur ilmiah, mengungkapkan Pilkades dari beberapa negara lain. Seperti studi di negara Pakistan mengungkapkan, untuk menarik simpati para pemilih, calon kepala desa menciptakan citra popularitas yang baik kepada masyarakat dengan cara memberikan bantuan berupa barang (klientelisme) dengan latar keagamaan. Studi di negara Cina menunjukkan, salah satu calon kepala desa merupakan orang yang berafiliasi atau konstituen rezim penguasa, pembelian suara dilakukan pada Pilkades namun tidak pada pemilihan skala besar.

Pola-pola patronase dan klientelisme tumbuh subur karena didukung oleh politik dinasti. Menurut Querubin,<sup>26</sup> *term* atau istilah dinasti politik menunjuk pada keluarga yang anggotanya memegang kekuasaan politik formal lebih dari satu generasi. Diantara contoh yang sangat dikenal adalah keluarga Kennedy dan Bush di Amerika Serikat, keluarga Gandhi di India, keluarga Aquino dan Ortega di Filipina, serta keluarga the Lopez dan Lleras di Colombia.

Titin Purwaningsih berpandangan, ada tiga hal yang perlu diperhatikan terkait dengan dinasti politik, yakni: (1) keluarga politik, yakni: apabila terdapat dua atau lebih anggota yang menduduki jabatan politik, (2) politik kekerabatan, yakni: upaya melanggengkan kekyasaan melalui rekrutmen politik yang menghasilkan anggota keluarga yang menduduki jabatan politik/pemerintahan yang tidak didasarkan atas kemampuan yang dimilikinya ataupun prosedur yang telah digariskan, namun lebih didasarkan atas pertimbangan hubungan kekerabatannya

<sup>26</sup> P Querubin, *Family and Politics, Dynastic Persistence in the Philippines*, paper submitted to MIT and Harvard Academy, September, 2010, hal 2.

(baik karena keturunan ataupun ikatan perkawinan), (3) upaya melanggengkan kekuasaan dengan menduduki keluarganya dalam jabatan politik, terdapat minimal 4 anggota keluarga yang menduduki jabatan politik, dan lebih dari dua generasi.

Sedangkan Dosen Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Politik (Fisipol) Universitas Gadjah Mada (UGM), A.G.N. Ari Dwipayana berpendapat, *trend* politik kekerabatan itu sebagai gejala neo patrimonialistik. Benihnya sudah lama berakar secara tradisional. Yakni berupa sistem patrimonial, yang mengutamakan regenerasi politik berdasarkan ikatan geneologis, ketimbang merit system, dalam menimbang prestasi. Menurutnya, kini disebut neopatrimonial, karena ada unsur patrimonial lama, tapi dengan strategi baru. Dulu pewarisan ditunjuk langsung, sekarang lewat jalur politik prosedural. Anak atau keluarga para elite masuk institusi yang disiapkan, yaitu Parpol.<sup>27</sup>

Sejumlah faktor yang mengakibatkan munculnya politik dinasti, yakni: (1) adanya keinginan dalam diri atau pun keluarga untuk memegang kekuasaan, (2) adanya kelompok terorganisir karena kesepakatan dan kebersamaan dalam kelompok sehingga terbentuklah penguasa kelompok dan pengikut kelompok, (3) adanya kolaborasi antara penguasa dan Pengusaha untuk menggabungkan kekuatan modal dengan kekuatan politisi, dan (4) danya pembagian tugas antara kekuasaan politik dengan kekuasaan modal sehingga mengakibatkan terjadinya korupsi. Akibat dari politik dinasti ini maka banyak pemimpin lokal menjadi politisi yang mempunyai pengaruh. Sehingga semua keluarga termasuk anak dan istri berbondong-bondong untuk dapat terlibat dalam system pemerintahan.

Dalam pandangan Zulkieflimansyah, dampak negatif apabila

<sup>27</sup> <https://www.mkri.id/index.php?page=web.Berita&id=11428>, Jum'at 10 Juli 2015.

politik dinasti diteruskan, yakni: pertama, menjadikan partai sebagai mesin politik semata yang pada gilirannya menyumbat fungsi ideal partai sehingga tak ada target lain kecuali kekuasaan. Dalam posisi ini, rekrutmen partai lebih didasarkan pada popularitas dan kekayaan caleg untuk meraih kemenangan. Di sini kemudian muncul calon instan dari kalangan selebriti, pengusaha, “darah hijau” atau politik dinasti yang tidak melalui proses kaderisasi.

Kedua, sebagai konsekuensi logis dari gejala pertama, tertutupnya kesempatan masyarakat yang merupakan kader handal dan berkualitas. Sirkulasi kekuasaan hanya berputar di lingkungan elit dan pengusaha semata sehingga sangat potensial terjadinya negosiasi dan penyusunan konspirasi kepentingan dalam menjalankan tugas kenegaraan. Ketiga, sulitnya mewujudkan cita-cita demokrasi karena tidak terciptanya pemerintahan yang baik dan bersih (*clean and good governance*). Fungsi kontrol kekuasaan melemah dan tidak berjalan efektif sehingga kemungkinan terjadinya penyimpangan kekuasaan seperti korupsi, kolusi dan nepotisme.

Politik dinasti menunjuk pada upaya seorang penguasa atau pemimpin hasil Pemilu, mulai dari tingkat presiden, gubernur, kepala daerah atau walikota yang telah habis masa jabatannya, untuk menempatkan anggota keluarganya sebagai calon penggantian atau penerus penguasa sebelumnya untuk periode berikutnya. Ini berarti bahwa politik dinasti tidak lain adalah sebuah proses regenerasi kekuasaan demi kepentingan golongan tertentu, yang bertujuan mendapatkan atau mempertahankan kekuasaan berdasarkan hubungan darah atau kekerabatan.

Hal ini mengingat pada Pemilu di Indonesia mempunyai karakteristik khas dimana relasi dan ikatan emosional antara kandidat (yang dipilih) dengan masyarakat (yang memilih),

lebih dekat. Dalam situasi ini, biasanya diminta atau tidak diminta, secara individual yang diwakili tokoh-tokoh adat, masyarakat dan agama maupun secara institusional yang diwakili Organisasi Kemasyarakatan seperti Nahdhatul Ulama (NU), Muhammadiyah, dan lain-lain, akan terlibat atau diseret dalam pergulatan politik praktis.

Seperti dibuktikan melalui riset lembaga kajian politik, demokrasi dan kenegaraan bernama Nagara Institute. Lembaga riset ini menemukan 74 dinasti politik di Pilkada dan 174 dinasti politik di Pileg eksis. Executive of Board Nagara Institute, Akbar Faizal mengatakan, 74 dinasti politik di ranah eksekutif itu tersebar di 25 Provinsi di Indonesia. Kemudian, Akbar menyebutkan 174 dinasti politik di ranah pemilihan legislatif juga terjadi pada pemilu 2019. Jadi dari 575 anggota DPR RI sekarang, 174 di antaranya adalah pilihan keluarganya sendiri.

Kelanggengan dinasti politik ini, akibat dari kesalahan sistem regulasi dan sistem rekrutmen pemimpin yang terjadi di partai politik. Dampaknya 447 Bupati dan Gubernur yang bermasalah secara hukum. Itu dikatakan Akbar Faizal dalam Forum Group Discussion (FGD) bertema ‘Oligarki Partai dan Pengaruhnya di Sistem Pemerintahan’, Selasa (28/1/2020).

Kecenderungan atau pelanggaran terjadinya politik dinasti berlanjut pada Pilkada Serentak 2020. Ditandai dengan keikutsertaan anak dan menantu Presiden Joko Widodo (Jokowi) di Pilkada Solo, Medan dan anak Wakil Presiden KH. Ma'ruf Amien di Pilkada Tangerang Selatan (Tangsel). Hanya anak dan mantu Presiden Jokowi, berhasil memenangkan Pilkada. Sementara anak KH. Ma'ruf Amien, gagal memenangkan Pilkada Tangsel.

Modus umum yang digunakan dengan melibatkan dan memanfaatkan tokoh-tokoh agama, masyarakat atau adat

dalam kegiatan politik praktis (Pemilu atau Pilkada) antara lain dengan menjadi *vote getter*, juru kampanye, penasehat spiritual, pemberi restu dan lain sebagainya. Umumnya kaum oligarkis merekrut elitnya, dengan asumsi jika elit sudah dapat dirangkul dengan sendirinya massa atau pengikutnya di tingkat *grassroot* akan ikut.

Pada akhirnya klientelisme dan patronase dan politik dinasti dalam politik hanya memberikan karpet merah bagi tumbuh suburnya kepentingan oligarki. Ketika oligarki menginvasi dunia politik, menaklukkan dan menjadikannya sebagai sarana dalam mencapai tujuan yang berorientasi kapital (bisnis). Tujuan politik yang awalnya sangat mulia digantikan oleh tujuan-tujuan fungsional kaum oligark. Akhirnya diskursus di dalam politik secara brutal digantikan oleh hal yang bersifat transaksional.<sup>28</sup>

Di sisi lain, adanya Putusan Mahkamah Konstitusi (MK) yang membolehkan keluarga petahana untuk maju menjadi kandidat dalam Pilkada tanpa menunggu jeda satu periode maupun mantan narapidana, akan ikut mengentalkan patronase, klientelisme dan dinasti politik. Sebab, kandidat semacam inilah yang relatif mempunyai modal kapital cukup banyak, kharisma, jaringan serta mempunyai kemampuan dalam menggalang sumber-sumber pendanaan yang berasal dari kelompok kaum oligarkis. Jangan lupa persepsi mengenai *track record* kandidat antara satu kelompok masyarakat dengan kelompok masyarakat lain bisa berbeda-beda.

Bagi sebagian kalangan, mungkin seorang kandidat dari keluarga petahana atau mantan narapidana akan dicap buruk atau busuk. Tetapi bagi masyarakat lain justeru dianggap sebagai kandidat bercitra positif, pahlawan (*heroes*), atau layak pilih.

---

<sup>28</sup> Robertus Robert, Oligarki, Politik, dan Res Publica, dalam “Oligarki, Teori dan Kritik”, Abdil Mughis Mudhoffir dan Coen Husain Pontoh, Editor, Marjin Kiri, 2020, hal 185.

Apaagi calon tersebut dikenal dermawan. Buktinya, menurut data dari ICW, terdapat 48 calon legislatif (DPR dan DPRD) terpilih pada Pemilu Legislatif 2014 terjerat kasus korupsi. Tersebar di sejumlah partai, yakni: Demokrat 13 orang, PDI Perjuangan 12 orang, Golkar 11 orang, PKB 5 orang, Gerindra 3 orang, Hanura 3 orang, PPP 2 orang, NasDem dan PAN masing-masing satu orang.<sup>29</sup>

Pada Pilkada Serentak 9 Desember 2015, dalam catatan Konstitusi and Demokrasi (Kode) Inisiatif, terdapat kurang lebih 14 calon Kepala Daerah dengan status terpidana atau pernah bermasalah dengan hukum terkait korupsi. Selain itu, terdapat 188 bakal calon Kepala Daerah yang diduga terlibat dalam kasus hukum.<sup>30</sup> Peneliti ICW Donal Faris mengatakan, realitas ini menjadi peringatan bagi publik untuk tidak memilih mereka. Ia khawatir, jika orang itu maju dalam Pilkada dan terpilih, maka peluang mereka untuk melakukan perbuatan yang sama akan terulang kembali.<sup>31</sup>

Akibatnya, meminjam konstataasi Syamsuddin Harris:<sup>32</sup> *“Alih-alih berdaulat, paska Pemilu (Pilkada, red), proses politik dan ekonomi sepenuhnya dikendalikan oleh berbagai kekuatan oligarkis berselubung Parpol, etnik, daerah, dan golongan. Berbagai kekuatan oligarkis inilah yang akhirnya membajak dan menikmati pesta demokrasi lokal. Ironinya, para Penyelenggara Negara dari pusat dan daerah lebih memilih bersekutu dengan para oligarkis yang dibiayai oleh kapitalis-investor ketimbang mengawal bangsa, memuliakan konstitusi, dan menjaga hati nurani rakyat kita”*.

Kecenderungan oligarkis seperti ini bukan khas Indonesia. Sebab, sejumlah negara dan kota mengalami hal yang sama, seperti

<sup>29</sup> <https://www.beritasatu.com/nasional/210040/icw-ada-48-anggota-dewan-terpilih-yang-terjerat-kasus-korupsi>.

<sup>30</sup> Kompas.com, 20 Agustus 2015.

<sup>31</sup> viva.co.id, 20 Agustus 2015.

<sup>32</sup> Syamsuddin Harris, *Masalah-masalah Demokrasi & Kebangsaan Era Reformasi*, Buku Obor, 2014, hal xi.

India dengan indikasi makin terkonsolidasinya politik kasta dan kelas. Hal yang sama, juga terjadi di Camacari, Brazil. Yang mendorong munculnya *klientisme* antara elit ekonomi dan politik sehingga menyulut *ungovernability* yang akut (tidak berfungsinya tata pemerintahan secara efektif dan efisien). Juga terjadi di Thailand, dengan munculnya sejumlah *local strongman* dengan julukan *chao po* (baca: *jao poh*) yang berarti “bapak pelindung”. Namun para *chao po* atau *jao poh* ini melakukan monopoli dalam semua kegiatan ekonomi, mulai dari pertambangan, transportasi, saham bank, dan lain sebagainya.

### C. Membajak Demokrasi Elektoral

Demokrasi elektoral adalah sebuah sistem konstitusional yang menyelenggarakan Pemilu multipartai yang kompetitif dan teratur dengan hak pilih universal untuk memilih anggota legislatif dan eksekutif. Perwujudannya di Indonesia pada kegiatan Pemilihan Anggota DPR, DPRD Provinsi/Kabupaten/Kota, Pemilihan Anggota Dewan Perwakilan Daerah, Pemilihan Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah (Pilkada). Hingga Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden.

Sejak tahun 2019, Pemilu dilaksanakan secara rentak dalam satu waktu yang menggabungkan antara Pemilu Anggota DPR, DPRD dan DPRD (biasanya disebut dengan Pemilu Legislatif atau Pileg) dengan Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden (Pilpres). Pada 2024, penggabungan dilakukan antara Pileg dengan Pilpres (kadang disebut Pemilu Nasional) serta Pemilihan Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah Serentak (kadang disebut Pemilu Lokal) pada tahun yang sama, yakni: 2024. Perbedaannya lebih jadwal pelaksanaannya. Bila Pemilu Nasional digelar pada 14 Februari 2024, sementara Pemilu Lokal pada 27 November 2024.

Sebagai suatu even atau kegiatan kompleks, Pemilu atau



Pilkada melibatkan berbagai pemangku kepentingan. Mulai dari Penyelenggara Pemilu (KPU, Bawaslu dan DKPP), Partai Politik (Parpol), Calon Anggota Legislatif (Caleg), Calon Presiden (Capres) dan Calon Wakil Presiden (Cawapres), atau Calon Gubernur (Cagub) dan Calon Wakil Gubernur (Cawagub), pemerintah pusat, DPR, TNI/Polri, pemilih dan sebagainya. Pemangku kepentingan Pemilu akan melaksanakan tugas dan fungsinya (tupoksi) sesuai dengan peraturan perundangan.

Meskipun pemangku kepentingan Pemilu sudah diatur sedemikian rupa tugas dan fungsinya, acapkali banyak pihak yang *cawe-cawe* atau ikut campur, baik yang diundang maupun tidak diundang. Bahkan setiap kali kegiatan Pemilu, ada kelompok yang disebut dengan penumpang gelap (*dark rider*), atau kalangan yang ingin mencari peruntungan dari kegiatan politik (*political rent seeking*). Salah satu penumpang gelap adalah Pemilu adalah segelintir pemilik modal/uang, baik individu dan terutama yang secara terorganisir. Kelompok kecil yang terorganisir ini sering disebut dengan istilah oligarki.

Demos yang melakukan riset tentang hal ini sejak 2003 hingga 2005 menyebut kecendrungan ini sebagai “demokrasi oligarkis”. Demokrasi semacam ini didukung para aktor dominan yang dengan berbagai tipenya seperti: organ eksekutif di tingkat pusat dan daerah, agen-agen represi yang terdiri dari kekuatan militer, polisi, serta premanisme politik swasta, aktivis bisnis dan LSM dominan, tokoh informal dan lain-lain.<sup>33</sup> Sehingga banyak kalangan menganggap terjadi suatu anomali atau “*something else*” dari proses demokratisasi yang terjadi di Indonesia.

Oligarki akan mencengkram demokrasi. Hal ini sudah lama diendus oleh kalangan aktivis Organisasi Masyarakat Sipil

<sup>33</sup> AE Priyono dan Nur Iman Subono, Demokrasi Oligarkis, Kolonisasi Instrumen Demokrasi oleh Elit Dominan, dalam “Menjadikan Demokrasi Bermakna, Masalah dan Pilihan di Indonesia”, AE Priyono, Willy Purna Samadhi, Olle Tornquist, dkk (editor), Demos, 2007, hal 88-89.

(OMS). Akademisi hukum Universitas Gajah Mada, Zainal Arifin Mochtar dalam diskusi “Pemilu, Pilkada, dan Oligarki” yang diadakan secara daring oleh Muhammadiyah (22/7/2020) berpendapat, Presiden Indonesia berwenang dalam proses pembuatan undang-undang sejak dari awal. Proses ini lebih memungkinkan kesepakatan melalui lobi tertutup dibanding proses terbuka yang terakses publik.<sup>34</sup>

Kewenangan besar presiden itu semakin mungkin diintervensi oligarki karena ada syarat ambang batas pencalonan presiden dalam UU Pemilu. Jika ambang batas pencalonan dihapus maka makin banyak calon presiden dan makin banyak kemungkinan keterpilihan presiden sehingga oligarki lebih sulit mengintervensi kebijakan. Solusi mengurangi kekuatan oligarki, menurut Zainal, salah satunya menghapus ambang batas pencalonan presiden dan kepala daerah. Secara lebih luas sistemik, kekuasaan negara perlu dikurangi karena keadaan ini lebih memudahkan oligarki tumbuh dengan melakukan jual beli kebijakan.

Oligarki dapat tumbuh subur dalam sistem demokrasi tanah Air, khususnya dalam gelaran Pemilu dan Pilkada, menurut Anggota Dewan Pembina Perkumpulan untuk Pemilu dan Demokrasi (Perludem) Titi Anggraini<sup>35</sup>, setidaknya disebabkan oleh empat hal, mulai dari pertama: tata kelola partai politik yang belum demokratis, kedua regulasi, ketiga penegakan hukum lemah, dan keempat kesadaran masyarakat yang rendah.

Terkait tata kelola internal partai yang belum demokratis, dibuktikan pengambilan keputusan di Parpol ditentukan oleh segelintir orang saja. Rekrutmen calon kepala daerah masih didominasi pimpinan partai. Sedangkan pengurus dan anggota

<sup>34</sup> <https://rumahpemilu.org/sejumlah-ketentuan-pemilu-mendukung-oligarki>, 22 Juli 2020.

<sup>35</sup> <https://nasional.kompas.com/read/2021/12/20/18341511/arti-istilah-oligarki-dalam-politik?page=all>.

tidak punya akses memadai pada pengambilan keputusan yang dilakukan partai. Sekarang apakah anggota partai tahu mengapa si A, B, C, D yang dicalonkan partai? Tidak ada akuntabilitas yang bisa diakses oleh pengurus dan anggota partai terkait proses nominasi di internal partai.

Terkait regulasi, contohnya soal ambang batas pencalonan presiden dan wakil presiden, juga kepala daerah. Diketahui, untuk dapat mencalonkan presiden dan wakil presiden, partai politik atau gabungan partai politik harus memperoleh kursi paling sedikit 20 persen dari jumlah kursi DPR atau 25 persen dari suara sah nasional pada pemilu legislatif sebelumnya. Kemudian, untuk dapat mencalonkan diri sebagai kepala daerah, partai politik setidaknya harus memiliki 20 persen kursi atau 25 persen suara sah dari Pemilu DPRD sebelumnya. Hal lain yang juga berkaitan dengan regulasi ialah berat dan mahalnya persyaratan pencalonan kepala daerah jalur independen atau perseorangan.

Faktor lain terkait penegakan hukum yang masih lemah. Kerangka hukum Pemilu dan Pilkada didesain tidak mampu menangkap realitas keadilan Pemilu dengan baik. Sebab, politik uang dan praktik mahar politik didesain sulit untuk diusut penegakan hukum, khususnya pada aktor intelektual atau pelaku utama. Kelembagaan penegakan hukum dianggap tidak memberi efek jera. Padahal sudah sangat banyak pihak terlibat, ada Bawaslu, polisi, jaksa, pengadilan. Di sisi lain, kesadaran masyarakat terhadap Pemilu dan Pilkada dinilai masih rendah dan cenderung permisif.

Untuk mengatasi masalah ini, Titi merekomendasikan, sejumlah ketentuan yang menghambat partisipasi inklusif, bebas, dan setara harus dihapus dalam UU Pemilu dan Parpol. Selain ambang batas pencalonan presiden/kepala daerah, ada

juga ketentuan berupa mempermudah syarat jalur perseorangan, peningkatan bantuan keuangan Parpol, menolak peningkatan ambang batas parlemen, mengadopsi sistem integritas Parpol (KPK dan LIPI), sanksi diskualifikasi, dan lainnya.

Sementara akademisi Universitas Muhammadiyah Malang Sulardi, menyoroti Parpol sentralistik sebagai sebab menguatnya oligarki. Contohnya dalam pencalonan di Pilkada yang ditentukan oleh elite politik di pusat, Jakarta. Guna mengatasi oligarki, perlu mengubah ketentuan dalam UU untuk menciptakan iklim transaksi politik dan partisipasi Pemilu yang terbuka. Sejalan dengan itu, Sulardi mengusulkan sudah saatnya dibangun partai lokal di semua daerah.

Direktur eksekutif Lokataru, Haris Azhar menambahkan, oligarki juga terjadi di bidang hukum yang menghasilkan sejumlah UU dengan ketentuan yang melemahkan masyarakat sipil. Jika dulu pemerintahan oligarkis masih mengakalihukum yang ada, sekarang oligarki membuat hukum untuk melemahkan masyarakat sipil.

Kenyataan ini, menurut Pengamat Politik Azyumardi Azra, jelas terlihat dalam proses legislasi di DPR sejak perubahan UU No 30/2002 KPK menjadi UU No 19/2019 tentang KPK; perubahan UU No 4/2009 tentang Minerba menjadi UU No 3/2020 tentang Minerba; dan pengajuan RUU Omnibus Law sejak Oktober 2019 menjadi UU 11/2020 tentang Cipta Kerja.

Perubahan dan pengesahan semua UU itu sepenuhnya ditentukan oligarki eksekutif dan legislatif. Publik tidak dilibatkan secara signifikan dalam perubahan dan pembentukan UU tersebut. Dalam gugatan masyarakat sipil terhadap berbagai UU tersebut, oligarki politik didukung lembaga yudikatif (MK dan MA). Akibatnya hukum seperti ini UU diprotes, sering didemo hingga diuji materi ke Mahkamah Konstitusi (MK).

Sekalipun gugatan tersebut dikabulkan oleh MK.

Menurut Ketua MK Anwar Usman, lima UU yang paling sering digugat MK. Kelimanya yaitu UU No. 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum, Kitab UU Hukum Pidana (KUHP), UU No. 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja, Kitab UU Hukum Pidana, UU No. 19 Tahun 2019 tentang Perubahan Kedua atas UU No. 30 Tahun 2002 tentang Komisi Pemberantasan Tindak Pidana Korupsi (KPK), dan UU No. 37 Tahun 2004 tentang Kepailitan dan Penundaan Kewajiban Pembayaran Utang. Uji materi terhadap substansi dari UU atau pasal-pasal yang digugat, pada umumnya ditolak oleh MK. Cipta Lapangan Kerja (Cipta Kerja)<sup>36</sup>, UU Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK).<sup>37</sup>

Khusus UU No. 7 Tahun 2017 tentang Pemilu, diantara yang paling banyak digugat dan diuji materi ke MK oleh sejumlah pimpinan Parpol khususnya Parpol non parlemen dan elit politik adalah terkait dengan Pasal 222 yang memuat ketentuan *presidential threshold* atau ambang batas pencalonan presiden di Indonesia paling sedikit 20% (dua puluh persen) dari jumlah kursi DPR atau memperoleh 25% (dua puluh lima persen) dari suara sah secara nasional pada Pemilu anggota DPR sebelumnya.<sup>38</sup> Sebegitu jauh, berbagai

<sup>36</sup> Dalam konteks UU ini, MK memutuskan bahwa UU No. 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja inkonstitusional secara bersyarat. Putusan itu dibacakan oleh Ketua MK Anwar Usman dalam sidang uji formil UU Cipta Kerja yang disiarkan secara daring, Kamis (25/11/2021). Bersyarat dalam arti manakala selama tidak dilakukan perbaikan dalam jangka waktu dua tahun setelah putusan dibacakan. Apabila dalam jangka waktu dua tahun tidak dilakukan perbaikan, UU Cipta Kerja tersebut akan otomatis dinyatakan inkonstitusional bersyarat secara permanen.

<sup>37</sup> MK memutuskan untuk menolak permohonan uji materi UU No. 19 Tahun 2019 tentang KPK. Putusan itu dibacakan oleh Ketua MK Anwar Usman dalam sidang yang disiarkan secara daring, Selasa (31/8/2021). Adapun perkara tersebut diajukan oleh Direktur Eksekutif KPK Watch Indonesia yakni Yusuf Sahide. Pasal yang dimohonkan untuk di uji MK yakni Pasal 68B Ayat 1 dan Pasal 69C yang mengatur soal peralihan pegawai KPK menjadi Aparatur Sipil Negara (ASN).

<sup>38</sup> Belakangan DPD RI juga melakukan uji materi atas Pasal 222 UU No.7 Tahun 2017 tentang Pemilu. Dengan alasan pertama, kekecewaan atau ketidakpuasan terhadap pelaksanaan demokrasi. Kedua, rendahnya kepercayaan publik terhadap partai politik. Ketiga, semakin kuatnya dukungan atas ide calon perseorangan dari jalur independen dan wacana presidential threshold 0%.

gugatan sebelumnya nyaris sama tidak digubris oleh MK.

Spekulasi mengenai cengkraman oligarki bisa dideret lebih panjang lagi pada kasus-kasus yang lain. Misalnya, tidak direvisinya UU No. 7 tahun 2017 tentang Pemilu dan UU No. 10 tahun 2016 tentang Pemilihan Gubernur, Bupati dan Walikota untuk kepentingan Pemilu Serentak 2024. Padahal Pemilu Serentak 2024 mempunyai tantangan berbeda. Lebih tanda tanya lagi, sebelumnya hampir semua fraksi di DPR sepakat memasukkan kedua UU tersebut ke dalam Program Legislasi Nasional (Prolegnas) untuk direvisi. Tetapi tiba-tiba semua fraksi di DPR menarik diri.

Dari sisi pemerintah dan DPR mengaku konsisten dengan UU No. 10 tahun 2016 tentang Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, serta Walikota dan Wakil Bupati (terkadang disingkat UU Pilkada) yang digelar pada 2024 agar tidak mengganggu program-program pemerintah yang terhambat oleh pandemi Covid-19. Menteri Dalam Negeri Tito Karnavian menuturkan, pada 2020 dan 2021 pemerintah masih fokus untuk mengatasi pandemi Covid-19 dan baru dapat melanjutkan program-program yang sudah direncanakan sebelumnya pada 2022-2023.<sup>39</sup> Hal senada dikemukakan Ketua Komisi II DPR Ahmad Doli Kurnia. Alasannya karena merupakan amanat UU No. 10 Tahun 2016 tentang Pilkada yang menyebutkan, setelah tahun 2020 pelaksanaan Pilkada Serentak secara nasional dilaksanakan pada tahun 2024.<sup>40</sup>

Tak urung sejumlah kalangan mengaitkannya dengan keberadaan Gubernur DKI Anies Rasyid Baswedan yang habis masa jabatannya pada Oktober 2022. Sayup-sayup terdengar penundaan Pilkada 2022 dan 2023 bukan sekadar amanat dan

<sup>39</sup> <https://nasional.kompas.com/read/2021/03/15/16012261/mendagri-pilkada-tetap-dilaksanakan-2024-revisi-uu-pilkada-dilakukan>.

<sup>40</sup> <https://www.dpr.go.id/berita/detail/id/34416/t/Sesuai+Amanat+UU%2C+Pemilu+Seren-tak+Dilaksanakan, 02-09-2021>.

desain UU No. 10 tahun 2016 tentang Pilkada, melainkan jika digelar pada 2022, menurut Direktur Eksekutif Indo Barometer, Muhammad Qodari, Anies akan mendapat panggung politik kembali<sup>41</sup>. Itulah sebabnya, kata Ketua Umum Abdi Rakyat Mohamad Huda, meniadakan Pilkada 2022 kemungkinannya untuk ‘menzalimi’ Anies Baswedan.<sup>42</sup>

Kelompok atau mereka yang tergabung dengan oligarki memang tidak akan berdiam tangan terkait dengan dinamika bisnis dan politik yang tengah berjalan. Selalu saja ada cara atau strategi untuk mencengkramkan kukunya. Salah satunya, sebagaimana diendus oleh anggota DPR Fraksi PDI Perjuangan Masinton Pasaribu terkait kasus korupsi pemberian izin ekspor minyak goreng diduga bentuk urunan dana untuk membiayai wacana penundaan Pemilu 2024 dan perpanjangan masa jabatan presiden dari dua menjadi tiga periode.

Dalam cuitannya di media sosial twitter, Masinton Pasaribu mengatakan korporasi besar perusahaan sawit yang ikut memobilisasi dukungan perpanjangan jabatan presiden 3 periode harus diberi sanksi. Untuk untuk itu, ia meminta Kejaksaan Agung terus melakukan penyidikan kasus izin ekspor minyak goreng. Namun demikian, cuitan Masinton tersebut dianggap Wakil Ketua Umum PKB Jazilul Fawaid sebut cuitan Masinton Pasaribu ihwal melawan oligarki kapital hanyalah sebuah sensasi belaka.<sup>43</sup>

## **D. Membegal Partai Politik**

### Kaum oligarkis beroperasi, dan mencengkram kuku-kukunya

<sup>41</sup> <https://metro.tempo.co/read/1427298/pengamat-jika-pilkada-digelar-2022-anies-baswedan-dapat-panggung/full&view=ok>

<sup>42</sup> <https://www.jpnn.com/news/penundaan-pilkada-dki-diduga-untuk-menzalimi-anies-baswedan?page=2>.

<sup>43</sup> <https://www.tribunnews.com/nasional/2022/04/26/masinton-sebut-mafia-minyak-goreng-sponsori-penundaan-pemilu-elite-pkb-hoax-cuma-cari-sensasi>.

dalam Pemilu atau Pilkada secara individual ataupun dengan cara bersekongkol dengan aktor-aktor strategis lainnya. Bukan hanya itu, kalangan ini juga bekerja secara terstruktur, sistematis, dan massif dan dikelola oleh suatu manajemen profesional dan juga didukung oleh para tenaga andal dan profesional. Sistem informasi dan perangkat teknologi tak luput digunakan agar kerja-kerja kaum oligarkis efektif dan efisien.

Semua itu dapat secara efektif dilakukan oleh karena dukungan pendanaan yang melimpah, dan terkadang tak terbatas (*unlimited*). Kolaborasi kaum oligarkis diujungtombaki oleh pemilik modal kemudian melakukan pembajakan demokrasi elektoral. Fenomena ini sudah terjadi sejak era orde baru kemudian berlanjut hingga era reformasi. Edward Aspinal menyebut hal ini sebagai ironi demokrasi di Indonesia. Yakni: suatu situasi dimana para aktor dominan mendominasi institusi demokrasi namun lebih untuk digunakan untuk keuntungan pribadi, termasuk memelihara patronase dan klientelisme serta melakukan korupsi aset-aset publik.

Salah satu institusi yang paling disasar oleh oligarki untuk dikuasai dan dibegal adalah Partai Politik (Parpol). Hal ini mudah dipahami mengingat kehadiran Parpol dalam suatu negara demokrasi merupakan suatu keniscayaan. Dengan adanya Parpol dapat menjadi kawah candradimuka untuk menyiapkan, menggembleng dan mengader calon-calon pemimpin yang bakal menduduki posisi kunci di eksekutif (pemerintahan) dan legislatif. Sekalipun untuk dapat menduduki posisi-posisi strategis, kader Parpol harus berjibaku atau berkontestasi secara internal (sesama kader atau pengurus Parpol) maupun dengan eksternal (luar Parpol) baik melalui mekanisme Pemilu maupun non Pemilu.

Hal ini disimak dari sejumlah definisi yang diajukan oleh para ilmuwan politik tentang Parpol sebagaimana



dikompilasi oleh pakar politik Miriam Budiardjo.<sup>44</sup> Misalnya Carl J. Friedrich, mendefinisikan Parpol sebagai sekelompok manusia yang terorganisir secara stabil dengan tujuan merebut atau mempertahankan penguasaan terhadap pemerintahan bagi pemimpin Partainya, dan berdasarkan penguasaan ini memberikan kepada anggota Partainya kemanfaatan yang bersifat ideal maupun materiil.

Sigmund Neumann memaknai Parpol sebagai organisasi dari aktivis-aktivis politik yang berusaha untuk menguasai kekuasaan pemerintahan serta merebut dukungan rakyat atas dasar persaingan melawan golongan atau golongan-golongan lain yang tidak sepaham. Sedangkan pakar politik dari Indonesia Miriam Budiardjo mengartikan Parpol sebagai suatu kelompok yang terorganisir yang anggota-anggotanya mempunyai orientasi, nilai-nilai dan cita-cita yang sama dengan tujuan memperoleh kekuasaan politik dan merebut kedudukan politik (biasanya), dengan cara konstitusional guna melaksanakan kebijaksanaankebijaksanaan mereka.

Sementara Robert Hucksom dalam buku teksnya “Political Parties in Amerika” mendefinisikan “Parpol adalah sebuah kelompok warga negara yang mempunyai tujuan ikut dalam pencalonan dan bersaing di Pemilu dengan harapan untuk mendapatkan kontrol atas kekuasaan pemerintahan melalui penguasaan jabatan publik”. Bagi Hicksom, *raison d’etat* untuk memiliki Parpol adalah sederhana: partai adalah sarana yang diperlukan untuk memenangi Pemilu dan memimpin pemerintahan.<sup>45</sup>

Signifikansi dari Parpol dipertegas dengan mencermati tujuan pembentukannya. Menurut Rusadi Kantaprawira, tujuan Parpol

<sup>44</sup> Miriam Budiardjo, Dasar-dasar Ilmu Politik, Gramedia, Jakarta, 1986, hal 159-161.

<sup>45</sup> John Kenneth White, “Apakah Partai Politik Itu?” dalam “Handbook Partai Politik” karangan Ricahrd S. Katz dan William Crotty, Nusa Media, 2014, hal 3.

pada umumnya untuk hal-hal sebagai berikut: a. Berpartisipasi dalam sektor pemerintahan, dalam arti mendudukkan orang-orangnya menjadi pejabat pemerintah sehingga dapat turut serta mengambil atau menentukan keputusan politik atau output pada umumnya; b. Berusaha melakukan pengawasan, bahkan oposisi bila perlu terhadap kelakuan, tindakan, kebijaksanaan para pemegang otoritas (terutama dalam keadaan mayoritas pemerintahan tidak berada dalam tangan Partai Politik yang bersangkutan). c. Berperan untuk dapat memadu (streamlining) tuntutan-tuntutan yang masih mentah (*raw opinion*). Sehingga Partai Politik bertindak sebagai penafsir kepentingan dengan mencanangkan isu-isu politik (*political issue*) yang dapat dicerna dan diterima oleh masyarakat secara luas.<sup>46</sup>

Sementara Ramlan Surbakti dan Didik Supriyanto berpendapat<sup>47</sup>, setidaknya terdapat dua argumen penting yang dapat diajukan untuk merekognisi Parpol berperan penting dalam proses demokrasi elektoral. Yakni: pertama, UUD 1945 menugaskan Parpol sebagai peserta Pemilihan Umum Anggota DPR dan DPRD (Pasal 22E ayat (3)) dan yang mengusulkan pasangan calon presiden dan wakil presiden (Pasal 6). Undang-Undang tentang Pemerintahan Daerah juga menugaskan Parpol untuk mengusulkan pasangan calon kepala daerah dan wakil kepala daerah.

Dengan posisinya sebagai peserta Pemilu Anggota DPR dan DPRD, Parpol menentukan siapa yang akan menjadi calon anggota DPR dan DPRD dan mengarahkan para kadernya di DPR dan DPRD dalam membuat keputusan tentang legislasi, anggaran, dan pengawasan. Parpol pula yang “mendengarkan, menampung, dan memperjuangkan aspirasi rakyat” atau

<sup>46</sup> Rusadi Kantaprawira, *Sistem Politik Indonesia suatu Model Pengantar*, Sinar Baru, Bandung, 1988, hal 62.

<sup>47</sup> Ramlan Surbakti Didik Supriyanto, *Mendorong Demokratisasi Internal Partai Politik, Perbit Kemitraan bagi Pembaruan Tata Pemerintahan 2013*, hal 1.

melaksanakan fungsi representasi politik. Dengan serangkaian kewenangan yang dimilikinya, Parpol menentukan siapa yang menjadi penyelenggara negara, baik di lembaga legislatif maupun eksekutif tingkat nasional maupun daerah. Itulah sebabnya mengapa Parpol peserta Pemilu digambarkan sebagai ‘pintu masuk untuk jabatan politik.

Kedua, Parpol merupakan komponen dan aktor utama sistem politik demokrasi baik, sebagai peserta Pemilu Anggota DPR dan DPRD dan yang mengusulkan peserta Pemilu Presiden dan Wakil Presiden serta Peserta Pemilu Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah, maupun sebagai “jembatan” antara rakyat dengan negara. Parpol disebut sebagai jembatan antara rakyat dengan Negara karena Parpol melaksanakan peran sebagai representasi politik rakyat dalam menyuarakan aspirasi dan kehendak rakyat dan memperjuangkannya menjadi bagian dari kebijakan publik.

Kedua hal itulah yang menyebabkan Parpol tidak saja sebagai badan publik, tetapi juga komponen dan aktor utama demokrasi. Karena menjadi badan publik dengan dua peran demokrasi tersebut, wajarlah mempertanyakan apakah Parpol secara internal telah dikelola berdasarkan prinsip dan metode demokrasi. Bagaimana mungkin Parpol berperan sebagai pelaku demokrasi secara eksternal kalau secara internal Parpol tidak dikelola secara demokratis?

Sayangnya, peranan Parpol tersebut dalam praktiknya belum sepenuhnya sesuai kenyataan. Bahkan tidak jarang disalahgunakan. Sehingga mengakibatkan Parpol mengalami disfungsi. Dalam konteks ini, oligarki yang kini sudah menggurita acapkali dituding sebagai sumber dan penyebab terjadinya kekacauan dalam proses demokrasi elektoral. Bahkan Profesor Northwestern University Jeffrey Winters<sup>48</sup>

<sup>48</sup> <https://politik.rmol.id/read/2020/06/09/438428/jeffrey-winters-ham->

mengungkapkan, hampir 100 persen dana kampanye yang digunakan partai politik di Indonesia berasal dari para oligarki. Hal ini berbeda dengan dengan di Amerika Serikat dimana ada calon Presiden yang mengumpulkan dana kampanye langsung dari masyarakat.

Cara yang dilakukan oleh kaum oligarki, menurut Ketua MPR Bambang Soesatyo dengan membegal kepemimpinan Parpol. Diilustrasikan Bambang Soesatyo (Bamsot), cukup merogoh ongkos Rp 1 triliun, untuk menguasai Parpol di Indonesia. Kemudian melalui orang-orangnya bisa mempengaruhi kebijakan Parpol. Jika Parpol dikuasai, dia akan menguasai parlemen. Jika dia kuasai parlemen maka akan kuasai pasar-pasar dan sumber daya alam, dan dialah yang berhak mengusung siapa pemimpin, presiden, bupati, gubernur dan walikota. Akibatnya, hanya segelintir orang yang menikmati kue pembangunan, sedang yang lain terpinggirkan. Tak jarang kandidat dan partai politik tersandera. Menurut Bamsot, hal ini seperti lingkaran setan yang tak jelas ujung dan akhirnya.<sup>49</sup>

Salah satu bentuk dari praktik oligarki adalah kartelpolitik, yang ditandai dengan kesediaan partai-partai untuk berbagi peran yang secara implisit bersifat saling mendukung untuk memanfaatkan akses dari sebuah jabatan publik dan uangnegara demi kepentingan kolektif mereka. Praktik ini terjadi bahkan tidak lama setelah era reformasi bergulir. Kartel politik ini terjadi karena partai belum mampu memosisikan diri sebagai penyeimbang yang efektif bagi pemerintah, yang akhirnya menghadirkan *delegative democracy* dan secara substansi memelihara oligarki.<sup>50</sup>

---

pir-100-persen-dana-kampanye-di-indonesia-berasal-dari-oligarki, Selasa, 9 Juni 2020.

<sup>49</sup> <https://mediaindonesia.com/politik-dan-hukum/290570/ketua-mpr-pal-ing-mahal-rp1-triliun-untuk-kuasai-parpol>.

<sup>50</sup> Firman Noor, Partai Politik Sebagai Problem Demokrasi di Indonesia Era Reformasi, Kajian Penyebab dan Solusinya, LIPI Press, 2018, hal 6.

Firman Noor<sup>51</sup> menyebut lima faktor yang menyebabkan keterjebakan Parpol ke dalam oligarki, yakni: *pertama*, keberadaan figur utama atau elite partai yang menjadi penentu dalam banyak hal, karena pada sebagian partai hingga kini tidak pula mendapatkan pengganti. “Orang-orang kuat” ini muncul sebagai representasi ideologis atau historis. Dalam konteks Indonesia saat ini, karena pada umumnya partai tidak bersifat ideologis, maka figuritas di kebanyakan partai disebabkan karena faktor kesejarahan terbentuknya partai atau sebuah “momen historis” yang menyebabkan seorang figur menjadi mencuat ke permukaan dan mendapat dukungan luas.

Figur-figur memainkan peran kesejarahan partai itu menyebabkan penghormatan, yang akhirnya kerap berlebihan sehingga keberadaannya berikot *inner circle* di dalamnya demikian kokoh. Partai-partai yang sejak awal diinisiasi, dibentuk, dan dijalankan oleh tokoh penentu, yang biasanya kemudian sebagai pimpinan partai, cenderung berpotensi mengalami situasi oligarkis.

*Kedua*, dalam perjalanannya, selain aspek historis ataupun ideologis, kehadiran para figur penentu yang melahirkan oligarki juga disebabkan adanya ketergantungan finansial partai pada sumber-sumber keuangan dimiliki atau jaringan yang dimiliki para figur itu. Colin Crouch (2004) menggunakan istilah “firma politik” untuk menggambarkan ketergantungan finansial dan merembet pada struktur pembentukan partai yang pada akhirnya bagaimana partai dikelola. Partai-partai tersebut pada akhirnya cenderung bersifat “ultra-sentralistis” dan berperan terutama sebagai pelayan bagi kepentingan elite.

Situasi ini diperkuat oleh kondisi pragmatisme semakin kental saat ini karena *money talks* yang menyebabkan figur-figur kuat secara finansial akan bisa berperan amat besar. Dulu

<sup>51</sup> <https://nasional.sindonews.com/berita/1382660/18/fenomena-oligarki-partai>, Kamis 28 Februari 2019.

almarhum Cak Nur pernah menyinggung faktor ini dengan istilah kepemilikan “gizi”. Situasi ini sangat terasa terutama pada partai-partai yang tidak berorientasi *values* atau ideologi dalam aktivitasnya. Akibatnya, jaringan (networking), konstelasi, ataupun kontestasi internal yang terbentuk saat ini lebih dipengaruhi oleh faktor kekuatan material-finansial.

*Ketiga*, hal lain turut berkontribusi untuk menciptakan oligarki karena pelembagaan partai yang belum sempurna. Pelembagaan partai itu sendiri tingkatnya adalah sebuah kondisi ketik sistem yang dibangun partai dan segenap aturan main dihargai serta dijalankan secara konsisten selain terbangunnya pola sikap dan budaya dalam partai (Randall dan Svansand 2002). Namun, yang terjadi saat ini pelembagaan masih berjalan stagnan bahkan mengalami regresi. Sistem dan aturan kerap ditafsirkan untuk kemudian disesuaikan demi kepentingan elite dan jaringan oligarkinya. Dalam momen-momen tertentu, pelaksanaan musyawarah menjadi semu. Keputusan partai kerap diambil sepihak.

*Keempat*, di sisi lain, tidak dapat dimungkiri bahwa AD/ART partai juga memberikan landasan bagi penguatan peran elite. Studi mengenai kandidasi partai, misalnya, menunjukkan dalam banyak hal, termasuk kandidasi, figur pimpinan partai menjadi demikian berkuasa, dan pada beberapa partai menjadi demikian absolut, karena aturan main internal memberi celah untuk itu. Kondisi ini tentu saja pada akhirnya mendorong perluasan rekayasa penciptaan kepatuhan buta yang mengorbankan semangat untuk kritis dan objektif.

*Kelima*, faktor eksternal turut memengaruhi aturan main terkait kepartaian dan kepemiluan yang secara umum masih memberikan celah bagi partai-partai untuk membangun oligarki dalam dirinya. Setidaknya hingga kini keharusan kaderisasi, pengelolaan keuangan partai yang mampu menetralisasi peran oligarki belum diatur secara tegas dan komprehensif. Selain

itu, syarat ambang batas presiden maupun pencalonan kepala daerah yang memberikan peluang elite partai untuk saling bermanuver membangun koalisi juga turut berkontribusi secara tidak langsung bagi pengokohan kekuasaan elite maupun ketergantungan kader pada manuver elite.

Dalam pencermatan Ramlan Surbakti, Parpol belum dikelola secara demokratis. Secara finansial dibiayai para elite partai, baik uang sendiri maupun uang yang diupayakan dari sumber lain secara tak sah (korupsi). Lebih berorientasi jabatan (*power seeking*) daripada kebijakan publik (*policy seeking*). Ideologi lebih difungsikan sebagai tontonan publik daripada tuntunan bagi kader dalam melaksanakan kegiatan politik. Lebih dikenal dari popularitas tokoh dan kadernya daripada rencana kebijakan dan program yang diperjuangkan jadi kebijakan publik, jumlah warga negara yang mengidentifikasi diri secara psikologis dan ideologis dengan suatu partai sangat rendah. Hal ini merupakan produk dari kelima kelemahan tadi. Akibatnya, secara substansial demokrasi di Indonesia belum terkonsolidasi dan sistem politik masih mengalami defisit demokrasi. Karena itu, Parpol merupakan titik lemah sistem politik Indonesia.<sup>52</sup>

Faktor eksternal lain yang turut memberikan kenyamanan para oligarki adalah sikap kurang kritis masyarakat atau *civil society* pada kondisi internal partai-partai. Akibatnya, partai tidak merasa terusik apalagi terpicu memperbaiki diri agar bisa benar-benar menjadi lembaga demokrasi yang mampu bersikap dan berperilaku demokratis. Mengingat kompleksitas penyebab oligarki di atas, tentu saja diperlukan pendekatan komprehensif mulai dari pembenahan internal partai, pengaderan aktor partai yang reformer, dukungan aturan main, hingga dukungan elemen-elemen *civil society*. Pembenahan yang bersifat parsial dan tanpa dukungan komprehensif, jelas tidak akan membawa

<sup>52</sup> <https://rumahpemilu.org/parpol-dan-sistem-pemilu-oleh-ramlan-surbakti>, 2 Maret 2020.

dampak signifikan bagi upaya pereduksian oligarki dalam partai politik. Sebuah situasi yang sesungguhnya telah melawan hakikat reformasi itu sendiri.

Marcus Mietzner, Associate Professor di Department of Political and Social Change, Coral Bell School of Asia Pacific Affairs, Australian National University<sup>53</sup> mengaitkan fenomena seperti ini dengan sistem pendanaan Parpol. Mengutip data KPK pada 2016, memperkirakan bahwa biaya operasional partai, tidak termasuk biaya kampanye, nyaris mencapai angka Rp 9,3 triliun. Artinya, subsidi negara hanya menambal 5% dari biaya operasional partai. Jika turut menghitung biaya kampanye, proporsi subsidi negara ini menyusut mendekati nol. Pada Pemilu 2019, ada sekitar 245.000 kandidat yang bersaing untuk memperebutkan sekitar 20.000 kursi.

Dengan subsidi negara untuk partai yang bisa dibilang tidak relevan dalam hal pendanaan politik, seharusnya diasumsikan bahwa mayoritas partai mencari modal melalui donasi. Memang, partai-partai melaporkan total pengeluaran kampanye legislatif 2019 sebesar Rp3,1 triliun, sebuah rekor baru. Namun demikian, menurut Marcus Mietzner, jumlah itu tidak sampai 10% dari pengeluaran riil. Ini berarti bahwa sebagian besar transaksi tidak dilaporkan.

Parpol sebagai mesin oligarki dikontribusi dan dilegitimasi oleh peraturan perundangan yang memberikan kuasa nyaris tidak terbatas dalam menentukan proses demokrasi internal maupun eksternal. Ini artinya, langsung tidak langsung, desain peraturan perundangan turut mengakibatkan terjadinya pelanggaran oligarki yang memprihatinkan berbagai kalangan. Seperti tertera pada UUD 1945 Pasal 22E ayat (3) pasca amendemen yang

<sup>53</sup> Jurnal Legislasi Indonesia, Volume 16 No. 1, Maret 2019. Sumber: chrome extension://efaid-nbmnnibpcajpcglcfindmkaj/https://www.newmandala.org/wp-content/uploads/2019/11/Sistem-Elektoral-Indonesia%E2%80%94Mengapa-Perlu-Direformasi-November-2019.pdf.



menyatakan bahwa “Peserta Pemilu untuk memilih anggota DPR dan anggota DPRD adalah Parpol (Parpol)”. Ketentuan itu mengafirmasi bahwa syarat pertama untuk menjadi anggota DPR RI (dan DPRD) adalah tergantung pimpinan Parpol.

Amanat UUD 1945 tersebut kemudian *dibreakdown* dalam bentuk UU No. 10 tahun 2016 tentang Pilkada Pasal 42 poin 4 yang mengatur, pendaftaran pasangan Calon Gubernur dan Wakil Gubernur ditandatangani oleh Ketua Parpol tingkat Provinsi disertai Surat Keputusan Pengurus Parpol tingkat Pusat tentang Persetujuan atas calon yang diusulkan oleh Pengurus Parpol tingkat provinsi. Ketentuan adanya persetujuan dari Pengurus Parpol tingkat pusat juga berlaku bagi pasangan calon Bupati dan Wakil Bupati atau Walikota dengan Wakil Walikota (poin 5 dan 6).

Kemudian pada UU No. 7 tahun 2017 tentang Pemilu Pasal 241 ayat (1) dan (2) juga mengatur hal kurang lebih sama. Yakni: Parpol peserta Pemilu melakukan seleksi bakal calon anggota DPR, DPRD provinsi, dan DPRD kabupaten atau kota dilakukan secara demokratis dan terbuka sesuai dengan mekanisme internal partai politik. Selanjutnya *dibreakdown* lagi melalui PKPU No. 20 tahun 2018 tentang Pencalonan Anggota DPR, DPRD Provinsi, DPRD Kabupaten/Kota. Pada Pasal 6 ayat 1 dari PKPU tersebut disebutkan, setiap Parpol dapat mengajukan bakal calon anggota DPR, DPRD Provinsi, dan DPRD Kabupaten/Kota, dengan ketentuan antara lain Diajukan oleh Pimpinan Parpol sesuai tingkatannya.

Menurut Irvan Mawardi, disinilah logika demokrasi menjadi *absurd*. Bagaimana tidak lucu, aturan main untuk sebuah pertandingan dibuat sedemikian rupa oleh orang-orang atau pihak yang juga akan bermain dalam pertandingan itu. Kalau seperti ini alurnya, maka dinamika pembahasan RUU dengan mudah ditebak; penuh kompromi pragmatis dalam untaian

oligarkis Parpol.<sup>54</sup>

Berbagai peraturan perundangan tersebut berkontribusi menimbulkan hegemoni kekuasaan di lingkungan Parpol tingkat pusat dan ketergantungan elit politik daerah kepada elit politik nasional. Dalam situasi seperti ini, maka penegakan demokrasi internal dalam proses menyeleksi kandidat untuk menjadi Calon Legislatif (Caleg) atau Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah acapkali terjadi distorsi. Kekuasaan yang nyaris tidak terbatas dari Parpol acapkali digunakan untuk berbagai kepentingan, yang salah satunya adalah untuk sumber pembiayaan partai.

Studi USAID (2003) menyebutkan, ada beberapa sumber pembiayaan politik Parpol: *pertama*, bersumber dari *party membership dues* dan *income generating activities*. *Kedua*, bersumber dari kampanye yang digalang oleh *small/medium donors*. *Ketiga*, donasi dari para pemilik modal besar; mulai dari para kapitalis kroni sampai dengan pemodal asing. Keempat, dana yang bersumber dari *elected officials* dan *Appointee's salary subcharge*. Kelima, dana-dana “gelap” yang digalang para kandidat dari sumber dana negara seperti: “setoran” BUMN dan dana “non budgeter” dari rekening pejabat pemerintah yang diperoleh secara ilegal. *Keenam*, dan yang bersumber dari subsidi negara. *Ketujuh*, dana yang berasal dari kantong pribadi para kandidat.

Bisa secara kebetulan (*by accident*) atau bisa juga *by design*, kaum oligarki mendapat keuntungan dari adanya sejumlah putusan Mahkamah Konstitusi (MK). Misalnya, ketika MK memutuskan menganulir Pasal 7 huruf g UU No. 8 tahun 2015 tentang Pilkada yang akhirnya membolehkan mantan narapidana menjadi kandidat dalam Pilkada dengan syarat yang bersangkutan mengumumkan ke publik secara terbuka dan jujur bahwa ia mantan narapidana.

<sup>54</sup> Irvan Mawardi, Pemilu dalam Cengkraman Oligarki, Fenomena Kegagalan Demokrasi Prosedural, Pukap, 2011, hal 11.

Keputusan MK tersebut disambut antusias oleh sejumlah mantan narapidana dengan ikut mendaftar sebagai kandidat dalam Pilkada. Antara lain, Somemarno HS, Jimmy Rimba Rogi. Soemarno adalah mantan Walikota Semarang, mendaftar ikut Pilkada Kota Manado, Sulawesi Utara, dan Jimmy Rimba Rogi sebagai calon Walikota Manado. Jimmy adalah mantan narapidana perkara korupsi kota Manado tahun 2006 senilai Rp 64 miliar. Sementara Elly mendaftar mengikuti Pemilihan Gubernur Sulawesi Utara. Selain mantan narapidana, tersangka juga diketahui ikut mendapat mengikuti Pilkada yakni: Sekretaris Daerah Provinsi Sulawesi Tengah Amjad Lawasa. Amjad adalah tersangka kasus dugaan korupsi di Poso, Sulawesi Tengah, pada 2010.<sup>55</sup>

Juga ketentuan diperbolehkannya keluarga petahana maju dalam Pilkada tanpa harus menunggu jeda satu kali jabatan berdasarkan Putusan MK yang menganulir Pasal 7 huruf r UU No. 8 tahun 2015 tentang Pilkada karena dianggap bertentangan dengan UUD 1945. Baik mantan narapidana maupun petahana secara umum dan faktual memiliki anggaran atau dana yang besar sebagai akibat dari warisan kekayaannya di masa lalu ataupun perselingkuhannya dengan kaum oligarkis atau pemilik modal. Lagi-lagi disini, potensi sumber dana tersebut tidak jarang dimanfaatkan untuk memperbanyak pundi-pundi Parpol, atau oknum Pimpinan Parpol.

Dengan kewenangannya yang demikian besar, elit Parpol terutama yang mempunyai kursi mayoritas di parlemen (pusat ataupun daerah) selain mempunyai wewenang besar dalam menjaring dan menyeleksi orang-orang yang bakal menjadi caleg dan yang masuk dalam Daftar Calon Sementara (DCS) hingga daftar Daftar Calon Tetap (DCT), melainkan juga merambah dalam penempatan orang-orang pada pos jabatan basah, khususnya di lingkungan birokrasi dan pemerintahan.

<sup>55</sup> <https://antikorupsi.org/id/article/banyak-ex-terpidana-daftar-pilkada-masyarakat-ha-rus-selektif>.

Jika ditelusuri lebih jauh, situasi dimana oligarki berpengaruh dalam ikut menentukan seleksi proses pencalegan sudah terjadi atau diawali saat sejak proses pemilihan ketua umum partai. Biasanya mengambil momentum kegiatan kongres, muktamar, musyawarah nasional, dan sebagainya. Disini tidak jarang para cukong tersebut membantu dan membiayai pemenangan calon ketua umum partai yang akan maju menjadi calon ketua umum. Tujuannya supaya calon tersebut memenangi Pemilihan Ketua Umum Partai.

Sebenarnya bukan hanya terjadi di lingkungan Parpol, fenomena serupa merambah pada pemilihan ketua umum organisasi kemasyarakatan, organisasi keagamaan, organisasi kepemudaan, dan sebagainya. Khususnya pada organisasi kemasyarakatan yang memiliki modal sosial, kultural, ekonomi dan politik serta jaringan kepengurusan yang sudah solid dari tingkat pusat hingga ranting. Maka tidak salah manakala dikatakan oligarki sudah mencengkram dan mebegal institusi politik, sosial maupun keagamaan.

Dalam melakukan aksinya, para pemodal, cukong atau bandar politik terutama yang tergabung dalam oligarki ada yang bermain satu kaki, maksudnya hanya mendukung satu calon ketum tertentu karena meyakini calon tersebut bakal memenangkan kontestasi, tetapi tidak jarang juga bermain dua atau bahkan tiga kaki (semua kandidat). Tujuan taktisnya, dengan mendukung semua calon maka siapapun yang menang dalam suatu perebutan ketua umum suatu organisasi, khususnya Parpol, sulit melepaskan diri dari cengkraman oligarki.

Melalui kaki tangannya di lingkungan Parpol, oligarki juga ditengarai mempengaruhi penetapan jabatan strategis, khususnya setingkat se-tingkat menteri. Indikasinya, semula Presiden Joko Widodo (Jokowi) menginginkan, jika terpilih

menjadi presiden tidak ingin tersandera koalisi partai politik. Jokowi ingin komposisi kabinet bukan diisi personel hasil koalisi bagi-bagi kursi, melainkan orang yang kredibel di bidangnya.<sup>56</sup> Tetapi setelah Jokowi terpilih menjadi presiden, kabinetnya tetap gemuk.<sup>57</sup> Ini yang kemudian dikritik oleh Indonesia Corruption Watch (ICW) dan menilai presiden terpilih Joko Widodo mulai melupakan janji-janjinya.<sup>58</sup>

Mendapati realitas tersebut, tidak jarang memunculkan isu 'bau amis' dalam pengangkatan kursi menteri. Ketua Umum DPP Partai Persatuan Pembangunan (PPP) versi Muktamar Jakarta, Humphrey Djemat mengaku terheran-heran ketika memasuki dunia politik. Advokat ini menemukan fakta bahwa jabatan level menteri tidak terbebas dari transaksi politik. "Saya mendengar dari calon menteri yang di-endorsed oleh partai politik. Tak perlu kasih uang tapi harus bisa berkontribusi Rp 500 miliar selama jadi menteri," ujarnya ketika bercerita dalam acara diskusi Quo Vadis Pilkada Langsung di Jakarta, Minggu (24/11/2019).<sup>59</sup> Meskipun nyinyiran Humprey tersebut masih harus dibuktikan kebenarannya, informasi tersebut mengirim pesan bahwa pengaruh uang sudah merambah demikian jauh, termasuk dalam penentuan pejabat tinggi negara.

<sup>56</sup> <https://amp.kompas.com/nasional/read/2014/04/16/0750206/jokowi-janji-bangun-kabin-net-kerja-bukan-kabinet-bagi-bagi-kursi>, 16 April 2014.

<sup>57</sup> Pada kabinet Indonesia Maju, yang dilantik secara lesehan di beranda Istana Merdeka, Rabu (23/10/2019) oleh Presiden Joko Widodo, terdiri atas 34 menteri. Dari jumlah tersebut, 18 kursi diisi oleh sosok dari kalangan profesional non-Parpol, sedangkan 16 menteri diisi oleh sosok berlatar belakang Parpol. Ada pula Seskab Pramono Anung yang juga berasal dari Parpol yaitu PDI Perjuangan.

<sup>58</sup> <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20140923170454-32-4122/icw-anggap-jokowi-in-gkar-janji>.

<sup>59</sup> <https://kabar24.bisnis.com/read/20191125/15/1173884/politik-transaksional-kursi-ment-eri-berbanderol-rp500-miliar-calon-kepala-daerah-bayar-di-muka>.

**Bagian Kedua**

## **Dampak Pembegalan Demokrasi Elektoral**



# Bagian Kedua

## Dampak Pembegalan Demokrasi Elektoral

### A. Politik Biaya Tinggi

Banyak harga mahal yang harus dibayar akibat cengkraman oligarki. Analisis Sosial Politik Universitas Negeri Jakarta Ubedillah Badrun<sup>1</sup> berpendapat, ketika kekuasaan dengan mudah dikendalikan oligarki, setidaknya ada tiga hal utama yang akan rusak. Pertama, praktik politik rusak. Etika dan politik kenegarawanan disingkirkan, diabaikan bahkan dilecehkan. Dinasti politik tumbuh subur, karena oligarki senang beternak anak bau kencur dari penguasa istana menjadi penguasa-penguasa lokal yang disiapkan untuk masuk istana dikemudian hari.

Kedua, demokrasi rusak. Sebab oligarki berkepentingan melindungi aset sumber daya materialnya, sehingga segala sesuatu yang mengancam keselamatan asetnya harus dihentikan. Maka jangan heran jika ada aktivis yang mengkritik oligarki dengan segera dilaporkan ke kepolisian dengan tuduhan pencemaran nama baik. Akibatnya indeks demokrasi Indonesia memperoleh skor terendah sepanjang 14 tahun terakhir. Hanya mendapat skor 6,30, dengan skor kebebasan sipil 5,59 (The Economist, 2021) dan indeks kebebasan internet 49 (freedomhouse, 2021).

Ketiga, korupsi merajalela. Oligarki yang menggurita dengan leluasa membeli politik elektoral. Membiayai pemenangan politik

<sup>1</sup> <https://www.rmoljabar.id/korupsi-oligarki-dan-runtuhnya-kekuasaan>, Rabu 8 Desember 2021.



secara besar-besaran. Akibatnya, politisi di bawah kendali oligarki yang turut mendorong praktik koruptif. Data KPK menunjukkan bahwa 60 persen koruptor adalah politisi. Pola transaksional politik dengan bisnis seringkali terjadi.

Para oligark menginginkan kemudahan akses bisnis dengan pembiayaan negara, para oligark juga mengintervensi pembuatan regulasi yang menguntungkannya, bahkan bisa memerintah penguasa untuk melakukan apapun demi kepentingannya. Mereka mengabaikan kepentingan nasional, mengabaikan nasib rakyat banyak. Para oligark seperti ini disebut oligarki predator, rakus, menguasai segala hal.

Pembajakan demokrasi elektoral oleh kaum oligarki, menurut Hanta Yuda, politik uang dan pemakeleran inilah yang menyebabkan biaya politik semakin menggelembung dan ongkos demokrasi semakin tinggi.<sup>2</sup> Muaranya mengakibatkan demokrasi elektoral yang direpresentasikan dengan Pemilu dan Pilkada di tergolong sangat mahal atau berbiaya tinggi (*high cost economy*).

Pemilu berbiaya tinggi bukan hanya tercermati dari biaya yang ditanggung oleh pemerintah yang mencapai triliunan rupiah melalui APBN<sup>3</sup> dan APBD untuk Pilkada<sup>4</sup>, melainkan juga dan terutama yang harus ditanggung oleh Parpol dari mulai proses pembentukan, pemenuhan persyaratan administrasi, mengikuti verifikasi administrasi dan faktual calon peserta

<sup>2</sup> Koran Tempo, 23 November 2013.

<sup>3</sup> Berdasarkan data yang tersedia, anggaran pemilu 2019 adalah senilai Rp25,59 triliun atau naik 61% dibanding anggaran untuk Pemilu 2014 sebesar Rp15,62 triliun. Untuk Pemilu Serentak 2024 diperkirakan akan mencapai Rp110,4 triliun. Rinciannya untuk KPU senilai Rp 76,6 triliun dan Bawaslu senilai Rp 33,8 triliun.

<sup>4</sup> Sebagai contoh untuk kegiatan Pilkada Serentak 2028. Direktur Jenderal Otonomi Daerah Kementerian Dalam Negeri Sumarsono menyebutkan, total anggaran penyelenggaraan Pilkada Serentak 2018 di 171 daerah berpotensi tembus Rp 20 Triliun. Saat ini total anggaran baru mencapai Rp 15,2 triliun. Rinciannya anggaran Komisi Pemilihan Umum (KPU) Rp 11,9 triliun, Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) Rp 2,9 triliun, dan pengamanan TNI-Polri Rp 339,6 miliar. (<http://perludem.org/2017/10/31/anggaran-pilkada-2018-tp-20-triliun-perludem-ingatkan-transparansi-penggunaannya>).

Pemilu, pemenuhan infrastuktur dan jaringan kepengurusan dari pusat hingga daerah, pengelolaan Parpol dan sebagainya.

Oleh karena keterbatasan dana Parpol yang berawal dari ketidakmampuan Parpol memperoleh pemasukan dana secara mandiri, maka Parpol mendorong dan 'mewajibkan' pengurus, kader, anggota, atau siapapun yang ingin menjadi Bakal Calon Anggota Legislatif (Bacaleg) atau Bakal Calon Kepala Daerah untuk menyetor sejumlah uang. Dalihnya untuk menyewa perahu (Parpol) atau mendapatkan tiket Bacaleg, memperoleh nomor urut peci atau buntut sehingga muncul istilah NPWP (nomor piro wani piro), biaya kampanye, pelatihan saksi, honor saksi, relawan dan sebagainya.<sup>5</sup>

Dalam konteks Pemilu Legislatif. Menurut Ketua Nasional Masyarakat Pers Pemantau Pemilihan Umum Putu Artha, Caleg kabupaten/kota harus menyetor uang sebesar Rp 100 juta hingga Rp 500 juta dan provinsi sebesar Rp 500 juta hingga Rp 1 miliar. Sementara, calon anggota DPR membayar Rp 1 miliar hingga Rp 5 miliar. Tidak ada cerita soal kualitas demokrasi tapi siapa yang bisa membayar. Hal tersebut diungkap Putu sebagai salah satu kesimpulan dari seminar dan Rapat Kerja Nasional IX Perhimpunan Pemuda Hindu (Peradah) Indonesia di Palangkaraya, Kalimantan Tengah, yang berakhir Minggu (21/4/2013).<sup>6</sup>

Pernyataan Putu tersebut untuk pencalegan untuk Pemilu 2014. Untuk menghadapi Pemilu Legislatif 2019, bisa jadi jumlahnya makin membengkak. Direktur Prajna Research

<sup>5</sup> Dalam istilah UU No. 7 tahun 2017 tentang Pemilu biaya-biaya tersebut untuk (a) melakukan kampanye dengan berbagai metode kampanye pertemuan tertutup, pertemuan terbatas, kampanye rapat umum, kampanye di Media Sosial, di media cetak dan elektronik, (b) biaya pembelian dan pemasangan alat peraga kampanye, spanduk, baliho, bendera poster, dll, (c) penyebaran bahan kampanye, pembagia kaos, kalender, topi, dll, (d) kampanye dalam bentuk lain, bazar, donor darah. Acara HUT dll, e. Biaya operasional tim kampanye dan tim sukses, dan f. Biaya operasional para saksi, pada saat pemungutan suara di Tempat Pemungutan Suara (TPS).

<sup>6</sup> <https://amp.kompas.com/properti/read/2013/04/21/21543555/index.html>.

Indonesia Sofyan Herbowo mempunyai ancer-ancer (Caleg) biaya yang harus dikeluarkan oleh Caleg saat akan menghadapi Pileg. Adapun perinciannya sebagai berikut: Caleg DPR RI: Rp 1 miliar-Rp 2 miliar, Caleg DPRD Provinsi: Rp 500 juta-Rp 1 miliar, dan Caleg DPRD Kabupaten/Kota: Rp 250 juta-Rp 300 juta.<sup>7</sup>

Menurut Institut Otda (2021), sebagaimana dikutip Azyumardi Azra, biaya calon Pilkada/Pemilu 2019: Caleg lokal DPRD kabupaten/kota antara Rp 500 juta dan Rp 1 miliar; Caleg DPRD Provinsi Rp 1 miliar sampai Rp 2 miliar; Caleg DPR RI sekitar Rp 1 miliar sampai Rp 2 miliar; calon bupati/wali kota Rp 10 miliar sampai Rp 30 miliar; calon gubernur Rp 30 miliar sampai Rp 100 miliar; dan calon presiden sekitar Rp 5 triliun sampai Rp 20 triliun.

Untuk biaya penclonan Kepala Daerah, Plt Dirjen Politik dan Pemerintahan Umum Kementerian Dalam Negeri Bahtiar mengungkapkan, pasangan calon kepala daerah bisa mengeluarkan biaya ratusan miliar hingga triliunan rupiah untuk biaya pemilihan kepala daerah (Pilkada). Biaya minimal yang harus dikeluarkan paslon di kisaran Rp 25 miliar hingga Rp 30 miliar.

Meski demikian, uang tersebut tidak seluruhnya berasal dari kantong pribadi pasangan calon (Paslon), melainkan adanya pihak sponsor atau pemodal untuk menyokong ongkos politik paslon dalam Pilkada. Nanti kompensasinya (dari kepala daerah terpilih) nanti bisa soal izin bisnis, dan sebagainya. Kondisi seperti ini menurut Bahtiar, berpeluang besar menyebabkan tindakan korupsi di kemudian hari untuk mengembalikan modal politik saat kampanye Pilkada.<sup>8</sup>

Itulah sebabnya, dalam tahapan penjaringan dan penetapan

<sup>7</sup> <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/08/01/064607526/ingin-jadi-caleg-berapa-mil-iar-dana-dibutuhkan?page=all>

<sup>8</sup> <https://nasional.kompas.com/read/2019/12/03/05400011/kemendagri--paslon-bisa-keluar-kandana-rp-25-30-miliar-saat-pilkada?page=all>.

Caleg oleh Parpol berlangsung secara tertutup. Parpol menyuguhkan informasi yang cukup mengenai metode rekrutmen dan seleksi Caleg kepada masyarakat. Tiba-tiba saja nama Caleg tersebut itu terpampang di daftar calon yang ditetapkan KPU. Tidak ada transparansi dalam mekanisme rekrutmen Caleg oleh Parpol. Namun UU No. 7 tahun 2017 tentang Pemilu berbeda, Pasal 24 mensyaratkan pelaksanaan seleksi bakal Caleg yang demokratis dan terbuka sesuai dengan AD/ART Parpol.<sup>9</sup>

Ketertutupan proses pencalegan bisa jadi sengaja dilakukan dengan salah satu tujuannya untuk mencari dan mendapatkan siapa Caleg yang paling bersedia memberikan setoran dana terbesar kepada partai. Besaran setoran tersebut berpotensi mempengaruhi dalam penetapan nomor urut Calon Legislatif pada Daftar Calon Sementara (DCS) maupun Daftar Calon Tetap (DCT). Istilah yang berkembang untuk mendeskripsikan fenomena ini adalah politik NPWP: nomor piro wani piro. Sedangkan yang setorannya kecil, peluang terbesarnya memperoleh nomor urut tengah bahkan buncit. Bahkan bisa terlempar dari pencalegan sekalipun memiliki modal politik, sosial, intelektual, dan sebagainya, cukup memadai.

Edward Aspinall dan Ward Berenschot melakukan metafora Pemilu berbiaya tinggi ini dengan istilah demokrasi untuk diperjualbelikan atau *democracy for sale*.<sup>10</sup> Berdasarkan hasil riset yang dilakukannya, Ward Berenschot<sup>11</sup> menemukan tiga praktik yang khas dalam politik informal Indonesia. Pertama, politik transaksional yang salah satu kategorinya adalah jual beli suara. Jual beli suara yang dilakukan pada Pemilu dan Pilkada di Indonesia tak hanya dilakukan melalui jaringan partai,

<sup>9</sup> Yuyun Dwi Puspitasari, Derajat Transparansi Partai Politik dalam Seleksi Bacaleg Pemilu 2019, dalam "Demokrasi Rekrutmen Partai Politik", Yayasan Perlundem, tt, hal 8.

<sup>10</sup> Lebih jauh baca: Edward Aspinall dan Ward Berenschot, *Democracy for Sale, Pemilu, Klientelisme, dan Negara di Indonesia*, Yayasan Pustaka Obor, Indonesia, 2019.

<sup>11</sup> <https://rumahpemilu.org/democracy-for-sale-membedah-elektoral-klientelisme-dalam-politik-informal-di-indonesia>, 11 April 2019.

melainkan juga oleh orang-orang yang merupakan bagian dari jaringan calon. Praktik ini tak ditemukan di India dan Argentina, sebab jual beli suara di kedua negara tersebut hanya dilakukan melalui jaringan partai politik.

Kekhasan kedua, menurut Ward Berenschot yang juga Peneliti (KITLV) dan Edward Aspinall yang adalah Profesor pada Departemen Perubahan Politik dan Sosial, Coral Bell School of Asia Pacific Affairs, Australian National University, yakni adanya tim sukses. Cerita mengenai tim sukses dan broker politik tak akan ditemukan pada politik India dan Argentina, sebab kampanye calon dilakukan oleh jaringan partai politik. Kekhasan ketiga, yaitu broker politik. Para kandidat di Indonesia membentuk jaringan broker politik mulai dari tingkat nasional hingga rukun tetangga. Jaringan inilah yang dimanfaatkan oleh kandidat untuk melakukan politik uang sebagai cara menjalin hubungan dan meraup dukungan dari masyarakat. Broker politik asing bagi India dan Argentina. Sebabnya, partai politik di India dan Argentina yang memiliki akses terhadap sumber daya negara telah menjalin hubungan dengan masyarakat setempat. Masyarakat India dan Argentina mendatangi kantor partai politik untuk mengurus berbagai hal katas pelayanan publik

Implikasi dari politik biaya tinggi menurut politisi Partai Demokrasi Indonesia (PDI) Perjuangan Pramono Anung Wibowo adalah banyaknya kader terbaik partai yang memiliki sedikit dana untuk kampanye Pemilu tidak terpilih dalam Pemilu. Para kader terbaik itu kalah dari Calon Legislator lain, baik di partai maupun partai yang memiliki dana jauh lebih besar. Dan fenomena ini ada pada semua partai. Secara finansial mereka tidak mampu karena latar belakang aktivis partai. Kenaikan biaya politik yang dikeluarkan itu sangat mengkhawatikan, dan berbahaya bagi kehidupan demokrasi di Indonesia.<sup>12</sup>

<sup>12</sup> Pramono Anung Wibowo, Mahalnya Demokrasi Memudamya Ideologi, Potret Komunikasi

Liberalisasi politik dengan bermacam Pemilu, menurut Azyumardi Azra membuat posisi oligark cukong secara finansial dan politik terus menguat. Oligark super kaya dan kaya juga kian banyak yang menjadi politisi—membuat mereka sekaligus oligark politik. Sebaliknya, oligark politik yang semula kere kemudian menjadi oligark kaya. Oligark politik dan oligark cukong selalu menimbulkan dampak negatif terhadap demokrasi dan penegakan hukum—kasus tergamblang adalah pelemahan KPK. Oligark selalu berusaha agar proses legislasi dan penegakan hukum tidak merugikan mereka; sebaliknya mesti menguntungkan dan menjadikan posisi mereka dalam oligarki politik dan oligarki ekonomi-finansial tetap dan kian kuat.

Sesungguhnya keterlibatan kaum oligarkis dalam Pemilu atau Pilkada, khususnya dalam bentuk sokongan keuangan kepada para kandidat tidak selalu negatif sepanjang sesuai dengan norma-norma hukum dan peraturan perundangan. Bahkan UU No. 10 tahun 2016 tentang Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, Walikota dan Wakil Walikota dan PKPU No. 8 tahun 2015 tentang Dana Kampanye Peserta Pemilihan Gubernur, Bupati dan Walikota Pasal 7 membuka lebar partisipasi dan dukungan masyarakat dalam pendanaan kampanye Pilkada dengan pengaturan yang sebenarnya cukup ketat, yakni: sumbangan perseorangan sebanyak-banyak Rp 75 juta dan dari badan usaha swasta, sebanyak-banyaknya Rp 750 juta.

Pengaturan serupa ditemukan pada UU No. 7 tahun 2017 tentang Pemilu Pasal 325 yang mengatur, biaya/dana kampanye Pemilu untuk Calon Presiden dan Wakil Presiden yang berasal dari pasangan calon tersebut, Parpol atau gabungan Parpol yang mengusulkan, sumbangan yang sah menurut hukum dari pihak lain, Selanjutnya Pasal 327 menyebutkan, batasan

---

Politik Legislator-Konstituen, Kompas, 2013, hal 269.

sumbangan dari perseorangan paling banyak sebesar Rp 2,5 miliar, sedangkan sumbangan dari kelompok, badan usaha atau perusahaan paling banyak sebesar Rp 25 miliar. Dana kampanye untuk calon anggota DPD yang berasal dari sumbangan pihak lain untuk sumbangan dari perseorangan paling banyak Rp 750 juta, sedangkan untuk sumbangan dari kelompok perusahaan atau badan hukum swasta paling banyak Rp 1,5 miliar.

Sumbangan dari perseorangan dalam bentuk uang, barang atau jasa harus dilengkapi dengan identitas penyumbang yang mencakup, nama, tempat/tanggal lahir dan umur, alamat penyumbang, nomor telepon/telepon genggam (aktif), nomor identitas, Nomor Pokok Wajib Pajak (apabila ada), pekerjaan, alamat pekerjaan, jumlah sumbangan, asal perolehan dana, dan lain-lain. Sedangkan untuk Badan Usaha Swasta harus disertai dengan nama badan usaha, alamat badan usaha swasta, nomor akte pendirian, NPWP, nama dan alamat direksi atau pimpinan badan usaha swasta, dan lain-lain. Secara khusus UU No. 7 tahun 2017 tentang Pemilu Pasal 47 menegaskan, larangan bagi calon memberikan imbalan (mahar) kepada Parpol dalam tahap pencalonan.

Sayangnya, aturan-aturan semacam itu acapkali 'diakali', atau ditabrak oleh kandidat, dan Tim Kampanye dengan cara melakukan politik transaksional atau politik uang melalui pembelian suara (*vote buying*) dan perdagangan suara (*vote trading*), memanipulasi laporan keuangan dana kampanye, dan lain sebagainya.<sup>13</sup> Padahal praktik tersebut mengakibatkan

<sup>13</sup> Dalam literatur Pemilu, *vote buying* bermakna memberikan sesuatu (uang, barang dan lain-lain) kepada pemilih (*voter* atau *electorate*) untuk memberikan suaranya dalam Pemilu pada pihak pemberi. Sementara *vote trading* pengertiannya, tidak selalu melibatkan pemilih seperti dalam konsep *vote buying*. Istilah tersebut mencakup fenomena pencurian suara dan penggelembungan suara untuk Caleg tertentu yang melibatkan Penyelenggara Pemilu pada semua tingkatan, tanpa keterlibatan pemilih Muhammad Nadjib, Keterlibatan Penyelenggara Pemilu dalam *Vote Trading*, dalam "Politik Uang di Indonesia, Patronase dan Klientelisme pada Pemilu Legislatif 2014", Editor Edward Aspinall dan Mada Sukmaji, PolGov,

pengeroposan nilai-nilai demokrasi, mendelegitimasi dan mendistorsi proses Pemilu, melemahkan akuntabilitas politik (vertikal) antara politikus dan pemilih, melemahkan sistem kepartaian, dan menghadirkan politikus korup.<sup>14</sup>

Faktor lain yang berkontribusi pada seringnya terjadi pelanggaran dan kampanye akibat larangan tersebut tidak disertai dengan ancaman sanksi pidana, terkecuali ancaman diskualifikasi oleh KPU. Hal ini mengakibatkan aturan ini nyaris tumpul atau ompong dan celah tersebut dimanfaatkan untuk melakukan politik transaksional. Dan itu sudah terjadi dan terbukti pada sejumlah daerah yang menggelar Pilkada, yang cukup menyulitkan pengawasan dan penegakan hukum Pilkada oleh Pengawas Pemilu.<sup>15</sup>

## **B. Memicu Korupsi Politik**

Politik biaya tinggi ini memicu terjadinya praktik korupsi politik. Secara teoritik, korupsi politik bisa dipahami dari berbagai pendekatan. Diantaranya pendekatan institusional sebagaimana Van Kleveren pada tahun 1957. Lalu pada tahun 1985, Gibson mendefinisikan korupsi politik berdasarkan pendekatan perilaku, dan lain-lain.

Dalam definisi yang lebih tegas, menurut Fransiska Adelina<sup>16</sup>, korupsi politik mencakup pembuatan kebijakan politik. Korupsi politik atau korupsi besar terjadi pada sistem politik tingkat tinggi. Korupsi politik terjadi ketika politisi dan badan

---

2015, hal 511 dan 512.

<sup>14</sup> Luki Djani, Peran Politik Uang dalam Demokrasi Elektoral Indonesia, Merancang Arah Baru Demokrasi, Indonesia Pasca Reformasi, KPD, 2014, hal 187.

<sup>15</sup> Di sisi lain, Pengawas Pemilu acapkali mengalami kesulitan dalam hal penegakan hukum (pidana) terhadap pelaku/mahar dengan alasan kurang bukti, sebagaimana terjadi di Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur. Kasus ini bermula ketika Panwas Sidoarjo menerima laporan tentang dugaan pembayaran sejumlah uang oleh salah satu bakal calon, Ustman Ikhsan, untuk mendapatkan dukungan Gerindra.

<sup>16</sup> file:///C:/Users/User/Desktop/256-1363-1-PB.pdf.



negara yang berhak membuat dan menegakkan UU dalam mana masyarakat merupakan mereka yang melakukan korupsi. Korupsi politik terjadi ketika pembuat keputusan politik menggunakan kekuasaan politik yang dipegang oleh mereka untuk mempertahankan kekuasaan, status, dan kekayaan mereka.

Peneliti Indonesia Corruption Watch (ICW) Febri Hendri AA berpendapat, korupsi politik berakar dari Penyelenggara Negara yang tidak sehat. Institusi dan aparatur negara dikuasai oleh elit politik yang didukung birokrat dan kelompok bisnis. Korupsi dalam pengertian lebih luas dijadikan sebagai metode untuk memperoleh, mempertahankan, dan memperluas pengaruh mereka dalam pengelolaan negara. Korupsi juga digunakan melayani akumulasi modal kelompok bisnis tertentu dibandingkan mendorong pemerataan ekonomi, apalagi mewujudkan kesejahteraan rakyat. Praktik serupa juga dilakukan oleh politisi, birokrat, dan pengusaha yang lebih rendah ataupun di daerah.

Kecurigaan ICW bukan tanpa dasar. Berdasarkan kajian Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK), lebih dari 80 persen calon kepala daerah dibiayai oleh sponsor. Pernyataan senada diungkapkan Menko Polhukam Mahfud MD, yakni: soal calon daerah yang dibiayai oleh 'cukong'. Mahfud merujuk hasil laporan penggagas otonomi daerah di era reformasi Ryaas Rasyid mengenai gelaran Pilkada langsung. Menurut Mahfud, kepemimpinan kepala daerah yang pada saat pencalonan dibiayai oleh cukong tidak akan sehat. Mantan Ketua Mahkamah Konstitusi (MK) menyebut kondisi tersebut akan melahirkan korupsi kebijakan. Sementara korupsi kebijakan itu lebih berbahaya dari korupsi uang.<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup> <https://news.detik.com/berita/d-5169743/kpk-ungkap-kajian-82-calon-pilkada-dib-iaya-sponsor-mahfud-singgung-cukong>.

Dalam sejumlah kasus, tidak sedikit korupsi politik karena terjadinya konflik kepentingan (*conflict of interest*). Secara umum, benturan kepentingan adalah situasi dimana terdapat konflik kepentingan seseorang yang memanfaatkan kedudukan dan wewenang yang dimilikinya (baik dengan sengaja maupun tidak sengaja) untuk kepentingan pribadi, keluarga, atau golongannya sehingga tugas yang diamanatkan tidak dapat dilaksanakan dengan obyektif dan berpotensi menimbulkan kerugian kepada pihak tertentu.

Pada awalnya, mengacu studi Ackerman (2014), kemunculan konflik kepentingan paling kentara terdapat dalam sistem monarki (kerajaan) klasik, tetapi dalam perkembangannya banyak dilakukan juga pada sistem demokrasi. Bahkan pada masa post demokrasi. Benturan kepentingan dapat dilatarbelakangi oleh hubungan dengan kerabat dan keluarga, kepentingan pribadi dan/atau bisnis, hubungan dengan wakil pihak yang terlibat, hubungan dengan pihak-pihak lain yang dilarang oleh ketentuan peraturan perundang-undangan, hubungan dengan pihak yang bekerja dan mendapat gaji dari pihak yang terlibat, hubungan dengan pihak yang memberikan rekomendasi terhadap pihak yang terlibat.<sup>18</sup>

Jenis benturan kepentingan yang sering terjadi adalah: (1) Kebijakan yang berpihak akibat pengaruh/hubungan dekat/ketergantungan/pemberian gratifikasi; (2) Pemberian izin yang diskriminatif; (3) Pengangkatan pegawai berdasarkan hubungan dekat/balas jasa/rekomendasi/pengaruh dari pejabat pemerintah; (4) Pemilihan partner/ rekanan kerja berdasarkan keputusan yang tidak profesional; (5) Melakukan komersialisasi pelayanan publik; (5) Penggunaan asset dan informasi rahasia untuk kepentingan pribadi/ golongan; (6)

<sup>18</sup> <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-lampungbengkulu/baca-artikel/13735/Apa-itu-benturan-kepentingan.html>.

Pengawas ikut menjadi bagian dari pihak yang diawasi; (7) Melakukan pengawasan atau penilaian atas pengaruh pihak lain dan tidak sesuai norma, standar, dan prosedur; (8) Menjadi bagian dari pihak yang memiliki kepentingan atas sesuatu yang dinilai; dan (9) Putusan/ Penetapan Pengadilan yang berpihak akibat pengaruh/ hubungan dekat/ ketergantungan/ pemberian gratifikasi.<sup>19</sup>

Adapun sumber penyebab terjadinya benturan kepentingan sebagai berikut:

1. Penyalahgunaan wewenang, yaitu dengan membuat keputusan atau tindakan yang tidak sesuai dengan tujuan atau melampaui batas-batas pemberian wewenang yang diberikan oleh peraturan perundang-undangan;
2. Perangkapan jabatan, yaitu pegawai menduduki dua atau lebih jabatan publik sehingga tidak bisa menjalankan jabatannya secara profesional, independen dan akuntabel selain yang telah diatur dalam Peraturan Perundang undangan;
3. Hubungan afiliasi, yaitu hubungan yang dimiliki oleh pegawai dengan pihak tertentu baik karena hubungan darah, hubungan perkawinan maupun hubungan pertemanan yang dapat mempengaruhi keputusannya;
4. Gratifikasi, yaitu pemberian dalam arti luas meliputi pemberian uang, barang, rabat, komisi, pinjaman tanpa bunga, tiket perjalanan, fasilitas penginapan, perjalanan wisata, pengobatan cuma-cuma dan fasilitas lainnya;
5. Kelemahan sistem organisasi, yaitu keadaan yang menjadi kendala bagi pencapaian tujuan pelaksanaan kewenangan pegawai yang disebabkan karena struktur dan budaya organisasi yang ada;
6. Kepentingan pribadi, yaitu keinginan/kebutuhan pegawai

---

<sup>19</sup> Ibid.

mengenai suatu hal yang bersifat pribadi.<sup>20</sup>

Kasus konflik kepentingan sempat menyeruak di panggung opini publik. Antara lain adanya keterlibatan perusahaan milik Staf Khusus Milenial Presiden dalam proyek pemerintah cukup menyita perhatian publik. Dalam kasus lain, perilaku pejabat seperti menteri atau pimpinan partai politik juga banyak mendapat sorotan konflik kepentingan ketika melakukan aktivitas yang berkaitan dengan bisnis atau program pemerintah namun di dalamnya ada unsur bisnisnya. Dalam sejumlah kasus, tidak jarang konflik kepentingan bermuara pada praktik-praktik korupsi.

Di tengah adanya sejumlah kalangan yang meragukan kinerja KPK, sejak dilantik pada 20 Desember 2019 atau baru berusia 2 tahun lebih 1 bulan, KPK telah melakukan Operasi Tangkap Tangan (OTT) sebanyak 16 kali. OTT tidak hanya menasar kepala daerah, tapi juga menjaring menteri hingga hakim dan pengacara. Dua orang menteri yang ditangkap KPK adalah Menteri Kelautan dan Perikanan Edhy Prabowo di Bandara Soekarno-Hatta pada 25 November 2020.

Politisi Partai Gerindra itu ditangkap atas dugaan tindak pidana korupsi izin ekspor benih lobster. Kemudian pada 6 Desember 2020, KPK menangkap pejabat Kementerian Sosial (Kemensos) Matheus Joko Santoso dalam kasus dugaan korupsi Bantuan Sosial atau Bansos. Dalam pengungkapan ini, KPK turut menetapkan Menteri Sosial Juliari Batubara sebagai tersangka.

Informasi terkini sampai tulisan ini dibuat, KPK mengamankan 12 orang dalam operasi tangkap tangan (OTT) di wilayah Jawa Barat, Selasa (26/4/2022) malam. Mereka yang diamankan tim KPK di antaranya adalah Bupati Bogor Ade Yasin dan sejumlah pegawai Badan Pemeriksa Keuangan (BPK). Ketua KPK Firli Bahuri menjamin penangkapan yang dilakukan terhadap Bupati

---

<sup>20</sup> Ibid.

Bogor Ade Yasin sesuai dengan asas-asas tugas pokok KPK. Tidak akan pernah terjadi KPK menersangkakan seseorang sebagai tersangka tanpa kecukupan bukti.

Terkait dengan maraknya korupsi yang dilakukan oleh elit Parpol, Gugun El Guyanie, pengajar Hukum Tata Negara Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta, akhirnya menarik sejumlah kesimpulan. *Pertama*, Parpol gagal menjalankan peran dan fungsinya dalam pendidikan politik antikorupsi. *Kedua*, Parpol menjadi satu-satunya institusi demokrasi di negeri ini yang tidak mau melakukan reformasi. *Ketiga*, Parpol semakin mundur, sulit didorong menuju arah Parpol modern yang menjunjung tinggi transparansi, akuntabilitas dan partisipatif. Menurutnya publik bisa melihat pelaporan dana kampanye Parpol sangat tidak terbuka dan nihil pertanggungjawaban. Maka, agenda membenahi Parpol wajib dilakukan untuk pencegahan korupsi, sekaligus menata demokrasi yang dirusak oleh parpol sendiri.<sup>21</sup>

Bagi Ubedillah Badrun<sup>22</sup>, jika 60 % korupsi dilakukan politisi yang angka korupsinya bisa mencapai ratusan triliun rupiah, bahkan tega mengkorupsi uang Bantuan Sosial (Bansos) yang seharusnya untuk rakyat miskin, dan politisi adalah aktor utama kekuasaan maka ada benarnya jika disimpulkan bahwa rezim ini adalah rezim kleptokrasi (kekuasaan para maling). Ketika kekuasaan era Jokowi kini makin empirik melemahkan institusi KPK (2019-2021), dimana KPK mestinya berfungsi untuk memberantas para kleptokrat itu, dengan caraitu negeri ini justru semakin terjerumus dalam jurang *new kleptocracy*. *Nah* pelemahan institusi pemberantas korupsi menurut Badrun lagi, adalah ciri paling sempurna dari *new*

<sup>21</sup> <https://kabar24.bisnis.com/read/20210924/16/1446290/banyak-elit-politik-terjerat-ka-sus-korupsi-parpol-gagal-cetak-kader-antikorupsi>.

<sup>22</sup> <https://kolom.tempo.co/read/1518871/tujuh-tahun-jokowi-new-kleptocracy>, Selasa 19 Oktober 2021.

*kleptocracy* itu.

Menurut Direktur Eksekutif Political Literacy Institute Gun Gun Heryanto dalam artikelnya berjudul “Kleptokrasi dan Korupsi Politik”<sup>23</sup> dan “Candu Kliptokrasi”<sup>24</sup>, berbagai contoh terkini soal ditangkapnya politisi korup menjadi bukti kuat bahwa kejahatan oleh mereka yang memiliki kekuasaan tak pernah ada jendanya. Bahkan ada kecenderungan kekuasaan yang mereka miliki semakin terjebak ke dalam pusaran kleptokrasi (*kleptocracy*). Sebuah negara yang kekuasaan legislatif, yudikatif dan eksekutifnya tunduk pada para koruptor, tentu hanya akan berjalan menuju titik nadir.<sup>25</sup>

Karena sudah terperosok ke dalam lubang hitam, untuk memenangkan kontestasi para kandidat di berbagai jenis Pemilihan melakukan praktik politik uang. Hasil penelitian I Wayan Juana<sup>26</sup> melalui observasi dalam kurun waktu 3 (tiga) periode Pemilu (2004-2005, 2009-2010 dan 2014-2015) menunjukkan, ada kecendrungan pemberian uang atau materi lainnya semakin meningkat baik pemberinya maupun penerimanya. Pada Pilkada Badung tahun 2005, ditemukandi kecamatan Mengwi yaitu sehari menjelang pemungutan tepatnya pada sore menjelang malam terjadi pemberian uang kepada pemilih di mana setiap pemilih menerima sebesar Rp 25.000,00.

Kemudian pada Pemilu tahun 2009-2010 pemberian uang ini semakin meningkat terutama nilai uangnya yang mencapai

<sup>23</sup> <http://www.gungheryanto.com/2011/10/kleptokrasi-dan-korupsi-politik.html>.

<sup>24</sup> <https://www.uinjkt.ac.id/candu-kleptokrasi>.

<sup>25</sup> Istilah kleptokrasi dipopulerkan oleh Stanislav Andreski dalam *Kleptocracy or Corruption as a System of Government* (1968) yang menggarisbawahi peran penguasa atau pejabat tinggi yang tujuan utamanya adalah pengayaan pribadi. Mereka memiliki kekuatan untuk memperoleh kekayaan pribadi tersebut sambil memegang jabatan publik. Secara etimologi, istilah kleptokrasi berasal dari bahasa Yunani yakni *klepto* dan *kratein* yang berarti diperintah oleh para pencuri.

<sup>26</sup> I Wayan Juana, Politik Uang Dan Komodifikasi Suara dalam Sistem Pemilu di Provinsi Bali, *Jurnal Etika & Pemilu* Vol. 2, Nomor 1, Maret 2016, hal 9.

besaran berkisar antara Rp 50.000,00 sampai Rp 75.000,00 untuk perorangan. Demikian pula pada Pemilu tahun 2014 nilai sebuah suara meningkat luar biasa mencapai Rp 200.000,00 sampai dengan Rp 400.000,00, dan hal ini terungkap pada persidangan kode etik Dewan Kehormatan Penyelenggara Pemilu (DKPP) untuk KPU dan Panwaslu Kabupaten Badung.

Bahkan menurut keterangan beberapa informan bisa lebih dari jumlah itu ketika terjadi pemungutan suara ulang di mana calon yang memperebutkan suara pada TPS tersebut perolehan suaranya berpengaruh nyata pada terpilih atau tidak terpilihnya calon yang bersangkutan. Namun ketika Pemilukada serentak tahun 2015 modus pemberian uang dan materi lainnya mengarah pada pemberian bantuan sosial melalui tim pemenang yang kebetulan anggota legislatif dan pengucuran bantuan sosial berupa perbaikan sarana dan prasarana seperti jalan, air minum dan penerangan.

Tidak salah manakala ada fakta bahwa satu di antara tiga orang pemilih terpapar praktik jual beli suara menempatkan Indonesia di peringkat ketiga negara di dunia yang paling banyak melakukan politik uang. Indonesia hanya kalah bersaing dibanding Uganda (41%) dan Benin (37%). Data ini berdasarkan data tentang politik uang (*vote buying*) dari berbagai negara di Asia, Afrika dan Amerika yang diperoleh dari asosiasi-asosiasi surveyor tepercaya seperti The Latin American Public Opinion Project (LAPOP) Americas Barometer, Afrobarometer, Money Politics Project di Asia Tenggara, yang menggunakan pertanyaan yang mirip dengan yang Penulis gunakan dan dilakukan pada tahun yang tak terlalu jauh bedanya dengan pelaksanaan survei Penulis di Indonesia.<sup>27</sup>

Sementara pada 2019, Ketua KPU Ilham Saputra mengatakan

<sup>27</sup> Burhanuddin Muhtadi, Komoditas Demokrasi: Efek Sistem Pemilu terhadap Maraknya Jual Beli Suara, Jurnal Bawaslu, Bawaslu RI, 2018. hal 95.

Indonesia menjadi salah satu negara yang berada di peringkat atas penggunaan politik uang di dunia. Ilham menyatakan pandangannya pada diskusi pendidikan pemilih dalam pencegahan politik uang pada pemilu dan pemilihan di Jakarta, Selasa (5/10). Menurutnya, dampak dari politik uang sangat mencederai demokrasi. Menurut sebuah riset, jumlah pemilih yang terlibat politik uang dalam Pemilu 2019 di kisaran 19,4 persen hingga 33,1 persen. Data tersebut menunjukkan, cukup lumayan besar, sangat tinggi kalau dikaitkan dengan standar internasional.<sup>28</sup>

Satu tahun kemudian, Indonesia masuk dalam ranking tiga dunia, untuk kasus politik uang pada Pemilu. Urutan pertama negara Uganda dan Benin. Bahkan di negara lain bersifat tertutup, di negara kita lebih terbuka dan personal. Kata Direktur Eksekutif Indikator Politik Indonesia, Burhanuddin Muhtadi, usai bedah buku karyanya berjudul “kuasa uang” yang digelar oleh GMPK Wonosobo di Hotel Harvest kemarin seperti dikutip dari Magelang Ekspres (Fajar Indonesia Network Grup).<sup>29</sup>

Ujung ceritanya, ungkap Khairul Fahmi Peneliti Pusat Studi Konstitusi FH Universitas Andalas, sekalipun tampak demokratis, Pemilu/Pilkada sesungguhnya tidak lain sekadar untuk melegitimasi sebuah pemerintahan oligarki yang sama sekali tidak menguntungkan rakyat. Bahkan, oligarki yang Winters sebut sebagai oligarki sipil itu telah berkelindan dengan demokrasi. Keduanya saling menggeser menjadi bagaimana demokrasi dan oligarki saling bersatu padu. Mosca (1939) mengatakan, demokrasi yang demikian hanya kedok untuk kendali minoritas terhadap mayoritas dan merupakan tipuan

<sup>28</sup> <https://www.jpnn.com/news/indonesia-salah-satu-negara-peringkat-atas-politik-uang-di-dunia>, Selasa, 5 Oktober 2021.

<sup>29</sup> <https://fajar.co.id/2020/07/27/praktek-politik-uang-di-indonesia-tempat-urutan-ketiga-dunia>, Senin 27 Juli 2020.



besar-besaran.<sup>30</sup>

Khusus keputusan pemerintah dan DPR melanjutkan dan melaksanakan Pilkada Serentak 2020 di tengah pandemi Covid-19, ICW menduga ada kepentingan cukong atau pemilik modal di balik keputusan pemerintah dan DPR tersebut. Dugaan keterlibatan cukong itu didasari pernyataan Menteri Koordinator Politik Hukum dan HAM Mahfud MD yang mensinyalir 92 persen calon kepala daerah disokong para cukong. Para cukong ini akan mendapatkan keuntungan ekonomi-politik berlipat-lipat saat calonnya menang dalam kontestasi Pilkada nanti.<sup>31</sup>

### **C. Trend Resesi Demokrasi**

Cengkraman oligarki berdampak pada stagnasi dan penurunan Indeks Demokrasi Indonesia (IDI). Dimana pada 2000 IDI bercokol di peringkat ke-64 dunia dalam Indeks Demokrasi yang dirilis The Economist Intelligence Unit (EIU). Meski pada segi peringkat Indonesia masih tetap sama dengan tahun sebelumnya, namun skor tersebut menurun dari yang sebelumnya 6.48.

Skor IDI tersebut merupakan angka terendah yang diperoleh Indonesia dalam kurun waktu 14 tahun terakhir. Di kawasan Asia Tenggara, IDI sendiri ada di peringkat empat, di bawah Malaysia, Leste, dan Filipina. Adapun negara dengan indeks demokrasi paling rendah adalah Korea Utara, dengan skor 1.08. Padahal ketiga negara tersebut, terlebih Timor Leste baru beberapa dekade belajar tentang demokrasi namun sudah berhasil menyalipl posisi Indonesia.

Sementara Norwegia meraih skor tertinggi yakni 9,81 dan

<sup>30</sup> <https://mediaindonesia.com/opini/168335/menyelamatkan-demokrasi-elektoral>, Rabu 27 Juni 2018.

<sup>31</sup> <https://nasional.kompas.com/read/2020/10/02/16593491/icw-sudah-rahasia-umum-pilka-dajadi-ajang-transaksi-kepentingan-cukong?page=all>.

mengantarkannya menjadi negara dengan indeks demokrasi tertinggi di dunia. Di posisi kedua terdapat Islandia dengan skor 9.37, disusul Swedia dengan skor 9.26, Selandia Baru dengan skor 9.25, dan Kanada dengan skor 9.24. Dengan capaian IDI tersebut, Indonesia dikategorikan sebagai negara dengan demokrasi cacat (*flawed democracy*).

Senada dengan IEU, Freedom House (2020) dalam laporan terbarunya mencatat, skor Indonesia kembali turun menjadi 61. Hal ini menjelaskan Indonesia terus berjuang dengan tantangan yang cukup berat, termasuk problem korupsi sistemik, diskriminasi, dan kekerasan terhadap kelompok minoritas, ketegangan separatistis di wilayah Papua, dan penggunaan politik yang dipolitisasi, problem hukum pencemaran nama baik dan penistaan agama, dan sebagainya.

Kemudian kembali EIU, awal Februari 2022 menurunkan hasil laporannya, dan menunjukkan, skor rata-rata Indonesia pada indeks itu mencapai 6,71. Dari skala 0-10, makin tinggi skor, makin baik kondisi demokrasi suatu negara. Dari 5 indikator penentu kualitas demokrasi, budaya politik menjadi variabel dengan skor paling rendah yakni 4,38. Di kawasan Asia Tenggara, kualitas demokrasi Indonesia masih lebih rendah dari Malaysia (7,24) dan Timor Leste (7,06). Padahal tahun 2016, Indonesia masih menduduki peringkat ke-48 dari 167 negara yang diteliti. Peringkat demokrasi Indonesia turun menjadi 64 pada tahun 2018, dengan skor hanya 6,39—di peringkat terbawah kategori “demokrasi yang cacat” (*flawed democracy*).

Kondisi resesi demokrasi di Indonesia tak pelak menimbulkan berbagai komentar kritis dari sejumlah kalangan dalam maupun luar negeri. Dalam sigi Indonesianis Allen Hicken, seorang profesor peneliti *Center for Southeast Asian Studies* di Universitas Michigan, Amerika Serikat, pada acara

peluncuran buku “*Democracy in Indonesia: from Stagnation to Recession*’ (25/9/2020), ada dua indikator utama menunjukkan kemunduran demokrasi di Indonesia. Yakni adanya upaya elit politik dalam menggerus sistem pengawasan dan keseimbangan (*checks and balances*) yang membatasi suatu kekuasaan dan polarisasi yang terus menguat di masyarakat sejak Pemilihan Gubernur DKI Jakarta pada 2017.<sup>32</sup>

Hal mirip ditunjukkan dari hasil riset bertajuk “Jokowi and The New Developmentalism” yang dilakukan The Australian National University, seperti dikutip Direktur Center for Media and Democracy LP3ES, Wijayanto. Riset tersebut menghasilkan temuan, kebijakan pemerintahan Jokowi yang berdampak pada iklim demokrasi. Selanjutnya riset itu menyebutkan, Presiden Jokowi mengambil kebijakan yang fokus pada sektor pembangunan infrastruktur. Namun, pemerintah mengabaikan persoalan lain di Indonesia seperti perlindungan hak asasi manusia dan pemberantasan korupsi.

Bukan hanya berdasarkan riset asing, sejumlah riset lembaga domestik, juga menunjukkan hal yang kurang lebih sama. Antara lain dari survei Lembaga Indikator Politik Indonesia yang dirilis Juni 2020. Hasilnya menunjukkan kepuasan masyarakat terhadap implementasi demokrasi turun menjadi hanya 45,2 persen, dibandingkan 75.6 persen pada Februari tahun ini, sebelum kasus pertama Covid-19 umumkan di dalam negeri. Hasil tersebut merupakan angka demokrasi Indonesia yang terburuk dalam 16 tahun terakhir.

Selang dua tahun kemudian, kondisi malah makin memprihatinkan. Hal ini tercermin dari Survei Indikator Politik Indonesia (IPI) yang mengungkap hasil survei terbaru perihal kebebasan berpendapat. Lembaga survei itu menemukan bahwa ada 62,9 persen masyarakat merasa semakin takut dalam

<sup>32</sup> <https://www.benarnews.org/indonesian/berita/indonesia-demokrasi-09252020150937.html>

mengeluarkan pendapatnya. Survei dilakukan pada 11-21 Februari 2022 lalu terhadap 1.200 responden dengan metode *stratified random sampling* dan *margin of error* sekitar 2,9 persen.

Salah satu yang ditanyakan adalah soal apakah mereka setuju atau tidak setuju dengan pernyataan bahwa saat ini masyarakat semakin takut mengeluarkan pendapat. Hasilnya sangat menarik. IPI menemukan, 62,9 persen responden menyatakan setuju dan sangat setuju bahwa masyarakat saat ini semakin takut dalam mengeluarkan pendapat. Ini diucapkan Peneliti IP Kennedy Muslim Kennedy di akun YouTube Indonesia Lawyer Club yang diunggah Jum'at malam, 8 April 2022.<sup>33</sup>

Hal yang sama terindikasikan dari hasil penelitian LP3ES yang dirilis pada Minggu (16/8/2020). Menurut Direktur LP3ES, Wijayanto, dalam diskusi “Membangun Imajinasi Politik Dalam Konteks Demokrasi Daerah”, ada tiga faktor yang menjelaskan kemunduran demokrasi di Indonesia. Yakni: faktor struktural warisan rezim otoriter orde baru, dosa dua presiden hasil pilihan langsung yang setengah hati mendukung demokrasi dan sebagian publik secara umum yang justeru mendukung nilai-nilai demokrasi illiberal.

Sementara Damar Juniarto Praktisi Demokrasi Digital Executive Director SAFEnet, dalam tulisannya berjudul “Resesi Demokrasi dan Wajah Otoritarianisme Digital di Indonesia” menyebutkan, ada beberapa bentuk kebijakan dan tindakan yang mengatas namakan demokrasi padahal sejatinya justeru anti demokrasi. Yakni: *pertama*, menindas partai oposisi melalui hegemoni atau pemaksaan (Mietzner, 2016; Power, 2018; Mietzner, 2019; Aminudin, 2020).

*Kedua*, menggunakan kriminalisasi untuk menekan kelompok populis Islam (Mietzner, 2018; Power, 2018; Aspinal

<sup>33</sup> <https://nasional.tempo.co/read/1580168/survei-indikator-politik-indonesia-629-pers-en-rakyat-semakin-takut-berpendapat>, Sabtu, 9 April 2022.

dan Mietzner, 2019a; Warburton & Aspinall, 2019; David MacRae dkk, 2019; Aspinall, Fossati et al; 2020). *Ketiga*, berfokus pada pembangunan infrastruktur dan mengabaikan hak asasi manusia dan kerusakan lingkungan yang timbul sebagai akibat pembangunan (Warburton, 2016). *Keempat*, memberikan ruang kepada ideologi atau kelompok anti-demokrasi (Bourchier, 2019; Aspinall & Warburton, 2018; Hadiz, 2017; Mietzner, 2019). *Kelima*, membajak institusi negara untuk tujuan kekuasaan (Power, 2018; Mietzner, 2019).

Opini mirip juga dikemukakan dosen Departemen Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Padjadjaran Dr. Caroline Paskarina, M.Si., menyebut kualitas demokrasi Indonesia pada 2021 mengalami penurunan. Penurunan kualitas tersebut menunjukkan pergeseran pola demokrasi Indonesia, yang semula demokrasi elektoral menjadi demokrasi yang cacat (*flowed democracy*). Pandemi Covid-19 juga turut berdampak pada demokrasi.<sup>34</sup>

#### **D. Monopoli Ekonomi dan Kemiskinan**

Sebagai konsekwensi logis dari cengkraman oligarki, maka tak pelak kekayaan Indonesia hanya dimonopoli segelintir orang. Lembaga swadaya masyarakat (LSM) Oxfam dan International NGO Forum on Indonesia Development (INFID) mencatat<sup>35</sup>, harta empat orang terkaya di negara ini sama dengan harta yang dimiliki oleh sekitar 100 juta orang miskin. Harta empat orang terkaya di Indonesia mencapai US\$ 25 miliar atau setara Rp 333,8 triliun. Sedangkan total kekayaan 100 juta penduduk miskin di Indonesia sebesar US\$ 24 miliar atau sekitar Rp 320,3 triliun.

<sup>34</sup> <https://www.unpad.ac.id/2022/01/dua-tahun-terakhir-demokrasi-indonesia-alam-penurunan>.

<sup>35</sup> <https://www.dw.com/id/di-indonesia-kekayaan-4-orang-terkaya-setara-kekayaan-100-juta-penduduk-termiskin/a-37688128>

Indonesia masuk dalam enam besar negara dengan tingkat kesenjangan ekonomi tertinggi di dunia. Pada tahun 2016, satu persen orang terkaya memiliki hampir setengah (49 persen) dari total kekayaan populasi. Kemudian pada 2017, Oxfam mencatat jumlah kekayaan 61 orang kaya sama dengan separuh populasi masyarakat dunia pada 2016. Menurut data Credit Suisse, ada 42 orang kaya yang memiliki harta kekayaan yang lebih besar daripada jumlah masyarakat paling miskin di dunia. Perhitungan Oxfam didasarkan pada data kekayaan global dari buku Credit Suisse Global Wealth Data yang diterbitkan pada November 2017. Kekayaan miliarder dihitung menggunakan daftar miliarder Forbes yang terakhir diterbitkan pada Maret 2017.

Hanya dalam satu hari, kata Oxfam orang Indonesia terkaya bisa mendapatkan bunga deposito dari kekayaannya, lebih dari seribu kali daripada dana yang dihabiskan penduduk Indonesia termiskin untuk kebutuhan dasar sepanjang tahun. Jumlah uang yang diperoleh setiap tahun dari kekayaan itu bahkan akan cukup untuk mengangkat lebih dari 20 juta orang Indonesia keluar dari jurang kemiskinan.

Meskipun demikian, organisasi nirlaba dari Inggris itu mencatat fenomena penguasaan atau monopoli asset oleh sebagian kecil orang, bukan hanya khas Indonesia, melainkan juga terjadi sejumlah negara lainnya. Oxfam sudah pernah merilis laporan yang serupa selama 5 tahun ke belakang. Di tahun 2017, laporannya menyebutkan bahwa kekayaan 8 orang terkaya dunia sama dengan harta 50 persen orang paling miskin di dunia. Tahun ini, Oxfam melaporkan fakta baru bahwa 61 orang terkaya telah menguasai 82 persen dunia. Jumlah ini meningkat dari tahun lalu yang hanya sebanyak 42 orang. Sementara pada 2019, jumlah kekayaan miliarder meningkat 12 persen atau USD 2,5 miliar per hari. Sedangkan 3,8 miliar harta

masyarakat miskin menurun sebesar 11 persen.

Ketua Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Syarkawi Rauf mempunyai pandangan sama mengenai ketimpangan kepemilikan aset. Dia mengatakan, hampir semua sektor ekonomi kita di Indonesia ini lebih dari separuhnya dikuasai oleh 5 sampai 7 pemain besar. Akibatnya yang menikmati benefit tinggi ini hanya 5 sampai 7 orang itu. Ketimpangan ini juga terwujud dari angka kemiskinan di Indonesia yang berada di level 10,12 persen atau setara 26,58 juta orang per September 2017. Ekonomi yang terus tumbuh, tidak terlalu mendorong kemiskinan turun dratis.<sup>36</sup>

Sementara Tim Nasional Percepatan Penanggulangan Kemiskinan (TNP2K)<sup>37</sup> dalam laporannya menyebutkan, separuh dari aset nasional hanya dikuasai oleh segelintir orang kaya di Indonesia. Atau 1 persen orang kaya di Indonesia menguasai 50 persen aset nasional. Jika naikan jadi 10 persen keluarga maka ini menguasai 70 persen. Artinya sisanya 90 persen penduduk memperebutkan 30 persen sisanya. Itu yang perlu dikoreksi.

Meskipun, seperti dikatakan Sekretaris Eksekutif TNP2K Bambang Widianto, tingkat kemiskinan terus menurun dari 11,2 persen pada Maret 2015, menjadi 9,41 persen pada Maret 2019. Untuk pertama kalinya tingkat kemiskinan menjadi 1 digit mengingat semakin kecil tingkat kemiskinan semakin sulit untuk menurunkannya. Ironisnya, terdapat konsentrasi aset nasional, pada sebgaaian kecil kelompok terkaya di Indonesia. Bahkan Indonesia merupakan negara tertimpang keempat di dunia, di bawah pertama adalah Rusia, India, dan

<sup>36</sup> <https://economy.okezone.com/read/2018/02/19/320/1861735/kppu-ekonomi-indonesia-di-kuasai-5-7-pemain-besar>.

<sup>37</sup> TNP2K memberi laporan akhir capaian kinerja mereka, di Istana Wakil Presiden, di Jalan Medan Merdeka Selatan, Jakarta Pusat, Rabu, 9 Oktober 2019. Sumber:<https://bisnis.tempo.co/read/1257730/survei-1-persen-orang-kaya-ri-kuasai-50-persen-aset-nasional>.

Thailand.

Data mirip disampaikan Direktur Eksekutif Megawati Institute (MI) Arif Budimanta yang menyebutkan, kekayaan nasional Indonesia masih dikuasai segelintir orang. 10% orang terkaya di Indonesia menguasai 74,8% kekayaan nasional. Hal ini tidak terlepas dari adanya ketimpangan penguasaan aset antara segelintir orang kaya di Indonesia dibandingkan rata-rata penduduk pada umumnya.<sup>38</sup>

Ketimpangan juga tampak pada penguasaan tanah. The Institute for Global Justice (IGJ) mencatat, 175 juta hektar atau sekitar 93 persen daratan dikuasai oleh pemodal swasta/ asing (2015). Sebanyak 0,2 persen penduduk menguasai 56 persen lahan. Hal yang sama terungkap dari penelitian Konsorsium Pembaruan Agraria (KPA), yang mencatat bahwa 35 persen daratan Indonesia dikuasai oleh 1.194 pemegang kuasa pertambangan, 341 kontrak karya pertambangan, dan 257 kontrak pertambangan batu bara.

Selain itu, ketimpangan juga terwujud dari angka kemiskinan di Indonesia yang berada di level 10,12 persen atau setara 26,58 juta orang per September 2017. Ekonomi yang terus tumbuh, tidak terlalu mendorong kemiskinan turun dratis. Selain kemiskinan, menurut KPPU, tingkat pengangguran di Indonesia juga masih tinggi sehingga bonus demografi disia-siakan karena banyak penduduk usia muda yang seharusnya produktif menjadi tidak produktif. Hal ini, menunjukkan bahwa pertumbuhan ekonomi saat ini tidak mampu menciptakan lapangan kerja sesuai dengan kebutuhan penduduk. Per Agustus 2017, jumlah pengangguran mencapai 7 juta orang.

Mengacu data Susenas 2019, ketimpangan struktur sosial-ekonomi Indonesia menjadi perkara serius. Jumlah

<sup>38</sup> <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-3787540/arif-budimanta-1-orang-ter-kaya-ri-kuasai-45-kekayaan-nasional>.



penduduk miskin sebesar 9,4%, warga yang rentan 20,6%, kelompok masyarakat yang menuju kelas menengah 48,2%, kelas menengah 21,5%, dan berpendapatan tingginya 0,4%. Potret ini menunjukkan kesejahteraan ekonomi di Indonesia hanya dirasakan tak lebih dari 21,9% penduduk lapis paling atas. Demikian juga dapat dilihat pada struktur pelaku usaha. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2021 lebih dari 64 juta pelaku, usaha mikro sebanyak 98,6%, usaha kecil 1,2%, usaha menengah 0,09%, dan usaha besarnya 0,01%. Pelaku usaha mikro berada pada struktur paling bawah piramida dan berjuang untuk tetap bertahan di tengah berbagai himpitan.

Mantan Menteri Perekonomian Rizal Ramli (RR) menyoroti sistem perekonomian negara saat ini yang disebut mengarah kepada ekonomi oligarki, dan menjadi penyebab rakyat semakin miskin yang disebabkan oleh sikap negara. Oligarki juga dituding RR melahirkan penguasa pengusaha (Pengpeng). Sebenarnya menjadi penguasa itu mulia dan bagus, demikian juga menjadi pengusaha juga. Namun kalau penguasa merangkap jadi pengusaha atau Pengpeng, membawa mudarat dan cilaka bagi bangsa. Seharusnya pejabat yang membuat aturan tidak memakai kekuasaannya untuk keuntungan diri sendiri. Jika pejabat atau pembuat aturan adalah juga pengusaha, ungkap RR lagi, akan terjadi aturan yang dibuat untuk membesarkan keuntungan pribadinya.<sup>39</sup>

Hal mirip dikatakan Ketua DPD RI La Nyalla Mahmud Mattalitti. Menurutnya, tidak masalah seseorang menjadi kaya raya. Asalkan jangan sampai mengatur dan mengendalikan kebijakan negara untuk kepentingan sendiri. Namun senyata yang paling memperhatikan, oligarki mengakibatkan kekayaan empat orang di Republik ini kekayaannya sama

<sup>39</sup> <https://mataram.pikiran-rakyat.com/klik-news/pr-2223120761/negeri-ini-celaka-oleh-pengpeng-kata-ekonom-rizal-ramli?page=2>

dengan 100 juta rakyat. Ini keterlaluhan. Dan keterlaluhan itu adalah Ketidakadilan. Dan ketidakadilan yang dibiarkan, membuat Tuhan murka.<sup>40</sup>

### **E. Dampaknya Terhadap Penyelenggara dan Penyelenggaraan Pemilu**

Istilah dampak yang digunakan disini mengacu Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) yang mengartikan sebagai benturan, pengaruh yang mendatangkan akibat baik positif maupun negatif.<sup>41</sup> Sedangkan menurut Soerjono Soekanto, dampak berarti pelanggaran, tubrukan atau benturan.<sup>42</sup> Dari pengertian ini terdapat dua aspek penting yang perlu didalami, yakni: (1) benturan dan (2) pengaruh yang mendatangkan akibat baik maupun negatif.

Dalam bahasa Inggris, benturan mirip dengan kata *clash* atau *conflict*. Dari dua kata ini (benturan), terkenal apa yang disebut dengan benturan atau konflik kepentingan (*conflict of interest*). Benturan kepentingan adalah situasi dimana terdapat konflik kepentingan seseorang yang memanfaatkan kedudukan dan wewenang yang dimilikinya (baik dengan sengaja maupun tidak sengaja) untuk kepentingan pribadi, keluarga, atau golongannya sehingga tugas yang diamanatkan tidak dapat dilaksanakan dengan obyektif dan berpotensi menimbulkan kerugian.<sup>43</sup>

Bentuk konflik kepentingan yang sering terjadi di Indonesia, di antaranya dikarenakan keadaan yang mengakibatkan seseorang melakukan tindakan gratifikasi, baik memberi atau menerima hadiah. Selain itu, pemenuhan kepentingan pribadi dan kelompok dengan cara menggunakan aset jabatan atau instansi.

<sup>40</sup> <http://bbkbp.kemenperin.go.id/page/apa-itu-benturan-kepentingan>.

<sup>41</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2003, hal 234

<sup>42</sup> Soerjono Sukanto, Pengantar Sosiologi, Rajawali Pers, 2005, hal 234.

<sup>43</sup> <https://news.detik.com/berita/d-6111318/lanyalla-bicara-musuh-bersama-bagi-bangsa-indonesia>.

Selanjutnya, rahasia jabatan dimanfaatkan untuk kepentingan pribadi dan golongan. Ada juga yang merangkap di beberapa jabatan kemudian memanfaatkannya untuk kepentingan di jabatan lain. Keadaan dimana seseorang memberikan akses terhadap suatu hal karena memiliki jabatan. Proses pengawasan terganggu karena adanya tekanan dari pihak yang sedang diawasi. Keadaan di mana seseorang menyalahgunakan jabatan yang dimilikinya.<sup>44</sup>

Bentuk-bentuk benturan/konflik kepentingan semacam itu dikategorikan sebagai suatu tindakan atau perilaku negatif. Tetapi manakala terdapat seseorang, apalagi penyelenggara negara memanfaatkan kedudukan dan wewenang yang dimilikinya (baik dengan sengaja maupun tidak sengaja) untuk kepentingan hal positif yakni: untuk memaksimalkan dan mengefektifkan tugas dan fungsinya, maka benturan kepentingannya bisa menjadi positif. Kebalikan dari negatif.

Agar benturan kepentingan berdampak positif, hal utama yang harus dipegang teguh oleh Penyelenggara Pemilu adalah peraturan perundangan dan etika profesionalisme serta melaksanakan tugas secara profesional, transparan serta proporsional. Bahkan dalam kedudukannya sebagai abdi negara, Penyelenggara Negara harus mampu berkomunikasi dan berkoordinasi dengan instansi terkait, serta menjadi pelayan yang berkualitas/prima sehingga mitra atau pelanggan (*customer*) terpuaskan. Dalam konteks ini benturan lebih dimaknai atau disikapi sebagai sinerjitas. Benturan kepentingan akan menimbulkan dampak positif atau negatif, sangat tergantung kepada Penyelenggara Pemilu itu sendiri.

Penyelenggara Pemilu termasuk salah satu unsur atau aktor yang berpotensi disasar atau menjadi bidikan kekuatan oligarki

<sup>44</sup> [https://id.wikipedia.org/wiki/Konflik\\_kepentingan](https://id.wikipedia.org/wiki/Konflik_kepentingan).

untuk dipengaruhi dalam perhelatan demokrasi elektoral. Hal ini disebabkan karena Penyelenggara Pemilu mempunyai misi mewujudkan Pemilu yang Luber, Jurdil dan Berintegritas. Sementara orientasi kekuatan oligarki acapkali justru bertolak belakang dengan tujuan esensial dari Pemilu itu sendiri. Yakni: mengendalikan dan mengarahkan untuk kepentingan pemilik modal.

Betapa sentralnya posisi Penyelenggara Pemilu dapat disimak dari tugasnya sebagaimana diatur pada UU No. 7 tahun 2017 tentang Pemilu Pasal 12 yang menyebutkan KPU mempunyai tugas: a. merencanakan program dan anggaran serta menetapkan jadwal; b. menyusun tata kerja KPU, KPU Provinsi, KPU Kabupaten/Kota, PPK, PPS, KPPS, PPLN, dan KPPSLN; c. menyusun Peraturan KPU untuk setiap tahapan Pemilu; d. mengoordinasikan, menyelenggarakan, mengendalikan, dan memantau semua tahapan Pemilu; e. menerima daftar Pemilih dari KPU Provinsi; f. memutakhirkan data Pemilih berdasarkan data Pemilu terakhir dengan memperhatikan data kependudukan yang disiapkan dan diserahkan oleh Pemerintah dan menetapkannya sebagai daftar Pemilih; dan lain-lain.

Adapun wewenang KPU (UU No. 7 tahun 2017 tentang Pemilu Pasal 13) antara lain: a. menetapkan tata kerja KPU, KPU Provinsi, KPU Kabupaten/Kota, PPK, PPS, KPPS, PPLN, dan KPPSLN; b. menetapkan Peraturan KPU untuk setiap tahapan Pemilu; c. menetapkan Peserta Pemilu; d. menetapkan dan mengumumkan hasil rekapitulasi penghitungan suara tingkat nasional berdasarkan hasil rekapitulasi penghitungan suara di KPU Provinsi untuk Pemilu Presiden dan Wakil Presiden dan untuk Pemilu anggota DPR serta hasil rekapitulasi penghitungan suara di setiap KPU Provinsi untuk Pemilu anggota DPD dengan membuat berita acara penghitungan suara dan sertifikat hasil penghitungan suara; dan lain-lain.

Sementara kewajiban KPU (UU No. 7 tahun 2017 tentang Pemilu Pasal 14): a. melaksanakan semua tahapan Penyelenggaraan Pemilu secara tepat waktu; b. memperlakukan Peserta Pemilu secara adil dan setara; c. menyampaikan semua informasi Penyelenggaraan Pemilu kepada masyarakat; d. melaporkan pertanggungjawaban penggunaan anggaran sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan; e. dan lain-lain.

Sedangkan tugas Bawaslu diantaranya menyusun standar tata laksana pengawasan Penyelenggaraan Pemilu untuk pengawas Pemilu di setiap tingkatan; melakukan pencegahan dan penindakan terhadap pelanggaran Pemilu; dan sengketa proses Pemilu. Serta mengawasi persiapan dan pelaksanaan semua proses atau penyelenggaraan Pemilu. Bawaslu juga mempunyai tugas mencegah terjadinya praktik politik uang; mengawasi netralitas aparatur sipil negara, netralitas anggota Tentara Nasional Indonesia, dan netralitas anggota Kepolisian Republik Indonesia dan mengawasi antara lain pelaksanaan putusan/keputusan DKPP, dan sebagainya.

Wewenang Bawaslu antara lain menerima dan menindaklanjuti laporan berkaitan dengan dugaan pelanggaran terhadap pelaksanaan peraturan perundang-undangan; memeriksa, mengkaji, dan memutus pelanggaran, administrasi Pemilu; memeriksa, mengkaji, dan memutus pelanggaran politik uang; menerima, memeriksa, memediasi atau mengajudikasi; memutus penyelesaian sengketa proses Pemilu; merekomendasikan kepada instansi bersangkutan mengenai hasil pengawasan terhadap netralitas aparatur sipil-negara, netralitas anggota Tentara Nasional Indonesia, dan netralitas anggota Kepolisian Republik Indonesia, dan lain-lain.

Dalam melaksanakan tugas dan wewenangnya Bawaslu

berkewajiban antara lain harus bersikap adil; menyampaikan laporan hasil pengawasan kepada Presiden dan DPR sesuai dengan tahapan Pemilu secara periodik darr/atau berdasarkan kebutuhan; mengawasi pemutakhiran dan pemeliharaan data pemilih secara berkelanjutan yang ditakukan oleh KPU dengan memperhatikan data kependudukan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan; dan melaksanakan kewajiban lain sesuai dengan ketentuan perundang-undangan.

Di luar yang sudah digariskan oleh UU No. 7 tahun 2017 tentang Pemilu, Penyelenggara Pemilu menjadi unsur penting yang mempunyai tanggungjawab moral (*moral obligation*) dan profesional, sebagai: (1) *the guardian of election and democracy*, (2) memastikan Pemilu berlangsung secara on the right track sesuai dengan peraturan perundangan, (3) mengawal transisi demokrasi menuju konsolidasi demokrasi, (4) mendorong terwujudnya keseimbangan dan keselarasan antara demokrasi prosedural dan demokrasi substansial, (4) mendorong dan kepercayaan publik bahwa Pemilu sebagai instrumen dalam peralihan kekuasaan di eksekutif maupun legislatif, (5) mencegah terjadinya arus balik dari demokrasi ke tirani dan otoritarianisme baru, (6) memainkan fungsi sebagai menejemen dan resolusi konflik, (7) mencegah terjadinya defisit atau bahkan pudarnya kepercayaan rakyat terhadap demokrasi dan Pemilu, (8) mengawal transisi demokrasi kepada konsolidasi demokrasi, dan sebagainya.

Dengan tugas dan wewenangnya yang demikian strategis, Penyelenggara Pemilu sangat menentukan hitam-putih Pemilu, atau menentukan integritas atau disintegritas Pemilu. Sementara Pemilu atau Pilkada dapat dikatakan memiliki integritas, menurut mantan anggota Bawaslu RI Daniel Zuchron, apabila semua tahapan Pemilihan diselenggarakan menurut peraturan perundang-undangan yang tidak saja mengandung kepastian hukum (tidak ada kekosongan hukum, tidak ada kontradiksi

ketentuan baik dalam suatu peraturan maupun antar peraturan, tidak ada ketentuan yang mengandung multi tafsir) dan dirumuskan berdasarkan asas-asas Pemilu yang demokratis (langsung, umum, bebas dan rahasia, jujur dan adil, transparan, dan akuntabel, serta dilaksanakan dan ditegakkan secara konsisten oleh institusi yang berwenang.<sup>45</sup>

*By the way (ngomong-ngmong)*, seberapa jauh kemampuan dan efektivitas kekuatan oligarki mempengaruhi Penyelenggara Pemilu? Pastinya tidak mudah melakukannya. Hal ini disebabkan karena peraturan perundangan sudah memagari dan membentengi Penyelenggara Pemilu agar tidak mudah dipengaruhi oleh kekuatan eksternal. Hal ini misalnya dapat disimak dari persyaratan ketat untuk menjadi anggota KPU dan Bawaslu, sebagaimana termaktub pada UU No. 7 tahun 2017 tentang Pemilu. Diantaranya calon harus mempunyai integritas, berkepribadian yang kuat, jujur, dan adil memiliki pengetahuan dan keahlian yang berkaitan dengan penyelenggaraan pemilu, ketatanegaraan, dan kepartaian untuk calon anggota KPU, memiliki pengetahuan dan keahlian yang berkaitan dengan penyelenggaraan Pemilu, ketatanegaraan, kepartaian dan pengawasan Pemilu untuk calon anggota Bawaslu, mengundurkan diri dari jabatan politik, jabatan di pemerintahan, dan/atau badan usaha milik negara/badan usaha milik daerah pada saat mendaftar sebagai calon, dan lain-lain.

Meskipun sudah dipagari dan dibentengi oleh UU No. 7 tahun 2017 tentang Pemilu, hampir bisa dipastikan kelompok oligarki akan melakukan berbagai cara dan strategi untuk tetap bisa mempengaruhi Penyelenggara Pemilu dan proses Pemilu. Sekurangnya ada tiga strategi yang akan ditempuh. Yakni: (1) mempengaruhi proses pembentukan Tim atau Panitia Seleksi Penyelenggara Pemilu, (2) mempengaruhi proses seleksi agar

<sup>45</sup> Daniel Zuchron, dkk, *Membangun Demokrasi Melalui Pengawasan Pemilu*, Bawaslu RI, 2017, hal 3.

menghasilkan Penyelenggara Pemilu yang sesuai dengan desain kekuatan oligarki, dan (3) mempengaruhi proses Pemilu dengan berbagai kekuatan modal, uang dan jaringan yang dimilikinya, dengan tujuan akhir agar hasil Pemilu sesuai dengan yang diinginkan kekuatan oligarki.

Terkait proses seleksi Penyelenggara Pemilu periode 2022-2027, *alhamdulillah* tidak muncul opini publik yang menyatakan secara eksplisit Tim Seleksi merupakan bagian dari kekuatan oligarki dan mempengaruhi hasil Tim Seleksi (Timsel). Yang banyak dikritik, sebagaimana dilontarkan sejumlah Organisasi Masyarakat Sipil (OMS) dari Koalisi Masyarakat Sipil Kawal Pemilu 2024. Yang terdiri dari IPC, KoDe Inisiatif, KISP, Netfid Indonesia, Perludem, Puskapol UI, SPD, PUSaKO FHUA, DEEP Indonesia, ICW, dan Netgrit<sup>46</sup>, diantaranya terkait transparansi informasi publik terhadap *track record* calon, independensi dan netralitas tim seleksi, kurangnya keterwakilan perempuan dalam tim seleksi, dan lain-lain.

OMS tersebut juga menyalahkan karena ketua Tim Seleksi Penyelenggara Pemilu, khususnya KPU dan Bawaslu bukan berasal dari unsur masyarakat atau akademisi. Secara khusus, mereka menyoroti keberadaan Ketua Pansel yakni Deputy IV Kantor Staf Presiden Bidang Informasi dan Komunikasi Politik Juri Ardiantoro. Tak hanya itu, Koalisi juga khawatir posisi Juri yang merupakan mantan tim sukses Jokowi-Ma'ruf pada Pemilu 2019 silam berpotensi menggerus independensi tim. "Justru nilai independensi jauh lebih penting," ujar Peneliti Perkumpulan Pemilu dan Demokrasi (Perludem) Fadli Ramadhanil.<sup>47</sup>

Menanggapi berbagai komentar dan kritik tersebut, Ketua Tim Seleksi Penyelenggara Pemilu 2022-2027 Juri Ardiantoro

<sup>46</sup> <https://www.puskapol.ui.ac.id/press-release/pernyataan-sikap-koalisi-masyarakat-sip-il-kawal-pemilu-2024-terhadap-tim-seleksi-kpu-dan-bawaslu-periode-2022-2027.html>

<sup>47</sup> Katadata.co.id, Rabu (13/10/2021).



menyatakan, desakan Koalisi Masyarakat Sipil agar proses seleksi dijalankan secara terbuka dan akuntabel akan dijalankan Timsel. Pihaknya akan melakukan seluruh seleksi, seluruh tahapan secara terbuka. Mantan Ketua KPU DKI Jakarta itu menjelaskan, keterbukaan yang dilakukan Timsel bertujuan untuk meningkatkan bobot seleksi calon Anggota KPU dan Bawaslu. Sehingga dalam setiap proses pelaksanaan tahapannya dibuka ruang seluas-luasnya untuk publik terlibat.

Sebagai Deputy IV Kantor Staf Presiden (KSP) Bidang Informasi dan Komunikasi Politik Juri Ardiantoro mengatakan, susunan Timsel sudah sesuai aturan yang berlaku. Ini karena perwakilan pemerintah hanya tiga orang yaitu: Juri Ardiantoro, Wakil Menteri Hukum dan Keamanan Edward Omar Sharif Hiariej, dan Direktur Jenderal Politik dan Pemerintahan Umum Kementerian Dalam Negeri Bahtiar. Sedangkan Anggota Kompolnas Poengky Indarti juga bukan perwakilan pemerintah. Sebabnya, Poengky merupakan perwakilan tokoh masyarakat di komisi tersebut.

Hal yang mengagetkan sejumlah kalangan, jelang tiga hari pengumuman nama-nama yang bakal terpilih menjadi anggota KPU dan Bawaslu 2022-2027 oleh DPR bocor ke publik nama-nama calon terpilih melalui WhatsApp. Ternyata nama-nama terpilih, sesuai dengan yang sebelumnya sudah beredar atau bocor di publik. Hal ini menimbulkan sinyalemen bahwa proses seleksi Penyelenggara Pemilu seperti sudah direkayasa sebelumnya.

Isu ini sempat ditepis Wakil Ketua Komisi II DPR Luqman Hakim dan menyebutnya sebagai hoaks. Namun faktanya nama-nama yang dipilih DPR sama persis dengan pesan tersebut. Hanya urutan saja yang berbeda. Sementara Deputy IV Kepala Staf Presiden Juri Ardiantoro menganggap lumrah jika ada peredaran nama anggota KPU dan Bawaslu sebelum pemilihan. Menurut

Ketua Tim Seleksi KPU dan Bawaslu, itu terjadi karena perhatian masyarakat yang tinggi terhadap proses seleksi anggota KPU-Bawaslu. Terlebih mantan Ketua KPU RI menyebut hal itu sebagai bagian dari masukan publik.

Hal yang juga tidak lazim, pemilihan Penyelenggara Pemilu masa bakti 2022-2027 tidak dilakukan secara voting terbuka dan *one man one vote*, tetapi berdasarkan sikap kolektif dan demokratis, musyawarah dengan voting dalam rapat pleno tertutup dan dimandatkan kepada ketua paksi, (kelompok fraksi). Alasannya kata anggota Komisi II DPR RI Anwar Hafid, karena kondisi Covid-19 yang mengkhawatirkan. Apalagi di tengah uji kelayakan dan kepatutan dikabarkan ada anggota Komisi II yang terpapar Covid-19. Lagi pula, kata Anwar, bila voting terbuka satu anggota satu bisa memakan waktu lama.

Manakala kekuatan oligarki tidak mampu mempengaruhi proses pembentukan Timsel dan hasil dari kerjanya, hampir bisa dipastikan kekuatan oligarki yang didukung oleh limpahan uang, fasilitas, jaringan dan sebagainya, tidak akan patah arang, atau kehilangan akal. Strategi lain yang akan dilakukan adalah dengan mempengaruhi berbagai aspek penting yang terkait dengan penyelenggaraan Pemilu.

Diantaranya terkait dengan peraturan perundangan, sebagaimana diendus Direktur eksekutif Lokataru, Haris Azhar. Dia berpendapat, terjadi oligarki hukum yang menghasilkan sejumlah undang-undang dengan ketentuan yang melemahkan masyarakat sipil. Jika dulu pemerintahan oligarkis masih mengakali hukum yang ada, sekarang oligarki membuat hukum untuk melemahkan masyarakat sipil. Itulah sebabnya, Haris mengusulkan penguatan masyarakat sipil harus diupayakan terus menerus. Kuatnya masyarakat sipil ini yang akan masuk ke sektor politik dan ekonomi untuk melemahkan oligarki. Organisasi

besar seperti Muhammadiyah penting meluaskan jaringannya dengan kontributif menguatkan representasi masyarakat sipil yang lebih kecil.

Akademisi hukum Universitas Gajah Mada, Zainal Arifin Mochtar berpendapat, Presiden Indonesia berwenang dalam proses pembuatan undang-undang sejak dari awal. Tetapi pada proses ini lebih memungkinkan kesepakatan melalui lobi tertutup dibanding proses terbuka yang terakses publik. Kewenangan besar presiden itu semakin mungkin diintervensi oligarki karena ada syarat ambang batas pencalonan presiden dalam undang-undang pemilu. Bagi Zainal, jika ambang batas pencalonan dihapus maka makin banyak calon presiden dan makin banyak kemungkinan keterpilihan presiden sehingga oligarki lebih sulit mengintervensi kebijakan.

Direktur eksekutif Perkumpulan untuk Pemilu dan Demokrasi (Perludem), Titi Anggraini menambahkan ketentuan hukum mendukung oligarki dalam UU Pemilu dan partai politik. Selain ambang batas pencalonan presiden dan kepala daerah, ada juga ketentuan pendirian partai politik dan pencalonan jalur perseorangan yang makin berat serta pelaporan keuangan partai politik dan dana kampanye hanya basa-basi. Ada juga sentralisasi rekrutmen di Pemilu dan Pilkada khususnya nominasi dari DPP (Dewan Pengurus Pusat) partai politik dalam pencalonan.

Partai politik yang sentralistik ini dalam pandangan akademisi Universitas Muhammadiyah Malang, Sulardi sebagai sebab menguatnya oligarki. Sulardi menyinggung contoh pencalonan di pilkada yang ditentukan oleh elite politik di pusat, Jakarta. Menurutnya, mengubah ketentuan dalam undang-undang untuk menciptakan iklim transaksi politik dan partisipasi pemilu yang terbuka akan bisa mengatasi oligarki. Oleh karena itu, sudah saatnya dibangun partai lokal di semua daerah.

Strategi lain yang paling lajim dan sering dilakukan oleh kekuatan oligarki untuk mempengaruhi proses Pemilu atau Pilkada adalah dengan membanjiri proses Pemilihan dengan taburan uang, yang disebut dengan politik uang atau politik transaksional, baik dalam proses pencalonan peserta Pemilu hingga penetapan sebagai calon terpilih.

Tujuan antaranya membuat Pemilu atau Pilkada akan lebih banyak diwarnai dengan berbagai isu atau praktik pelanggaran dan kecurangan Pemilu, termasuk melalui penyebaran hoaks, yang muaranya akan membuat pekerjaan rumah makin berat bagi Penyelenggara Pemilu, khususnya Bawaslu daripada fokus mewujudkan Pemilu yang Luber, Jurdil dan berintegritas.

Tujuan akhirnya agar para kandidat yang menang di Pemilu atau Pilkada berhutang budi dengan para pemilik modal, baik yang tergabung melalui sindikasi kekuatan oligarki atau yang bermanuver secara individual, para penumpang gelap (*dark rider*) ataupun pencari rente berbaju politik (*political rent seeking*). Dampak yang diharapkan oleh kekuatan oligarki, setelah terpilih menjadi elit politik atau elit birokrasi, akan melakukan politik balas budi dalam berbagai bentuknya. Dari mulai kemudahan aksesibilitas informasi hingga pemberian konsesi perizinan usaha di berbagai sektor strategis yang bernilai ekonomi tinggi.

Upaya mewujudkan Penyelenggara Pemilu yang lepas dari pengaruh kekuatan oligarki kian terasa berat mengingat dalam satu tahun terakhir kinerja Penyelenggara Pemilu tengah mendapat sorotan publik karena mengalami penurunan. Hal ini dapat disimak berdasarkan rilis survei Lembaga Survei Indonesia (LSI), di awal tahun 2021 yang menyebutkan, sebanyak 52,8 persen masyarakat yang tinggal di wilayah pelaksanaan Pilkada 2020, menyatakan cukup puas terhadap pelaksanaan Pilkada 2020. Namun, 36,9 persen menyatakan kurang puas.

Sementara itu, Indikator Politik Indonesia dalam survei pada September 2021 mencatat adanya kecenderungan penurunan trend kepuasan publik atas pelaksanaan demokrasi di Indonesia. Adapun sebanyak 47,6 persen publik merasa puas terhadap pelaksanaan demokrasi, sedangkan 44,1 persen menyatakan tidak puas. Sedangkan menurut Laporan Kinerja Dewan Kehormatan Penyelenggaraan Pemilihan Umum (DKPP) sepanjang tahun 2021, tercatat DKPP telah melakukan pemeriksaan terhadap 162 Teradu terkait dugaan pelanggaran kode etik prinsip profesionalitas yang dilanggar penyelenggara Pemilu.

Ketua MPR RI Bambang Soesatyo (Bamsuet) menyoroti soal persepsi masyarakat terhadap penyelenggaraan Pemilu. Ia menilai *trend* penurunan kepuasan ini perlu mendapatkan perhatian serius dari KPU dan DKPP. “Temuan tersebut menunjukkan bahwa profesionalisme masih menjadi tantangan besar yang dihadapi penyelenggara Pemilu,” ujar Bamsuet dalam keterangannya, Kamis (16/12/2021).

Tantangan tersebut akan kian sangat berat mengingat Pemilu Serentak 2024 mempunyai karakteristik yang berbeda dengan Pemilu Serentak 2019, yakni: adanya tambahan Pilkada Serentak yang digelar pada 27 November 2024, sementara Pemilu Serentak 2024 digelar pada 14 Februari 2024. Kompleksitas tersebut kian bertambah karena dari sisi perundangan tidak mengalami perubahan. Yakni: tetap mengacu pada UU No. 7 tahun 2017 tentang Pemilu dan UU No. 10 tahun 2016 tentang Pemilihan Gubernur, Bupati dan Walikota.

Singkat kata, pengaruh kekuatan oligarki terhadap Penyelenggara Pemilu sangat potensial. Karena hampir semua proses politik penting di negeri ini tidak terlepas dari pengaruh kekuatan oligarki: dari mulai proses penentuan Ketua Umum Parpol, proses pencapresan, pencaguban, pencalegan, dan seterusnya. Hal yang sama akan terjadi kepada Penyelenggara

Pemilu dan proses penyelenggaraan Pemilu. Tetapi apakah cengkaraman oligarki akan mempengaruhi penyelenggaraan penyelenggaraan Pemilu, akan sangat tergantung kepada profesionalitas dan integritas Penyelenggara Pemilu.

Itulah sebabnya, Direktur Eksekutif Perkumpulan untuk Pemilu dan Demokrasi (Perludem) Khoirunnisa Nur Agustyati mewanti-wanti dan menekankan, 12 nama pimpinan KPU dan Bawaslu terpilih (2022-2027) harus mampu bekerja secara transparan dan akuntabel dan terbuka terhadap masukan publik. Serta wajib menjaga independesinya khususnya dalam mempersiapkan perhelatan Pemilu Serentak 2024 (17/2).

Pemilu atau Pilkada dapat dikatakan memiliki integritas, apabila semua tahapan Pemilihan diselenggarakan menurut peraturan perundang-undangan yang tidak saja mengandung kepastian hukum (tidak ada kekosongan hukum, tidak ada kontradiksi ketentuan baik dalam suatu peraturan maupun antar peraturan, tidak ada ketentuan yang mengandung multi tafsir) dan dirumuskan berdasarkan asas-asas Pemilu yang demokratik (langsung, umum, bebas dan rahasia, jujur dan adil, transparan, dan akuntabel, serta dilaksanakan dan ditegakkan secara konsisten oleh institusi yang berwenang. (Daniel Zuchron dkk).



**Bagian Ketiga**

**Media Massa  
Antara Idealisme dengan Bisnis**





# Bagian Ketiga

## Media Massa Antara Idealisme dan Bisnis

### A. Antara Julius Caesar dan Tirto Adhi Soerjo

Sejarah media massa atau pers di dunia tidak dirintis oleh jurnalis atau awak media. Melainkan oleh penguasa, raja atau bangsawan pada zaman Romawi Kuno khususnya masa pemerintahan oleh Julius Caesar (100-44 SM), dengan merujuk pada “Acta Diurna”. Yakni: semacam catatan proses dan keputusan hukum. Sedangkan orang yang menghimpun dan menulis informasi untuk dipublikasikan di Acta Diurna disebut *diurnalis*.

Acta Diurna diyakini sebagai produk jurnalistik pertama di dunia. Dengan peran penting tersebut, Julius Caesar dinobatkan sebagai “Bapak Pers Dunia”. Dari Acta Diurna, berkembang menjadi pengumuman kelahiran, perkawinan, hingga keputusan kerajaan atau senator dan acara pengadilan. Setelah dikumpulkan, catatan harian tersebut lalu ditempatkan pada papan pengumuman, atau sejenis majalah dinding (*mading*) atau papan informasi—yang diletakkan di Forum Romanum agar diketahui oleh banyak orang.

Dari kata diurna muncul kata *du jour* (Prancis) yang berarti “hari ” dan *journal* (Inggris) yang artinya laporan, lalu berkembang menjadi *journalism* atau *journalistic*. Dalam bahasa Inggris, *journalist* artinya orang yang membuat atau menyampaikan laporan. Surat Kabar tulisan tangan pertama bernama *Gazetta* terbit pertama kali tahun 1536. Di Cina surat kabar *King Pau* terbit tahun 911 Masehi.

Setelah Johann Gutenberg menemukan mesin cetak, istilah surat kabar bertransformasi menjadi istilah press yang berasal dari kata press yang artinya tekan (untuk mencetak perlu ditekan). Surat kabar cetakan pertama di Eropa bernama Nieuwe Tijdinghen di Belgia tahun 1605. Menyusul kemudian Avisa, Relation Order Zeitung tahun 1609 di Jerman. Di Boston Amerika Serikat terbit surat kabar Public Occurrances Both Foreign and Domestic sebanyak tiga halaman adalah surat kabar pertama yg terbit di Boston Amerika.

Benjamis Harris, pendiri surat kabar ini gagal mendapatkan izin dari pemerintah kolonial Inggris sehingga surat Public Occurrances Both Foreign and Domestic hanya terbit satu kali. Tekanan pemerintah kolonial menjadi cikal bakal pemikiran pentingnya pers yang bebas di Amerika.

Mirip dengan zaman Romawi Kuno dimana pers dirintis oleh seorang raja bernama Julius Caesar, di Indonesia dirintis oleh Tirta Adhi Soerjo seorang bangsawan atau ningrat sejati yang lahir tahun 1880 di Blora. Tirta berada di garis ke-4 dari Keraton Solo, derajat ke-4 dari Panembahan Madura terakhir, dan derajat ke-4 dari Bupati Blora R.M.A.A. Tjokronegoro. Ayahnya bernama R. Ng. Haji Chan Tirtodipuro, pegawai kantor pajak atau collecteur. Sedangkan siapa ibunya, tidak ada informasi yang jelas.

Pilihan Tirta Adhi Soerjo (TAS) untuk meneruskan pendidikan di sekolah kedokteran di STOVIA (sekolah dokter jawa di Batavia), dianggap sebagai sesuatu hal yang luar biasa pada masa itu. Karena ketika itu kebanyakan kaum bangsawan atau keturunan priyayi lebih memilih bekerja sebagai pegawai negeri. Pekerjaan yang dipandang sebagai suatu pekerjaan yang dapat memerintah. Kala itu profesi dokter dipandang sebagai pekerjaan pengabdian sehingga jarang sekali orang-orang yang berasal dari golongan ningrat mau melanjutkan pendidikan ke

sekolah dokter.

Di sela-sela kegiatan belajar di STOVIA, Tirto Adhi Soerjo alias TAS rajin menulis. Tulisannya dimuat di berbagai surat kabar terbitan Betawi dalam bahasa Belanda atau Jawa. Karena fokus pada dunia tulis menulis, kuliahnya menjadi terbengkalai bahkan putus di tengah jalan. Akhirnya ia memilih menjadi penulis dengan nama pena TAS.

Dari sebagai penulis kemudian merangkap menjadi seorang jurnalis. Maka tercatatlah SAS sebagai orang Indonesia pertama yang sekaligus melahirkan surat kabar yang dikelola pribumi pertama kali bernama S.V Medan Prijaji. Medan Prijaji (EYD: Medan Priyayi) adalah surat kabar berbahasa Melayu yang terbit di Bandung pada 1 Januari 1907 hingga Januari 1912. Tirto pula merupakan orang pertama yang menggunakan surat kabar sebagai alat propaganda dan pembentuk pendapat umum.

Surat kabar yang didirikan oleh TAS dikenal sebagai surat kabar nasional pertama karena menggunakan bahasa Melayu (bahasa Indonesia). Seluruh pekerjaannya (mulai dari pengasuh, percetakan, penerbitan, dan wartawannya) adalah pribumi sehingga Medan Prijaji menjadi surat kabar pertama yang dikelola pribumi secara mandiri. Medan Prijaji juga disebut sebagai pelopor dari jurnalisisme advokasi.

Dalam melaksanakan aktivitas jurnalistiknya, TAS berani menulis kecaman-kecaman pedas terhadap pemerintahan kolonial Belanda pada masa itu. Salah satunya adalah saat ia mengungkap skandal pemilihan lurah di daerah Purworejo. A. Simon, salah seorang pejabat Belanda dituding Tirto sebagai otak kecurangan itu. Bahkan, ia mengatai Simon dengan sebutan *snoot aap*, atau monyet ingusan.

Dampaknya, berkali-kali TAS harus diseret ke meja hijau

hanya karena melontarkan kritik pedas terhadap pemerintah kolonial. Akhirnya TAS ditangkap dan disingkirkan dari Pulau Jawa dan dibuang ke Pulau Bacan, dekat Halmahera (Provinsi Maluku Utara). Penangkapan Tirto merupakan dalih dari Jaksa Agung Hindia Belanda, A Browner yang menuduh Tirto bersalah telah menulis penghinaan kepada Bupati Rembang. Setelah selesai dari masa pembuangannya, Tirto kembali ke Batavia dan meninggal dunia pada 17 Agustus 1918.

Kisah perjuangan dan kehidupan TAS atau Tirto Adhi Soerjo diangkat oleh Pramoedya Ananta Toer dalam Tetralogi Buru dan Sang Pemula. Pada 1973, pemerintah mengukuhkannya sebagai Bapak Pers Nasional. Pada tanggal 3 November 2006, Tirto mendapat gelar sebagai Pahlawan Nasional melalui Keppres RI no 85/TK/2006. Untuk mengenai kepeloporan dan jasanya terhadap pers Indonesia sebagai pers perjuangan, setiap tanggal 9 Februari diperingati sebagai Hari Pers Nasional (HPN).

Jauh sebelumnya sudah munculnya kegiatan jurnalistik, yang terbit di Hindia Belanda berupa Gazette (lembaran). Bataviase Nouvelles diterbitkan oleh JE Jordens hingga ditutup oleh VOC tahun 1746. Penjajah Belanda tidak menyukai surat kabar ini. Surat kabar Indonesia pertama berbahasa Jawa Bromartini mulai terbit di Surakarta tahun 1855. Surat kabar pertama berbahasa Melayu adalah Soerat Kabar Melajoe terbit 1856 di Surabaya. Tahun 1860 Slomporet Malajoe terbit di Semarang. Di susul Bintang Timur di Surabaya dan Matahari di Jakarta.

Kehidupan pers sangat sulit karena rendahnya oplag dan ketatnya pemerintah Belanda melakukan pengawasan melalui UU Pers tahun 1856. UU ini mengharuskan pencetak dan penerbit mempunyai izin dan setoran jaminan. Saat militer Jepang datang menduduki Indonesia, seluruh surat kabar Belanda dan Cina dilarang terbit. Sensor diberlakukan secara ketat.

## B. Mandat Sejarah Pers

UUD 1945 Pasal 28 mengamanatkan, negara menjamin kemerdekaan berserikat dan berkumpul, mengeluarkan pikiran dengan lisan dan tulisan. Pers yang meliputi media cetak, media elektronik dan media lainnya merupakan salah satu sarana untuk mengeluarkan pikiran dengan lisan dan tulisan tersebut. Fungsi maksimal pers diperlukan karena kemerdekaan pers adalah salah satu perwujudan kedaulatan rakyat dan merupakan unsur yang sangat penting dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara yang demokratis.

UUD 1945 tersebut di masa Orde Baru kemudian dibreak-down dengan diterbitkannya Keputusan Dewan Pers No 79/ XIV/1974 tertanggal 1 Desember 1974 yang ditandatangani Menpen Mashuri, SH. Disebutkan, pers nasional berpijak kepada enam landasan. Enam landasan tersebut dijadikan semacam “rukun iman” bagi para pengusaha pers dan kalangan praktisi jurnalistik. Agar mereka tidak tersandung dan bebas dari ancaman pemberedelan yang setiap saat bisa dilakukan oleh pemerintah. Berdasarkan buku Jurnalistik Indonesia.

Keenam landasan pers tersebut sebagai berikut, yakni: Pertama, yakni landasan idiil pers, yakni: Pancasila. Artinya, selama ideologi negara tidak diganti, suka atau tidak suka. Pers nasional kita harus tetap meruju kepada Pancasila. Kedua, landasan konstitusional. Berarti menunjuk kepada UUD 1945 setelah empat kali dilakukan amandemen dan ketetapan-ketetapan MPR. Pers nasional harus memiliki pijakan konstitusional agar tak kehilangan kendali serta jati diri dalam kompetisi era global.

Ketiga, landasan yuridis formal. Mengacu kepada UU Pokok Pers No.40/1999 untuk pers, dan UU Pokok Penyiaran No. 32/2002. Untuk media radio siaran dan media televisi siaran.

Keempat, landasan strategis operasional, mengacu kepada kebijakan redaksional media pers masing-masing. Garis haluan manajerial berkaitan erat dengan filosofi, visi misi, orientasi, kebijakan, dan kepentingan komersial. Garis haluan redaksional mengatur tentang kebijakan pemberitaan atau sesuatu yang menyangkut materi isi serta kemasan penerbitan media pers.

Kelima, landasan sosiologis kultural, berpijak pada tata nilai dan norma sosial budaya agama yang berlaku yang dijunjung tinggi oleh masyarakat bangsa Indonesia. Pers kita bukanlah pers liberal. Karena itu, dalam segala sikap dan perilakunya, pers nasional dipengaruhi dan dipagari nilai-nilai kultural. Keenam, landasan etis profesional, menginduk kepada kode etik profesi. Setiap organisasi profesi pers harus memiliki kode etik.

Pembentukan Dewan Pers pada 1968, dianggap merupakan bagian dari sejarah pers di Indonesia. Pembentukannya berdasarkan UU No. 11 tahun 1966 tentang Ketentuan-ketentuan Pokok Pers yang ditandatangani oleh Presiden Soekarno, 12 Desember 1966. Kemudian oleh Orde Baru, melalui UU No. 21 tahun 1982 tentang Perubahan Atas UU No. 11 tahun 1966 tentang Ketentuan-ketentuan Pokok Pers sebagaimana telah diubah dengan UU No. 4 tahun 1967, yang ditandatangani oleh Presiden Soeharto pada 20 September 1982, tidak banyak mengubah Dewan Pers.

Perubahan fundamental baru terjadi tahun 1999, setelah terjadinya pergantian kekuasaan dari Orde Baru ke Orde Reformasi. Pada UU No. 40 tahun 1999 tentang Pers Pasal 6 dirumuskan, pers nasional berperan sebagai berikut: (a) memenuhi hak masyarakat untuk mengetahui; (b) menegakkan nilai-nilai dasar demokrasi, mendorong terwujudnya supremasi hukum, dan Hak Asasi Manusia, serta menghormati kebhinekaan; (c) mengembangkan pendapat umum berdasarkan informasi yang tepat, akurat, dan benar; (d) melakukan pengawasan,

kritik, koreksi, dan saran terhadap hal-hal yang berkaitan dengan kepentingan umum; dan (d) memperjuangkan keadilan dan kebenaran.

Di negara-negara demokrasi atau penganut teori pers libertarian yang memposisikan pers sebagai “The Fourth Estate” atau “Pilar Kekuasaan Keempat” setelah kekuasaan eksekutif, legislatif dan yudikatif, pers harus bebas dari pengaruh dan kendali pemerintah. Dalam upaya mencari kebenaran, semua gagasan harus memiliki kesempatan yang sama untuk dikembangkan sehingga yang benar dan dapat dipercaya akan bertahan, sedangkan yang sebaliknya akan lenyap.<sup>1</sup>

Sebagai suatu institusi, sekurangnya terdapat dua unsur yang berhubungan dengan pers, yaitu: Bagian Redaksi (Editor Departemen), yaitu bidang pemberitaan yang di dalamnya terdiri dari; pemimpin redaksi, redaktur pelaksana, redaktur, reporter, dan koresponden. Tugas bagian redaksi yaitu mengelola konten dari media (berita, opini, ulasan, dan lain-lain), (2) Bagian Usaha (Business Departemen), yaitu bidang pemasaran yang di dalamnya terdiri dari manajer pemasaran, dan staff pemasaran. Tugas bagian usaha yaitu menangani urusan bisnis, periklanan, sirukulasi, promosi, dan lainnya.

Selain kedua bagian tersebut, umumnya dalam manajemen pers juga ada Pemimpin Umum, bagian personalia, tata usaha, keuangan, logistik, dan bagian percetakan. Makin besar suatu pers, makin membengkak pula devisi dan sumber daya manusia. Dalam kontek media massa, jelas televisi merupakan suatu institusi pers yang paling banyak padat modal dan padat karya dan karenanya memerlukan anggaran besar untuk pembelian dan pemeliharaan alat yang mengandung teknologi tinggi, menyelenggarakan siaran mapun untuk membayar gaji awak

---

<sup>1</sup> Hikmat Kusumaningrat dan Purnama Kusumaningrat, *Jurnalistik, Teori dan Praktik*, Remaja Rosda Karya, Bandung, 2009, hal 20.



media maupun karyawannya.

Perkembangan bisnis media massa khususnya televisi dan belakangan media berbasis internet maupun media baru (new media) dan terlebih yang telah melakukan konvergensi dan integrasi berbagai jenis usaha media maupun non media dalam suatu korporasi, telah melahirkan sejumlah pengusaha besar atau kelas kakap, bahkan diantaranya masuk dalam kelompok konglomerat atau orang terkaya di Indonesia. Kontribusinya dalam menopang perkonomian nasional, melalui pajak yang disetornya ke negara sangat tidak kecil.

Kontribusi terbesar tidak lain adalah menyerap lapangan kerja. Ratusan ribu bahkan hingga menembus jutaan orang (pengisi acara, pegawai ataupun awak media dan keluarganya) banyak bergantung kehidupannya pada eksistensi dan kelangngan media. Hal ini belum termasuk dengan para vendors atau mitra bsinis media massa. Jangan lupa melalui media pula banyak melahirkan para pesohor dan selebriti yang hidupnya bergelimpangan dengan harta benda dan kemewahan.

Karena pers merupakan industri padat modal dan padat karya, maka pers harus berorientasi kepada kepentingan komersial dan dapat berfungsi sebagai lembaga ekonomi. Jadi, tidak cukup hanya dengan mengandalkan idealisme. Konsekwensinya, sebagai lembaga ekonomi yang harus berorientasi menguntungkan (profit), penerbitan pers harus dijalankan dengan merujuk pada pendekatan ekonomi dan kaidah ekonomi, efisiensi dan efektivitas.<sup>2</sup>

Dengan catatan dalam mengembangkan pers sebagai lembaga ekonomi harus menetapkan etika sebagai berikut<sup>3</sup>:

---

<sup>2</sup> Haris Sumadiria, *Jurnalistik Indonesia, Menulis Breita dan Feuture*, Panduan Praktis Jumalis Profesional, Simbiosis Rekatama, 2011, hal 47.

<sup>3</sup> *Ibid*, hal 246.

1. Perusahaan pers harus ditumbuhkembangkan atas dasar prinsip-prinsip ekonomi dan sistem manajemen yang sehat.
2. Perusahaan pers tidak menyiarkan hal-hal yang merugikan upaya mencerdaskan kehidupan bangsa.
3. Perusahaan pers harus terbuka melayani klaim dari masyarakat.
4. Perusahaan pers atas inisiatif bersama memelihara iklim yang kondusif, dalam arti berjalannya kemerdekaan pers sebagai landasan dan jaminan bagi tumbuh dan berkembangnya industri pers.
5. Perusahaan pers tidak melakukan praktik memonopoli pembentukan opini publik dan memonopoli kepemilikan terhadap industri media massa.
6. Perusahaan pers bekerja sama dengan sesamanya bagi kehidupan industri pers yang saling menguntungkan dan menghindari persaingan curang.
7. Perusahaan pers harus memiliki standar profesi.
8. Perusahaan pers harus menghormati Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia serta wajib memberikan data yang akurat mengenai profil medianya.
9. Perusahaan pers melaksanakan hubungan dengan mitra kerjanya dengan jujur.
10. Perusahaan pers menghormati organisasi-organisasi pers dan lembaga lainnya yang berperan dalam pengembangan pers serta menjaga prinsip-prinsip kemerdekaan pers.

Agar antara idealisme dengan komersialisme dapat dijalankan secara paralel, mutlak diperlukan profesionalisme. Sementara profesionalisme mengandung enam ciri, yakni: (a) memiliki keahlian tertentu yang diperoleh melalui penampaan

pengalaman, pelatihan, atau pendidikan khusus di bidangnya, (b) beroleh imbalan atau gaji yang layak, (c) seluruh sikap, perilaku dan aktivitasnya terikat secara moral dan etika terhadap eti profesi, (d) secara sukarela bergabung dengan salah satu organisasi profesi yang sesuai dengan keahliannya, (e) memiliki kecintaan dan dedikasi luar biasa terhadap bidang profesi yang dipilih dan ditekuninya, dan (f) mensyaratkan penguasaan dan keterampilan tertentu.<sup>4</sup>

Dalam aktualisasinya pers acapkali dipengaruhi tantangan masyarakat dan bangsa. Paska kemerdekaan (1945-1955), pers menjadi menjadi alat perjuangan dan revolusi kemerdekaan. Ini merupakan mandat sejarah awal pers. Sayangnya paska pemberontakan Partai Komunis Indonesia (1965) hingga sekitar 1980-an, pers cenderung membebek kepada regim Orde Baru. Namun hal tersebut tidak terjadi begitu saja. Hal ini ada kaitannya dengan kebijakan represif regim Orde Baru yang akan langsung membredel pers yang dianggap merongrong kewibawaan penguasa.

Menurut David T. Hill, tidak lama setelah Soeharto naik ke tampuk kekuasaan sejak 1 Oktober 1965, nyaris sepertiga dari seluruh surat kabar ditutup.<sup>5</sup> Industri pers harus menghadapi serangkaian pembredelan untuk berita-berita mereka yang bertentangan dengan pemerintah. Contohnya kasus Kompas, Tempo dan Sinar Harapan. Beberapa media bahkan dibredel hingga beberapa kali. Tetapi mereka tetap bertahan. Meskipun belakangan akhirnya gulung tikar juga, sebagaimana dialami koran Sinar Harapan.

Khusus mengenai pertelevisian, jika pada masa penumbangan

<sup>4</sup> Ibid, hal 48-49.

<sup>5</sup> David T. Hill, *The Press di New Order Indonesia*, University of Western Australia Press, Asia Research Center on Social, Political dan Economic Change dan Pustaka Sinar Harapan, 1994, hal 11.

Orde Baru televisi cenderung bersahabat dengan masyarakat sipil, proses selanjutnya mencatat bahwa industri televisi justru berpaling pada kekuatan negara dan mengabaikan aspirasi publik. Proses liberalisasi informasi yang memungkinkan tumbuhnya bisnis televisi paska 1998 ternyata tidak cukup kuat untuk melahirkan sistem industri televisi yang berpihak pada publik. Penghormatan pertama terjadi ketika Asosiasi Televisi Swasta Indonesia (KPI) menyatakan keengganannya diatur oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) pada Oktober 2002. Padahal KPI merupakan representasi kekuatan masyarakat sipil seperti diatur dalam UU Penyiaran.<sup>6</sup>

Dengan mengacu kepada UU No. 40 tahun 1999 tentang Pers Pasal 3 mengenai fungsi pers nasional sebagai media informasi, pendidikan, hiburan, dan kontrol sosial fungsi sebagai lembaga ekonomi, perbedaan peran dan fungsi pers pada sebelum dan sesudah era reformasi dapat digambarkan (*capture*) pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 1**  
**Perbedaan Peran dan Fungsi Pers**  
**Sebelum dan Sesudah Era Reformasi**

No.	Peran dan Fungsi Pers	Sebelum Reformasi	Sesudah reformasi
1.	Sebagai media informasi	Terbatas; terancam; informasi harus sesuai dengan agenda/propaganda pemerintah.	Terwujud: bisa menginformasikan segala hal: politik, ekonomi, sosial, hukum, dll; cenderung vulgar tanpa sensor (sensor hanya dipermukaan).

<sup>6</sup> Ibid, hal xix.

2.	Sebagai media pendidikan	Terbelenggu; tidak mampu mendidik masyarakat akan hak dan kewajibannya	Terwujud: bisa mendidik masyarakat dalam segala hal, tetapi cenderung menyimpang/kebablasan karena pendidikannya mengarah pada kekerasan, keegosian, kesusilaan, dan perpecahan.
3.	Sebagai media hiburan	Terbatas; tidak bisa mengorek kehidupan pribadi para pejabat	Terwujud secara signifikan: bisa mengorek kehidupan pribadi siapapun semaunya; cenderung memberi hiburan yang tidak mendidik; hanya sekadar gembira dan tertawa.
4.	Sebagai kontrol sosial	Mandul; justeru pers yang dikontrol oleh pemerintah/negara	Terwujud secara signifikan; mampu mengontrol perilaku tak terpuji masyarakat pada umumnya dan pejabat pada khususnya, mampu menjadi produsen bagi keputusan politik.

5.	Sebagai pelaku ekonomi.	Terbatas; hanya orang-orang yang dekat dengan penguasa saja	Terwujud secara signifikan; siapapun bisa mendirikan perusahaan penerbitan asal punya modal.
----	-------------------------	---	--

Sumber: Rina Martini, Analisis Pers dan Fungsi Pers Sebelum dan Sesudah Reformasi Politik di Indonesia, Jurnal Ilmu Sosial, Vol 13, No. 2, Agustus 2014, hal 6-7.

Meskipun kehadiran reformasi membawa banyak berbagai perubahan mendasar dalam kehidupan bangsa yang berdampak terhadap pers, tidak semuanya diterima sebagai suatu anugerah, kenikmatan dan kebaikan bagi masyarakat dan bangsa. Belakangan malah menimbulkan kegamangan, kerisauan dan kerisauan sebagai akibat dari makin melencengkan fungsi dan peran pers dari tujuan idiilnya sebagaimana diamanatkan oleh UUD 1945.

Kegamangan tersebut dapat disimak dari pernyataan mantan Ketua Dewan Pers Bagir Manan<sup>7</sup> sebagai berikut:

*“.... sejak reformasi (reform) tahun 1998, dengan berbagai regulasi baru dan kebijakan pemerintah tidak mencampuri pers, kami menikmati berbagai bentuk kemerdekaan pers. Dalam suasana baru pers Indonesia, yaitu: dari serba terbelenggu menjadi bebas, dari pers yang sekedar bertahan hidup, menjadi pers yang memberi hidup dalam segala aspek kehidupan, dari pers yang senantiasa khawatir ditutup atau dibredel, menjadi pers yang menentukan dirinya sendiri, semestinya sesuatu yang membawa kebahagiaan, bukan saja bagi pers, tetapi bagi masyarakat bahkan pemegang kekuasaan.*

*Dalam kenyataan, untuk sebagian orang, pers yang*

<sup>7</sup> Bagir Manan, Menjaga Kemerdekaan Pers di Pusaran Hukum, Dewan Pers, 2011, hal 3-4.

*bebas tidak begitu membahagiakan. Dalam berbagai forum diperdengarkan suara, bahwa kebebasan pers di Indonesia telah melebihi takaran, terlalu bebas (too much freedom), kebebasan berlebihan (excessive). Harus diakui ada hal yang tidak proporsional, ada hal yang menyimpang. Tetapi masa sebelas tahun (Sejak 1998); secara rasional terlalu pendek untuk menyatakan pers Indonesia seolah-olah tidak layak memiliki kemerdekaan, sehingga perlu diadakan kembali berbagai bentuk kendali, tidak cukup pers mengendalikan diri mereka sendiri”.*

Bagir Manan<sup>8</sup> yang juga dikenal sebagai Besar Guru Besar Ilmu Hukum Tata Negara Fakultas Hukum Universitas Padjadjaran Bandung mengatakan, hari-hari ini pers telah, bahkan sangat menikmati kemerdekaan atau kebebasan. Apakah dapat diartikan tidak ada lagi persoalan kemerdekaan atau kebebasan pers? Sama sekali belum. Pertama, ada yang berusaha mengembangkan pendapat, media atau kemerdekaan pers telah kebablasan atau melampaui batas. Untuk itu diperlukan regulasi, baik langsung atau tidak langsung yang dapat menjadi instrumen kendali. Kendali dapat dalam bentuk ancaman yang lebih berat.

Kedua, pers masih menghadapi berbagai hambatan atau ancaman, baik langsung atau tidak langsung, seperti hambatan menjalankan tugas-tugas jurnalistik, bahkan kematian wartawan yang sedang menjalankan tugas-tugas jurnalistik. Ketiga, pers Indonesia menghadapi pula persoalan-persoalan besar lainnya yang bersumber dari pertanyaan “Apakah makna kemerdekaan atau kebebasan pers? Untuk apa kemerdekaan atau kebebasan pers? Bagaimana memelihara dan mempertahankan kemerdekaan atau kebebasan pers?”

---

<sup>8</sup> Bagir Manan, Politik Publik Pers, Dewan Pers, 2012, hal 38.

Menurut Bagir yang juga Rektor Universitas Islam Bandung (Unisba) periode 1985—1986 dan 2000—2001, kemerdekaan pers sebagaimana juga kemerdekaan individu, kelompok, atau pranata lainnya, tidak sekedar dimaksudkan kemerdekaan demi kemerdekaan, kebebasan semata demi kebebasan (*freedom for the sake of freedom*). Ancaman bagi mereka yang hanya melihat demokrasi sebagai bentuk kebebasan. Hal serupa dapat terjadi pada pers. Kemerdekaan pers terjaga, bukan semata-mata karena kita berhasil membuat aturan yang menjamin kemerdekaan pers. Bukan pula karena pers mempunyai hak protes, mempunyai hak melawan upaya mengurangi kemerdekaan pers.

Ketua Mahkamah Agung (2001-2008) melanjutkan, tidak kalah penting, ada kemauan pers untuk menggunakan kemerdekaan pers dengan penuh tanggung jawab dan disiplin. Kemerdekaan atau kebebasan pers, sebagaimana kemerdekaan atau kebebasan pada umumnya harus tunduk pada pembatasan-pembatasan. Pembatasan merupakan suatu bentuk tanggung jawab dan disiplin. Kemerdekaan atau kebebasan pers yang tidak disertai tanggung jawab akan menjadi atau mendorong anarki. Tanggung jawab dan disiplin ditunjukkan dengan cara taat kepada hukum, senantiasa menjunjung tinggi etik, independen, seimbang, check dan recheck, dan lain-lain syarat sebagai sebuah profesi.

### **C. Peran Media Massa**

Dalam jagat ilmu komunikasi, terdapat beberapa istilah yang memiliki kemiripan peran atau fungsi. Yakni: (1) Media Massa, (2) pers, dan (3) jurnalistik. Media Massa adalah saluran atau tempat publikasi karya jurnalistik yang dikelola oleh lembaga pers. Pers adalah lembaga atau organisasi penerbitan media untuk publikasi karya jurnalistik. Sedangkan jurnalistik



adalah aktivitas atau keterampilan mengumpulkan, menulis, menyunting, dan menyajikan berita di media massa.<sup>9</sup>

Kata media adalah bentuk jamak dari medium yang berarti tengah atau perantara. Massa berasal dari bahasa Inggris yaitu mass yang berarti kelompok, kumpulan, atau orang banyak. Secara umum media<sup>10</sup> adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Sedangkan media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio dan televisi.

Secara lebih lengkap dijelaskan, bentuk-bentuk media massa, yakni: a. Surat kabar, b. Majalah, c. Radio siaran, d. Televisi, e. Film, dan (d) Komputer dan internet.<sup>11</sup> Contoh surat kabar yang sampai saat ini masih eksis adalah Kompas, Republik, Media Indonesia, dan lain-lain. Sedangkan Majalah yang masih eksis adalah Tempo, Matra, Intisari, dan lain-lain. Contoh televisi adalah TVRI, SCTV, RCTI, Kompas TV, Metro TV, Trans TV, dan lain-lain. Radio yang masih eksis misalnya RRI, Kiss FM, HardRock FM, dan lain-lain. Sementara media online yang eksis antara lain Kompas.com, TribunNews.com, Detik.com, IdnTimes.com, Jpnn.com.

Secara karakteristik, media massa menurut Cangara<sup>12</sup> mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

<sup>9</sup> Oleh karena ada kemiripan dan saling terkait, terutama makna pers dan media massa, dalam buku ini terkadang dua istilah tersebut digunakan secara silih berganti. Tergantung konteks dan kebutuhan.

<sup>10</sup> Menurut UU No. 40 Tahun 1999 tentang Pers, pers adalah lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang menyelenggarakan kegiatan jurnalistik yang meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi berupa tulisan, suara, gambar, suara, dan gambar, serta data dan grafik dan dalam bentuk lain dengan menggunakan media cetak, media elektronik, dan segala jenis saluran yang tersedia.

<sup>11</sup> Elvinaro Ardianto, Komunikasi Massa, Suatu Pengantar, Simbiosis Rekatama Media, Bandung, 2007, hal 103-149.

<sup>12</sup> Hafied Cangara, Pengantar Ilmu Komunikasi, RajaGrafindo Persada, 2016, hal 126.

- a. Bersifat melembaga, artinya pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang yakni mulai dari pengumpulan, pengelolaan sampai pada penyajian informasi.
- b. Bersifat satu arah, artinya komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dan penerima. Kalau pun terjadi reaksi atau umpan balik, biasanya memerlukan waktu dan tertunda
- c. Memeluas dan serempak, artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak, karena ia memiliki kecepatan. Bergerak secara luas dan simultan, dimana informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang dalam waktu yang sama,
- d. Memakai peralatan teknis atau mekanis, seperti radio, televisi, surat kabar, dan sebagainya.
- e. Bersifat terbuka, artinya pesannya dapat diterima oleh siapa saja dan dimana saja tanpa mengenal batas usia, jenis kelamin, dan suku bangsa.

Kehadiran komunikasi, khususnya media massa atau pers dengan berbagai ragam produk jurnalistiknya, sebagaimana dikatakan Lavidge dan Steiner (dalam Saverin dan Tankard 2001)<sup>13</sup>, mempunyai pengaruh atau efek sangat besar dalam masyarakat. Yakni: (a) kognitif (pemikiran/gagasan) berkaitan dengan pengetahuan tentang sesuatu. Pesan-pesan komunikasi menyediakan informasi dan kenyataan yang mengisi bidang pemikiran/gagasan seseorang.

Kemudian (b) afektif (emosi) yakni: berhubungan dengan sikap terhadap sesuatu. Dalam konteks komunikasi politik, secara afektif (1) dapat menjernihkan atau mengkristalisasikan nilai politik melalui komunikasi politik, (2) dapat memperkuat nilai yang dianut, dan (3) dapat memperkecil nilai yang

<sup>13</sup> Zainal Mukarom, Komunikasi Politik, Pustaka Setia, 2016, hal 143-144.

dianut. Tujuan dari komunikasi politik bukan hanya memberi tahu kepada khalayak agar menjadi tahu tentang informasi, melainkan juga khalayak diharapkan dapat merasakannya.

Lalu (c) konatif/behavioral yakni: berhubungan dengan perilaku terhadap sesuatu. Pesan-pesan komunikasi merasa atau mengarahkan keinginan untuk melakukan sesuatu. Efek behavioral/konatif ini berkaitan pada perilaku atau tindakan komunikasi setelah proses komunikasi berlangsung. Perwujudan efek komunikasi politik yang timbul dapat berupa 'partisipasi politik' nyata untuk memberikan suara dalam Pemilu atau bersedia melaksanakan kebijakan serta keputusan politik yang dikomunikasikan oleh komunikator politik.

Menurut Elvinaro Ardianto, media massa merupakan sarana pendidikan bagi khalayaknya (*to educate*), sebagai sarana informasi (*to inform*) dan juga menghibur (*to entertaining*).<sup>14</sup> Adapun fungsi media massa, masih menurut Elvinaro, bisa dibagi menjadi lima, a) Pengawasan (*surveillance*), b) Penafsiran (*interpretation*), c) Pertalian (*linkage*), d) Penyebaran Nilai-Nilai (*transmission of value*), e) Hiburan (*entertainment*).<sup>15</sup>

Selain itu, menurut Eriyanto, media mempunyai tiga peran. Pertama, media mampu menciptakan isu, membuat sebuah isu lebih menonjol dibandingkan dengan lain. Kekuatan ini dikenal sebagai penentuan agenda oleh media (*agenda setting*). Kedua, media mempunyai kekuatan dalam membingkai (*framing*)<sup>16</sup> suatu peristiwa, sebagai akibatnya media bisa memengaruhi pandangan publik atau isu. Kekuatan ini disebut dengan teori pembingkain (*framing*). Lalu ketiga media mempunyai kemampuan dalam mengarahkan pandangan publik. Penilaian

<sup>14</sup> Elvinaro Ardianto, Op cit, 18.

<sup>15</sup> Ibid, 14-17.

<sup>16</sup> Framing, berhubungan erat dengan proses editing (peyuntingan), reporter, redaktur, dan petugas layouter. Baca: Eriyanto, Analisis Framing, Konstruksi, Ideologi dan Politik Media, LKiS, 2002, hal 221.

atau evaluasi atas suatu aspek tertentu yang ditonjolkan oleh media. Di titik ini media mempunyai kekuatan, yakni: mampu memberikan stimulus berupa priming dalam mengaitkan memori dan selanjutnya mengarahkan pandangan publik.<sup>17</sup>

Mantan Ketua Dewan Pers Bagir Manan menyebut enam fungsi pers, yakni: pertama, sebagai media komunikasi antara negara (penyelenggara negara) dengan publik. Kedua, sebagai pembentuk opini. Bukan sekedar penyalur opini. Ketiga, sebagai sumber gagasan, baik sebagai pencipta atau sebagai penyalur gagasan. Keempat, sebagai cermin tata kehidupan politik, ekonomi, sosial, dan budaya. Kelima, sarana kontrol, baik sebagai pengontrol maupun sebagai penyalur kontrol publik. Dalam tradisi ilmu politik, pers ditempatkan sebagai struktur tersendiri, tetapi dapat pula disebutkan sebagai unsur pressure group. Keenam, berbagai fungsi penting lain, misalnya pers atau media sebagai pendidik, pengembangan *social responsility dan social commitment* dan lain-lain.<sup>18</sup>

Dennis McQuail<sup>19</sup> mengidentifikasi peran media massa seperti berikut:

- a. Jendela pengalaman yang meluaskan pandangan dan memungkinkan kita mampu memahami apa yang terjadi di sekitar kita, tanpa campur tangan pihak lain atau sikap memihak.
- b. Juru bahasa yang menjelaskan dan memberi makna terhadap peristiwa atau hal yang terpisah dan kurang jelas.
- c. Pembawa atau penghantar informasi dan pendapat.
- d. Jaringan interaktif yang menghubungkan pengirim dengan penerima melalui berbagai macam umpan balik.

<sup>17</sup> Eriyanto, *Media dan Opini Publik*. RajaGrafindo Persada, 2018, hal 3-4.

<sup>18</sup> Bagir Manan, *Politik Publik Pers*, Dewan Pers, 2012, hal 25-26.

<sup>19</sup> Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa*, Erlangga, Jakarta 1987, hal 53.

- e. Penunjuk jalan yang secara aktif menunjukkan arah, memberikan bimbingan atau instruksi.
- f. Penyaring yang memilih bagian pengalaman yang perlu diberi perhatian khusus dan menyisihkan aspek pengalaman lainnya, baik secara sadar dan sistematis atau tidak.
- g. Cermin yang memantulkan citra masyarakat terhadap masyarakat itu sendiri. Biasanya pantulan citra itu mengalami perubahan (distorsi) karena adanya penonjolan terhadap segi yang ingin dilihat anggota masyarakat, atau sering segi yang ingin mereka hakimi atau cela, dan
- h. Tirai yang menutupi kebenaran demi mencapai tujuan propaganda atau pelarian dari suatu kenyataan (*escapism*).

Menurut McQuail ada enam perspektif tentang peran media. Pertama, melihat media massa sebagai *window on events and experience*. Media dipandang sebagai jendela yang memungkinkan khalayak “melihat” apa yang sedang terjadi di luar sana ataupun pada diri mereka sendiri. Kedua, media juga sering dianggap sebagai *a mirror of events in society and the world, implying a faithful reflection*. Yaitu, cermin berbagai peristiwa yang ada di masyarakat dan dunia, yang merefleksikan apa adanya.

Ketiga, memandang media sebagai filter atau *gatekeeper* yang menyeleksi berbagai hal untuk diberi perhatian atau tidak. Media senantiasa memilih isu, informasi, atau bentuk content yang lain berdasarkan standar para pengelolanya. Disinikhalayak “dipilihkan” oleh media tentang apa-apa yang layak diketahui, dan mendapat perhatian. Keempat, media massa acapkali pula dipandang sebagai *guide*, penunjuk jalan atau interpreter, yang menerjemahkan dan menunjukkan arah atas berbagai ketidakpastian atau alternatif yang beragam.

Kelima, melihat media massa sebagai forum untuk mempresentasikan berbagai informasi dan ide-ide kepada khalayak, sehingga memungkinkan terjadinya tanggapan dan umpan balik. Keenam, media massa sebagai interlocutor, yang tidak hanya sekedar tempat berlalu lalangya informasi, tetapi juga partner komunikasi yang memungkinkan terjadinya komunikasi interaktif.

Dalam masyarakat pluralistik seperti Indonesia, media sebagai lembaga kemasyarakatan pada dasarnya memiliki dua kemungkinan, fungsional dan disfungsional. Dikatakan fungsional jika media dapat memberikan kontribusi terhadap perubahan masyarakat sesuai dengan fungsinya. Sebaliknya, jika fungsi media yang diharapkan tidak terpenuhi dan menyimpang dari keinginan-keinginan yang diharapkan, maka disebut disfungsional.<sup>20</sup>

Fungsi-fungsi positif dari media, sebagai contoh televisi, antara lain sebagai alat pendidikan, dalam arti luas sebagai pendidikan informal untuk mencerdaskan kehidupan masyarakat dalam bentuk menambah pengetahuan dan keterampilan. Dalam meningkatkan kesejahteraan rakyat, fungsi melaksanakan kontrol sosial terutama dapat dilihat dalam bentuk memberi evaluasi pengawasan, dan kritik pembangunan. Fungsi lain adalah sebagai media promosi dan hiburan. Di sisi lain, media dapat menimbulkan kecemasan, ketakutan, frustrasi, apatis dan agresif serta sikap pembodohan yang bisa timbul pada masyarakat akibat tayangan yang tidak fungsional dari televisi.<sup>21</sup>

Untuk mencermati fungsi media memerlukan tiga pendekatan. Yakni: *pertama*, pendekatan ekonomi-politik (*the political economy*). Pendekatan ini berpendapat bahwa isi media ditentukan oleh kekuatan-kekuatan ekonomi dan politik

<sup>20</sup> Andi Alimuddin Ende, *Televisi & Masyarakat Pluralistik*, Purnada, 2014, hal 41.

<sup>21</sup> *Ibid*, hal 42-44.

di luar pengelolaan media. *Kedua*, pendekatan organisasi (*organizational approach*). Pendekatan ini intinya memosisikan pengelola media menentukan kebijakan dan isu media. *Ketiga*, pendekatan kulturalis (*cultural approach*). Pendekatan ini dilihat sebagai mekanisme rumit yang melibatkan faktor internal media (rutinitas organisasi media) sekaligus juga faktor eksternal di luar media, termasuk di dalamnya politik dan kekuasaan.<sup>22</sup>

Kegiatan produksi berita, telah mengonstruksi realitas daripada sekadar menggambarkan sebuah realitas.<sup>23</sup> Sementara isi media adalah hasil para pekerja media merekonstruksikan berbagai realitas yang dipilihnya, diantaranya realitas politik yang seringkali menggunakan bahasa sebagai bahan baku guna memproduksi berita. Tetapi, bagi media, bahasa bukan sekadar alat komunikasi untuk menyampaikan fakta, informasi atau opini, namun juga menentukan gambaran atau citra tertentu yang hendak ditanamkan kepada khalayak.<sup>24</sup>

Jack Snyder, Guru Besar Ilmu Politik dari Columbia University dalam bukunya “From Voting to Violence” menunjukkan bahwa media massa memiliki peran yang krusial dalam proses transisi politik dari zaman otoritarianisme menuju arah demokratisasi.<sup>25</sup> Yang dilupakan, banyak orang tidak waspada bahwa liberalisasi politik juga sering berarti liberalisasi ekonomi. Penumbangan regim otoriter di berbagai negara selalu diikuti oleh penetrasi investasi. Orang juga lupa bahwa media massa merupakan entitas economics yang bisa saja mendurhakai publik. Media juga memiliki watak intrinsik untuk melakukan ekspansi kapital.<sup>26</sup>

<sup>22</sup> Agus Sudibyo, Politik Media dan Pertarungan Wacana, LKiS, 2001, hal 2-4.

<sup>23</sup> Ishadi SK, Media dan Kekuasaan, Penerbit Buku Kompas, 2014, hal 2.

<sup>24</sup> Alex Sobur, Analisis Teks Media, Rosdakarya Bandung, 2002, hal 88-89.

<sup>25</sup> Idi Subandi Ibrahim, Media Sadar Publik, Media Lokal Mewartakan Korupsi dan Pelayanan Publik, LSPP, Jakarta, 2005, hal 8.

<sup>26</sup> R Kristiawan, Media dalam Pusaran Demokrasi Liberal yang “Yang Menyenangkan”, dalam “Media, Pemilu dan Politik, Kecendrungan Media Dalam Pemilu 2009”, Institut Studi Arus Informasi, 2010, hal xviii.

Secara praktikal, mekanisme kerja redaksi media dibagi ke dalam sejumlah rubrikasi, dengan isu-isu politik, demokrasi atau Pemilu, menjadi salah satu rubriknya. Menurut Abrar, secara teknis, tata kelola jurnalisme politik meliputi struktur jurnalisme politik dan proses jurnalisme politik. Struktur jurnalisme politik digerakkan oleh redaktur dan *gatekeepers* media pers. *Gatekeepers* merupakan orang yang menentukan sebuah berita akan disiarkan atau tidak, mereka ini adalah redaktur pelaksana, wakil pemimpin redaksi dan pemimpin redaksi dari sebuah media pers.<sup>27</sup>

Khusus dunia televisi di Indonesia, akan memasuki tahap penting yakni: penghentian siaran TV analog. Kemudian masuk ke era televisi digital. Mengacu kepada informasi dari Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo), akan melakukan penghentian siaran TV analog secara bertahap. Tahap pertama pada 30 April 2022, tahap kedua 31 Agustus 2022 dan tahap ketiga 30 November 2022. Televisi digital sebagaimana dikutip dari laman Kemenkominfo adalah siaran televisi yang menggunakan modulasi sinyal digital dan sistem kompresi akan menghadirkan kualitas gambar yang lebih bersih, suara yang lebih jernih. Siaran TV digital juga sudah menggunakan teknologi yang canggih, sehingga hanya menampilkan gambar yang kualitasnya bagus atau jernih.

Hanyasaja, permasalahannyasebagaimanadikatakan Menteri Komunikasi dan Informatika Johnny G. Plate, masyarakat belum siap menerima siaran digital. Sebab, masyarakat belum memiliki perangkat untuk menerima siaran digital yaitu, *set top box* (STB) DVB T-2. “Jadi standar perangkat masyarakat harus kompatibel dengan DVB T-2, tidak boleh yang lain,” kata Johnny di Jakarta, Selasa (18/1/2022). Sedangkan secara infra struktur, siaran TV digital sudah dapat digelar untuk tahap I sudah dapat

<sup>27</sup> Ana Nadhya Abrar, Analisis Pers Teori dan Praktik, Cahaya Atma Pustaka, Yogyakarta, 2011, hal 1.



digelar. Lembaga penyiaran swasta telah memiliki infrastruktur untuk menyiarkan siaran digital.

Selain itu, seperti dikatakan Ketua Umum Asosiasi Televisi Swasta Indonesia (ATVSI) Syafril Nasution, salah satu tantangan tersebut persaingan pelaku industri televisi. Menurutnya, hal itu terjadi karena Indonesia adalah negara dengan jumlah stasiun TV Free to Air (FTA) terbanyak di dunia. Tercatat 728 Lembaga Penyiaran Publik (LPP)/Lembaga Penyiaran Swasta (LPS) tersebar di 34 provinsi, belum termasuk TV siaran digital yang telah mempunyai lisensi, sebanyak 103 unit.

Belum lagi diperparah dengan pandemi Covid-19. Serta munculnya platform media baru (OTT). Untuk itu, perlu adanya kesetaraan regulasi antara industri TV FTA dengan media baru berplatform digital agar persaingan lebih sehat. Termasuk adanya kemudahan dalam bekerja, salah satunya pengurusan perizinan yang lebih cepat, disamping ada kesetaraan regulasi TV FTA dan media digital baru.

Hal lain yang juga tidak kalah pentingnya dari digitalisasi televisi adalah keberagaman tayangan televisi yang harus diiringi dengan kualitas program yang bermutu dan relevan dengan seluruh lapisan masyarakat, bukan hanya mewakili penduduk Jakarta dan kota-kota besar di Pulau Jawa lainnya. Sebagai informasi, merujuk pada penelitian Hellena Souisa dari University of Melbourne di 2020, Jakarta merajai konten televisi dengan frekuensi sebesar 6.461.

Artinya, pemerintah perlu menggandeng media lokal dan komunitas untuk menyiarkan situasi dan aktivitas warga desa yang mencerminkan keseharian mereka, agar tayangan tidak berkesan urban-sentris. Mereka yang “memegang” industri televisipun perlu mendefinisikan ulang tentang makna dari kesuksesan sebuah program, yang seharusnya tidak

berdasarkan *rating*. Bagaimana pun, frekuensi adalah milik publik, sehingga seluruh masyarakat berhak direpresentasikan melalui televisi.<sup>28</sup>

#### **D. Fenomena Media Partisan**

Sesungguhnya bukan hanya terjadi di masa reformasi, di masa Orde Baru juga sudah menyeruak dimana media berpihak kepada penguasa atau kelompok-kelompok tertentu. Oleh karena pada saat itu yang paling berkuasa dan digjaya adalah regim Orde Baru dengan Golkar sebagai penyangga utamanya, maka banyak peliputan media, lebih memberitakan hal-hal yang positif terhadap regim tersebut. Sebaliknya peliputan media terhadap kelompok di luar regim penguasa, selain mendapat porsi kecil juga tidak jarang banyak mendapat kritik dan kecaman dari penguasa.

TVRI dianggap sebagai media partisan yang mendukung penguasa. Karena benar-benar menjadi corong pemerintah. Sementara pada media cetak atau radio, media yang tergolong partisan dengan non partisan relatif berimbang jumlahnya. Seiring dengan kehadiran era reformasi yang membawa atmosfer keterbukaan dan kebebasan termasuk keleluasaan mendirikan media, tidak lantas mengakibatkan berkurangnya media partisan. Bahkan gejalanya makin merajalela dan mengkhawatirkan. Namun munculnya media partisan di era reformasi merupakan buah dari reformasi itu sendiri. Munculnya media partisan terutama akan marak digelar Pemilu atau Pilkada.

Contohnya saat penyelenggaraan Pilkada DKI 2017 yang dijuluki ‘Rasa Pilpres 2019’ karena dilaksanakan sekitar dua tahun menjelang Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden. Pada Pilkada DKI 2017 menjadi contoh kasat mata bagaimana media,

<sup>28</sup> <https://magdalene.co/story/siapkah-tv-indonesia-migrasi-ke-digital>.

khususnya televisi partisan bersikap berat sebelah dalam melakukan peliputan dan penyiaran berita dan informasinya. Setidak-tidaknya itulah persepsi dan opini publik terhadap TV One dan Metro TV. Dalam hal ini, TV One yang sahamnya dimiliki oleh keluarga Aburizal Bakri (ARB) cenderung menayangkan berita atau program positif terkait Pasangan Calon (Paslon) No. 3 Cagub DKI Anies Baswedan dan Sandiaga Uno. Sebaliknya Metro TV yang sahamnya dimiliki Surya Paloh (SP) acapkali menyajikan berita atau ulasan positif terhadap Paslon No. 2 Cagub DKI Basuki Tjahaja Purnama dan Djarot Saiful Hidayat.

Kebijakan redaksional kedua televisi tersebut sangat mempengaruhi pemahaman masyarakat tentang media. Sehingga terbangun pembelahan opini di kalangan masyarakat luas: “jika ingin mengetahui hal-hal yang positif dari Paslon No. 2, tontonlah TVOne. Jika hendak mengetahui hal-hal yang positif dari Paslon No. 2, tontonlah Metro TV”. Kehadiran televisi partisan ini langsung atau tidak langsung berdampak kepada terjadinya polarisasi di kalangan pendukung Cagub dan Cawagub DKI Jakarta.

Program TV One dianggap memihak Anies adalah acara *talk show* Indonesia Lawyer Club (ILC) yang dikomandani wartawan senior Karni Ilyas. ILC beberapa kali mendapat penghargaan sebagai acara *talk show* terbaik dan banyak pemirsanya. Tayangan ILC dianggap sebagian kalangan memihak Anies. Bahkan Karni Ilyas sebagai Presiden ILC pada sebuah media online mengupas tuntas tentang sisi negatif Basuki Tjahaya Purnama (BTP, alias Ahok), pesaing Anies. Sebaliknya hal yang sama dilakukan Metro TV. Misalnya, acara Mata Najwa yang cukup populer tak luput dianggap menjadi ajang kampanye terselubung untuk mengungkap sisi positif dari Ahok.

Bagi pemilik kedua televisi yang memang sudah dikenal lama berseteru sejak Pemilu Presiden dan Wakil Presiden

2014 dimana ARB cenderung berpihak kepada Calon Presiden Prabowo Subianto sedangkan SP cenderung berpihak kepada Joko Widodo, hal yang wajar. Sebab bagi keduanya, televisi bukan hanya sebagai media informasi, hiburan dan bisnis, melainkan juga media politik dan instrument (alat) politik. Keduanya harus dijalankan secara profesional dan proporsional karena keduanya berjaln berkelindan. Yang dilupakan oleh kedua pembesar negeri ini adalah amanat UU No. 32 tahun 2002 tentang Penyiaran yang mengharuskan media penyiaran berlaku netral, obyektif dan berimbang dalam menayangkan program dan beritanya.

Jauh sebelumnya, atau setidaknya selama Pemilu 2004 media sudah berlaku partisan. Surya Paloh (SP) pemilik Media Group tampil perkasa. Penelitian Institut Studi Arus Indonesia (ISA) terhadap 11 stasiun televisi di Jakarta selama lima hari kampanye legislatif 2004 menyimpulkan, SP benar-benar memanfaatkan stasiun televisi miliknya, Metro TV, sebagai alat kampanye. Pada Pilkada 2005, fenomena “serupa tapi tak sama” dengan SP-Media Group terjadi pada Arif Affandi dengan Jawa Pos Group-nya. Kesamaannya, keduanya memiliki ‘kekuasaan’ untuk memanfaatkan medianya sebagai alat kampanye. Bedanya, Arif sukses menjadi Wakil Walikota Surabaya sedangkan SP gagal lolos konvensi Partai Golkar untuk dapat maju menjadi Calon Presiden dari partai tersebut.<sup>29</sup>

Problem netralitas media partisan bukan hanya terjadi pada isu-isu politik, melainkan juga pada isu-isu non politik, termasuk terkait dengan politik dan hukum. Dalam kasus lumpur Lapindo, group media milik Aburizal Bakrie seperti TV One, ANTV dan vivanews.com membuat pemberitaan yang menguntungkan mereka. Kalaupun ada suara dari masyarakat, mereka mengambil masyarakat yang mendukung mereka. Sama juga dengan pemberitaan terkait dengan Disneyland Bogor

<sup>29</sup> Lukas Luwarso, Samsuri, Kusmadi, Pers dan Pilkada 2005, Dewan Pers, 2005, hal 34-35.

yang mencaplok tanah masyarakat Gombang. Hampir semua media memberitakan dari sisi MNC, sedikit sekali yang melihat permasalahan tersebut dari sisi masyarakat. Kecuali Jawa Pos Network, Tempo dan Kartini. (Firdaus Cahyadi, Direktur Eksekutif Yayasan Satu Dunia, 25/9/15).

Selain sejumlah televisi swasta yang dianggap kurang netral, juga media massa cetak ataupun online. Bahkan media massa, dengan mengambil isu konflik identitas, sangat bias kepentingannya, baik secara ideologis, politik dan ekonomi. Hal ini tercermati berdasarkan penelitian Dian Gloria dan Akhirul Aminullah terhadap media online [republika.co.id](http://republika.co.id) dan [kompas.com](http://kompas.com), diperoleh kesimpulan bahwa [republika.co.id](http://republika.co.id) di Pilkada DKI Putaran kedua edisi tanggal 18-20 April 2017 sangat condong pada agama Islam. Sedangkan [kompas.com](http://kompas.com), terlihat lebih netral.<sup>30</sup>

Pemberitaan atau rubrik opini Kompas cenderung bersikap sinis terhadap proses dan hasil Pilkada DKI 2017. Mungkin salah satu sebabnya bisa ditarik pada latar belakang pendirian Kompas. Surat kabar ini didirikan pada 1964 oleh beberapa tokoh Katolik yang bergabung di Majelis Agung Wali Gereja Indonesia (MAWI): Partai Katolik, Perhimpunan Mahasiswa Katolik Republik Indonesia (PMKRI), Pemuda Katolik dan Wanita Katolik.<sup>31</sup>

Adapun [Republika](http://Republika) dianggap cenderung berpihak kepada kepentingan umat Islam karena memiliki visi Modern, Moderat, Muslim, Kebangsaan, dan Kerakyatan. Sedangkan misinya adalah sebagai koran masyarakat baru yang maju, cerdas, dan beradab.

<sup>30</sup> [ps://publikasi.uniri.ac.id](https://publikasi.uniri.ac.id).

<sup>31</sup> Mereka sepakat mendirikan “Yayasan Bentara Rakyat”. Susunan pengurus pertama dari Yayasan Bentara Rakyat adalah Ignatius Joseph Kasimo (ketua Partai Katolik) sebagai ketua, Frans Seda sebagai wakil ketua, Franciscus Conradus Palaoensoeka sebagai penulis pertama, Jakob Oetama sebagai penulis kedua, dan P.K. Ojong sebagai bendahara. Dari yayasan tersebut, Kompas mulai diterbitkan. <https://id.wikipedia.org>.

Penerbitan koran Republika diinisiasi para wartawan profesional muda yang dipimpin oleh eks wartawan Tempo, Zaim Uchrowi. Kehadiran Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) yang saat itu diketuai BJ Habibie memudahkan keluarnya izin penerbitan. Republika terbit perdana pada 4 Januari 1993.<sup>32</sup>

Sementara penelitian terhadap kompas.com, republika.co.id dan Tempo terkait dirkursus intoleransi di Pilkada DKI 2017 diperoleh beberapa kesimpulan. Terkait Aksi Bela Islam (ABI), Kompas misalnya menyebut, aksi tersebut sebagai gerakan yang mengguncang stabilitas nasional dan upaya makar terhadap pemerintahan Jokowi. Republika mewacanakan ABI sebagai kemajuan Islam dan reprenevititas negara. Sementara Tempo memandang ABI, sebuah wacana mengenai fragmentasi kelompok dan adanya perebutan klam Pancasila.<sup>33</sup>

Seperti kata pameo, hakikat politik adalah perubahan. Perubahan tersebut tidak jarang diawali dengan perubahan kepemilikan media yang berdampak terhadap orientasi pemberitaan media. Salah satunya terjadi di Partai Golkar dengan Ketua Dewan Pembina Golkar Aburizal Bakri (ARB) dan sekaligus pemilik saham TV One. Pada Pilpres 2014 menjadi penyokong utama Calon Presiden (Capres) Prabowo. Di Pilkada DKI 2017 dikabarkan lebih dekat ke kubu Anies. Sedangkan di Pilpres 2019, secara organisasi Partai Golkar mendukung Jokowi.

Menariknya, TV One yang sebagian sahamnya dimiliki ARB, terlihat masih mampu mempertahankan independensi dan keberimbangan. Setidaknya dalam tayangan dan program talk show populer ILC. Dan terakhir ditunjukkan ketika hanya TV One yang berani menyiarkan secara live Reuni 21, Ahad (2/12/2018). Langkah Partai Golkar merapat ke kubu Jokowi di

<sup>32</sup> [https://id.wikipedia.org/wiki/Republika\\_\(surat\\_kabar\)#:~:text=Republika%20adalah%20koran%20nasional%20yang,yang%20telah%20menempuh%20berbagai%20langkah.](https://id.wikipedia.org/wiki/Republika_(surat_kabar)#:~:text=Republika%20adalah%20koran%20nasional%20yang,yang%20telah%20menempuh%20berbagai%20langkah.)

<sup>33</sup> <http://repository.unair.ac.id.>

Pipres 2019, diikuti oleh Perindo dengan Harry Tanoesoedibjo sebagai Ketua Umumnya, dan sekaligus owner utama MNC Group. Oleh karena itu, MNC group dijadikan alat melakukan pencitraan bagi kubu Jokowi, sangat potensial. Padahal saat Pilpres 2014, Harry Tanoe mendukung Prabowo.

Sedangkan pemilik saham Metro TV, Surya Paloh (SP) tetap konsisten di kubu Jokowi. Belakangan di Pilpres 2019, pemilik Jak TV Erick Tohir didapuk menjadi Ketua Tim Kemenangan Nasional Capres Jokowi dan Calon Wakil Presiden (Cawapres) Ma'ruf Amien. Stasiun televisi Metro TV, MNC dan untuk sebagian Jak TV, penayangan berita dan informasinya kental mendukung Capres dan Cawapres No. 1 dan Parpol pendukungnya.

Muaranya media makin tampak terkoptasi dengan kekuasaan yang tengah berkuasa. Hal ini tercermati ketika sebagian besar media khususnya televisi swasta nasional tidak menayangkan siaran langsung reuni akbar 212, Ahad (2/12/2018). Padahal kegiatan tersebut diikuti oleh jutaan umat dan berlangsung aman, damai dan tertib. Terkecuali TV One yang menyiarkannya secara live. Sementara media cetak nasional seperti Kompas, Media Indonesia, SINDO, untuk menyebut sejumlah contoh surat kabar nasional, memuat berita sekadarnya. Bahkan Kompas, hanya memuat di halaman 15 atau halaman sambungan.

Mengingat Kompas cetak satu grup dengan Kompas TV, maka orang kemudian berkesimpulan “Kompas cetak dan Kompas TV tidak mencerminkan suatu media nasional yang menjunjung nilai-nilai independensi dan keberimbangan”. Hanya Koran Rakyat Merdeka, Republika (dengan pemilik saham terbesar Erick Tohir) yang memuat berita dan foto peristiwa Reuni 212 di halaman muka. Sebaliknya Rakyat Merdeka menulis Judul “Reuni 212 Makin lama, Makin Besar Kenapa Ya?” Republika menulis Judul “Reuni 212 Damai.” Sementara Harian Warta Kota memuat foto lepas, suasana di Monas dengan judul berita yang dengan berita utama yang

sangat besar “Ketua RW Wafat Usai Reuni”.

Mengomentari realitas media massa seperti ini, Hersubeno Arief, seorang wartawan senior dalam suatu tulisannya (26 November 2018) 105 di suatu media *on line* menyatakan:

*“Pilpres 2019 membawa media dan dunia kewartawanan memasuki sebuah episode terburuk sepanjang sejarah pasca-reformasi. Situasinya bahkan lebih buruk dibandingkan dengan era Orde Baru. Kooptasi dan tekanan hukum oleh penguasa, sikap partisan para pemilik media dan wartawan, serta hilangnya idealisme di kalangan para pengelola media dan wartawan membuat mereka tanpa sadar melakukan ‘bunuh diri’ secara massal. Pers Indonesia memasuki masa gawat darurat”.*

Di satu sisi, kegalauan, kegamangan atau bahkan kegeraman Hersubeno terhadap institusi pers atau media dimana ia dibesarkan, sangatlah dipahami. Namun secara umum media di Pilpres 2019 jauh lebih netral. Konstataasi ini diafirmasi melalui hasil riset Ikatan Cendekiawan Muslim Se-Indonesia (ICMI) dan G Communications yang dirilis ke publik, Rabu (10/4/2019). Penelitian itu berfokus menelaah pemberitaan 3 media cetak dan tiga media *online*, yakni Kompas, Republika, Jawa Pos, Detik.com, Kompas.com dan Antaranews.com. Riset selama bulan Maret 2019 itu menganalisis konten 1.681 berita.

Hasilnya, dari segi kuantitas, porsi pemberitaan tentang pasangan Jokowi-Ma’ruf di 6 media tersebut lebih banyak daripada Prabowo-Sandiaga. Sepanjang 1-31 Maret 2019, ada 906 berita mengenai Paslon 01, sedangkan Prabowo-Sandiaga hanya 590. Sementara pemberitaan mengenai kedua Paslon atau berita umum seperti KPU dan Bawaslu sebanyak 185 berita. Meskipun demikian, secara kualitatif, konten pemberitaan tentang Pilpres 2019 di enam media tersebut masih netral.



Independensi menjadi problem serius media massa saat ini. Hal ini diakui oleh pekerja pers Irawan Saptono sebagai bagian tersulit dalam peliputan Pemilu.<sup>34</sup> Menurut Muhammad Badri<sup>35</sup>, jurnalisme partisan dalam praktiknya mengedepankan kepentingan kelompok yang dibelanya, tanpa dilandasi konsep kerja jurnalistik berdasarkan fakta dan makna. Dalam jurnalisme partisan, sedikit kesalahan kelompok yang tidak sepaham akan diberitakan dengan bombastis. Sedangkan kesalahan besar pada kelompoknya akan ditutup-tutupi. Sehingga muncul sentimen tertentu dan bisa memicu konflik.

Media massa yang pemiliknya nota bene pimpinan Parpol atau dalam peliputannya berat sebelah biasa disebut dengan media atau jurnalisme partisan. Sedangkan jurnalisme independen adalah kegiatan jurnalisme yang dalam proses peliputan dan penulisan beritanya tidak melakukan keberpihakan kepada kelompok atau golongan tertentu. Pemberitaan media cenderung *cover both side* (dua sisi) dan mengakomodir pernyataan kedua kelompok yang berbeda. Sehingga masyarakat mendapat informasi yang benar dan tidak diarahkan untuk membentuk sentimen tertentu.

Mungkin saja pemilik atau awak media dimana mereka bekerja emoh distigmatisasi sebagai media partisan. Mereka lebih bersedia dan senang disebut dengan media independen. Tetapi persepsi atau opini publik semacam itu sulit dihindarkan. Publik beropini atau mengklaster seperti itu setidaknya berbasis pada definisi, karakteristik dan praktik-praktik nyata dalam bentuk peliputan atau informasi oleh media massa. Sebagian besar pers partisan dicirikan dengan memberitakan hal-hal positif terkait giat Parpol tertentu. Termasuk dengan cara melakukan kampanye terselubung, seperti yang dilakukan MNC

<sup>34</sup> Irawan Saptono, Independensi, Bagian tersulit dalam Peliputan Pemilu, dalam "Media, Pemilu dan Politik", Institut Studi Arus Informasi, 2009, hal 29.

<sup>35</sup> <http://ajikotamandar.or.id/2017/01/06/jurnalisme-independen-vs-jurnalisme-partisan>,

group milik pengusaha dan sekaligus Ketua Umum Perindo Hari Tanoesoedibjo dan sebagiannya dilakukan Media Group milik pengusaha dan sekaligus Ketua Umum Partai NasDem.

Isu media partisan atau tidak independen, acapkali sulit dihindarkan terjadi debat kusir, saling tuding, saling sanggah, atau pro kontra. Masing-masing pihak sangat mungkin akan mengedepankan subyektivitas dan kepentingannya sendiri. Contohnya, pada kasus reuni 212 pada awal bulan Desember 2018. Prabowo Subianto salah satu calon presiden pada pemilu presiden 2018 sempat marah karena banyak media yang tidak meliput acara tersebut. Dalam acara peringatan Hari Disabilitas Internasional di Jakarta,

Sikap Prabowo tersebut mendapat berbagai tanggapan antara lain dari Ketua Aliansi Jurnalistik Indonesia (AJI) Abdul Manan. Menurut Manan Protes yang dituturkan Prabowo itu, adalah hal yang sah-sah saja serta dapat dianggap sebagai kritik terhadap media massa dan wartawan. Ketua Dewan Pers Yosep Stanley Adi Prasetyo menegaskan, media tidak bisa diintervensi.

Dengan tetap memperhatikan pro kontra terkait dengan ucapan Prabowo tentang kasus Reuni 212, pastinya pengabaian terhadap independensi dan netralitas media dalam peliputan berakibat pembaca atau penonton suatu siaran televisi tidak beroleh informasi berimbang mengenai aktivitas Parpol. Padahal jumlah Parpol di Indonesia sangat banyak. Hal ini baru terkait dengan pemberitaan mengenai Parpol yang dipimpin oleh pemilik media. Belum lagi terkait dengan berbagai masalah atau kasus kasus hukum yang mungkin menjerat pemilik media atau pengurus dan kadernya. Dapat diperkirakan, sulit diberitakan. Jikapun diberitakan akan disamarkan atau bahkan justru dijadikan alat pembelaan.

Tidak salah manakala Wakil Ketua MPR Hajriyanto Y Thohari berpendapat, pers nasional kini menghadapi problem independensi dan objektivitas dalam politik pemberitaan. Terlebih lagi sekarang ini kita menyaksikan kenyataan masuknya para penguasa media ke dalam politik praktis. Memang hal itu tidak otomatis sebagai telah terjadinya integrasi antara pers dan politik. Sebab, para jurnalis yang memiliki idealisme tidak akan mudah begitu saja mengikuti agenda-agenda politik para pemilik media.<sup>36</sup>

Untuk mengatasi masalah ini, Dewan Pers menerbitkan Surat Edaran Dewan Pers Nomor: 02/SE-DP/II/2014 tentang Independensi Wartawan dan Pemuatan Iklan Politik di Media Massa. Bahkan Ketua Dewan Pers Yosep Stanley Adi Prasetyo kala itu, menegaskan wartawan bukan bagian dari tim sukses atau permainan politik dalam Pilkada dan Pilpres. Wartawan seharusnya jadi wasit. Dewan Pers juga meminta petinggi Parpol yang memiliki media, baik TV maupun yang lain untuk tak mempengaruhi independensi wartawan di ruang redaksi. Jika itu terjadi, berarti telah melakukan pelanggaran hukum dan etika jika itu terjadi.<sup>37</sup>

Dalam kenyataan, baik secara terbuka maupun terselubung, banyak media dan wartawan menjadi tim sukses Parpol atau Caleg, baik secara resmi maupun terselubung atau tidak resmi. Dalam situasi seperti ini, maka berharap netralitas dan independensi media massa, khususnya televisi swasta dan khususnya lagi pemilik modal televisi dan sekaligus sebagai Pimpinan Parpol, terutama saat Pemilu dan Pilkada, “bagai pungguk merindukan bulan”. Yang paling berat adalah ketika pers harus meliput pelanggaran yang dilakukan oleh Parpol yang sekaligus juga pemilik modal media dimana jurnalis tersebut bekerja.

---

<sup>36</sup> <https://www.beritasatu.com/nasional/165318/pers-alami-problem-independensi>, 9 Februari 2014.

<sup>37</sup> <https://dewanpers.or.id/>, 25 September 2018.

Dalam situasi menggejalanya media partisan yang mengakibatkan konsumen media nyaris tidak berdaya, tetapi bukan berarti tidak ada perlawanan. Bahkan perlawanan tersebut kini makin hebat. Hal ini tidak lain karena hadirnya media sosial. Seperti dicermati Ibrahim, perubahan komunikasi politik ini ditandai melalui media sosial ini dimana kekuasaan tidak dilawan dengan kekerasan, tetapi dengan wacana yang santai. Kekuasaan diolok-olok, diledak, dicemooh, dan diplesetkan dalam wacana-wacana yang sengaja dibuat oleh pengguna aktif media internet melalui media-media yang ada di dalamnya seperti facebook dan twitter, untuk mendelegitimasi praktik-praktik kekuasaan baik di pemerintahan atau di partai politik yang dinilai korup, menyimpang dan menyalahgunakan kekuasaan. Tidak hanya itu, banyak tokoh terkenal dan populer dan isu-isu krusial krusial muncul di media massa dimulai dari status atau komentar yang ada di facebook atau twitter.<sup>38</sup>

Dengan mengutip pendapat CEO Google Eric Schmidt dan Direktur Google Ideas Jared Cohen yang pada lima tahun silam melontarkan prediksi bahwa “tak lama lagi, semua orang di bumi akan terhubung, Praktisi Media Makroen Sanjaya dalam artikelnya berjudul “Mampukah Media Sosial Meruntuhkan Hegemoni TV?, memperingatkan dan sekaligus optimis media daring; yang di dalam lambungnya terdapat media sosial, akan mampu menyaingi hegemoni media cetak dan televisi. Pelan tapi pasti YouTube mengambil alih hegemoni TV. Jangan-jangan senja kala tv swasta, tak lama lagi berkelebat, seperti yang terjadi pada media massa cetak sejak sepuluh tahun terakhir.<sup>39</sup>

---

<sup>38</sup> Idi Subandi Ibrahim, Kritik Budaya Komunikasi:: Budaya, Media dan Gaya Hidup dalam Proses Demokratisasi di Indonesia, Jogjakarta, Jalasutra, 2011, hal 120.

<sup>39</sup> <https://nasional.sindonews.com/berita/1436879/18/mampukah-media-sosial-meruntuh-kan-hegemoni-tv/10>, Sabtu, 6 September 2019.

## E. Berebut Ceruk Iklan

Sebagai institusi bisnis, orientasi utama media adalah sebanyak mungkin memperoleh uang. Hal ini harus dilakukan karena bisnis media, khususnya televisi merupakan bisnis yang padat modal<sup>40</sup> dan padat karya. Besarnya modal yang diperlukan bukan hanya saat hendak merintis dan mendirikan usaha (perizinan, stasiun pemancar, teknologi dan sebagainya) melainkan juga untuk memproduksi siaran, biaya operasional, membayar gaji karyawan, awak media, dan sebagainya.

Contoh sederhananya adalah NET TV, harus merogoh kocek sekitar Rp 3 miliar setiap harinya. Biaya tersebut lain untuk memproduksi oleh pihak internal atau *in-house production*, sejumlah siaran langsung (*live*), honor artis pendukung dan sebagainya. Jika sehari menghabiskan dana sekitar 3 miliar, seminggu Rp 21 miliar, sebulan Rp 84 miliar, berarti setahun sekitar Rp 1,1 Triliun.<sup>41</sup>

Untuk mengembalikan modal dan membiayai siaran dan operasionalnya salah satu cara yang paling potensial dan efektif adalah melalui pemasukan iklan. Secara sederhana iklan dipahami sebagai bentuk komunikasi berbayar yang menggunakan media massa dan media interaktif untuk menjangkau audines yang luas dalam rangka menghubungkan sponsor yang jelas dengan pembeli (audiens sasaran) dan memberikan informasi tentang produk (barang, jasa, dan gagasan).

Iklan merupakan suatu kegiatan yang paling diburu pemilik dan pengelola media. Sedangkan penonton, pembaca atau jumlah pembaca media massa (biasa disebut dengan oplag),

---

<sup>40</sup> Untuk modal minimum pendirian televisi berbayar atau Pay TV berbasis satelit Rp 60 miliar dan berbasis kabel Rp 500 juta per perusahaan. Sumber: <https://nasional.kontan.co.id/news/bisnis-tv-berbayar-harus-punya-modal-minimal>, Minggu, 29 Mei 2022.

<sup>41</sup> <https://www.kompasiana.com/bryantvhardi/589f3b51b69373ef1200a8ea/fantastis-biaya-produksi-net-tv-mencapai-3-milyar-per-hari>.

boleh dikatakan pelengkap belaka. Pertimbangan menyiarkan/memuat atau mendingin/tidak menyiarkan/tidak memberitakan suatu berita acapkali karena pertimbangan kehadiran iklan. Pendek kata, iklan bagi media adalah segala-galanya. Iklan menjadi harga mati. Oleh karena itu dengan segala cara dilakukan untuk mendapatkan iklan: dari cara yang 'halal' hingga yang 'haram'.

Sehingga tidak jarang mengakibatkan persaingan beroleh ceruk iklan menjadi tidak sehat. Yang besar makin besar, yang kecil makin kecil. Akibatnya tidak dihindarkan, perusahaan media yang tidak siap dan mampu bersaing, banyak yang gulung tikar. Bukan hanya perusahaan media, perusahaan iklan juga menghadapi hal yang sama. Seperti halnya perusahaan media, banyak perusahaan iklan yang mati suri. Bahkan benar-benar mati. Pada tahun 2005 saja, menurut data Perusahaan Periklanan Indonesia (P3I) sekitar 60 perusahaan periklanan di Jakarta terpaksa tutup akibat persaingan yang tidak sehat.<sup>42</sup>

Menurut Ketua Umum P3I Narga Shakri Habib saat menemui Menteri Komunikasi dan Informatika Sofyan A Djalil, Kamis (13/10/2018), persaingan yang tidak sehat diindikasikan dengan adanya perang tarif, yakni dengan berlomba menawarkan *agency fee* serendah mungkin kepada perusahaan pengiklan. Akhirnya kesempatan perusahaan kecil semakin kecil karena perusahaan besar bisa menekan harga (*fee*) hingga mencapai 0 persen. Akibat perang tarif, 80 persen bisnis periklanan saat ini dikuasai oleh perusahaan besar yang berafiliasi dengan perusahaan asing. Meskipun jumlah mereka hanya sekitar 2 persen dari anggota P3I yang totalnya mencapai 450 perusahaan. Jadi terbalik, yang kecil menguasai bisnis yang besar. <https://tekno.tempo.co/read/1629119/top-3-tekno-berita-hari-ini-senjata-luar-angkasa-rusia-dan-cina-vampire>

<sup>42</sup> <https://bisnis.tempo.co/read/67999/60-perusahaan-iklan-tutup-akibat-persaingan-tidak-sehat>, Jum'at, 14 Oktober 2005.

Perang tarif, juga berdampak pada banyaknya rasionalisasi karyawan yang dilakukan beberapa perusahaan periklanan. Beberapa perusahaan yang kalah tender terpaksa mem-PHK-kan beberapa karyawannya akibat berkurangnya proyek. Berdasarkan informasi P3I, ada satu perusahaan yang sudah mem-PHK 70 orang, ada lagi yang mem-PHK 47 orang. Untuk mengatasi persaingan yang tidak sehat, P3I meminta dukungan Menteri Komunikasi dan Informatika dalam memetakan permasalahan dan merumuskan aturan main periklanan di Indonesia. Selanjutnya P3I mengharapkan dibuat suatu aturan dalam bentuk Keputusan Menteri mengenai batas bawah tarif iklan.

Secara umum iklan terbagi menjadi dua jenis yaitu: iklan media cetak dan iklan media elektronik. Iklan media cetak adalah iklan yang menggunakan media cetak berupa kertas untuk mengiklankan sebuah benda atau produk. Contohnya adalah majalah, poster, brosur, dan pamflet. Sedangkan iklan media Elektronik menggunakan media elektronik berupa televisi, radio, dan internet untuk mengiklankan sebuah produk.

Semua bentuk media periklanan ini mengalami pasang surut seiring dengan dinamika yang terjadi di masyarakat. Perkembangan teknologi, ekonomi, sosial politik, serta kebijakan pemerintah dalam hal industri dan komunikasi sangat mempengaruhi fluktuasi penggunaan berbagai media periklanan tersebut. Namun secara umum, televisi dapat dikatakan masih sebagai media paling favorite dalam menyampaikan pesan-pesan periklanan kepada konsumen.

Hal ini menurut Novi Erlita<sup>43</sup> karena didukung oleh karakteristik dari media televisi itu sendiri yang bersifat pandang dengar yang dapat memberikan pengaruh sangat impresif pada

---

<sup>43</sup> Novi Erlita, Potret Periklanan Di Media Massa Indonesia, Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial, Volume 5, Nomor 2, Juli 2016, hal 202.

konsumen. Audiens konsumen dapat melihat dan mendengar langsung detail produk yang ditayangkan, peragaannya, tokoh yang menggunakannya, serta bayangan suasana yang terbangun dengan menggunakan produk sebagaimana yang digambarkan dalam iklan. Media televisi mampu membangun pencitraan yang lebih kuat dibanding dengan media-media lainnya.

Berbagai perusahaan banyak yang menggunakan promosi melalui periklanan di televisi, khususnya televisi swasta. Seperti MNC TV, RCTI, Trans7, ANTV, Trans TV, Indosiar, SCTV, GTV, TV One, NET TV dan stasiun TV lainnya. Selain juga beriklan di media ceta, media online, dan bahkan kini banyak yang beriklan di media sosial, termasuk apa yang disebut dengan cara endorse yang biasanya menggunakan influencer. Perusahaan mengeluarkan biaya yang cukup besar untuk memasarkan produknya melalui iklan dengan tujuan mendongkrak penjualan dan mendapatkan keuntungan yang sesuai dengan yang di keluarkan.

Setelah banjir iklan di masa-masa sebelumnya sekalipun tetap dengan dinamikanya yang fluktuatif, sejak pandemi Covid-19, bisnis beberapa konglomerasi media lesu ditandai dengan turunnya pendapatan dari iklan. Dalam *public expose* yang didapatkan *Alinea.id*, PT Global Mediacom Tbk. misalnya mengalami penurunan pendapatan *full year* tahun 2020 sebesar 7% dari Rp12,93 triliun pada 2019 jadi Rp12,04 triliun. Tercatat pendapatan iklan dan konten turun 5% dari Rp8,35 triliun jadi Rp7,95 triliun.

Meski demikian, pendapatan dari layanan berlangganan (*subscriber based media*) mengalami lonjakan 5% dari Rp3,52 triliun menjadi Rp 3,68 triliun. Artinya, jejaring media massa berupa stasiun TV *free-to-air* (FTA), koran, media siber hingga radio dan platform *streaming* ini menunjukkan adanya kompensasi penurunan pendapatan ke sumber pendapatan baru. Begitupun dengan Grup VIVA yang terdiri dari dua stasiun TV FTA dan media *online*. Dalam *public expose* VIVA,



tercatat pendapatan turun hingga 21,8% dari Rp1,1 triliun pada tahun 2019 menjadi Rp 874,1 miliar pada 2020. Perusahaan juga tercatat mengalami kerugian yang kian parah dari semula Rp 233 miliar pada 2019 menjadi Rp 674,2 miliar pada 2020.

Meskipun demikian, dalam pengamatan praktisi bisnis yang juga Guru Besar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia (UI), Rhenald Kasali<sup>44</sup> bisnis pertelevisian sedang berat-beratnya menghadapi inovasi industri digital. Yakni: era #MO. Di mana stasiun TV yang basisnya heavy asset tergerus oleh pelaku usaha baru yang light asset. Kabar para karyawan NET TV yang ditawarkan mengundurkan diri alias *resign* menjadi buah bibir khalayak banyak, salah satu contoh kasusnya.

Era #MO dianggap sebagai peradaban entrepreneurship anak-anak muda yang berbasis teknologi. Untuk membuat dampak besar dan ekonomi heboh tidak perlu modal besar karena peradaban ini didukung oleh enam pilar: Artificial Intelligence (AI), Big Data, Super Apps, Broadband Network, Internet of Things (IoT), dan Cloud Computing.

Tagar MO juga dapat diartikan dengan tujuan mobilisasi dan orkestrasi. Sebab, di era baru, #MO membuat bisnis harus hidup dari cara mobilisasi dan orkestrasi ekosistem pakai data. Apalagi, di era serba digital seperti sekarang ini banyak masyarakat yang mengakses apapun hanya lewat smartphone, dan jarang pula menonton televisi. Dalam era #MO, kata Rhenald, pemain baru tak perlu memiliki stasiun sendiri, cukup mengorkestrasi para pembuat konten dan bisa tayang di sosial media apakah Youtube maupun Netflix.

Saat pandemi Covid-19 yang berlangsung sejak Januari-April 2020, media massa terdampak negatif. Bukan hanya terhadap pemasukan iklan, juga berdampak terhadap kehidupan ekonomi pers. Sebanyak 71 persen perusahaan media cetak mengalami

---

<sup>44</sup> <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4660063/belajar-dari-net-tv-juragan-stasiun-televisi-perlu-waspada-ini>, Sabtu, 10 Agustus 2019.

penurunan omset terimbas. Bahkan media cetak mengalami penurunan omset lebih dari 40 persen. Ini terkuak berdasarkan data Serikat Pekerja Pers (SPS) Pusat yang melakukan survei ke 434 media massa. Hal tersebut dikatakan Anggota Dewan Pers, Jamalul Insan dalam Webinar Percepatan Ekonomi Sosial: Apa yang Menjadi Prioritas?, Jakarta, Minggu, (7/2/2021).

Penurunan omset di masa pandemi Covid-19 ini pun berdampak pada pemotongan gaji karyawan. Setidaknya 50 persen perusahaan media massa memotong gaji karyawan dengan besaran 20-30 persen. Selain itu, 43,2 persen perusahaan media cetak juga mengambil opsi merumahkan karyawan tanpa memberi gaji. Setidaknya dalam satu perusahaan telah merumahkan karyawan 25-100 orang.

Perusahaan pers cetak mengambil opsi merumahkan karyawan tanpa gaji dengan kisaran jumlah karyawan yang dirumahkan antara 25-100 orang setiap perusahaan. Tak hanya itu, sebanyak 38,6 persen media cetak juga sudah dan atau berencana untuk melakukan Pemberhentian Hubungan Kerja (PHK) kepada karyawannya. Dalam satu perusahaan sudah ada 25 sampai 100 orang yang sedang menjalani proses PHK. Jumlah karyawan yang sudah maupun dalam proses PHK berkisar 25-100 orang pada setiap perusahaan.

Menghadapi dan mengatasi dampak pandemi Covid-19, serbuan teknologi digital dan menurunnya animo masyarakat untuk menonton televisi, televisi swasta tidak kehilangan akal. Berbagai cara dan trik dilakukan. Diantaranya dengan menayangkan sejumlah suatu program baru. Tujuannya supaya program tersebut secara *rating* memadai. Sebab dengan *rating* yang meningkat, akan mendongkrak pemasukan iklan. Jika program baru televisi tersebut tidak mampu mendongkrak *rating*, akan dengan cepat diganti dengan program baru. Maka tidak heran pula

kini ada *trend* berbagai program siaran di televisi, terutama dalam bentuk hiburan, cepat sekali berubah atau diganti.

Terkait dengan pembuatan *rating* atau angka-angka demi mencapai tujuan mendapatkan kue iklan, ada masalah laten. Yakni: dimonopoli oleh suatu perusahaan asing, bernama Nielsen Media Research (NMR). Sebuah korporasi yang bermarkas di Haarlem, Belanda dan New York, Amerika Serikat. Hal ini menimbulkan problem independensi dan objektivitasnya.

Menurut Erica L. Panjaitan & TM. Dhani Iqbal, mungkin orang menganggap NMR melakukan kecurangan bisa jadi benar. Setidaknya itu upaya kami untuk tetap berfikiran positif. Namun selebihnya, kami percaya bahwa ada cacat metodis yang tengah berlangsung tanpa koreksi metodologis. Berbagai upaya yang dianggap bisa menghasilkan objektivitas ternyata merupakan tindakan yang aneh dan absurd.<sup>45</sup> Sementara Garin Nugroho mengeritik *rating* sebagai tanda era *foolish or perish* dalam industri televisi di Indonesia. Menurutnya, *rating* membuat industri televisi Indonesia masuk ke dalam alur spiral yang makin lama kain menukik ke bawah.<sup>46</sup>

Seiring perkembangan media dan diiringi oleh persaingan ketat mencari ceruk iklan baru maupun mempertahankan yang lama, iklan juga dilakukan melalui berita. Secara sederhana para pakar jurnalistik mendefinisikan berita sebagai apa yang ditulis surat kabar, apa yang disiarkan radio, dan apa yang ditayangkan televisi. Berdasarkan jenisnya, berita dapat dibagi ke dalam tiga kelompok, yaitu *elementary*, *intermediate*, dan *advance*.

Penjelasannya berita *elementary* mencakup berita langsung (*straight news*), berita mendalam (*depth news report*), dan berita

<sup>45</sup> Erica L. Panjaitan & TM. Dhani Iqbal, *Rating Rating Televisi, Ilusi Sebuah Netralitas*, Yayasan Obor Indonesia, 2006, hal 117.

<sup>46</sup> *ibid*, hal 26.

menyeluruh (*comprehensive news report*). Berita intermediate meliputi pelaporan berita interpretatif (*interpretative news report*), dan pelaporan karangan khas (*feature story report*). Sedangkan untuk kelompok advance menunjuk pada pelaporan mendalam (*depth reporting*), pelaporan penyelidikan (*investigative reporting*) dan penulisan tajuk rencana (*editorial writing*).

Belakangan ini ada sebuah fenomena yang disebut sebagai *native advertising*; suatu istilah yang merujuk pada pola penulisan di media yang membuat iklan terasa sebagai berita. Dari penjelasan ini saja kita sudah menemukan adanya kontradiksi bahwa iklan ditulis seolah-olah seperti berita. GetCraf seperti dikutip Ignatius Haryanto<sup>47</sup> mendefinisikan *native advertising* sebagai “bentuk konten berbayar yang ditampilkan dalam bentuk serupa dengan konten pada media dan area penempatannya”. Jadi tampilan *native advertising* akan menyaru seperti konten media pada umumnya.

Padahal Kode Etik Jurnalistik (2006) menekankan penulisan berita yang independen, menghasilkan berita yang akurat berimbang (Pasal 1). Wartawan Indonesia menempuh cara yang profesional dalam melaksanakan tugas jurnalistik (Pasal 2). Wartawan Indonesia selalu menguji informasi, memberitakan secara berimbang (Pasal 3), serta tidak menyalahgunakan profesi dan tidak menerima suap (Pasal 6).

Pedoman Pemberitaan Media Siber yang disahkan oleh Dewan Pers pada 2012 juga menyebutkan bahwa “Media siber wajib membedakan dengan tegas antara produk berita dan iklan” (Pasal 6 ayat a) dan “Setiap berita/artikel/isi yang merupakan iklan atau isi berbayar wajib mencantumkan keterangan ‘advertorial’, ‘iklan’, ‘ads’, ‘sponsored’, atau kata lain

<sup>47</sup> <https://kolom.tempo.co/read/1298982/ketika-iklan-berasa-berita>, Jumat, 24 Januari 2020.

yang menjelaskan bahwa berita/artikel/isi tersebut adalah iklan” (Pasal 6 ayat b).

Pembedaan yang diatas, mulai dari jenis huruf yang dipergunakan cenderung sama antara iklan dan berita atau pengumuman (*disclaimer*) bahwa tulisan tersebut adalah “advertorial, siaran niaga, sponsored, dan sejenisnya”. Namun, yang terjadi dalam *native advertising*, nama rubrik yang memuat konten berbayar tersebut dibuat mengikuti nama rubrik resmi media tersebut. Ada juga praktik ketika rubrik yang memuat berita itu memiliki nama yang tak jelas, aneh didengar, dan bukan rubrik tetap dari media tersebut.

Dengan cara-cara seperti itu, tulis Ignatius Haryanto yang juga berprofesi sebagai Pengajar Jurnalistik di Universitas Multimedia Nusantara, Tangerang, maka, ciri pembeda antara iklan dan berita pun dibuat sedemikian kabur sehingga pembaca awam sulit untuk bisa membedakannya. Mereka yang terbiasa mengamati media pun tak jarang terkecoh saat membaca konten-konten tersebut. Dikira berita, tapi ternyata iklan.

Untuk mengembangkan strategi menjangkau dan mempengaruhi pelanggan potensial secara online, ada tiga saluran digunakan sebagai *digital marketing campaign* menjalankan strategi pemasaran dengan lebih efektif dan efisien<sup>48</sup>. Pertama, *paid media*, atau media berbayar merupakan suatu *paid marketing* dimana marketer harus membayarkan sejumlah uang pada media. Media berbayar ini mencakup digital dan *tradisional marketing*.

Misalnya koran, radio, majalah, media sosial, paid influencer, pay per click (PPC), retargeting ads, ataupun display ads agar iklan mereka muncul di depan audiens. Media berbayar adalah cara bagus untuk mendapatkan pengembalian investasi (*Return*

<sup>48</sup> <https://inmarketing.id/perbedaan-paid-owned-dan-earned-media.html>

on Investment) langsung. *Return on investment* atau ROI adalah rasio yang menunjukkan ukuran tentang efisiensi manajemen. Dengan begitu, bisa diketahui dengan jelas tingkat profitabilitas dari suatu investasi.

Kedua, *earned media*. Secara sederhana, *earned media* merupakan para audiens, follower, atau customer yang menyebarkan iklan Anda sehingga mereka lah yang menjadi media suatu brand. Jika di masa lalu strategi *word of mouth* dikenal sebagai suatu *earned*, namun dengan perkembangan teknologi dan maraknya media sosial, maka kini target audiens atau konsumen lah yang bertindak sebagai media.

Contohnya saja *user generated content* (UGC), di mana customer dapat memberikan ulasan terhadap sebuah brand secara langsung melalui media sosial. Bentuk lainnya adalah testimoni marketing, di mana *customer* dapat memberikan testimoni jujur setelah menggunakan produk/jasa. Oleh karena itu, manfaat besar dari strategi ini adalah seperti iklan gratis. Bisnis Anda muncul di depan audiens tanpa perlu mengeluarkan biaya.

Ketiga *owned media*. Sebagaimana namanya, *owned media* merupakan media yang dibangun sendiri oleh sebuah *brand*. Sehingga, brand tersebut juga memiliki hak penuh dalam mengelola kontennya sendiri untuk pemasaran, baik web maupun media sosial, tanpa bantuan pihak ketiga. Contohnya adalah pemasaran melalui website perusahaan, microsite, blog marketing, Facebook marketing, Twitter marketing, Instagram marketing, hingga majalah korporasi.

Andapun, tambah Ignatius, tidak perlu mengeluarkan budget agar konten-konten tersebut muncul di depan audiens Anda. Sehingga, *owned media* merupakan strategi pemasaran yang cerdas karena Anda dapat memulai situs web dan blog pada hari pertama bisnis dan memeliharanya sampai akhir. *Owned media*

termasuk *organic marketing*, tetapi memiliki peluang untuk tumbuh dan mendapatkan momentum dari waktu ke waktu.

Metode atau teknik lainnya adalah menerapkan Key Opinion Leaders (KOL), dengan cara menulis berita berdasarkan hasil wawancara dengan pemimpin/pembentuk opini publik. Tokoh, institusi atau korporasi sudah banyak memanfaatkan strategi ini. Kemudian hasil wawancara tersebut dipublikasikan melalui media konvensional ataupun media non konvensional, khususnya media online. Tujuannya beragam. Diantaranya untuk menaikkan popularitas dan elektabilitas, memulihkan nama baik, memperbaiki citra, dan sebagainya. Bahkan tidak jarang digunakan untuk *mengcounter* suatu isu atau opini negatif yang merusak suatu tokoh atau institusi tertentu.

Di satu sisi, tidak jarang pengelola media massa, menggadaikan idealisme dengan lebih mengepankan pragmatisme. Terjadi gejala umum berupa pelanggaran kode etik periklanan, yaitu yang merendahkan produk pesaing, dan penggunaan atribut profesi atau “setting” tertentu yang menyesatkan atau mengelabui khalayak. Beberapa iklan mengolah temuan riset tanpa menyinggung sumber, metode dan waktunya, sehingga seolah-olah mengesankan suatu kebenaran. Dalam hal kategori produk, pelanggaran paling banyak ditemui pada iklan-iklan obat-obatan dan makanan. Padahal, beberapa produk seperti obat-obatan tradisional, makanan dan minuman sudah mempunyai aturan baku dalam beriklan.<sup>49</sup>

Dalam kenyataannya konsumen seringkali kecewa, dirugikan atau tidak menimbulkan kepuasan konsumen sesuai dengan iklan yang disampaikan perusahaan melalui pemeranan *public figure*, artis tersohor, mereka yang memiliki *camera face*, dan

<sup>49</sup> <http://www.pppi.or.id>.

sebagainya. Cara yang dilakukan antara lain: (1) tidak tertera dengan jelas atau sama sekali tidak ada label produk halal-halal, (2) produknya mengandung unsur haram bagi konsumen umat Islam, (3) kualitas produk yang diiklankan tidak sesuai dengan yang diterima konsumen, dan lain-lain.

Di sisi lain, industri media kini tengah peralihan dari media cetak ke ranah digital. Hanya saja, seperti dikatakan Direktur Lembaga Bantuan Hukum Pers, Nawawi Bahruddin, proses digitalisasi ini diharapkan bisa membawa kue iklan dari cetak ke online. Sayangnya, banyak pemilik perusahaan media yang terlambat mengantisipasi perubahan jaman. Akibatnya banyak perusahaan media online tetap teragap-gagap menghadapi era digital. Faktanya banyak agen periklanan maupun perusahaan pemasang iklan tak serta merta memasang iklan di media online. Mereka lebih memilih memasang iklan di media sosial seperti google, yahoo, facebook. Banyak media online hidup segan mati tak mau.<sup>50</sup>

Dalam situasi seperti ini, LBH Pers mengingatkan pemilik perusahaan media harus menyadari bahwa dia memimpin perusahaan bukan untuk dirinya sendiri. Tetapi memimpin perusahaan media dimana banyak orang yang menggantungkan hidupnya di perusahaan tersebut. Dalam situasi yang sulit secara bisnis, kondisi pemilik media dengan para pekerjanya jauh berbeda. Mulai dari standar hidup, taraf ekonomi, serta relasi kuasa yang jauh lebih kuat dibandingkan pekerja media. Kondisi kelebihan ini tidak dimiliki oleh pekerjanya. Artinya, ungkap Nawawi, kalau sudah tidak sanggup, segera lakukan pemutusan hubungan kerja (PHK), disertai kompensasi yang sesuai dengan aturan perundang-undangan.

<sup>50</sup> <https://www.suara.com/bisnis/2018/02/01/151634/lbh-pers-banyak-media-online-hidup-segan-mati-tak-mau>, Kamis 1 Februari 2018.



Pada 2021, dunia periklanan kembali mulai menggeliat seiring menurunnya pandemi Covid-19. Berdasarkan data dari Nielsen Indonesia, belanja iklan sepanjang 2021 tumbuh 14 persen dari tahun sebelumnya. Total belanja iklan untuk televisi, channel digital, media cetak dan radio mencapai Rp 259 triliun. Dari jumlah tersebut, televisi masih menjadi saluran iklan pilihan utama para *brand* dengan porsi belanja mencapai 78,2 persen. Diikuti channel digital sebesar 15,9 persen, media cetak sebesar 5,5 persen, dan dan radio sebesar 0,4 persen.

Meskipun demikian, tidak dengan begitu saja pengelola media massa dapat memanfaatkan momentum tersebut dengan cara mendulang iklan. Hanya sebagian kecil saja dari media yang mampu memanfaatkan momentum tersebut. Umumnya adalah masih pemain-pemain lama di dunia media karena secara infrastruktur bisnis sudah kuat, dan menggurita. Tampaknya media televisi tetap akan merajai perolehan iklan. Terutama media massa yang berafiliasi dengan Parpol atau yang pemilikinya sekaligus sebagai Pemimpinan Parpol. Tetapi sebenarnya pasar atau ceruk iklannya terbatas karena biasanya hanya pemasang iklan yang setuju atau berafiliasi dengan media partisan.

Sedangkan pengelola media massa lama yang fondasi dan dukungan infrastrukturnya lemah, termasuk pemain baru di dunia media massa dan biasanya selalu saja muncul jelang dan saat Pemilu Serentak dan Pilkada Serentak 2024, akan berjibaku untuk berebut kue pemasukan. Kemungkinannya hanya dua: menangguk untung pundi-pundi iklan/uang, namun bisa juga buntung. Tetapi sebenarnya peluang ceruk iklan masih tetap tersedia bagi pemilik dan pengelola media massa yang non partisan. Disinilah kreativitas dan inovasi pemilik dan pengelola media independen, diuji kemampuannya.

## **Bagian Keempat**

# **Kekuasaan, Konglomerasi dan Komodifikasi Media**



# Bagian Keempat Kekuasaan, Konglomerasi dan Komodifikasi Media

## A. Media dalam Jebakan Kekuasaan

Dalam khasanah ilmu politik, media massa sering dikatakan sebagai “kekuasaan keempat” (*the four estate*) setelah legislatif, eksekutif, dan yudikatif. Media massa juga dikatakan sebagai pilar demokrasi yang bisa memberikan pendidikan politik bagi masyarakat. Selain itu media massa juga dijuluki sebagai anjing penjaga (*watch dog*). Dalam kedudukannya sebagai pilar keempat demokrasi, Ketua DKPP Jimly Asshiddiqie pada suatu acara Media Workshop bertema “Mahkamah Konstitusi dalam Sistem Ketatanegaraan RI” mengatakan, pers sejajar dengan dengan tiga pilar demokrasi lainnya, yaitu: kekuasaan eksekutif, legislatif dan yudikatif.<sup>1</sup>

Peran media atau pers dapat menjadi ukuran apakah suatu negara demokratik atau sebaliknya. Apabila peran media pada masyarakat yang tengah diamati, diatas tiga konsep kunci: pertama sebagai ‘*public wachdog*’, kedua sebagai representasi publik; dan ketiga sebagai sumber informasi publik. Jika hal tersebut tersedia), maka boleh dipercaya, masyarakat itu adalah masyarakat yang menjunjung tinggi nilai-nilai demokrasi.<sup>2</sup>

Dalam aktualisasi fungsinya, media sulit untuk secara konsisten patuh dan taat dengan Kode Etik Jurnalistik (KEJ).

<sup>1</sup> [www.jimly.com](http://www.jimly.com).

<sup>2</sup> Hinca Pandjaitan dan Amir Effendi Siregar, Editor, *Membangun Sistem Penyiaran yang Demokratis di Indonesia*, 2003, Warta Global Indonesia, hal 141.

Penyebabnya, karena media melalui awak media tidak bekerja di ruang hampa. Melainkan sangat dipengaruhi oleh milieu atau lingkungan sekitarnya. Dalam situasi semacam ini, media sulit melepaskan diri dari tarik menarik kekuasaan yang mengitarinya dan mencoba menggiringnya untuk kepentingan kekuasaan. Bahkan tidak jarang media menghambakan dirinya untuk menjadi budak-budak kekuasaan.

Kekuasaan disini bisa suatu *regim* (penguasa) namun bisa juga pimpinan atau ketua umum Parpol yang memiliki media. Tetapi bisa juga merupakan hasil persekongkolan pemodal media (bukan politisi), politisi yang memiliki media, serta melibatkan penguasa. Dengan demikian institusi media harus dinilai sebagai sebuah sistem dari sistem ekonomi yang bertalian erat dengan sistem politik.<sup>3</sup>

Peran sebagai anjing penjaga itu belum sepenuhnya berjalan sebagaimana yang diidealkan para pakar demokrasi dan komunikasi dunia. Tidak sedikit media yang sudah bergeser dari tujuan idealnya. Jurnalis senior, yang juga konsultan media dan politik, Hersubeno Arief bahkan meledek “Media itu anjing penjaga (*watchdog*) demokrasi, bukan humas, apalagi pujangga istana.” Hersu, demikian ia biasa disapa.

Menurutnya, media di Indonesia saat ini fungsinya sudah berubah 180 derajat. “Media-media arus utama (*mainstream*) kebanyakan sudah menjadi alat penguasa. Mereka sangat galak dan rajin menggonggong kepada kelompok oposisi dan masyarakat madani. Sebaliknya menjadi alat legitimasi berbagai kebijakan pemerintah. Dalam beberapa kasus, bahkan menjadi bagian dari operasi mendelegitimasi oposisi,” tukas Hersu, dalam catatan opini di Kumparan, 31 Desember 2018.

Pers sudah terlilit dengan kekuasaan, diakui oleh jurnalis

<sup>3</sup> Eko Pamuji, *Media Cetak Vs Media Online*, Unitomo Pers 2019, hal 14.

senior Hikmat Kusumaningrat dan Purnama Kusumaningrat. Menurut keduanya, di bawah sistem politik yang pemerintahnya menjalankan sistem pers kekuasaan, pers tidak leluasa menjalankan kebebasannya. Untuk mempertahankan kekuasaan rezim, berita yang dimuat di media haruslah seirama dengan kebijakan-kebijakan politik rezim yang berkuasa. Secara ideal seharusnya tidak boleh terjadi ada kepentingan di luar pers yang ikut mempengaruhi berita yang dihimpun wartawan. Tetapi tidak demikian kenyataannya. Seribu satu macam kekuatan senantiasa berusaha mempengaruhi pemberitaan yang disiarkan oleh media demi kepentingan diri sendiri atau kelompok atau rezim.<sup>4</sup>

Kajian mengenai kronika media massa sudah lama dilakukan oleh banyak ahli. McChesney (2008)<sup>5</sup> misalnya dalam bukunya “Rich Media, Poor Democracy” menjelaskan, media massa yang sebelumnya mendorong demokrasi, justru kemudian mencederai demokrasi itu sendiri. Ini didasarkan pada keinginan media massa untuk memperbesar skala ekonominya pada akhirnya justru mengancam demokrasi.

Dampaknya, meminjam analisis Chomsky (2000), adanya konspirasi para elit yang melakukan kontrol pemberitaan dan informasi. Dengan menggunakan istilah “Manufacturing Consent”, tokoh kritis ini melihat media menjadi alat kepentingan politik, ekonomi, militer, dan kultur kalangan eksklusif. Menurutnya, para *gate keeper* media menjadi pion politisi dan industriawan untuk mencari keuntungan.<sup>6</sup> Dengan kata lain, atas nama kepentingan bisnis, para pejabat mengatur

---

<sup>4</sup> Hikmat Kusumaningrat dan Purnama Kusumaningrat, *Jurnalistik, Teori & Praktik*, Remaja Rosda Karya, 2009, hal 93-94

<sup>5</sup> Puji Rianto, editor, *Model-Model Gerakan Literasi Media dan Pemantauan Media di Indonesia*, PKMBP dan TIFA, 2013, hal 10.

<sup>6</sup> Henry Subiakto dan Rachmah Ida, *Komunikasi Politik, Media dan Demokrasi*, Kencana, 2012, hal 137.

pemberitaan sesuai keinginan mereka. Adapun atas nama pertumbuhan ekonomi, para pebisnis dan pedagang melakukan hal yang sama.<sup>7</sup>

Chomsky dan Herrman (1988) mengakui, media tidak mungkin bersikap netral. Alasannya: *pertama, media ownership*. Yakni: berkaitan dengan kepemilikan media tertentu oleh sejumlah konglomerat sehingga, terkadang pemberitaan yang disadurkan pembaca bersifat *glorifying the owner* memuja-muja figur pemilik media serta sedapat mungkin menutup-nutupi kekurangan maupun masalah yang pernah dialami sang pemilik media.

*Kedua, advertising money*. Yaitu berkaitan dengan pembiayaan iklan sebagai salah satu oksigen bagi media untuk terus bernafas dan memperoleh keuntungan komersial agar usaha pemberitaan tetap dapat berjalan. *Ketiga, media elites* yaitu elite media yang mengontrol redaksi atau narasi berita dengan sumber-sumber tertentu. *Keempat, flack and the enforcers*. Yakni berhubungan dengan ancaman yang diberikan oleh oknum tertentu kepada para jurnalis maupun keluarga mereka jika sampai memberitakan sesuatu terutama berkaitan dengan kasus investigasi.

Sementara McChesney (2008) dalam bukunya “Rich Media, Poor Democracy” mengamati terjadinya pergeseran orientasi media massa. Dari sebelumnya mendorong demokrasi, justeru kemudian mencederai demokrasi itu sendiri. Ini didasarkan pada keinginan media massa untuk memperbesar skala ekonominya pada akhirnya justru mengancam demokrasi (dalam Rianto (ed), 2013:10).

Aliansi antara media atau pekerja pers dengan kontestan Pemilu atau Pilkada yang tidak jarang didukung oleh para

---

<sup>7</sup> Ibid, hal 82.

cukong atau bandar, inisiatifnya, menurut Dian Wardiana Sjucho dan Hendra Alfani, tidak selalu datang dari politisi atau pemodal, tetapi juga bisa datang dari pekerja pers atau media yang aktif menawarkan jasanya untuk menulis atau meliput sesuai permintaan. Dari sinilah muncul istilah *reporting by request* atau *news by request*. Praktik pers macam ini sering disebut *jukebox journalism* atau *jurnalisme grama phone* yang akan mendengarkan “lagu” apa saja yang diminta oleh pemesan.<sup>8</sup>

Lebih dari itu, media atau pers menjadi bagian dari oligarki<sup>9</sup>. Herman dan Chomsky (2000) menguatirkan, pada gerak masyarakat kapitalis liberal, yang mulai ‘kongkalingkong’ dengan model propaganda baru. Gejalanya terlihat ketika bisnis media mulai diatur oleh tokoh-tokoh yang punya senjata dan uang. Para elit kekuasaan dan elit bisnis berkolaborasi mengatur isi media.

Persekongkolan mungkin terjadi antara politikus dengan pengusaha. Pengusaha memberikan dana besar untuk membuat sebuah kelompok ini berkuasa. Mereka ‘membalas jasa’ si pengusaha, dengan memberikan fasilitas-fasilitas yang berbau kolusi. Inilah deviasi yang sangat mencolok di negara-negara berkembang, bahkan terjadi juga di negara-negara maju. Belakangan ini telah menjadi *trend* masuknya para pengusaha di dunia politik, termasuk di Indonesia sendiri, sehingga timbul bahaya terjadinya oligarki yang telah dikecam sejak lama.

Sebagai instrumen politik atau kekuasaan, menurut McQuail, media memiliki kemampuan untuk menarik dan mengarahkan

<sup>8</sup> Dian Wardiana Sjucho dan Hendra Alfani, *Jurnalisme Politik Dan Konstruksi Keberpihakan Media Dalam Pilgub DKI Jakarta (Analisis Framing Headline Harian Media Indonesia dan Republika Sehari Sebelum dan Sehari Sesudah Pencoblosan Pilgub DKI Jakarta Putaran Kedua 2017)*. Sumber: [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/13387/21/BOOK\\_Dian%20Wardiana%20S%2C%20Hendra%20Alfani\\_Jurnalisme%20Politik.pdf](chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/13387/21/BOOK_Dian%20Wardiana%20S%2C%20Hendra%20Alfani_Jurnalisme%20Politik.pdf), Kolase Komunikasi di Indonesia, hal 366.

<sup>9</sup> AE Priyono dan Usman Hamid (Editor), *Merancang Arah Baru Demokrasi, Indonesia Pas- ca-Reformasi, PolGov, 2014*, hal 218



perhatian, membuka pendapat dan anggapan, mempengaruhi pilihan sikap (misalnya dalam hal pemberian suara dan pembelian), memberikan status dan legitimasi, mendefinisikan dan membentuk persepsi. Bahkan bisa membentuk terjadinya kolusi antara Parpol dengan media massa.

Firmanzah mengatakan<sup>10</sup>, kolusi antara Parpol dengan media massa dapat memutarakan fakta yang sesungguhnya. Padahal informasi inilah yang dicoba dicerna oleh masyarakat. Konsekwensinya, masyarakat semakin jauh dari kondisi rilnya. Selain itu, kemungkinan perang media untuk mendominasi iklan dan pemberitaan juga tidak tertutup. Masing-masing pihak berusaha untuk memasukkan doktrin-doktrin mereka ke benak masyarakat. Kompetisi yang tinggi ini sangat memungkinkan bagi pihak-pihak tertentu untuk mengambil keuntungan dari memutarbalikkan fakta. Akibatnya, berita dan informasi tidak diberikan dalam bentuk aslinya, melainkan telah disesuaikan berdasarkan kepentingan Parpol tertentu.

Hal ini masih menurut Firmanzah lagi, karena media massa memiliki kekuatan membentuk opini publik. Ketika semua pemberitaan media massa tentang suatu Parpol bersifat positif, masyarakat cenderung melihat keberadaan Parpol tersebut sangat positif. Sebaliknya, ketika media ramai-ramai memberitakan keburukan Parpol atau kandidat, masyarakat cenderung menilainya negatif. Dalam keadaan seperti ini, berita dan informasi yang dibaca oleh masyarakat boleh jadi tidak mencerminkan keadaan aktual.

Media massa juga berpotensi sebagai alat propaganda dan manipulasi melalui pemberitaan yang sama sekali tidak mencerminkan kondisi aktual. Dampaknya, informasi yang dikonsumsi oleh masyarakat menyesatkan dan menjauhkan

<sup>10</sup> Firmanzah, *Marketing Politik, Antara Pemahaman dan Realitas*, Buku Obor, 2012, hal 339-340.

masyarakat dari ini permasalahan sebenarnya. Kenapa demikian? Karena menurut Peneliti Media Agus Sudibyo, media, khususnya ruang pemberitaan (*news room*) tidak dipandang sebagai ruang hampa. Karena banyak kepentingan dan pengaruh yang mengintervensi media, sehingga niscaya akan terjadi pertarungan dalam memaknai realitas dalam media presentasi media.

Peran ideologi sangat berpengaruh dalam media. Berita diproduksi dari ideologi dominan tertentu yang berasal tidak hanya dalam arti ide-ide besar, tetapi juga bisa bermakna politik penandaan dan pemaknaan. Sementara Gramsci mengemukakan bahwa hubungan pemilik modal dan pekerja yang dalam konteks media massa antara wartawan dan pemilik industri media merupakan hubungan yang bersifat hegemonik. Melalui hubungan hegemonik ini, pemilik media melakukan kontrol atas produksi beritanya yang dijalankan oleh media agar tetap memberikan kepastian bagi ideologi dan kepentingan kapitalnya.<sup>11</sup>

Di Indonesia yang menganut sistem demokrasi, menurut Septiane Asmurup<sup>12</sup> dalam artikelnya bertajuk “Media dan Kekuasaan” untuk mendapat simpati atau dukungan massa secara luas, individu atau kelompok Parpol di Indonesia telah menggunakan media massa seperti televisi, surat kabar, dan radio. Parpol memahami bahwa media massa memiliki pengaruh yang sangat besar bagi khalayak luas, selain itu media massa dapat menjangkau massa secara luas dalam waktu yang singkat.

Menurut William L Rivers, liputan televisi lebih disukai para politisi karena liputan itu nampak lebih nyata dan akrab daripada foto atau kutipan pembicaraan mereka yang dipublikasikan lewat surat kabar, apalagi televisi bisa melakukan siaran langsung sehingga lebih dipercaya karena tidak dapat diedit seperti halnya

<sup>11</sup> Ahmad Muttaqin, Ideologi dan Keberpihakan Media Massa, Jurnal Dakwah dan Komunikasi, Vol.5 No.2 Juli-Desember 2011.

<sup>12</sup> <https://www.kompasiana.com>, 10 April 2016

media massa cetak. Televisi dapat berfungsi sebagai menjadi sumber informasi utama bagi para pemilih. Televisi merupakan medium demokrasi yang sesungguhnya.<sup>13</sup>

Dalam situasi dimana media banyak terjebak dalam cengkraman kekuasaan, menurut pakar komunikasi Effendi Ghazali dalam video berdurasi 30 menit yang diunggah kanal Youtube Refly Harun Kamis (29/4/2021), pers yang dalam bahasa Inggris disebut Press bergeser maknanya yang disebutnya dengan istilah baru sebagai Dis-Press. Atau dari *order* (teratur) menjadi *disorder*. Dis-Press juga bisa berarti *distorted press* atau pers yang mengalami distorsi. Artinya *mentality* dan *morality twisted*. Sengaja diplintir.

Effendi mengklaim, istilah Dis-Press yang dicetuskan ini tidak lahir begitu saja. Fenomena tersebut mewujud, dan menggila di negara-negara dengan pendidikan yang kurang baik. Utamanya karena mengedepankan kecepatan, saling berlomba *upload*, atau unggah berita lebih dulu. Akibatnya akurasi dan kode etik ditinggal jauh. Di sisi lain, strategi *click bait* atau memakai judul sensasional yang semakin menggila, menjadi satu bentuk dari Dis-Press itu sendiri. Padahal di sisi yang lain, hal itu merupakan cermin dari kemiskinan kreativitas.

Dalam kasus lain namun substansinya mirip sempat dikeluhkan Indra J. Piliang sebagai tim sukses pasangan Jusuf Kalla-Wiranto pada acara diskusi “Pilpres dan Netralitas Media” di Restoran Warung Daun, Cikini, Kamis (18/06/09). “Kami seperti berlaga di medan pertarungan yang diciptakan oleh media,” ujarnya. Dalam medan pertarungan ini, para kontestan dipaksa untuk masuk ke dalam frame media, ke dalam realitas yang dibentuk oleh media atau lazim disebut “pseudoreality”.<sup>14</sup>

<sup>13</sup> William L Rivers, Jay W. Jensen, Theodore Peterson, Media Massa dan Masyarakat Modern, Edisi Kedua, Kencana, 2003, hal 307.

<sup>14</sup> <https://www.kompasiana.com/swprijadharna/54fdd9fba33311436550f853/media-parti->

Keprihatinan akan fenomena semacam ini juga datang dari tokoh pers nasional almarhum Jakob Oetama yang mencemaskan diabaikannya prinsip dampak (*impact*) dari pola pemberitaan media *mainstream* sekarang ini. Jakob Oetama sangat mencemaskan kekurangan huruf ‘i’ yang seharusnya ditambahkan pada prinsip 5W dan 1H. Jaqob sangat khawatir kehilangan huruf ‘i’ singkatan dari ‘*impact*’, yaitu dampak yang dalam, yang menurut Ghazali bisa berarti *irresponsible* yang tidak bisa ditarik kembali, apabila anda melakukan kesalahan akurasi apalagi yang disengaja, *the damage has been done*.

Dalam situasi Dis-Press, isi media dipastikan sulit melepaskan diri dari *agenda setting*, *framing* dan *priming* yang dilakukan oleh para pihak yang berkepentingan. Muara dari itu semua, tidak jarang mengakibatkan terjadinya *misleading*, misinformasi, disinformasi dan malinformasi. Hingga friksi, polarisasi dan konflik di berbagai elemen dan komponen masyarakat. Padahal stigmatisasi oleh media tersebut, belum tentu seluruhnya benar. Bahkan sangat kental dengan bias kepentingan dari pemilik media yang bersekongkol dari kaum oligarki dan pihak-pihak yang terlibat dalam kontestasi dalam demokrasi elektoral.

## **B. Persekongkolan Pengusaha Media dengan Politisi**

Tampilnya para pemilik media sebagai pimpinan partai politik adalah isu yang berkembang di negara-negara seluruh dunia. Raja media kerap secara langsung terlibat dalam partai-partai politik dimana pers hidup bersama sistem multi partai. Misalnya di Filipina, yang kerap disebut memiliki pers paling bebas di Asia, pada Pemilu 2004 ada satu kandidat presiden, dua kandidat wakil presiden, dan tidak kurang dari sepuluh kandidat Senat berlatar belakang media atas di industri hiburan. Di India,

koran-koran umumnya dimiliki oleh baron-baron bisnis, dan semakin berkembang trend mereka masuk ke dunia politik.<sup>15</sup>

Di Honduras, Presiden Carlos Roberto Flores adalah pemilik media yang kesuksesannya sebagian berasal dari dukungan koran yang ia miliki serta dukungan pemilik media lain yang menganut nilai-nilai serupa. Di Nigeria, pimpinan partai-partai politik saat ini sebelumnya memiliki media yang giat menyajikan kepentingannya dengan membangun agenda politik. Di Kenya, Uhuru Kenyatta adalah orang terkaya sekaligus Perdana Menteri Negeri itu, juragan televisi, radio dan koran.<sup>16</sup>

Di Indonesia konglomerasi media ditandai dan diperkokoh dengan masuknya pemilik-pemilik media di dalam kepemimpinan Partai Politik (Purpol). Bahkan tidak sedikit yang merangkap jabatan, sebagai Ketua Umum Purpol. Seperti pemilik MNC Group Hari Tanoesoedibjo, yang masuk dalam partai Perindo dan menjadi Ketua Umum Partai. Selain itu ada Surya Paloh sebagai pemilik Metro TV dan pimpinan partai Nasional Demokrasi dan Aburizal Bakrie sebagai pemilik TV One yang berperan penting di dalam partai besar Golongan Karya.

Kekuasaan seseorang di media massa makin besar ketika, terjadi konvergensi atau penggabungan berbagai jenis media digital ke dalam suatu media tunggal seperti media cetak, radio, dan televisi. Hal ini dapat dilihat dari salah satu media besar seperti MNC group yang melakukan konvergensi dimana mereka memiliki koran seputar Indonesia (SINDO), radio Sindo, program berita seputar Indonesia di RCTI, dan berita yang ditayangkan di televisi, radio dan radio, memiliki konten atau isi yang sama dan di dalam media-media tersebut, terdapat konten politik yang berkaitan dengan Purpol pemilik MNC group.

<sup>15</sup> Ross Tapsell, *Kuasa Media di Indonesia, Kaum Oligarki, Warga, dan Revolusi Digital*, Marjib Kiri, 2018, hal 11.

<sup>16</sup> *Ibid*, hal 12.

Saverin dan Tankard mencermati, fenomena ini bukan hanya masalah umum korporasi atas adanya merger ataupun akuisisi, tetapi lebih lanjut terdapat fenomena ekonomi politik yang melibatkan kuasa dan kekuatan. Pemilikan media bukan hanya berkuat pada masalah produk semata. Tetapi juga saling berkelindan dalam urusan pemetaan, gambar, berita, pesan dan teks sosial yang dikendalikan dan disebarakan kepada publik. Ungkapan Severin dan Tankard dibenarkan oleh Meier bahwa persoalan kepemilikan media tidak dapat terpisah pandang dengan kajian ekonomi politik. Pemilikan media mempunyai makna penting untuk melihat bagaimana peranan, ideologi, kandungan media dan kesan media terhadap masyarakat.

Menurut Giddens (1999), seperti dikutip oleh Werner A. Meier (2002), pemilik media belum dapat dikalahkan oleh demokrasi dan pihak yang sama sekali tidak dapat “ditekan”. Golding dan Murdock (1997) yang dikutip oleh Meier, melihat adanya ikatan yang erat antara pemilik media dan kendali (kontrol) media sebagai hubungan tidak langsung. Malah pemilik media dapat memainkan peranan penting dalam mengesahkan pendapatan, kuasa, dan hak istimewa.<sup>17</sup>

Kovach dan Rosenstiel (2001)<sup>18</sup> melihat dampak buruk konglomerasi media bagi jurnalisme. Menurutnya, akar dari kebebasan pers adalah independensi, yang bisa dimaknai bebas dari kontrol pemerintah, tekanan pemilik media, pemasang iklan, partai politik dan sebagainya. Tapi, ketika konglomerasi media hadir dan menjadi-jadi, maka situasi ini akan mengancam jurnalisme itu sendiri. McChesney (1999), menekankan bahwa ketika media semakin berlimpah keuntungan, maka demokrasi

<sup>17</sup> Nova Darmanto, Pemusatan Kepemilikan Media, Implikasinya Terhadap Konten Media Mediasi, Jurnal Kajian dan Terapan Media, Bahasa, Komunikasi Vol. 1, No. 3, September 2020, hal 209.

<sup>18</sup> Ratna Kartika, Penyunting, Penyusunan Survei Indeks Kemerdekaan Pers Tahun 2021, Dewan Pers 2021, hal 5.

berpotensi terancam. Keberagaman informasi dan lokalitas akan pudar tergantung informasi yang populis dan seragam. Padahal, keberagaman informasi merupakan ciri dari demokrasi itu sendiri.

Sementara Abdul Manan (2012) menjelaskan faktor lain yang bisa memengaruhi kemerdekaan pers (dalam konteks Indonesia), selain disebabkan situasi peliputan (kerja-kerja jurnalistik), kemerdekaan pers juga dipengaruhi oleh kekuasaan dalam hal ini penyelenggara kekuasaan negara atau pemerintahan, publik atau masyarakat, kelompok kepentingan, pers partisan, internal pers, dan pemilik pers.

Konglomerasi media menurut Dedi Fahrudin dalam tulisannya berjudul “Konglomerasi Media: Studi Ekonomi Politik Terhadap Media Group”, telah menimbulkan berbagai dampak negatif. Diantaranya konglomerasi dapat melemahkan fungsi kontrol media, terutama yang terkait dengan kepentingan pemilik. Media Indonesia dan Metro TV enggan memberitakan keterlibatan pemiliknya Surya Paloh dalam kredit macet Bank Mandiri.

ANTV dan TVONE tak mau memberitakan lumpur Lapindo yang melibatkan perusahaan Bakrie yang sekaligus pemilik kedua televisi itu (CIPG & HIVOS, 2012). RCTI, TPI, Global TV, Koran Sindo tidak memberitakan keterlibatan pemilik mereka dalam berbagai kasus. Melemahnya fungsi kontrol jurnalistik makin meluas akibat konsentrasi kepemilikan media. Mungkin saja Lativi, jika tidak dibeli Bakri dan berubah nama menjadi TVONE, akan memberitakan kasus Lapindo secara berimbang.

Konglomerasi media juga mengontrol banyak informasi dan produk media yang dengan itu mereka menghasilkan banyak keuntungan. Mereka sangat efisien dalam memproduksi informasi dan menyebarkannya melalui jaringan media seperti televisi, radio dan media cetak dalam satu perusahaan yang mereka miliki (Phillips et al., 2009; Croucher, 2011; Scheufele, 1999).<sup>19</sup>

<sup>19</sup> *Jurnal Visi Komunikasi*/Volume XII, No. 01, Mei 2013, hal 83-84. <https://publikasi.mercu->

Pada tahun 2012 sebuah penelitian yang dilakukan CIPG (Center for Innovation Policy and Governance) dan HIVOS yang didanai oleh Ford Foundation meluncurkan hasil riset “Memetakan Kebijakan Media di Indonesia” (Mapping Media Policies in Indonesia).<sup>20</sup> Penelitian tersebut memaparkan bagaimana media di Indonesia yang mengisi ruang publik kini banyak ditunggangi oleh kepentingan politik pemiliknya dan menjadi salah satu alat ampuh untuk meraup keuntungan bisnis. Menurut penelitian ini diluar bisnis, politik, dan fundamentalis agama, secara tarik menarik media masih digunakan sebagai ajang pengaruh mempengaruhi.

Penelitian ini juga mengulas bagaimana lima belas tahun terakhir perkembangan industri media di Indonesia ternyata mencerminkan kepentingan modal dan logika akumulasi laba yang mengakibatkan oligopoli dan konsentrasi kepemilikan media. Penelitian ini menganggap praktek oligopoli media yang saat ini terjadi telah berada pada tahap yang membahayakan hak warga terhadap informasi karena media dikelola sebagai bisnis yang hanya mewakili kepentingan pemilik dan kekuasaan yang diwakilinya. Fakta menunjukkan bahwa pemilik media cenderung menjadikan isi media sebagai komoditas, dan menjadikan warga hanya sebagai konsumen.

Selain juga mengulas tentang penguasaan 12 grup media besar yang menguasai hampir seluruh kanal media, yaitu MNC Group, Kompas Gramedia Group, JawaPos, Mahaka Media Group, Elang Mahkota Teknologi, CT Corp, Visi Media Asia, Media Group, MRA Media, Femina Group, Tempo Inti Media, dan Berita Satu Media Holding. Para pemilik kelompok media ini juga terafiliasi dengan partai-partai politik, seperti Surya Paloh (Media Group) dan Hari Tanoesoedibjo (MNC Group) dengan Partai NasDem,

---

[buana.ac.id/index.php/viskom/article/view/372/318](http://buana.ac.id/index.php/viskom/article/view/372/318).

<sup>20</sup> [chrome-extension://efaidnbmnnnbpcjpcglcfindmkaj/http://cipg.or.id/wp-content/uploads/2015/06/MEDIA-2-Industri-Media-2012.pdf](http://chrome-extension://efaidnbmnnnbpcjpcglcfindmkaj/http://cipg.or.id/wp-content/uploads/2015/06/MEDIA-2-Industri-Media-2012.pdf)



kemudian pecah kongsi. Hari Tanoesoedibjo pindah ke Hanura lalu mendirikan partai baru, dan Aburizal Bakrie (Visi Media Asia) dengan partai Golongan Karya.

Sementara riset Umi Khumairoh bertajuk “Dampak Konglomerasi Media Terhadap Industri Media Massa dan Demokrasi Ekonomi Politik di Era Konvergensi”<sup>21</sup> menyebutkan, konglomerasi media ini mengarah pada persaingan bisnis tidak sehat antar pemilik media massa sehingga menyebabkan beberapa perubahan terutama dalam membuat konten siaran atau pemberitaan pers yang menjadi subjektif dan sarat kepentingan. Hal ini berkaitan dengan keuntungan yang diperoleh oleh pemilik media massa yaitu memiliki popularitas melalui konten yang dibuat oleh jurnalisnya.

Dan ini tentunya sangat bertolak belakang dengan prinsip media yang harus menjadi lembaga yang independen, objektif, jujur dan netral. Tidak adanya keberagaman isi siaran (*diversity of content*) dan keberagaman kepemilikan (*diversity of ownership*) akan membuat penyeragaman opini publik. Penyeragaman opini dan kekuatan bisnis politik oleh kekuatan media yang dominan akan mengancam kebebasan pers dan demokratisasi media. Sedangkan sebuah negara dikatakan demokrasi apabila Pemerintah memberikan kebebasan kepada rakyatnya untuk menyampaikan pendapat atau opini baik secara lisan maupun tulisan.<sup>22</sup>

Berbagai riset berusaha menjelaskan bagaimana pemilik media memanfaatkan media untuk kepentingan politik. Riset yang dilakukan oleh Alfani (2014)<sup>23</sup> menunjukkan, intervensi pemilik media telah membuat jurnalis terpaksa mengikuti kemauan pasar & melayani pesanan elite politik. Industri media lebih berorientasi pada pemenuhan keinginan pasar sesuai dengan kriteria apa yang

<sup>21</sup> Umi Khumairoh, MUQODDIMA, Jurnal Pemikiran dan Riset Sosiologi 2 (1), 2021, hal 68.

<sup>22</sup> [///C:/Users/User/Desktop/231-Article%20Text-648-1-10-20210818.pdf](#).

<sup>23</sup> Anggalih Bayu Muh. Khamim dan Muhammad Fahmi Sabri, Jurnal Ilmu Politik POLITIKA, Volume 10, No. 2, Oktober 2019, hal 114.

menguntungkan secara ekonomi dan politik bagi para pemilik modal (Alfani, 2014). Akibat dari monopoli kepemilikan media terhadap isi media pada dasarnya sulit untuk dibuktikan. Namun, monopoli dari pemilik media dikhawatirkan mampu mengancam kebebasan pers dan pilihan bagi konsumen.

Akhirnya, jika pemilik selalu mengintervensi isi medianya untuk tujuan propaganda, maka akan muncul risiko media tersebut kehilangan peminat dan kredibilitasnya (Dwita, 2016). Media menempatkan audience semata-mata hanya dilihat sebagai pasar, bukan warga negara (citizens). Tujuan utama dari dibentuknya media adalah meraih keuntungan untuk pemilik dan para pemangku kepentingan lainnya (Valerisha, 2016). Dengan demikian, fungsi media sebagai penyampai beragam gagasan-gagasan, informasi, pendidikan, dan integrasi sosial yang merupakan inti dari ketersediaan ruang publik, semakin terkesampingkan dengan kepentingan komersialisasi (Sucahya, 2013). Proses ini menunjukkan adanya fenomena komodifikasi media.

Menurut Yasir dalam tulisannya berjudul “Konglomerasi Media Dan Kepentingan Politik Pemilik”, UU 1945 dan UU Penyiaran No. 32 tahun 2002 sangat jelas mengamanatkan, sistem penyiaran Indonesia harus menjadi penyiaran yang demokratis dan desentralisasi. Oleh karena itu, sistem penyiaran yang ada sudah selayaknya berpedoman pada UUD dan UU Penyiaran tersebut, untuk menjamin adanya *diversity of ownership dan diversity of content*. Jadi UU dan aturan sudah mengatur dengan ketat untuk tidak terjadi adanya pemusatan kepemilikan dalam media di Indonesia.

Namun kenyataannya adalah sebaliknya, justru terjadi pemusatan kepemilikan dalam lembaga siaran sehingga otoritariansime sentralistik yang umumnya dilakukan oleh negara, sekarang bergeser ke arah otoritariansime swasta dan korporasi. Padahal ini dapat membahayakan jalannya demokrasi itu sendiri.

Media yang otoriter-sentralistik ini tentu dapat mengarahkan kemunculan adanya monopoli, yang pada akhirnya mengancam keberagaman, sebagai bentuk demokratisasi media. Praktik yang seperti ini jelas sangat melanggar dan bertentangan dengan UU No. 32 tahun 2002 tahun Penyiaran.

Sebagai perbandingan, tidak ada negara-negara liberal yang mempraktikkan konglomerasi media seperti di Indonesia. Amerika Serikat sebagai contoh, pengaturan kepemilikan dan penguasaan stasiun televisi yang dimiliki oleh badan hukum adalah daya jangkaunya tidak melebihi 39 persen dari *Nation's TV Homes* atau rumah tangga yang memiliki televisi. Sementara itu di Australia, regulasi tentang kepemilikannya menyatakan bahwa seseorang atau sebuah badan hukum tidak boleh mengontrol atau menguasai melalui kombinasi izin televisi yang menjangkau lebih dari 75 persen penduduk selain itu mereka juga tidak boleh memiliki lebih dari satu izin di satu daerah.

Sudah menjadi bagian dari indikator negara demokratis bahwa di sana terdapat jaminan kemerdekaan berekspresi (*freedom of expression*), berbicara (*freedom of speech*), dan pers (*freedom of press*), yang dibutuhkan dalam kerja-kerja yang diperankan media massa. Namun begitu, ungkap Amir Effendi Siregar, ketiga hal tersebut tidaklah cukup untuk membangun bangsa dan negara yang demokratis. Masih harus diperlukan adanya jaminan pula terhadap keberagaman suara (*diversity of voices*), isi (*diversity of content*), dan kepemilikan (*diversity of ownership*) media massa, agar ada pelaksanaan keadilan dalam kehidupan bermasyarakat dan penghargaan terhadap minoritas. Di sisi lain, ketiga keberagaman tersebut juga diperlukan untuk menghindari munculnya otoritarianisme baru, otoritarianisme kapital, dan oligopoli dengan mengatasnamakan *freedom*.<sup>24</sup>

<sup>24</sup> Amir Effendi Siregar, *Mengawal Demokratisasi Media, Menolak Konsentrasi, Membangun Keberagaman*, Buku Kompas, 2014, hal 120-121.

### C. Terkaman Konglomerasi Media

Mengutip kembali pandangan Jeffrey A. Winters yang berpendapat, di Indonesia paska tumbanganya regim Orde Baru, oligarki bukan tidak pernah kembali, tapi tidak pernah pergi dan belum berhasil dijinakkan. Oligarki bertahan melalui proses transisi dan adaptasi. Oligarki bukan hanya melakukannya dengan relatif mudah, melainkan juga menempati posisi yang lebih baik ketimbang siapapun dalam merebut dan mendominasi politik elektoral Indonesia yang dikendalikan uang, kekaisaran media, jaringan dan posisi penting di lingkungan elit Parpol, dan sebagainya. Dengan kata lain, konglomerasi media yang tumbuh kuat dalam industri media di Indonesia saat ini tidak bisa dilepaskan dari pengaruh oligarki.

Frasa konglomerasi media terdiri dari dua kata, konglomerasi dan media. Secara bahasa, konglomerasi adalah keutuhan yang terjadi dari bermacam-macam unsur (KKBI). Konglomerasi berasal dari kata konglomerat yang berarti: (1) Pengusaha besar yang mempunyai banyak perusahaan atau anak perusahaan, dan (2) Perusahaan besar yang beranggotakan berbagai macam perusahaan dan bergerak dalam bidang usaha yang bermacam-macam.

Sedangkan menurut Djafar H. Assegaff<sup>25</sup>, longlomerasi adalah sejumlah pelaku konglomerat yang menanamkan sahamnya pada tumbuhnya kelompok (Grup) perusahaan dalam satu tangan, sedemikian rupa sehingga praktis seluruh kebijakan manajemen yang pokok ditentukan oleh satu pusat. Adapun media, menurut Hafied Cangara adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak, sedangkan pengertian media massa sendiri alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber

<sup>25</sup> Djafar H. Assegaff, *Konglomerasi, Taipan, dan Koneksi Bisnis*, Warta Ekonomi, 1994, Cetakan 1, h. 263.

kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi seperti surat kabar, film, radio dan televisi.

Dengan demikian, konglomerasi media adalah penggabungan perusahaan media menjadi perusahaan yang lebih besar yang membawahi banyak media. Konglomerasi ini dilakukan dengan melakukan korporasi dengan perusahaan media lain yang dianggap mempunyai visi yang sama. Murdock menggunakan istilah konglomerasi media yaitu perusahaan penyiaran yang menggabungkan pengoperasian televisi dengan surat kabar, terbitan bukom radio siaran, dan televisi kabel melalui integrasi horizontal kekuasaan informasi. Pembentukan konglomerasi ini dengan cara kepemilikan saham, *joint venture/merger*, atau pendirian kartel komunikasi dalam skala besar baik integrasi vertikal, integrasi horisontal maupun kepemilikan silang. Akibatnya kepemilikan media yang berpusat pada segelintir orang.<sup>26</sup>

Menurut kajian NB Indrakrista<sup>27</sup>, isu konglomerasi media di dunia bukanlah suatu hal baru. Bahkan sejak dekade 60-an, Donna Allen telah mengangkat dan mencoba memperingatkan dunia akan bahaya dari konglomerasi dan konsentrasi kepemilikan media (Ross dalam Allan [ed], 2005: 294). Saat ini, jika melihat dalam jangkauan komunikasi internasional, tahun 2003 sumber berita pada media elektronik yang paling berpengaruh di seluruh dunia dikuasai oleh lima perusahaan saja (AOL Time Warner, Disney, General Electric, News Corporation, dan Viacom). Sementara saluran televisi satelit sepenuhnya dikuasai dua perusahaan, Echostar dan News Corporation (DirectTV). Kepemilikan perusahaan surat kabar dan stasiun televisi terus menurun dari 1.500 pada tahun 1970-

<sup>26</sup> <http://g341100009.blogspot.com/2019/03/pengertian-konglomerasi-media-dan.html>.

<sup>27</sup> <chrome-extension://efaidnbmninnibpcajpcgclefindmkaj/http://e-journal.uajy.ac.id/276/2/1KOM03583.pdf>

an ke angka 600, dan masih terus mengarah menuju penurunan sebanyak 50% (Boyd Barrett dalam Allan (ed), 2005: 346).

Di Indonesia, saat Orde Baru berkuasa, dimonopoli oleh Televisi Republik Indonesia (TVRI), lembaga penyiaran televisi milik pemerintah. Namun sejak 1980-an, regim Orde Baru mulai membuka kran keterbukaan dalam kepemilikan industri media. Dari sini mulai masuk konglomerat ke industri televisi. Hanya saja, pemodal atau konglomerat yang boleh memiliki televisi swasta sangat disortir. Yakni: kebanyakan berasal dari orang yang dekat dengan lingkaran kekuasaan atau Parpol yang berkuasa kala itu (Golkar), khususnya dari trah atau keluarga Cendana atau kalangan pengusaha yang mempunyai relasi dekat dengan keluarga Cendana.

Makapada 1989, Bambang Trihatmojo (putra ketiga Soeharto) mendirikan televisi swasta pertama. Pada tahun 1990, RCTI berubah dari stasiun televisi berbayar menjadi televisi bebas iuran. Televisi swasta kedua yaitu SCTV dimiliki oleh Henri Pribadi dan Sudwikatmono (sepupu Soeharto). Pada tahun 1989, Siti Hardiyanti Rukmana atau Tutut (anak perempuan Soeharto) terpilih sebagai ketua Persatuan Radio Siaran Swasta Niaga Indonesia (PRSSNI) yang mewajibkan semua stasiun radio swasta untuk bergabung di dalamnya.

Pada tahun 1990, Tutut mendirikan stasiun televisi swasta di Indonesia dengan menggunakan fasilitas milik TVRI yaitu TPI. Program acara TPI disiarkan secara nasional sehingga menimbulkan kecemburuan dari televisi swasta lainnya seperti RCTI dan SCTV. Akibatnya pada tahun 1993, semua stasiun televisi swasta diizinkan untuk siaran secara nasional dengan satelit palapa untuk menjangkau penonton yang luas. Hal tersebut dianggap ancaman yang berbahaya bagi keberagaman informasi di Indonesia dengan konglomerasi di televisi.

Setelah reformasi 1998, izin untuk mendirikan perusahaan media pemberitaan (media cetak) diperlonggar. Secara teoritik terbuka peluang bagi kalangan manapun. Namun karena proses formal pergantian kekuasaan dari Presiden Soeharto ke Wakil Presiden BJ Habibie relatif berlangsung damai, maka sekalipun Soeharto sudah dari jatuh kursi singgasana kepresidenan yang sudah sekitar 32 tahun digenggamnya, tidak dengan sendirinya regim Soeharto mengalami keruntuhan total, melainkan tetap banyak yang eksis. Keluarga Cendana menjadi salah satu keluarga pebisnis yang masih kuat bercokol kala itu.

Sentralisasi kepemilikan media massa saat ini merupakan realita yang harus dihadapi oleh bangsa Indonesia seiring kemudahan membuka usaha di bidang media massa dan kemerdekaan pers yang semakin terjamin pasca terbit UU No. 40 Tahun 1999 tentang Pers. Ketua Dewan Pers Yosep Adi Prasetyo, mencatat pada tahun 1999 tidak lama setelah lahir UU Pers tumbuh berkembang media cetak mencapai 1.600, jumlah yang kemudian segera susut setelah Pemilu 1999 usai.<sup>28</sup>

Selanjutnya, pada 2014, Supadiyanto mencatat, seluruh industri media massa di Indonesia sejatinya dimiliki oleh 14 grup korporasi swasta raksasa. Mereka adalah MNC Group, Kompas Gramedia Group, Elang Mahkota Teknologi, Mahaka Media, CT Group, Beritasatu Media Holdings (Lippo Group), Media Group, Visi Media Asia, Jawa Pos Group, MRA Media, Femina Group, dan Tempo Inti Media<sup>29</sup>

Sebelumnya, pada 2012, Merlyna Lim (“The League of Thirteen”) telah terlebih dahulu mengidentifikasi ada 13 grup

<sup>28</sup> Fakta ini menunjukkan bahwa media massa sengaja didirikan oleh Parpol, politikus, dan pengusaha untuk memperoleh pengaruh politik dan kekuasaan. Dikutip dari Yosep Adi Prasetyo, “Kondisi Pers Indonesia dan Tantangan Saat Ini”, Jurnal Dewan Pers, 2017, hal 4.

<sup>29</sup> Supadiyanto, “Lanskap Industri Media Massa Arus Utama dan Media Online”, [http://www.kompasiana.com/supadiyanto/lanskap-industri-media-massa-arus-utama-dan-mediaonline\\_54f85641a33311d25d8b4a95](http://www.kompasiana.com/supadiyanto/lanskap-industri-media-massa-arus-utama-dan-mediaonline_54f85641a33311d25d8b4a95), akses 31/3/2016.

yang menguasai seluruh industri media massa: 1 negara dan 12 korporasi swasta. 12 grup bisnis ini adalah Media Nusantara Citra (MNC) Group, Mahaka Media Group, Kompas Gramedia Group, Jawa Pos Group, Media Bali Post Group (KMB), Elang Mahkota Teknologi (Emtek) Group, Lippo Group, Bakrie & Brothers (Visi Media Asia), Femina Group, Media Group, Mugi Reka Abadi (MRA) Group, dan Trans Corpora (Para Group).

Untuk melihat sejauh mana model bisnis ini berdampak pada lanskap sektor media, Centre for Innovation Policy and Governance (CIPG), Jakarta dan HIVOS Kantor Regional Asia Tenggara melakukan penelitian dengan cara melakukan pemetaan terhadap para pelakunya. Saat ini terdapat dua belas grup media besar di Indonesia. Grup-grup tersebut, kemudian ditabulasikan di bawah ini menurut jaringan dan jumlah perusahaan media yang mereka miliki, sebagaimana tertera pada tabel di bawah ini.

### **Kelompok media utama di Indonesia: 2011**

No.	Group	TV	Radio	Media Cetak	Media Online	Bisnis lainnya	Pemilik Media
1	Global Media-comm (MNC)	20	22	7	1	Produksi konten, Distribusi konten, <i>Talent Management</i>	Hary Tanoesoedibjo
2	Jawa Pos Group	20	n/a	171	1	Paper Mills, Printing Plants, Power Plant	Dahlan Iskandar, Azrul Ananda



3	Kelompok Kompas Gramedia	10	12	88	2	Property, Jaringan toko buku, Manufaktur, <i>EventOrganiser</i> , Universitas	Jacob Oetama
4	Mahaka Media Group	2	19	5	n/a	Event Organizer, PRKonsultan	Abdul Gani,Erick Thohir
5	Elang Mahkota Teknologi	3	n/a	n/a	1	Telekomunikasi dan IT solutions	Sariatmaadja Family
6	CT Corp	2	n/a	n/a	1	Financial Services, Lifestyle and Entertainment, sumber daya alam, Properti	Chairul Tanjung
7	Visi Media Asia	2	n/a	n/a	1	Sumber daya alam, <i>network provider</i> , Properti	Bakrie & Brothers
8	Media Group 1	1	n/a	3	n/a	Propert (hotel)	Surya Paloh
9	MRA Media	n/a	11	16	n/a	Retail, Properti, <i>Food &amp; Beverage</i> , Otomotif	Adiguna Soetowo & Soetikno Soedarjo
10	Femina Group	n/a	2	14	n/a	Talent Agency, Penerbitan	Pia Ali-sjahnana

11	Tempo IntiMe- dia	1	n/a	3	1	Produksi dokumenter	Yayasan Tempo
	Berita Satu Media Hold- ing	2	n/a	10	1	Properti, pelayanan kesehatan, TV Kabel, inter- net service provider, pendidikan (universitas).	Lippo Group.

Sumber: Yanuar Nugroho, Dinita Andriani, Putri Shita Laksmi, Memetakan Lanskap Industri Media Kontemporer di Indonesia, Centre for Innovation Policy and Governance, 2013, hal 37.

Ross Tapsell dalam “*Media Power in Indonesia, Oligarchs, Citizens and the Digital Revolution*” membagi dua jalur bagi konglomerat untuk menguasai media: pertama lewat jalur televisi, dan kedua lewat jalur media cetak. Konglomerat lewat Jalur Televisi, stasiun televisi membuat kelompok pertama mampu lebih cepat berinvestasi di platform-platform media yang sebelumnya tak mereka miliki.

Sedangkan kelompok konglomerasi media kedua, yang tetap bertahan di era internet, adalah mereka yang telah punya media cetak stabil terlebih dulu—dan biasanya punya bisnis non-cetak yang kuat. Mereka adalah Berita Satu Media Holding milik James Riady, Jawa Pos milik Dahlan Iskan, dan Kompas Gramedia milik Jakoeb Oetama. Berikut ini Peta Konglomerasi Media terkemuka dan terkini di Indonesia yang dikutip versi Ross Tapsell.<sup>30</sup>

**1. Trans Group.** Pemilik: Chairul Tanjung. Korporasi media ini

<sup>30</sup> <https://romelte.com/peta-konglomerasi-media-di-indonesia-saat-ini>, 13 January 2018.

terdiri Trans TV, Trans7, Trans Vision, PT Indonusa Telemedia, CNN Indonesia, dan Detik.com. Selengkapnya: CT Corp.



**2. MNC Group.** Pemilik: Hary Tanoesoedibyo. Media Nusantara Citra (MNC) Group ini terdiri dari Global TV (GTV), RCTI, MNC TV, Koran Sindo, Okezone.com, Sindonews.com, Satelit Indostar II, Global Radio, MNC Trijaya Radio, Vision, dan Radio Dangdut Indonesia (RDI)



**3. SCMA Group (EMTEK).** Pemilik: Eddy Sariatmadja. Grup Elang Mahkota Teknoligi (Emtek) ini terdiri dari SCTV, Indosiar, O-Channel, Liputan6.com, Bola.com, Bitnet Komunikasindo,

Nexmedia, dan Radio Elshinta.



4. **Lippo Group.** Pemilik: James Riady. Terdiri dari Berita Satu, LinkNet, Suara Pembaruan, dan First. Sumber lain menyebutkan, James Riady pula pemilik sebenarnya Metro TV (Media Grup).



5. **Kompas Group.** Pemilik: Jacob Oetama. Kompas Gramedia Group ini terdiri dari Harian Kompas, Kompas TV, Kompas.com, Tribunnews.com, Radio Sonora, dan K-Vision.



**6. Bakrie Group.** Pemilik: Aburizal Bakrie. Terdiri dari tvOne, ANTV, Bakrie Telecom, Viva.co.id.



**7. Jawa Pos Group.** Pemilik: Dahlan Iskan. Korporasi media ini dari Harian Jawa Pos, Jawapos.com, Jawa Pos TV, Radio Fajar FM Makassar, JPNN.com, dan FIC.



**8. Media Group.** Pemilik: Surya Paloh. Korporasi media ini terdiri dari Metro TV, Harian Media Indonesia, Media Group, dan Metrotvnews.com.



Selain kedelapan Grup Korporasi Media atau Konglomerasi Media di atas, sebenarnya masih ada Grup Media lainnya di Indonesia, antara lain:

1. Mahaka Group (Erick Tohir): Harian Republika, Republika Online, Jak tv, Lombok TV, Palu TV, Alif TV, Prambors Channel, Gen FM, Jak FM, Prambors, Delta FM, FeMale Radio, dll.
2. Media Bali Post Group atau Kelompok Media Bali Post (Satria Narada): Balipost.com, Harian Bali Post, Bisnis Bali, Suara NTB, Bisnis Jakarta, Bisnis Bandung, Indonesia Network, Aceh TV, Bali TV, Bandung TV, Jogja TV, Semarang TV, Surabaya TV, Bali Radio, Suara Denpasar, dll.
3. Tempo Media Group (Goenawan Muhammad): Majalah Tempo, Koran Tempo, Tempo.co, Tempo TV, Kantor Berita Radio KBR 68H, dll.
4. Bisnis Indonesia Group (R Sukamdani S Gitosardjono): Harian Bisnis Indonesia, Radio Solopos 97.75 FM, Harian Jogja, Radio STAR FM Jogja, dll.

---

Penguasaan atau konglomerasi dunia dunia bisnis media mengantarkan para pemilik modalnya mempunyai pudipundi uang banyak dan menobatkannya menjadi orang kaya (richman) yang masuk dalam sejumlah orang terkaya di Indonesia<sup>31</sup>. Diantaranya:

1. Chairul Tanjung, melalui kerajaan bisnis yang tergabung dalam CT Corp, CT alias Charul Tandjung diberitakan majalah Forbes memiliki kekayaan hingga US\$ 3,6 miliar atau Rp 52 triliun pada 2017. Ia pun ditempatkan Forbes berada di urutan ke-7 orang terkaya di Indonesia.
2. Hary Tanoesoedibjo. Bos MNC TV ini kekayaannya pun meningkat dan dilaporkan majalah Forbes mencapai US\$ 1,05 miliar atau Rp 15,3 triliun. Namanya pun ditempatkan sebagai konglomerat Indonesia terkaya nomor 31.
3. Eddy Kusnadi Sariaatmadja. Pemilik dari SCTV, Indosiar, hingga O Channel melalui bendera perusahaan yang diberi nama Elang Mahkota Teknologi atau EMTEK inilah yang kemudian mengakuisisi Surya Citra Media tahun 2001. Eddy Kusnadi Sariaatmadja dikabarkan memiliki kekayaan hingga US\$ 1,3 miliar atau Rp 19 triliun. Ia pun masuk daftar 50 Orang Terkaya versi Forbes 2017.
4. Jakob Oetama. Lewat grup Kompas Gramedia, Jakob Oetama bisa memiliki kekayaan hingga US\$ 1,65 miliar atau Rp 24 triliun. Namanya pun masuk daftar orang terkaya di Indonesia versi Globe Asia.
5. Aburizal Bakrie. Lewat Bakrie Group yang dipimpinnya, Aburizal Bakrie dimasukkan ke dalam daftar 150 Orang Terkaya di Indonesia versi Globe Asia 2018. Jumlah kekayaannya mencapai US\$ 2,05 miliar atau Rp 29 triliun.

---

<sup>31</sup> <https://lifepal.co.id/media/gak-cuma-kaya-dari-satu-bisnis-5-orang-ini-juga-tajir-dari-stasiun-televisi/>, 30 Oktober 2020.



Mengenai stasiun televisi komersial sejatinya tidak tunggal. Sekurangnya, terdapat dua kelompok stasiun televisi komersial. Pertama, kelompok sepuluh stasiun televisi nasional yang lahir di era Orde Baru (RCTI, SCTV, TPI/MNCTV, ANTV, dan Indosiar) dan di awal Orde Reformasi (Metro TV, Trans TV, TV7/Trans TV7, Global TV, dan Lativi/TVOne). Sepuluh stasiun televisi ini bergabung dalam Asosiasi Televisi Swasta Indonesia (ATVSI). Kelompok kedua adalah stasiun-stasiun televisi yang lahir sesudah kelahiran UU Penyiaran 2002, seperti NET TV, Kompas TV, RTV, Sindo TV (i-News), dan sebagainya. Di kelompok kedua, ada sejumlah stasiun televisi yang bersiaran ke banyak daerah, seperti NET TV dan Kompas TV; tetapi ada juga yang berdiri sebagai stasiun televisi lokal yang bersiaran di wilayah siaran terbatas.

Dalam pandangan Agus Sudibyo, mencermati kepemilikan media, termasuk ihwal konglomerasi media merupakan pekerjaan rumit. Pasalnya, saham beberapa media tidak diisi nama perorangan, melainkan perusahaan. Hal ini terjadi pada SCTV sejak 1998 dan Indosiar sejak 2000. Perusahaan pemilik saham pun tidak selalu dimiliki oleh perseorangan, namun dapat dimiliki oleh perusahaan lain di belakangnya. Fenomena ini menimbulkan lika-liku dan kerumitan tersendiri untuk menerka siapa sebenarnya pihak yang memiliki sebuah atau beberapa media. Misalnya, awal dekade 2000, Bambang Trihatmodjo diberitakan melepas sahamnya di RCTI pada Hary Tanoesoedibjo.

Akan tetapi, proses yang sesungguhnya terjadi tidak sesederhana itu. Saham mayoritas RCTI saat itu dimiliki oleh PT Bimantara Citra, yaitu sebanyak 69,8%. Hingga awal 2000, saham PT Bimantara Citra mayoritas dipegang oleh PT Asriland sebesar 36,51%. Melalui PT Asriland inilah Bambang Trihatmodjo melakukan manuvernya di arena kepemilikan media swasta nasional. Bambang ada di belakang PT Asriland, yang memiliki

saham mayoritas di PT Bimantara Citra, yang memiliki saham 7 mayoritas di RCTI.

Sejak 2000 hingga 2003, saham PT Asriland di PT Bimantara Citra terus menurun hingga mencapai 14,32%. Kemunduran ini dibarengi dengan munculnya nama baru, yaitu PT Bhakti Investama, yang pada Juli 2003 memiliki 37,6% saham di PT Bimantara Citra. Nama yang berdiri di belakang PT Bhakti Investama adalah Hary Tanoesoedibjo yang kemudian diangkat menjadi direktur utama PT Bimantara Citra. Pada titik inilah dapat dikatakan RCTI telah berpindah tangan dari Bambang Trihatmodjo ke Hary Tanoesoedibjo.

Apakah konglomerasi pasti jelek? Tidak juga. Setidaknya hal tersebut dalam pandangan wartawan KompasTV Bambang Nugroho. Baginya hal tersebut konsekuensi logis akibat terjadinya diaspora. Kemudian terjadi konsentrasi. Itu bisnis akan selalu begitu. Tetapi itu bukan hal yang terpenting. Bagi Bambang, yang terpenting adalah apakah yang dihasilkan itu membuat kita itu maju sebagai manusia yang baik. Apakah teknologi itu memanusiation kita, apakah berita itu memanusiation kita?

Wartawan dan penuklus Bimo Nugroho menunjukkan dengan tepat kondisi problematis bisnis media. Jika konglomerasi media industri tidak bisa dihindari, lalu bagaimana media dapat membantu warga untuk menjadi manusia yang lebih baik? Bagaimana industri media dapat memberadabkan publik? Kita akan melihat lebih dalam lagi mengenai konglomerasi media di Indonesia yang dimulai pada tahun 1980-an, pertumbuhan konglomerasi tersebut serta dampaknya terhadap warga negara.

Tetapi harap segera dicatat, fenomena konglomerasi media bukan hanya terjadi di Indonesia, melainkan juga terjadi

pada sejumlah negara. Contohnya di Amerika Serikat. Di negeri Paman Sam, media dikuasai enam perusahaan, yakni: Time Warner, Walt Disney, Viacom, Rupert Murdoch's News Corp., CBS Corporation, dan NBC Mengomentari fenomena semacam ini Michael Snyder bernarasi: *"These gigantic media corporations do not exist to objectively tell the truth to the American people. Rather, the primary purpose of their existence is to make money"*.

#### **D. Jebakan Komodifikasi Media**

Term komodifikasi pada awalnya merupakan tesis utama Karl Marx sebagai "ideologi" yang bersemayam di balik media. Komodifikasi lebih sebagai upaya mendahulukan peraihan keuntungan ekonomi dibandingkan tujuan-tujuan lain. Tesis Marx tersebut menjadi cikal bakal teori ekonomi politik. Menurut McQuail, teori ekonomi politik adalah "pendekatan kritik sosial yang memfokuskan pada hubungan antara struktur ekonomi dan dinamika industri media serta konten ideologis media".

Dari sudut pandang ini, media dianggap bagian dari sistem ekonomi yang berhubungan erat dengan sistem politik. Konsekwensinya, berkurangnya sumber media yang independen, konsentrasi pada khalayak yang lebih besar, menghindari resiko dan mengurangi penanaman modal pada tugas media yang kurang menguntungkan (misalnya, laporan investigasi dan pembuatan film dokumenter). Kita juga menemukan adanya pengabaian pada sektor khalayak potensial yang lebih kecil dan miskin, dan sering terdapat media berita yang tidak seimbang.

Secara sederhana, menurut Baskoro Suryo Banindro dalam buku "Kapita Selekt: Pengkajian Seni Rupa, Desain, Mediadan Budaya" (2018), komodifikasi berasal dari dua kata, yakni komoditi dan modifikasi. Komoditi merupakan barang atau jasa memiliki nilai ekonomi. Sedangkan modifikasi adalah perubahan fungsi atau bentuk. Bisa disimpulkan jika komodifikasi adalah

perubahan nilai dan fungsi dari suatu barang atau jasa menjadi komoditi (yang memiliki nilai ekonomi). Komodifikasi dan komoditas menjadi bagian yang tidak bisa terpisahkan.

Komodifikasi seperti yang diungkapkan Vincent Moscow dalam bukunya “The Political Economy of Communication” (2009) dapat diasumsikan dari nilai gunanya menjadi sebagai proses transformasi barang dan jasa komoditas yang berorientasi pada nilai tukarnya di pasar. Karena nilai tukarnya berkaitan dengan pasar dan konsumen, maka proses komodifikasi pada dasarnya adalah mengubah barang/jasa agar sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Pada proses transformasi dari nilai guna menjadi nilai tukar, dalam media massa selalu melibatkan para awak media, khalayak pembaca, pasar, dan negara apabila masing-masing di antaranya mempunyai kepentingan.

Dalam bahasa lain, ungkap Idi Subandy Ibrahim, Bachruddin Ali Akhmad komodifikasi adalah transformasi barang dan jasa yang semula dinilai karena nilai gunanya (misalnya nilai guna minuman untuk menghilangkan dahaga, cerita untuk berkomunikasi atau berbagai pengalaman), menjadi komoditas yang bernilai karena ia bisa mendatangkan keuntungan di pasar setelah dikemas menjadi minuman dalam botol dan bukunovel, ataupun misalnya, komersialisasi pertanian untuk menjual manakalan dan produksi drama untuk penyiaran komersial. Dengan kata lain, komodifikasi adalah proses perubahan nilai menjadi nilai tukar.

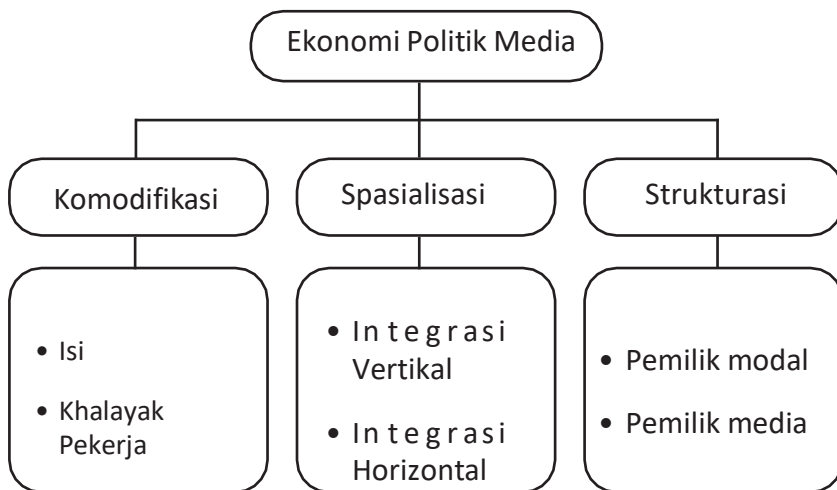
Pakar komunikasi Wilbur Schram menyatakan, media massa sebagai media informasi, pendidikan, hiburan, dan kontrol sosial. Akan tetapi, kecenderungan dewasa ini memperlihatkan media telah menjadi industri atau institusi ekonomi. Bahkan Herman dan Chomsky, menyebutnya sebagai mesin atau pabrik penghasil berita (news manufacture) yang sangat efektif dan mendatangkan keuntungan besar dari sisi ekonomi. Menurut mereka, saat ini media massa telah menjadi industri.

Vincent Moscow mengajukan konsep ekonomi politik media yang dibaginya ke dalam tiga bidang, yakni: komodifikasi, spasialisasi dan strukturisasi. Komodifikasi berhubungan dengan bagaimana proses transformasi barang dan jasa beserta nilai gunanya menjadi suatu komoditas yang mempunyai nilai tukar di pasar. Komodifikasi terdiri dari komodifikasi isi, khalayak, dan pekerjayang terjadi di media menjadi tiga bentuk, yakni: (1) Content Commodification (Komodifikasi Isi). (2) Audience Commodification (Komodifikasi Khalayak), dan (3) Labour Commodification (Komodifikasi Pekerja).

Selanjutnya spasialisasi dimaknai Vincent sebagai *“Communication processes and technologies are central to the spatialization process throughout the wider political economy. Spatialization is particulaly significance in the communicatian industries”*. Proses dan teknologi komunikasi merupakan inti dari proses spasialisasi di seluruh ekonomi politik yang lebih luas. Spasialisasi sangat penting dalam industri komunikasi.

Sedangkan strukturasi dimaknai sebagai *“balances the tendency in political economic analysis to feture structures, typically business and governmental institutions, by addressing and incorporating the ideas of agency, social relations, social process, and social practice”* (menyeimbangkan kecenderungan dalam analisis ekonomi politik untuk melihat struktur, biasanya bisnis dan institusi pemerintah, dengan menangani dan menggabungkan ide-ide agensi, hubungan sosial, proses sosial, dan praktik sosial).

**Tabel 1**  
**Konsep Ekonomi Politik Vincent Moscow**



Sumber: Vincent Moscow, *The Political Economy of Communication*<sup>32</sup>

Sebagai institusi ekonomi, media massa dijalankan dengan prinsip-prinsip ekonomi dengan tujuan akhirnya adalah mendapatkan keuntungan (*profit*). Sehingga institusi media massa harus benar-benar bekerja berdasarkan rasionalitas ekonomi atau bisnis, yakni mencari keuntungan sebesar-besarnya.<sup>33</sup> Untuk mencapai tujuan tersebut, tak pelak media mengalami proses komodifikasi. Oleh karena itu, dengan yakin pakar komunikasi Amerika Serikat Dennis McQuail mengatakan, “tidaklah mungkin untuk memahami implikasi sosial budaya media massa tanpa sedikitnya terdapat sketsa tentang kekuatan-kekuatan politik dan ekonomi yang bekerja membentuk institusi media”.<sup>34</sup>

<sup>32</sup> Ibid, hal 173.

<sup>33</sup> Eko Pamudji, *Media Cetak vs Media Online, Perspektif Manajemen dan Bisnis Media Mas-*

sa, Unitomo Press, 2019, hal 15.

<sup>34</sup> Dennis McQuail, Teori Komunikasi Massa, Salemba Humanika, 2010, hal 97.

Menurut Adorno<sup>35</sup> media memiliki kemampuan untuk menghasilkan industri budaya yaitu budaya yang sudah mengalami komodifikasi karena produk budaya yang dihasilkan *pertama*, tidak otentik dimana, kebudayaan yang diproduksi secara otonom/murni tidak lagi dihasilkan oleh rakyat atau masyarakat yang memilikinya, akan tetapi ada campur tangan industri dengan segala sistem pasar dalam proses produksinya. Benda budaya, yang dipenuhi dengan nilai-nilai tinggi, otentik dan kebenaran telah mengalami pergeseran makna, diproduksi secara massal berdasarkan selera pasar.

Kemudian *kedua*, manipulatif dimana kebudayaan yang diproduksi oleh industri budaya dengan tujuan agar dibeli di pasar, bukan lagi pada daya kreativitas sang kreator sehingga telah menghasilkan kebudayaan semu/palsu. *Ketiga*, terstandarisasi dimana adanya bentuk penyeragaman yang terjadi dalam mekanisme industri budaya. Semua produk budaya yang dihasilkan telah diseragamkan dengan kriteria-kriteria tertentu untuk mudah diterima dan dipahami masyarakat atau berdasarkan selera pasar. Hal tersebut dikarenakan semua prosedur organisasi produksi diarahkan hanya pada satu tujuan, yaitu keuntungan/laba (*profit oriented*).

Seperti dikatakan Agus Maladi Irianto, keberadaan media dalam kasus televisi misalnya, di era pasca modernitas ini mempunyai pengaruh yang kuat dalam menandai dinamika sosial dan ekonomi masyarakatnya, terutama dalam mengonsumsi simbol-simbol dan gaya hidup daripada fungsi produksi barang yang menjadi ciri khas era industri. Konsumsi simbol-simbol, gaya hidup, dan dinamika masyarakat terjadi, karena televisi sebagai media telah melakukan konstruksi realitas sosial (Berger dan Luckman, 1990). Realitas sosial dikonstruksi oleh media bertolak dari informasi yang direproduksi. Reproduksi informasi itulah yang merupakan isi media.<sup>36</sup>

<sup>35</sup> Theodore W Adorno, and Max Horkheimer, *Dialectic of Enlightenment*, Translated By Cumming, J. New York: Herder & Herder, 1979, hal 123.

<sup>36</sup> Agus Maladi Irianto, *Media dan Kekuasaan*, Antropologi Membaca Dunia Kontemporer,



Dalam jagat media dikenal teori *agenda setting*, *framing*, *friming* dan sebagainya. *Agenda setting* merupakan teori yang berkaitan dengan dampak media massa terhadap pengetahuan dan pendapat khalayak terhadap suatu isi. Teori ini berintikan bahwa apa yang dianggap penting oleh media massa akan dianggap penting pula oleh khalayak. Media massa memberi penekanan pada isu-isu tertentu. Penekanan itu mengakibatkan khalayak menganggap bahwa isu yang ditekankan oleh media massa tersebut merupakan isu yang penting, menjadi bahan pemikiran, dan pembicaraan masyarakat. Jadi ada ketertarikan antara isu yang ditekankan oleh media. Liputan media membantu untuk mendefinisikan hal-hal yang dipikirkan orang dan dicemaskan orang. Ini dinamakan penentuan *agenda setting*.<sup>37</sup>

Kedua, analisis *framing* secara sederhana dapat digambarkan sebagai analisis untuk mengetahui bagaimana realitas (peristiwa, aktor, kelompok, atau apa saja) dibingkai oleh media<sup>38</sup>. *Framing* sebagai sebuah proses yang menekankan atau mengonstruksi penafsiran pesan penerima adalah proses dimana terdapat tekanan atau konstruksi pengaruh pesan yang dipahami oleh penerima.<sup>39</sup> Konsep ini pertama kali dilontarkan oleh Betterson (1955). Kemudian dikembangkan lebih jauh oleh Goffman (1974). Akhir-akhir ini menurut Alex Sobur, konsep *friming* digunakan secara luas dalam literatur ilmu komunikasi untuk menggambarkan proses penyeleksian dan penyorotan aspek-aspek khusus sebuah realita oleh media.<sup>40</sup>

Ketiga *priming*. *Priming*, menurut Roskos-Ewoldsen (2009), sebagaimana dikutip Eriyanto, bisa didefinisikan sebagai efek yang terjadi sebagai akibat dari adanya stimulus atau

---

Penerbit Gigih Pustaka Mandiri, 2014, hal 8.

<sup>37</sup> Jhon Vivian, Teori Komunikasi Massa (Vol. 8), Kencana, 2008, hal 495.

<sup>38</sup> Eriyanto, Analisis Framing, Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media, LKiS, 2007, hal 3.

<sup>39</sup> Robin L.Nabi & Mary Beth Oliver, Media Processes and Effects, California, Sage, 2009, hal 85.

<sup>40</sup> Alex Sobur, Analisis Teks Media, Remaja Rosda Karya, 2009, hal 162.

peristiwa sebelumnya yang akan memengaruhi kita bereaksi, tindakan atau penilaian kita selanjutnya. Dari definisi *priming* yang disampaikan Roskos-Ewolkos maupun Bryant (2001), bisa disimpulkan beberapa elemen penting *priming*. *Pertama*, *priming* merujuk pada sebuah stimulus yang menjasi pemicu (*primed*). Terkait dengan studi media, stimulus ini berupa isi media. *Kedua*, memicu konsep, pemikiran, pengetahuan dan pengalaman di masa lalu yang dikaitkan dengan pemicu/stimulus isi media tersebut. *Ketiga*, sebagai akibat dari aspek kedua tersebut, sikap dan perilaku seseorang terbentuk atau berpengaruh.<sup>41</sup>

*Ketiga* teori tersebut (*agenda setting, framing dan priming*), dalam konteks media sebagai instrumen bisnis diarahkan untuk mengonstruksi realitas sesuai dengan kepentingan media. Akibatnya, realitas yang ditampilkan media adalah realitas yang sudah diseleksi atau sering orang menyebut sebagai realitas tangan kedua (*secondhand realty*). Dalam keadaan dimana media ditentukan oleh *the logic of accumulation and exclusion*, apapun programnya selama menghasilkan uang akan dianggap sebagai sesuatu yang “alami, wajar dan sudah seharusnya demikian” dunia televisi kita misalnya, masing-masing mengusung berbagai fenomena ketidakpatutan yang diproduksi secara massal.<sup>42</sup>

Komodifikasi media dapat menimbulkan berbagai dampak negatif. Menurut Robert McChesny (2004), media yang dimiliki korporasi mengancam kewajiban-kewajiban vital jurnalis yang justru diperlukan bagi demokrasi yang sehat, termasuk tugas jurnalis untuk: (1) bertindak sebagai anjing oenfawas (*watchdog*) terhadap kekuasaan, (2) memisahkan kebenaran dari dusta, dan (3) menyajikan beragam pandangan berbeda berdasarkan informasi empirik.<sup>43</sup>

<sup>41</sup> Eriyanto, *Media dan Opini Publik*, RajaGrafindo Persada, 2018, hal 116-117.

<sup>42</sup> Gun Gun Heryanto, *Komunikasi Politik di Industri Citra*, Laswell Visitama, 2010, hal 251.

<sup>43</sup> Idy Subandi Ibrahim, Bachruddin Ali Akhmad, *Op cit*, hal 80.

Selain itu, menurut Iswandi, komodifikasi media akan menggeser relasi antara media dan masyarakat tidak lagi hanya sekedar relasi warga negara sebagai publik dan pers sebagai media massa. Hubungan yang terjadi adalah: relasi produsen dengan konsumen yang diperantarai oleh media. Bagaimana media secara umum hanya berfungsi sebagai tempat menawarkan barang dagangan kepada calon pembeli. (Syahputra, 2013).

Kemudian komoditas kultural tersebut karena dukungan kecanggihan teknologi dan kepiawaian bisnis pemilik modal yang didukung oleh para programmer maupun kreator siaran, aktor/aktris pendukung atau *host* (pembawa acara), terutama yang tayang di televisi swasta mampu membius pemirsa dan mampu menaikkan *rating* siaran televisi tersebut. Tidak jarang pula pengelola program televisi bekerja sama dengan perusahaan jaringan selular melalui penggunaan *Short Message Service (SMS)*. Kemudian dalam proses ini, audience kembali dijual untuk meraup keuntungan.

Hal ini misalnya dapat disimak dari tayangan sinetron Ikatan Cinta (RCTI), Opera Van Java (TransTV), Liga Dangdut Indonesia (Indosiar), Indonesian Idol (RCTI), Kawasan Dangdut Indonesia (KDI/TPI yang sekarang berganti nama dengan MNC TV) dan sebagainya. Meskipun sebagian besar tayangan tersebut kini sudah gulung tikar, pada masa kejayaannya beroleh *rating* dan menjadi pendulang pundi-pundi uang pemilik modal televisi. Meskipun harus segera dicatat, *rating* tinggi tidak otomatis pendapatan iklan juga tinggi.

Ironisnya lagi, literasi mediapadakonsumen mediadi Indonesia secara umum boleh dikatakan lemah. Hal ini berbeda dengan konsumen media di sejumlah negara maju dimana khalayak memiliki kekuatan besar untuk menekan atau memboikot suatu siaran atau iklan yang ditampilkan di media massa manakala dianggap merugikan khalayak. Sehingga khalayak di negara maju tidak bisa seenaknya dikomoditasi atau “dijual” oleh pemodal

atau pengelola media massa.

Seperti yang dilakukan oleh ibu-ibu rumah tangga di Jepang yang tidak mau pola makan anaknya dikendalikan pengusaha Mc Donald. Mereka melakukan demo di *outlet-outlet* McDonald untuk memprotes iklan McDonald di televisi yang memberikan hadiah bila membeli “paket” makanan dan minuman tertentu di outlet Mc Donald. Karena selain pola konsumsi media yang dikendalikan oleh pengusaha media, pola konsumsi masyarakat di bidang-bidang lain juga dikendalikan oleh media, misalnya: Pola konsumsi *Hand Phone* atau *Fast Food*.<sup>44</sup>

Bukan hanya konsumen media, perusahaan-perusahaan besar di Amerika Serikat juga berani melakukan boikot. Seperti yang dilakukan oleh sejumlah perusahaan besar yang menghentikan iklannya di Media Sosial (Medsos) seperti Facebook, Instagram, dan Twitter. Adapun perusahaan besar tersebut di antaranya Honda, Coca-Cola, Unilever, JanSport, Levi Strauss, The North Face, Verizon, dan Starbucks. Alasannya, perusahaan besar tersebut tidak ingin mendukung ujaran kebencian yang saat ini ramai diperbincangkan di Medsos.<sup>45</sup>

Meskipun boikot tersebut berdampak positif dan merupakan peluang bagi media mainstream untuk mengambil keuntungan dari boikot iklan tersebut. Namun hal tersebut menunjukkan, bahwa di negara maju khususnya di negeri Paman Sam, perusahaan besar berani memboikot Medsos yang dianggap menyebarkan ujaran kebencian. Bagaimana dengan Indonesia? Baik pengusaha besar dan apalagi khalayak, seperti tidak berkutik ketika menghadapi komodifikasi media melalui berbagai produk siaran maupun iklan.

<sup>44</sup> <http://nieamo.blogspot.com/2010/03/komodifikasi.html>.

<sup>45</sup> <https://ekbis.sindonews.com/read/87888/34/peluang-media-mainstream-dari-boi-kot-iklan-di-media-sosial-1593648438>, Kamis 2 Juli 2020.

## **E. Dampaknya Terhadap Media dan Awak Media**

Seperti halnya Penyelenggara Pemilu, pers ataupun media massa saat ini berada dalam pengaruh, cengkraman atau bahkan terkaman oligarki. Perbedaannya manakala pengaruh oligarki terjadap Penyelenggara Pemilu melalui kekuatan dan kepemilikan modal dari berbagai ragam sektor dan jenis bisnis dan non bisnis. Sementara terhadap media atau awak media melalui konglomerat yang bergerak di industri media. Begitupun tidak jarang terjadi irisian karena cukup banyak konglomerat yang berbisnis di banyak sektor usaha.

Pengaruh konglomerasi media dapat melalui pintu masuk saat proses pemilihan anggota yang duduk menjadi anggota Dewan Pers, dan anggota Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Berbeda dengan pemilihan anggota Dewan Pers yang relatif otonom (dipilih dari dan oleh anggota) dan karenanya tidak mudah diintervensi pihak eksternal, proses pemilihan anggota KPI mirip dengan proses pemilihan anggota KPU maupun Bawaslu. Secara umum dapat dibagi ke dalam tiga fase/tahap proses, yakni: (1) seleksi administrasi, (2) seleksi kompetensi, dan (3) seleksi akhir melalui proses politik di DPR.

Kekuatan oligarki yang berbasis pada konglomerasi media diperkirakan akan mempengaruhi proses pemilihan anggota KPI. Secara nalar atau dalam logika sederhana saja mudah dipahami karena salah satu wewenang KPI sebagaimana diatur pada UU No. 32 tahun 2002 tentang Penyiaran Pasal 8, menetapkan standar program siaran; menyusun peraturan dan menetapkan pedoman perilaku penyiaran; mengawasi pelaksanaan peraturan dan pedoman perilaku penyiaran serta standar program siaran, dan memberikan sanksi terhadap pelanggaran peraturan dan pedoman perilaku penyiaran serta standar program siaran.

Wewenang yang dimiliki oleh KPI, jelas bersentuhan langsung dengan kepentingan para konglomerat media. Namun seberapa jauh efektivitas konglomerat dalam mempengaruhi setiap proses pemilihan anggota KPI, tentu tidak mudah untuk dapat melacak dan memastikannya. Selain pengaruh konglomerat media, para calon anggota KPI juga harus lolos proses *fit and proper test* yang dilakukan oleh anggota Komisi I DPR RI. Dari mekanisme seleksi semacam ini terbaca bahwa untuk dapat menjadi anggota KPI terpilih harus lolos dari seleksi administrasi, kompetensi, relasi atau aksesibilitasnya dengan konglomerat media dan lolos proses politik di DPR.

Pengaruh atau intervensi yang dilakukan oleh konglomerat media tidak lain tidak lain bertujuan supaya anggota KPI dapat dikendalikan. Tidak peduli, apakah organisasi yang menghimpun awak media khususnya televisi terperosok kepada partisanship dari yang halus (*soft*) sampai yang kasar (*hard*), atau mengalami problem etika saat melakukan kerja-kerja jurnalistik. Bagi konglomerat yang utama adalah bisnis media dan ekspansi usahanya lancar, berkembang dan menguntungkan.

Sesungguhnya, tujuan oligarki melalui strategi dan implementasi konglomerasi dan komodifikasi media tidak selalu negatif. Sebab bagaimanapun modal/kapital/uang sangat dibutuhkan dalam industri media. Apalagi industri media sangat padat modal dan padat karya. Dengan makin sehatnya suatu perusahaan media akan memudahkan dan melancarkan berbagai kerja-kerja jurnalistik. Muaranya pembaca media cetak atau online, pendengar radio atau penonton televisi akan terpuaskan. Media-media yang gemuk dan sehat juga membuat kesejahteraan karyawan dan awak medianya terpelihara dan meningkat. Pada gilirannya diharapkan mampu mendongkrak kualitas jurnalistik.

Tetapi eksese negatif yang ditimbulkan oleh trilogi kekuatan

ini (oligarki, konglomerasi dan komodifikasi media) terkadang mengorbankan idealisme. Terlebih manakala pemilik media juga Pimpinan Parpol, dan ditambah lagi Parpol yang menjadi pengusung dan berkoalisi dengan penguasa. Dalam situasi dan kondisi objektif seperti ini, media berpotensi berubah kelamin menjadi instrumen kekuasaan despotik demi kepentingan pemilik modal, yakni: bisnis dan kekuasaan. So pastinya, pemilik media akan mengarahkan pers yang dikelolanya dan awak media agar mendukung kinerja bisnis pemilik modal. Bila perlu dengan menjadikannya sebagai media partisan.

Hal tersebut tercermati dengan gamblang jelang dan saat Pemilu. Fenomena ini sudah terjadi sejak Pemilu atau Pilkada sebelumnya, dan berpotensi terulang pada Pemilu Serentak 2024. Hal ini disebabkan karena adanya kekurangan dan kelemahan dalam peraturan perundangan maupun implementasinya, dan tidak mudahnya melakukan penegakan hukum terhadap pelanggar paraturan perundangan yang mengatur media, khususnya pengelolaan media dan aktualisasi fungsi media yang seharusnya berimbang dalam peliputannya. Faktor cengkraman kekuatan oligarki pemilik media yang sekaligus juga pimpinan Parpol dan terlebih Parpol tersebut menjadi bagian atau pendukung dari kekuasaan serta ikut dalam kontestasi Pemilu atau Pilkada. Hal ini memperumit dilakukannya pemcegahan dan penegakan hukum secara konsisten bagi pelanggarnya, khususnya media televisi.





Tujuan oligarki melalui strategi dan implementasi konglomerasi dan komodifikasi tidak selalu negatif. Sebab bagaimanapun modal/kapital/uang sangat dibutuhkan dalam industri media. Apalagi industri media yang sangat padat modal dan padat karya. Tetapi eksekusi negatif yang ditimbulkan oleh trilogi kekuatan ini (oligarki, konglomerasi dan komodifikasi) terkadang mengorbankan idealisme media sebagai instrumen kontrol kekuasaan despotik menjadi bergeser kepada tujuan kepentingan pemilik modal, yakni: bisnis dan kekuasaan. Dengan secara praktis mengarahkan pers dan awak media dalam melaksanakan tugas dan fungsi jurnalistiknya dilaksanakan tidak secara berimbang.

Peneliti Media Agus Sudibyo<sup>46</sup> membongkar lebih dalam penyebab muncul media atau berita tidak berimbang. *Pertama*, persaingan sengit antar media untuk menjadi yang paling cepat dalam menyampaikan berita membuat media lalai terhadap aspek keberimbangan dan verifikasi. *Kedua*, sumber berita atau subyek berita menutup diri atau sulit diakses oleh media atau wartawan, sementara media selalu dikejar tenggat waktu pemuatan berita. *Ketiga*, rendahnya tingkat penghargaan media atau wartawan terhadap etika dan profesionalisme media. Hal ini menyebabkan mereka kurang menghargai hak-hak subyek berita serta tidak melakukan upaya maksimal untuk menyajikan berita yang berkualitas kepada khalayak.

*Keempat*, beban kerja yang sangat berat membuat wartawan kurang maksimal atau kurang teliti dalam menyiapkan berita. Jadi bukan karena wartawan tidak menghargai etika jurnalistik, tetapi karena beban beban dan rutinitas kerja yang membuat mereka tidak konsisten menjalankan etika jurnalistik. *Kelima*,

<sup>46</sup> Agus Sudibyo, 50 Tanya Jawab tentang Pers, Kepustakaan Populer Gramedia, 2013, hal 28.

ketidakberimbangan berita juga lajim terjadi karena media memang partisan secara ekonomi atau politik. Media sengaja tidak memberitakan secara kritis suatu kasus karena adanya keterlibatan pemilik media atau koleganya dalam kasus tersebut. Bisa juga keterlibatan pemilik media dalam suatu partai politik membuat suatu media kesulitan menjaga independensi dan imparialitas sehingga memunculkan berita-berita yang tidak kritis terhadap partai politik tersebut dan sebaliknya tidak berimbang dan tidak proporsional terhadap partai politik kaun yang menjadi pesaingnya.

Di tengah cengkraman oligarki dan dibarengi dengan terjadinya konglomerasi dan komodifikasi media, media dan awak media menghadapi dilema antara tetap mempertahankan idealisme dengan kemungkinan akan menghadapi benturan dengan kebijakan redaksi yang diterapkan oleh pemilik media melalui dapur redaksi (*newsroom*). Bahkan manakala awak media tersebut tidak mau bersikap akomodatif dan tetap mempertahankan idealisme dalam arti tetap mempertahankan independensi, berbagai ancaman menunggu: dari mulai peringatan lisan, peringatan tertulis hingga pemecatan.

Jikapun tetap bertahan dengan kondisi objektif padamedia yang partisan sementara awak media bertahan dengan idealisme, kemungkinan yang terjadi dilema dan hambatan sebagai berikut: bertahan bekerja sebagai jurnalis idealis dengan resiko mengalami ketidaknyamanan, tekanan psikologis, stress, depresi, teralienasi dari lingkungan tempat bekerja, dan lain sebagainya.

Awak media bisa saja bereaksi atau memprotes pemilik media partisan. Namun biasanya protes semacam ini jarang digubris atau diakomodir oleh pemilik (pemodal) media. Apalagi pada suatu perusahaan media yang berskala besar dan raksasa serta menggurita. Mencari dukungan Serikat Wartawan?

Belum tentu ada. Kalaupun ada belum tentu mau dan mampu membela dan memperjuangkan idealisme awak media terhadap kepemimpinan dan pengelolaan media yang dikelola secara partisan.

Sebagian besar awak media lebih memilih mencari aman (*safety oriented*) dengan alasan beragam: mulai karena sulit mencari perusahaan pers pengganti; sulit mencari pekerjaan di luar perusahaan pers; malas mulai bekerja di perusahaan pers baru karena harus mulai dari nol melakukan sosialisasi, dan sebagainya. Bagi sebagian awak media, *mindsetnya* lebih pada “bagaimana dapur *ngebul*. Bukan pada partisan atau independensi media”.

Sejumlah awak media dengan alasan idealisme memilih eksodus dengan tidak mau lagi bekerja di media partisan. Persoalan yang segera dihadapi. Jika ingin tetap terjun ke dunia media, membutuhkan modal besar. Jikapun dipaksakan tetap berkecimpung bergelut di media, “jangan dengan modal pas-pasan, dengan dukungan (*back up*) dari pemodal besar belum tentu berhasil”. Hal ini bukan fenomena asing, melainkan banyak dialami dan terjadi, sekalipun media tersebut dikelola oleh wartawan profesional, senior, dan berpengalaman. Jadi rupanya modal sebagai wartawan profesional saja tidak cukup ampuh untuk mampu mengelola suatu media secara sehat, baik secara idealistik maupun bisnis.

Kebanyakan wartawan lemah dari sisi manajemen, visi dan naluri bisnis (*management, vision dan sense of business*). Hanya segelintir saja jurnalis profesional yang memiliki kecakapan ganda sebagai wartawan dan sekaligus pebisnis. Jaqob Utama (Kompas Group), Surya Paloh (Media Grup), atau Dahlan Iskan (Jawa Pos grup) merupakan segelintir wartawan profesional dan sekaligus memiliki visi bisnis. Sebagian besarnya, media massa dikuasai oleh pemodal dari kalangan pebisnis murni. Yang

belakangan terjun ke dunia politik praktis dan menjadi bagian dari kekuasaan di negeri yang berdampak pada maraknya media partisan. Yang mau tidak mau diikuti oleh kebijakan redaksi dan perilaku awak medianya.

Dewan Pers sudah memahami secara mendalam problem, tantangan dan bisa juga disebut dilema semacam ini. Untuk mengatasi media atau pers partisan, Dewan Pers sudah beberapa kali menerbitkan surat edaran yang meminta agar pers dan awak media menjaga independensi dan netralitasnya. Dewan Pers dan Komisi Penyiaran Indonesia mengeluarkan Pernyataan Bersama tentang Independensi Media Penyiaran yang isinya sebagai berikut:

1. Pers harus menjaga integritas dan bersikap independen dalam melakukan peliputan pemilu, serta mematuhi prinsip-prinsip jurnalistik yang demokratis dan menjaga harmoni dalam perikehidupan publik.
2. Menggunakan pemberitaan untuk kepentingan pihak tertentu, bertentangan dengan prinsip independensi dan melanggar Kode Etik Jurnalistik dan Standar Perlindungan Profesi Wartawan yang telah diratifikasi oleh semua pemilik grup media, dan
3. Menggunakan pemberitaan untuk kepentingan pihak tertentu, melanggar Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3 dan SPS) KPI 2012, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang No 32/2002 tentang Penyiaran.

Secara khusus untuk mencegah wartawan terlibat sebagai tim sukses dari Parpol atau kandidat tertentu, Ketua Dewan Pers Yosep Stanley Adi Prasetyo, menegaskan wartawan bukan bagian dari tim sukses atau permainan politik dalam Pilkada dan Pilpres. Wartawan seharusnya jadi wasit. Dewan Pers juga meminta petinggi Parpol yang memiliki media, baik TV maupun

yang lain untuk tak mempengaruhi independensi wartawan di ruang redaksi. Jika itu terjadi, berarti telah melakukan pelanggaran hukum dan etika jika itu terjadi.<sup>47</sup>

Hal ini bukan berarti Dewan Pers melarang wartawan media untuk terlibat pada kegiatan politik praktis. Sebab dicalonkan ataupun mencalonkan diri sebagai wakil rakyat/perwakilan daerah adalah hak asasi setiap warganegara, termasuk wartawan. Hanya saja, sebagaimana diktakan Ketua Dewan Pers Pers Bagir Manan pada 24 Februari 2024, kepada setiap wartawan yang memilih menjadi calon anggota legislatif (Caleg), calon anggota Dewan Perwakilan Daerah (DPD), ataupun menjadi anggota tim sukses perorangan caleg, partai maupun pasangan calon presiden/wakil presiden (capres/cawapres) untuk: (1) Non aktif sementara sebagai wartawan, dan (2) Mengundurkan diri sebagai wartawan.

Begitupun dalam pengawasannya tidak mudah dilakukan. Faktor lain karena minimnya laporan yang disampaikan oleh masyarakat terkait adanya wartawan yang berpolitik dalam peliputannya. Selain itu, seringkali pengelola media, apalagi media partisan karena saham terbesarnya dimiliki oleh Pimpinan Parpol, cenderung membiarkan dan melindungi awak media yang berpolitik praktis dalam peliputan berita atau siarannya.

---

<sup>47</sup> <https://dewanpers.or.id/>, 25 September 2018.

“Media sengaja tidak memberitakan secara kritis suatu kasus karena adanya keterlibatan pemilik media atau koleganya dalam kasus tersebut. Bisa juga keterlibatan pemilik media dalam suatu partai politik membuat suatu media kesulitan menjaga independensi dan imparisialitas sehingga memunculkan berita-berita yang tidak kritis terhadap partai politik tersebut dan sebaliknya tidak berimbang dan tidak proporsional terhadap partai politik kaun yang menjadi pesaingnya”. (Peneliti Media Agus Sudibyo).

Di luar problem konglomerasi dan komodifikasi sebagai dampak dari cengkraman oligarki yang banyak mengakibatkan media dan awak media kehilangan independensi dan netralitasnya, seabrek masalah dihadapi dunia pers saatini. Adanya pandemi Covid-19 menambah deretan panjang keterpurukan pada sebagian besar media, terutama pada media cetak, online, dan sebagian radio.

Hal ini misalnya tercermin dari hasil temuan survei Institute for Criminal Justice Reform (ICJR) dan Lembaga Bantuan Hukum (LBH) Pers terhadap 125 responden pada medio 13 Maret sampai 31 Oktober 2020 berdasarkan pemberitaan mengenai pandemi Covid-19<sup>48</sup>. Temuannya beroleh hasil-hasil sebagai berikut:

1. Penyensoran.

Berdasarkan survei yang telah dilakukan, praktik penyensoran pernah terjadi selama pandemic Covid-19 di Indonesia. Sebanyak 35 dari 125 responden atau setara 28%, mengungkapkan pernah mengalami penyensoran atas berita yang mereka buat. Bahkan sebanyak 21 dari 35 (60%) responden menyebutkan bahwa penyensoran yang terjadi

<sup>48</sup> Lebih jauh, baca: Mulki Shader, dkk, Pandemi Covid-19, Kebebasan Pers dan Keselamatan Jumalis Dalam Krisis, Institute for Criminal Justice Reform, 2021.

terkait dengan pemberitaan mengenai situasi pandemic Covid-19. Temuan ini menggambarkan bahwa upaya yang dilakukan tidak sekedar membatasi diseminasi informasi biasa, melainkan pula membatasi diseminasi informasi yang krusial bagi masyarakat dalam menghadapi pandemi Covid-19 di Indonesia.<sup>49</sup>

2. Akses terhadap informasi Akses terhadap informasi dibagi dua, yakni: dimensi pertama, 36 dari 125 responden (28,8%) mengungkapkan, mereka pernah mengalami praktik penghalangan dalam melakukan kegiatan jurnalistik pada masa Pandemi Covid-19. Bentuk penghalang-halangan yang paling banyak dijumpai adalah tidak diberikan akses untuk melakukan peliputan (66.7%) dan pelarangan untuk masuk ke wilayah peliputan (38.9%). Sementara pada aspek kedua dari dimensi akses terhadap informasi adalah praktik penolakan permohonan informasi atau dokumen yang diajukan oleh jurnalis. Dengan jumlah yang lebih tinggi dari penghalang-halangan kegiatan jurnalistik, terdapat 48 dari 125 responden (38,4%) mengalami penolakan akses informasi/dokumen selama masa pandemi Covid-19. Yang menarik perhatian dari temuan ini adalah, 41 dari 48 responden (85.4%) yang mengalami penolakan permohonan informasi menyatakan bahwa hal itu berkaitan dengan pemberitaan mengenai pandemi Covid-19.<sup>50</sup>

### 3. Keselamatan Jurnalis

Berdasarkan survei yang telah dilakukan dalam penelitian ini, sebanyak 24% responden menyatakan menerima berbagai serangan tersebut selama melakukan kerja- kerja jurnalistik di masa pandemi saat ini. Adapun bentuk-bentuk

---

<sup>49</sup> Ibid, hal 37.

<sup>50</sup> Ibid, hal 41-42.

serangan dan ancamannya berupa serangan fisik, serangan non fisik, serangan digital bahkan serangan secara hukum.<sup>51</sup>

#### 4. Serangan Non Fisik dan Digital Terbanyak

Berdasarkan survei yang telah dilakukan, bentuk-bentuk serangan dan kekerasan yang dialami Wartawan selama pandemi paling banyak berbentuk serangan non fisik dan serangan siber. Hal tersebut dapat terlihat dari besaran presentasi serangan non fisik dan serangan siber yang dialami Wartawan memiliki jumlah yang sama, masing-masing sebesar 16%. Jika dilihat lebih dalam lagi terkait serangan non fisik yang dialami oleh Wartawan, jenis-jenis serangan yang diterima paling banyak berbentuk serangan verbal seperti pengancaman penggunaan kata – kata yang merendahkan dengan jumlah frekuensi sebanyak 10 kasus, lalu diikuti dengan serangan berupa ancaman verbal sebanyak 7 kasus, dan penghinaan sebanyak 4 kasus. Selain itu ditemukan juga jenis serangan non fisik yang mengarah pada kekerasan seksual, yaitu sebanyak 2 kasus.<sup>52</sup>

#### 5. Situasi Terkait Serangan Fisik

Buruknya situasi perlindungan Wartawan dari berbagai bentuk serangan fisik juga dapat dilihat melalui data monitoring kekerasan kepada Jurnalis sepanjang tahun 2020. Kekerasan dan serangan yang dikategorikan sebagai kekerasan fisik adalah sebanyak 69 kasus dengan bentuk kekerasan berupa penganiayaan sebanyak 24 kasus, pemaksaan/penghapusan data liputan sebanyak 22 kasus, dan perampasan/pegerusakan alat kerja sebanyak 23 kasus. Angka ini lagi-lagi adalah peningkatan jumlah yang cukup signifikan jika dibandingkan dengan angka pada tahun-tahun sebelumnya.<sup>53</sup>

---

<sup>51</sup> Ibid, hal 47.

<sup>52</sup> Ibid, hal 48.

<sup>53</sup> Ibid, hal 51.



## 6. Serangan hukum

Berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan, sebanyak 4% responden menyatakan menerima serangan hukum selama melakukan kerja-kerja pers pada masa pandemi. Adapun bentuk serangan hukum yang paling banyak diterima adalah dilaporkan kepada pihak Kepolisian dan digugat di Pengadilan secara perdata. Data monitoring LBH Pers juga merekam bentuk – bentuk ancaman berupa serangan hukum yang dialami oleh Wartawan. Selama tahun 2020 tercatat 30 kasus serangan hukum yang ditujukan kepada Wartawan. Adapun bentuk-bentuknya adalah berupa kriminalisasi sebanyak 10 kasus, penangkapan secara sewenang – wenang sebanyak 19 kasus dan gugatan perdata sebanyak 1 kasus.<sup>54</sup>

## 7. Keengganan Wartawan Membela Diri Secara Hukum

Kendatipun besaran presentasi jumlah Wartawan yang mengalami serangan dan kekerasan dinilai cukup tinggi, sebagian besar responden yang menjadi korban tersebut lebih memilih untuk tidak menempuh mekanisme keberatan atau melaporkannya kepada lembaga – lembaga negara yang berwenang. Dari total jumlah Wartawan yang mendapatkan serangan dan kekerasan, sebanyak 60% responden menyatakan memilih untuk tidak melaporkannya kepada lembaga negara yang berwenang.<sup>55</sup>

Bagi Aliansi Jurnalistik Indonesia (AJI)<sup>56</sup> tahun 2020 patut dikenang sebagai tahun istimewa dalam sejarah Indonesia, termasuk pers. Hal ini bukan karena prestasi yang menggembirakan, melainkan banyaknya peristiwa miris yang

---

<sup>54</sup> Ibid, hal 51.

<sup>55</sup> Ibid, hal 53.

<sup>56</sup> <https://aji.or.id/read/press-release/1142/catatan-akhir-tahun-aji-2020-tahun-kelam-bagi-jurnalis-indonesia.html>, 29 Desember 2020.

dialami oleh pers dan jurnalis. Ditandai dengan penutupan media, upaya efisiensi yang menyusul pemutusan hubungan kerja, skorsing, dan pemotongan gaji, dan lain-lain.

Di tengah tekanan berat dari sisi ekonomi, ancaman juga datang dari sisi kebebasan. Tahun 2020 menandai babak baru kasus kekerasan terhadap jurnalis. Divisi Advokasi AJI Indonesia mencatat 84 kasus sepanjang tahun 2020. Jumlah ini tidak hanya lebih banyak dari tahun 2019 yang mencatat 53 kasus, tetapi jumlah tertinggi sejak AJI memantau kasus kekerasan terhadap jurnalis selama lebih dari 10 tahun. AJI menduga kekerasan terhadap jurnalis di lapangan masih lebih tercatat karena keterbatasan sumber daya manusia untuk memverifikasi kasus tersebut. Inilah yang terjadi di sejumlah wilayah Papua dan Papua Barat.



Berdasarkan data Divisi Advokasi AJI Indonesia, kasus kekerasan terbanyak terjadi di Jakarta (17 kasus), disusul Malang (15 kasus), Surabaya (7 kasus), Samarinda (5 kasus), Palu, Gorontalo, Lampung, 4 kasus masing-masing. Dari jenis kasus kekerasan yang dihadapi wartawan, paling banyak adalah intimidasi (25 kasus), kekerasan fisik (17 kasus), perusakan, penyitaan peralatan atau data liputan (15 kasus), dan ancaman

atau teror sebanyak 8 kasus. Sedangkan dari sisi pelaku, polisi menduduki peringkat pertama dengan 58 kasus, disusul 9 kasus tidak diketahui, dan 7 kasus.



Sumber: AJI 2020.

AJI juga mencatat sedikitnya 56 jurnalis menjadi korban kekerasan saat meliput aksi unjuk rasa menentang UU Hak Cipta di berbagai daerah selama 7-21 Oktober 2020. Ironisnya, para pelaku dari seluruh insiden yang dikategorikan kekerasan terhadap jurnalis itu adalah polisi, lembaga yang seharusnya menegakkan hukum. Dalam kasus yang terjadi di Jakarta, enam wartawan juga ditahan di Polda Metro Jaya bersama para pengunjuk rasa, meski dua hari kemudian mereka dibebaskan.

Selain peretasan, AJI juga menyoroti kasus doxing yang terjadi sepanjang tahun 2020. *Doxing* adalah pelacakan dan pembongkaran identitas seseorang, kemudian disebarluaskan di media sosial untuk tujuan negatif. Inilah yang dialami wartawan pemeriksa fakta Liputan6.com. Serangan *doxing* dilancarkan sehubungan dengan karya jurnalistik korban yang dipublikasikan pada 10 September 2020. Sehari kemudian pelaku melancarkan serangan, dengan memublikasikan data pribadinya di sejumlah akun media sosial, antara lain Instagram

dan Telegram. Foto pribadi Wartawan Liputan6.com diambil tanpa izin, diubah menjadi animasi, untuk mendiskreditkan korban.

Ika Ningtyas dan Zainal Ishaq, dua jurnalis dan pemeriksa fakta Tempo.co juga mengalami *doxing* saat menjalankan tugasnya. Kasus *doxing* ini bermula saat CekFakta Tempo menerbitkan 4 artikel yang memverifikasi klaim dokter hewan M. Indro Cahyono terkait Covid-19 pada April-Juli 2020. Kasus serangan siber juga dialami oleh jurnalis Detik.com. Pemicunya adalah berita tentang rencana kunjungan Presiden Jokowi ke Bekasi untuk membuka pusat perbelanjaan pada 26 Mei 2020. Rencana Jokowi menjadi sorotan publik. Rencana presiden membuka mal di tengah pandemi yang masih berkecamuk, menuai kritik tajam. Wartawan Detik.com yang menulis berita itu juga menjadi sasaran kemarahan pendukung presiden. Serangan digital itu dilakukan dengan mengungkap identitasnya. Ia juga mendapat ancaman pembunuhan dan diteror dengan pesan makanan fiktif.

Situasi sulit akibat pandemi juga melahirkan sejumlah kebijakan media yang tidak menguntungkan pekerjanya. Sebagai alasan untuk bertahan dari krisis, sejumlah perusahaan media, antara lain, melakukan pemutusan hubungan kerja, penundaan, dan pemotongan gaji. Tindakan drastis dari perusahaan media ini memberikan banyak tekanan pada pekerja media.

Pada Juni 2020, media siber Kumparan memberhentikan sejumlah karyawan dengan proses sosialisasi yang sangatsingkat, yakni seminggu sejak pengumuman PHK dilakukan. Ironisnya, karyawan yang diberhentikan hanya menerima pemberitahuan melalui surat elektronik (email). Pantauan AJI Surabaya, pada awal Agustus 2020, sejumlah jurnalis dan awak media Jawa Pos juga “dipaksa” mengambil opsi pensiun dini. Jika mereka menolak, maka mereka akan dipecat. Manajemen berpura-pura

melakukan program resizing sebagai langkah efisiensi akibat dampak pandemi terhadap bisnis perusahaan.

Tempo juga mengajukan tawaran PHK kepada karyawannya. Berbeda dengan Jakarta Post yang membuka komunikasi kepada seluruh karyawan, manajemen Tempo menyampaikan surat pengunduran diri kepada 19 karyawan dengan cara dipanggil satu per satu. Menurut beberapa karyawan, kriteria pemanggilan tidak jelas. Dalam pertemuan dengan pegawai yang akan diberhentikan, manajemen Tempo menawarkan PHK sebesar 1,5 PMTK. Nilai ini masih dalam ketentuan normatif UU Ketenagakerjaan 2 PMTK. Seperti di Jawa Pos, beberapa pegawai yang di-PHK ditawarkan kembali bekerja di Tempo sebagai kontributor berstatus pegawai PKWT.

Menurut laporan yang masuk ke AJI, sejumlah perusahaan media juga menunda pembayaran gaji dan tunjangan hari raya (THR) karyawan serta pemotongan gaji karyawan akibat krisis ekonomi akibat Pandemi Covid-19. Penundaan dan pemotongan gaji serta THR masih berlangsung seiring dengan belum tuntasnya penanganan pandemi Covid-19.

Berdasarkan hasil survei AJI Indonesia bersama International Federation of Journalists (IFJ) pada 27 Oktober-13 November 2020, diketahui pandemi berdampak serius bagi media. Dari 792 pekerja media yang menjadi responden survei, berikut yang dialami: honorarium (53,9 persen), pemotongan gaji (24,7 persen), PHK (5,9 persen), perumahan karyawan (4,1 persen), dan lain-lain.

Tantangan tersebut akan kian sangat berat saat Pemilu Serentak 2024 yang mempunyai karakteristik berbeda dengan Pemilu Serentak 2019, yakni: adanya tambahan Pilkada Serentak yang digelar pada 27 November 2024, sementara Pemilu Serentak 2024 digelar pada 14 Februari 2024. Kompleksitas tersebut kian bertambah karena dari sisi perundangan tidak mengalami

perubahan. Yakni: tetap mengacu pada UU No. 7 tahun 2017 tentang Pemilu dan UU No. 10 tahun 2016 tentang Pemilihan Gubernur, Bupati dan Walikota.

Dalam konteks media ataupun awak media, tantangannya adalah perundangan Pers juga belum mengalami perubahan signifikan. Hal ini yang kemudian berdampak kepada struktur kepemilikan media sehingga terjadi monopoli atau konglomerasi. Ditambah lagi terjadinya integrasi antara Pimpinan Partai Politik yang juga pemilik modal media, mengakibatkan munculnya pers partisan sulit dihindarkan. Fenomena semacam ini diprediksi akan terjadi pada Pemilu Serentak Nasional dan Pilkada Serentak Lokal pada 2024. Hal ini tentu akan berdampak kepada media dan awak media dalam melaksanakan tugas-tugas jurnalistik secara profesional dan independen.

Kesulitan semacam ini bukan hanya akan dialami oleh media partisan, melainkan juga pada media non partisan, khususnya media online. Akibatnya muncullah secara semarak fenomena *native advertising*: iklan menyaru berita atau sebaliknya. Padahal Pedoman Pemberitaan Media Siber yang disahkan oleh Dewan Pers pada 2012 mengatur bahwa “Media siber wajib membedakan dengan tegas antara produk berita dan iklan” (Pasal 6 ayat a) dan “Setiap berita/artikel/isi yang merupakan iklan atau isi berbayar wajib mencantumkan keterangan ‘advertorial’, ‘iklan’, ‘ads’, ‘sponsored’, atau kata lain yang menjelaskan bahwa berita/artikel/isi tersebut adalah iklan” (Pasal 6 ayat b).

Ironisnya, pembaca atau *audience* media massa di Indonesia belum sepenuhnya mempunyai kemampuan secara kritis atau literasi media untuk membedakan mana berita murni dan objektif dan mana berita yang di dalamnya terdapat unsur pesan sponsor, iklan atau berbayar. Masih *mending* jika berita atau informasi tersebut masuk pada kategori peristiwa biasa, tetapi bagaimana jika berita tersebut menyangkut berita yang di

dalamnya memuat kepentingan politik?

Lebih rumit lagi manakala berita tersebut menyangkut suatu kasus pelanggaran hukum atau pelanggaran Pemilu. Hal ini membutuhkan perhatian Dewan Pers, KPI, AJI dan sebagainya. Tujuannya tak lain agar pembaca memiliki *critical thinking* dan cerdas bermedia dalam menyimak berita di media massa, baik cetak, online ataupun televisi.

**Bagian Kelima**

**Media Internet  
dan Anomali Demokrasi Digital**





# Bagian Kelima

## Anomali Demokrasi Digital

### A. Demokrasi Digital Berbasis Internet

Demokrasi digital atau *e-demokrasi* (kombinasi dari kata elektronik dan demokrasi), adalah istilah yang mengawinkan teknologi informasi dan komunikasi dalam deseminasi demokrasi. Sementara Wilhem (2003) mendefinisikan, demokrasi digital sebagai aktivitas politik yang menggunakan saluran digital, terutama web 2.0, sebagai bentuk partisipasi politik atau penggalangan dukungan publik.

Demokrasi *e-digital* sering dimaknai sebagai bentuk pemerintahan dimana semua warga negara dewasa dianggap memenuhi syarat untuk berpartisipasi. Baik dalam proposal, pengembangan, dan perintisan undang-undang. *E-demokrasi* meliputi kondisi sosial, ekonomi dan budaya kebebasan politik yang memungkinkan aktivitas demokrasi dilaksanakan secara bebas dan langsung. Jika digunakan dengan benar dan tepat, *e-demokrasi* akan memberikan kontribusi positif dan signifikan dalam penguatan proses Pemilu.

Menurut Castells, demokrasi digital merupakan interaksi dialektis antara masyarakat dengan teknologi. Dalam pandangan Hacker dan Dijk, demokrasi digital merupakan kumpulan usaha untuk melaksanakan demokrasi tanpa dibatasi oleh ruang, waktu dan kondisi fisik yang menggunakan ICT (*Information and Communication Technology*) serta CMC (*Computermediated Communication*).

Saat ini, *e-demokrasi* atau demokrasi digital yang berbasis internet digunakan sebagai media komunikasi politik dian-

taranya untuk berkampanye Parpol dan kandidat, mengakses informasi Pemilu serta informasi politik terbaru dari dalam negeri maupun luar negeri. Internet menjadi medan paling efektif untuk melakukan aktivitas penyampaian pesan-pesan politik dari atas ke bawah ataupun sebaliknya.<sup>1</sup>

Kampanye diukur berdasarkan berapa banyak *audience* yang terpapar oleh konten kampanye yang diciptakan. Pengukuran ini dapat dilihat melalui jumlah hit atau 35 kunjungan pada situs, pengikut (*follower*) pada Twitter, fans pada Facebook, juga view pada video di Youtube dan pada postingan di blog.

Tahapan *engagement* mengukur lebih jauh lagi, yaitu berapa banyak tindakan yang diambil pada pesan kampanye. Di Twitter, misalnya, hal ini dapat dilihat dari berapa banyak retweet, link yang diklik, serta penggunaan tanda pagar (*hashtag*) yang diciptakan komunikator oleh follower. Pengukuran juga dapat dilihat dari jumlah link yang diklik, like, dan komentar di Facebook, serta jumlah komentar, subscriber, dan posting blog yang di-*share* ke media sosial.

Pada tahapan *influence* melangkah semakin jauh lagi. Tahapan ini dimaksudkan untuk mengukur sejauh mana konten kampanye dan keterlibatan audiens mempengaruhi persepsi serta sikap audiens, apakah Parpol yang dikampanyekan dianggap positif, netral, atau justru negatif. Di tahapan ini, indikator pengukurannya juga dapat dilihat melalui berapa banyak audiens yang persepsinya berhasil diubah berkat kampanye. Di tahapan *action*, aspek yang diukur sudah mencapai tataran perilaku. Misalnya, berapa banyak audiens yang merekomendasikan kampanye tersebut pada audiens lain atau pada konteks pemilihan umum adalah tindakan memberikan suara.

Dalam konteks ini, sangat jelas, internet memainkan peran sentral. Melalui informasi internet yang mudah diakses, dengan

<sup>1</sup> Roni Tabroni, *Komunikasi Politik pada Era Multimedia, Simbiosis Rekatama Media*, 2014, hal 154.

biaya yang efektif murah menciptakan ketersediaan akses dan sarana untuk perubahan. Fitur lain yang mendasar dari internet adalah yang sifatnya tidak terkendali, dan kemampuan untuk menyediakan semua sudut pandang tidak peduli pada akurasi. Kebebasan Internet menyediakan mampu mendorong dan perubahan fundamen, hal penting dalam e-Demokrasi.

Istilah 'Internet' berasal dari bahasa Latin 'inter', yang berarti "antara". Dalam bahasa Inggris, internet merupakan kepanjangan dari *interconnected network* yang secara harfiah berarti: "jaringan yang saling berhubungan". Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), internet dimaknai sebagai jaringan komunikasi elektronik yang menghubungkan jaringan komputer dengan fasilitas komputer di seluruh dunia. Jaringan ini tersusun dan terorganisir melalui telepon atau satelit.

Menurut tokoh dan pakar di bidang teknologi informasi Onno W. Purbo, internet adalah media yang memungkinkan sebuah proses komunikasi yang bisa berjalan secara efisien dengan tersambungannya perangkat ke beragam aplikasi.<sup>2</sup> Sedangkan Menurut Sibero, pengertian internet adalah suatu jaringan komputer yang menghubungkan antar komputer secara global. Lebih lanjut dijelaskan pula bahwa internet dapat juga disebut sebagai jaringan alam, yaitu suatu jaringan yang sangat luas.<sup>3</sup>

Kehadiran internet memberikan manfaat besar bagi manusia.<sup>4</sup> Diantaranya sebagai sumber informasi. Hal ini bisa terjadi karena internet menghubungkan sejumlah perangkat di dunia yang mendukung untuk terjadinya pertukaran data serta informasi. Seseorang dapat memperoleh informasi dengan berselancar di internet. Dia hanya perlu memasukan kata kunci

<sup>2</sup> <https://www.qubisa.com/article/pengertian-internet-menurut-para-ahli>.

<sup>3</sup> <https://hot.liputan6.com/read/4681116/pengertian-internet-menurut-para-ahli-dan-manfaatnya-bagi-kehidupan>.

<sup>4</sup> <https://katadata.co.id/intan/berita/61ee4467db13b/internet-adalah-jaringan-komputer-ini-pengertian-dan-sejarahny>.

di mesin pencari agar mendapatkan informasi tersebut.

Manfaat lainnya sebagai sarana hiburan. Jaringan ini mendukung berbagai macam bentuk file mulai dari tulisan, foto, video, hingga audio untuk diunggah dan dibagikan. Manfaat lainnya sebagai sarana pendukung kegiatan ekonomi, Dewasa ini aktivitas ekonomi tidak hanya dilakukan secara konvensional saja.

Lebih dari itu, kehadiran internet sudah membuka peluang bagi siapa saja untuk melakukan kegiatan ekonomi. Contohnya seperti kehadiran *e-commerce* yang memudahkan penggunaannya untuk mencari dan membeli barang yang dia inginkan. Kemudian ada pula para konten kreator yang bisa memonetisasi serta meraup keuntungan besar dari berbagai platform media sosial.

Dengan adanya internet, orang kini sudah tidak kuatir sesat di jalan atau salah alamat karena tidak atau belum tahu lokasi/alamat yang hendak dituju. Dengan bantuan *google map* dan tentu dengan kendaraan yang ditumpangi, apakah itu roda dua atau empat, orang akan diantar hingga sampai ke tujuan. Jenis aplikasi semacam itu pula yang digunakan pengemudi gojek untuk mengantarkan penumpang ke tujuan. Sehingga orang berfikir tidak selalu harus memiliki kendaraan pribadi untuk bisa sampai ke tujuan secara efektif dan ekonomis.

Selain itu, internet juga bermanfaat untuk memperoleh informasi yang memiliki nilai edukasi. Sebab, banyak sekali penelitian, buku, atau semacamnya yang dibagikan ke internet. Sehingga pengguna bisa mengunduhnya dan memakainya sebagai referensi. Internet adalah jaringan komputer yang saling terhubung. Keberadaannya sangat membantu aktivitas manusia hampir di segala bidang.

Dengan demikian, dapat diringkas sekurangnya ada tujuh alasan utama masyarakat mengakses internet, yakni: menggunakan media sosial, komunikasi pesan, *game online*, transaksi online, transportasi online dan belanja online. Khusus belanja online, produk *fashion* dan kecantikan, produk rumah tangga, dan produk elektronik, adalah tiga produk yang banyak dibeli pengguna saat belanja *online*.

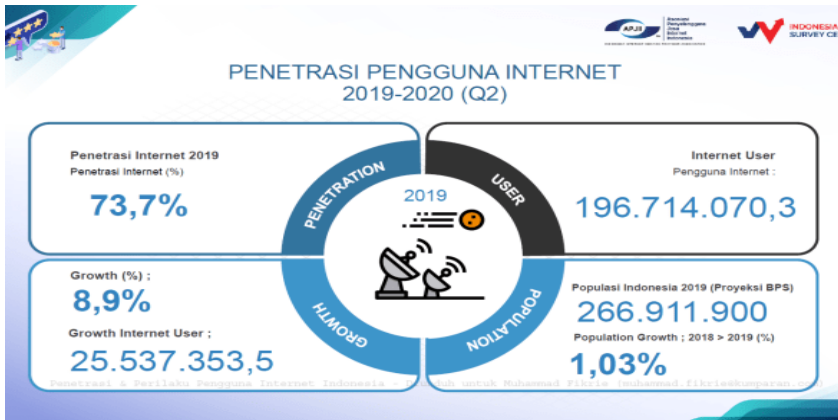
Pada riset bertajuk “Memetakan Lanskap Industri Media Kontemporer di Indonesia” yang disusun Yanuar Nugroho, Dinita Andriani Putri, dan Shita Laksmi dan Centre for Innovation Policy and Governance, Centre for Innovation Policy and Governance (Desember 2013) menyebutkan<sup>5</sup>, kemajuan dalam teknologi media dan komunikasi telah mengubah lingkungan industri media. Ini sekaligus membuka ruang yang lebih luas bagi warga negara untuk berpartisipasi dalam media melalui internet dan media sosial.

Internet telah menjadi ruang utama di mana warga negara dapat berkomunikasi tanpa batasan. Ruang-ruang seperti blog, situs-situs jejaring sosial dan *microblogging* telah memungkinkan warga negara untuk menciptakan ranah publik sendiri dan terlibat satu sama lain secara bebas. “Internet telah menjadi sebuah infrastruktur penting ketika industri media harus menghadapi tantangan baru dalam teknologi media: konvergensi dan digitalisasi,” demikian bunyi laporan tersebut.

Kemajuan media internet dapat dicermati dari pengguna internet Indonesia yang terus tumbuh dari tahun ke tahun. Menurut survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) hingga kuartal II tahun 2020, jumlah pengguna internet Indonesia ada 196,7 juta orang atau 73,7 persen dari total populasi Indonesia 266,9 juta berdasarkan data BPS. Angka

<sup>5</sup> <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://cipg.or.id/wp-content/uploads/2015/06/MEDIA-2-Industri-Media-2012.pdf>.

tersebut mengalami kenaikan sebesar 8,9 persen atau setara 25,5 juta pengguna dari periode yang sama tahun lalu. Kenaikan ini sudah diprediksi sebelumnya dikarenakan selesainya proyek jaringan Palapa Ring yang akan menambah keandalan koneksi di seluruh Indonesia.



Survei APJII soal pengguna internet di Indonesia pada kuartal II 2020.

Foto: APJII

*Trend* jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat dalam lima tahun terakhir. Jika dibandingkan dengan tahun 2018, saat ini jumlah pengguna internet nasional sudah melonjak sebesar 54,25%. Sementara itu tingkat penetrasi internet di Indonesia mencapai 73,7% dari total penduduk pada awal 2022. Tercatat, total penduduk Indonesia berjumlah 277,7 juta orang pada Januari 2022.

Ketua Umum APJII, Jamalul Izza, menjelaskan, transformasi digital semakin masif akibat pembelajaran online dan kebijakan bekerja dari rumah (*work form home*) akibat pandemi COVID-19 sejak Maret lalu. Pengguna di Pulau Jawa masih berkontribusi terbesar terhadap kenaikan jumlah pengguna internet pada survei tersebut, yakni 56,4 persen. Kedua terbesar berasal dari

Pulau Sumatera dengan 22,1 persen, disusul Pulau Sulawesi 7 persen, Kalimantan 6,3 persen, Bali-Nusa Tenggara 5,2 persen, dan Maluku-Papua 3 persen.

Survei APJII juga menyoroiti perilaku pengguna internet terutama efek pandemi corona. Mayoritas pengguna mengakses internet lebih dari delapan jam dalam satu hari. Kemudian, ada pergeseran perilaku pengguna selama pandemi, antara lain dari konten media *online* yang diakses pengguna. Tahun ini mayoritas konten media online yang diakses pengguna adalah konten pendidikan dan laman sekolah, karena kegiatan pembelajaran jarak jauh selama pandemi. Sementara konten hiburan yang banyak diakses adalah video *online* (49,3 persen), *game online* (16,5 persen), dan musik *online* (15,3 persen). Sebanyak 61 persen responden sering mengakses YouTube untuk menonton konten film, musik, dan olahraga.

Bersamaan dengan hal tersebut, banyak bermunculan portal berita yang perkembangannya bagai air bah yang sulit dibendung. Di Indonesia saat ini diperkirakan, terdapat 43 ribu portal berita online. Namun, jumlah media online yang telah terverifikasi Dewan Pers tidak lebih dari 100 media. Oleh karena itu, agar tidak dilakukan pemblokiran, *Kementerian Komunikasi dan Informatika* Republik Indonesia (Kemkominfo RI) meminta agar pengelola portal berita online di Indonesia perlu segera melakukan verifikasi kepada Dewan Pers.

Media daring (*online*) dan kadang disebut juga dengan media siber (maya) menjadi sumber berita yang paling populer bagi masyarakat Indonesia. Berdasarkan laporan Reuters Institute, ada ada 89% responden di tanah air yang mengakses berita melalui media online pada 2021. Medsos berada di posisi kedua. Pasalnya, ada 64% responden di Indonesia yang mengakses berita melalui platform tersebut.



Kemudian, ada 58% responden di Indonesia yang mengakses berita melalui televisi. Sedangkan, hanya 20% responden yang membaca berita lewat media massa cetak, seperti koran dan majalah. Laporan Reuters Institute berdasarkan survei yang dilakukan pada akhir Januari hingga awal Februari 2021. Survei dilakukan secara daring oleh YouGov terhadap 2.007 responden.

Seiring dengan kemajuan teknologi digital yang berbasis internet, saat ini muncul yang disebut dengan media online. Media *online* masuk dalam kategori media baru. Media baru merupakan alat atau sarana dalam menyampaikan pesan pada khalayak dengan menggunakan teknologi digital atau disebut juga sebagai jaringan teknologi komunikasi dan informasi.<sup>6</sup>

Media *online* terkadang disebut juga media daring (dalam jaringan). Adapun media internet, atau media siber adalah media massa yang dapat kita temukan atau disajikan di internet (*situs web*). Tidak jarang pula media online disebut situs berita (*news site*) atau portal berita (*news portal*), seperti Republika Online, Detik.com, Kompas Cyber Media, dan Viva.co.id. Media *online* masuk dalam kategori media baru.

Media baru merupakan alat atau sarana dalam menyampaikan pesan pada khalayak dengan menggunakan teknologi digital atau disebut juga sebagai jaringan teknologi komunikasi dan informasi. Di Indonesia saat ini diperkirakan, terdapat 43 ribu portal berita online. Namun, jumlah media *online* yang telah terverifikasi Dewan Pers tidak lebih dari 100 media. Oleh karena itu, agar tidak dilakukan pemblokiran, Kemeninfo meminta agar pengelola portal berita online di Indonesia perlu segera melakukan verifikasi kepada Dewan Pers.

Kebangkitan media *online* tidak hanya dipicu satu faktor

---

<sup>6</sup> Nawiroh Vera, Komunikasi Massa, Ghalia Indonesia, 2016, hal 88.

saja seperti idealisme wartawan. Faktor ekonomi sering menjadi penyebab tumbuhnya media *online* di berbagai daerah. Faktor lain karena kemudahan mendirikan media. Bahkan tanpa badan hukum sekalipun karena saat ini tidak perlu ijin lagi, dapat mendirikan media *Online*. Selain kemudahan proses juga semakin murah dan terjangkau biaya pengelolaan media *online*.

Kehadiran media berkonsep baru atau new media seperti Google, Facebook, bahkan Twitter, bagi pengusaha media yang mumpuni ditangkap sebagai peluang perolehan iklan yang gurih dan menggiurkan. Seperti dikatakan bos CT Group Chairul Tanjung (CT)<sup>7</sup>, berdampak terhadap iklan. Pemasang iklan kini tidak perlu memasang iklan lewat agen iklan. Media seperti Google dkk bisa pasang langsung tanpa agen dan punya data lebih bagus. Selain itu pemasang iklan tidak perlu pasang di media. Tetapi bisa lewat *influencer*. 84% perusahaan percaya beriklan lewat *influencer* itu efektif.

## **B. Dari Media Online Hingga Media Sosial**

Kehadiran internet dengan berbagai produknya, khususnya dalam konteks media sosial yang banyak digunakan untuk berbagai keperluan dan kebutuhan manusia, mengandung banyak sisi, baik sisi positif maupun sisi negatif. Menurut Ketua Dewan Pers 2016-2019 Yosep Adi Prasetyo<sup>8</sup>, kehadiran media *online* tidak dibarengi dengan pengelolaan perusahaan media secara profesional. Ketua Dewan Pers Yosep Adi Prasetyo memperkirakan jumlah media massa di Indonesia mencapai 47.000 media dan media *online* mencapai 43.300<sup>9</sup>. Kemudian

<sup>7</sup> <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190208121802-37-54473/chairul-tanjung-bicara-evolusi-bisnis-media-di-era-digital>, 8 Februari 2019.

<sup>8</sup> <https://lampung.antaranews.com/berita/302445/dewan-pers-jumlah-media-massa-di-indonesia-capai-47000>, Jumat, 9 Februari 2018.

<sup>9</sup> *Jurnal Dewan Pers*, November 2018.

sekitar 2000 sampai 3000 merupakan media cetak dan sisanya adalah media radio dan televisi. Dari jumlah tersebut, hanya dua-tiga ribuan yang sudah terverifikasi Dewan Pers. Yosep merinci hingga saat ini baru terdaftar sekitar 14 ribu orang wartawan yang memiliki kompetensi.

Menurut anggota Dewan Pers Asep Setiawan Periode 2019-2023<sup>10</sup>, media jenis baru ini justru berkembang pesat di daerah. Tumbuh suburnya media *online* di Indonesia merupakan bagian dari kemudahan membangun media *online* serta kondisi kebebasan pers yang sudah menjangkau pelosok Indonesia, kecuali di beberapa wilayah seperti Papua dan Papua Barat. Sementara media *online* di Jakarta sebagian besar adalah perpanjangan dari media konvensional seperti koran, majalah, televisi, dan radio. Media *online* di Jakarta juga relatif lebih beraneka ragam tidak hanya untuk berita dan opini tetapi juga hiburan.

Ketua Komisi Penelitian, Pendataan, dan Ratifikasi Pers Dewan Pers Ahmad Djauhar mencermati sisi lain dari maraknya media cyber. Yakni: fenomena banyak orang berlomba-lomba menyodorkan informasi bagi khalayak/audiens. Jangan ditanya lagi seperti apa kualitas informasi yang mereka hasilkan, terutama produk informasi dari pemain media *solitaire* tersebut. Tak pelak, banyak di antara mereka menghalalkan segala cara demi untuk menjadi *information provider* tersebut, sehingga hal-hal yang terlarang seperti praktik plagiasi/penjiplakan, *comsan-comsin* (comot sana-comot sini), *copy-and-paste* informasi dari website lain secara ilegal pun marak terjadi.<sup>11</sup>

Tidak berhenti di situ saja. Praktik penerapan *clickbait* hingga

<sup>10</sup> [https://dewanpers.or.id/publikasi/opini\\_detail/173/Media\\_Online\\_Perlu\\_Berbenah\\_Diri](https://dewanpers.or.id/publikasi/opini_detail/173/Media_Online_Perlu_Berbenah_Diri), 8 Februari 2020.

<sup>11</sup> [file:///C:/Users/User/Desktop/2204170735\\_Ceking\\_4\\_Etika\\_vol\\_27\\_\(Maret\\_2022\).pdf](file:///C:/Users/User/Desktop/2204170735_Ceking_4_Etika_vol_27_(Maret_2022).pdf), 27 Maret 2022.

mutilasi berita sedemikian meruyaknya, dan pelaku praktik-praktik nista di bidang pemberitaan itu seolah-olah tidak mengenal lagi adanya dosa, sehingga mereka melakukannya secara massal dan berprinsip membuat media itu tidak sulit. Untuk kelengkapan sajian, menurut Ahmad, tidak sedikit dari praktisi media yang sebenarnya tidak memiliki kemampuan riil maupun kompetensi tersebut berlomba untuk memuat press release dari pihak manapun—umumnya berbagai instansi pemerintah daerah dengan format kerja sama. Tanpa malu-malu, mereka pun ‘menagih’ pihak pembuat press release tadi untuk membayar apa yang mereka klaim sebagai ‘jasa penyebarluasan’ informasi tersebut.

Di sini, marak praktik *kickback payment* atas pembayaran biaya jasa tadi—yang biasanya bersumber dari Anggaran Pendapatan Belanja Daerah (APBD) itu—untuk oknum di instansi tersebut. Praktik ini menurut Ahmad lagi, meruyak dan dengan mudah ditiru di pelbagai daerah, sehingga menjadikan pemilik media kelas teri tersebut merasa seolah-olah dirinya adalah ‘raja kecil’ dan ‘memiliki kekuasaan’ karena menganggap medianya diperhitungkan karena beroleh kucuran dana APBD tadi. Mereka tidak sadar bahwa media model seperti itulah yang menumbuhsuburkan praktik korupsi.

Untuk mengatasi masalah ini, Dewan Pers dan Direktorat Jenderal Aplikasi dan Informatika Kementerian Komunikasidan Informatika membentuk satuan tugas (Satgas) untuk menelusuri keberadaan media dalam jaringan (daring) abal-abal. Satgas ini pula yang bakal menutup laman media abal-abal yang dianggap meresahkan. Ketua Dewan Pers Yosep Adi Prasetyo menuturkan, satgas itu sudah dibentuk sejak Desember 2018. Sementara teknis kerja sama masih disusun.

Ketua Komisi Pengaduan Masyarakat dan Penegakan Etika

Dewan Pers Agus Sudibyo<sup>12</sup> menambahkan sisi negatif lain dari perkembangan Media *Online*, yakni: banyaknya pengaduan terkait pers dari seluruh Indonesia yang masuk ke Dewan Pers sepanjang 2012, yakni: mencapai lebih dari 500 kasus. Dari jumlah itu, 328 di antaranya merupakan kasus dari media cetak dan 98 pengaduan terkait Media *Online* alias media siber. Dari pengaduan yang terkait Media *Online*, 76 persen adalah pelanggaran kode etik jurnalistik.

Menurutnya, ada enam jenis pelanggaran kode etik jurnalistik yang dilakukan oleh media siber yang diadukan ke Dewan Pers. Pelanggaran pertama, media siber tidak menguji informasi atau melakukan konfirmasi sebanyak 30 kasus. Pelanggaran ini terjadi karena media siber mengutamakan kecepatan tanpa dibarengi dengan verifikasi. Dilema kecepatan menimbulkan kesalahan pemberitaan.

Pelanggaran kedua, berita tidak akurat (30 kasus); ketiga, mencampurkan fakta dan opini yang menghakimi (17 kasus); keempat, tidak berimbang (10 kasus); kelima, tidak menyembunyikan identitas korban kejahatan susila (tiga kasus); dan keenam, tidak jelas narasumbernya (satu kasus). Dalam kasus pemberitaan korban kejahatan susila, media siber kerap tidak menyembunyikan identitas korban. Meski ditulis inisial korban, tetap tidak boleh disebutkan dalam berita. Menyembunyikan identitas korban untuk melindungi masa depan korban.

Media siber, memang memiliki sejumlah keunggulan, seperti kecepatan, interaktivitas, prinsip partisipatori dan emansipasi publik, dan ruang media sebagai ruang publik deliberatif. Prinsip jurnalisme siber, seyogianya tidak berbeda dengan prinsip jurnalisme cetak atau elektronik. Artinya, menurut Peneliti

<sup>12</sup> <https://nasional.tempo.co/read/466521/6-pelanggaran-media-siber-ini-yang-sering-diadukan>, Selasa, 12 Maret 2013.

Media Agus Sudibyo<sup>13</sup>, media siber harus tunduk kepada kode etik jurnalistik yang antara lain mensyaratkan keberimbangan dan verifikasi.

Ragam dinamika dan problem aktual sempat muncul saat Webinar Nasional bertema Model Bisnis Jurnalisme Digital di Indonesia, pada Jumat (10/9/2021)<sup>14</sup>. Pemimpin Redaksi Arkamedia Grup Suwarno misalnya mengatakan, jika dahulu media konvensional bisa mengatur distribusi dan bahkan berkembang, kini distribusi dikuasai oleh pengembang raksasa dunia digital seperti google dan media sosial. Keduanya adalah dua distributor teratas ke pengakses. “Setelah itu ada agregator seperti babe, kurio, sampai platform percakapan pribadi WhatsApp dan Line,” kata Suwarjono memberi contoh lini distribusi yang bahkan tidak dikuasai langsung oleh media digital.

Problem lain di sektor media digital adalah soal iklan. Dia mengatakan, salah satu efek disrupsi digital adalah beberapa pengiklan banyak lari ke Platform media sosial. “Problem di media digital adalah tetap harus bayar pajak, bayar ini itu tapi influencer kan tidak,” kata Suwarjono, yang dahulu adalah Ketua AJI pada 2014.

Sementara CEO Tempo Wahyu Dhyatmika mengatakan, disrupsi digital membuat media massa di ujung tanduk. Agar dibaca, semua media berlomba memberikan berita teraktual dan tercepat. Akibatnya banyak berita serupa. Belum lagi, pandemi Covid-19 mengakselerasi disrupsi ini. Berita cenderung seragam, dan relevansinya untuk kebutuhan publik juga menurun. Secara jangka panjang, akan menggerus *trust* (kepercayaan) publik. Pada gilirannya, kekayaan konten juga akan menurun.

<sup>13</sup> Agus Sudibyo, 50 Tanya Jawab tentang Pers, Kepustakaan Populer Gramedia, 2013, hal 90.

<sup>14</sup> <https://communication.uui.ac.id/problem-dan-tantangan-jurnalisme-digital>.

Ketika disrupsi itu, terjadi pula apa yang disebut Elin Kristi sebagai krisis eksistensi pada jurnalisme. Elin Kristi, Wapemred Liputan6.com, mengatakan bisnis media saat ini pun masih dalam proses menemukan bisnis model jurnalisme digital. Pada era digital ini, beragam tantangan juga bermunculan. “Masyarakat sekarang punya kemampuan dan keleluasaan untuk menyuarakan dirinya sendiri. Setiap orang bisa memnuat media di era digital ini,” imbuah Elin, wartawan kawakan yang memulai karirnya di media Jawa Pos.

Perkembangan teknologi berbasis internet tak pelak terjadi di dunia media sosial (Medsos). Berdasarkan situs online. maryville.edu, embrio Medsos dimulai pada 24 Mei 1844 berupa serangkaian titik dan garis elektronik yang diketik pada mesin telegraf. Itulah saat Samuel Morse mengirimkan pesan telegraf pertamanya kepada publik. Akar komunikasi digital menunjuk asal usul internet modern dan pengertian media sosial saat ini dari kemunculan Advanced Research Projects Agency Network (Arpanet) pada 1969.

Jaringan digital ini diciptakan oleh Departemen Pertahanan AS untuk menghubungkan para ilmuwan dari empat universitas untuk saling berbagi perangkat lunak, perangkat keras, dan data lainnya. Kemudian, pada tahun 1987, National Science Foundation meluncurkan jaringan digital nasional yang lebih kuat dengan nama NSFNET. Setelah berjalan selama satu dekade, tepatnya pada tahun 1997, National Science Foundation meluncurkan platform media sosial pertamanya kepada publik.

Tetapi apa sebenarnya yang dimaksud dengan Media Sosial atau Medsos? Dave Kerpen dalam bukunya yang bertajuk “Likeable Social Media” (2011) mendefinisikan, Medsos sebagai suatu tempat kumpulan gambar, video, tulisan hingga hubungan interaksi dalam jaringan, baik itu antar individu maupun antar

kelompok seperti organisasi. B.K. Lewis dalam karyanya yang berjudul “Social Media and Strategic Communication Attitudes and Perceptions among College Students” (2010) menyatakan, bahwa Medsos merupakan suatu label yang merujuk pada teknologi digital yang berpotensi membuat semua orang untuk saling terhubung dan melakukan interaksi, produksi dan berbagi pesan.

Sedangkan Andreas Kaplandan Michael Haenlein berpendapat, Medsos (Medsos) merupakan sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun diatas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*. Menurut Philip Kotler dan Kevin, Medsos sebagai sarana bagi konsumen untuk berbagai informasi teks, gambar, video, dan audio dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya. Sementara Dave Kerpen dalam bukunya yang bertajuk “Likeable Social Media” (2011) mendefinisikan, Medsos sebagai suatu tempat kumpulan gambar, video, tulisan hingga hubungan interaksi dalam jaringan, baik itu antar individu maupun antar kelompok seperti organisasi.

Dari berbagai pengertian tersebut, dapat dipahami bahwa Medsos adalah sebagai suatu platform digital yang menyediakan fasilitas untuk melakukan aktivitas sosial bagi setiap penggunanya. Beberapa aktivitas yang dapat dilakukan di Medsos, misalnya melakukan komunikasi atau interaksi hingga memberikan informasi atau konten berupa tulisan, foto dan video. Berbagai informasi dalam konten yang dibagikan tersebut dapat terbuka untuk semua pengguna selama 24 jam penuh.<sup>15</sup>

*By the way*, apakah Medsos berbasis internet dapat dikategorikan sebagai bagian dari pers? Jawabannya tidak atau bukan. Manakala muncul asumsi Medsos adalah bagian

---

<sup>15</sup> <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-media-sosial>.



dari pers, menurut Peneliti Media Agus Sudibyo, merupakan kesalahpahaman yang berasal dari para aktivis Medsos yang menyatakan diri mempraktikkan jurnalisme warga (*citizen journalism*). Padahal, mengacu kepada Pedoman Pemberitaan Media Siber, hanya Medoss (forum, komentar berita, blog dan lain-lain) yang melekat kepada media siber yang dapat dikategorikan sebagai bagian dari lingkup pers.

Melekat disini, jelas Agus Sudibyo yang juga dikenal sebagai penulis andal dalam pengertian bahwa jika kita ingin mengakses Medsos tersebut, kita harus terlebih dahulu mengakses media siber tertentu. Katakanlah untuk mengakses komentar berita di detik.com atau tempo.co, kita harus mengakses terlebih dahulu media siber tersebut. Dengan demikian, Medsos yang independen, yang tidak melekat kepada media siber, bukan bagian ruang lingkup pers.<sup>16</sup>

Dari tahun ke tahun, jumlah pengguna Medsos di Indonesia terus meningkat tajam. Pada 2017, pengguna Ponsel di Indonesia mencapai 180 juta orang dari sekitar 220 juta penduduk Indonesia. Dari jumlah tersebut, pengguna Instagram mencapai 22 juta. Sedangkan mengacu riset Nielsen (2017), tingkat pertumbuhan penggunaan internet di Indonesia mencapai 26 %. Orang Indonesia menghabiskan waktu 1,5 jam sehari untuk berinternet<sup>17</sup>.

We Are Social dalam laporannya bertajuk “Digital 2021: The Latest Insights Inti The State of Digital”, pada 11 Februari 2021 menyebutkan, dari total populasi Indonesia sebanyak 274,9 juta jiwa, pengguna aktif Medsos mencapai 170 juta, atau sekira dengan 61,8 persen dari total populasi pada Januari 2021. Angka ini juga meningkat 10 juta, atau sekitar 6,3 persen dibandingkan tahun 2020. Rata-rata orang Indonesia menghabiskan tiga jam 14

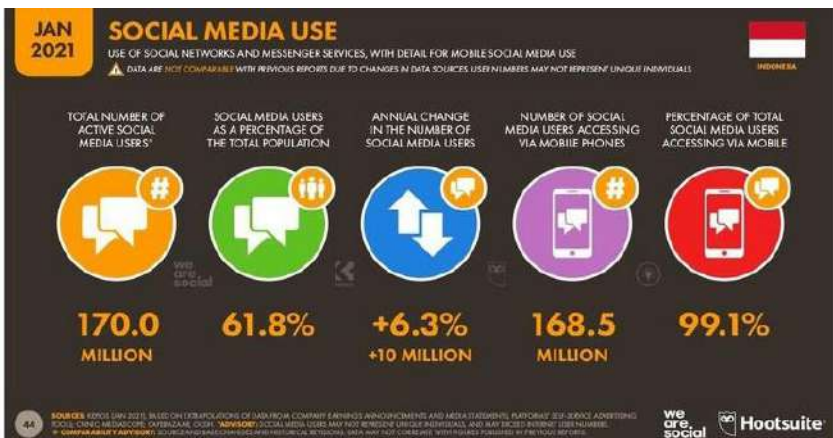
---

<sup>16</sup> Agus Sudibyo, Op cit, 96-97.

<sup>17</sup> <https://teknokompas.com/read/2021/02/24/08050027/riset-ungkap-lebih-dari-separuh-penduduk-indonesia-melek-media-sosial>.

menit sehari untuk mengakses Medsos<sup>18</sup>.

Dalam periode yang sama, pengguna internet di Indonesia tumbuh 27 juta atau 15,5 persen menjadi 202,6 juta. Generasi milenial yang umum disebut generasi Y serta generasi Z mendominasi penggunaan Medsos di Indonesia yang paling banyak berasal dari kalangan muda dengan rentang usia 25- 34 tahun. Hampir semua (99,1 persen, 168,5 juta) pengguna Medsos mengakses lewat perangkat mobile seperti smartphone. Selain itu, sebagaimana dihimpun KompasTekno dari laporan We Are Social dan Hootsuite, Rabu (24/2/2021), rata-rata orang Indonesia menghabiskan tiga jam 14 menit sehari untuk mengakses media sosial.



Sementara menurut laporan terbaru dari agensi marketing We Are Social dan platform manajemen media sosial Hootsuite, lebih dari separuh penduduk di Indonesia telah “melek” alias aktif menggunakan media sosial pada Januari 2021. Dalam laporan berjudul Digital 2021: The Latest Insights Into The State of Digital” disebutkan, dari total 274,9 juta penduduk di Indonesia, 170 juta di antaranya telah menggunakan media

<sup>18</sup> <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/08050027/riset-ungkap-lebih-dari-separuh-penduduk-indonesia-melek-media-sosial>.

sosial. Dengan demikian, angka penetrasinya sekitar 61,8 persen. Angka pengguna aktif media sosial di Indonesia tersebut tumbuh sebesar 10 juta atau sekitar 6,3 persen dibandingkan bulan Januari 2020.

Seiring dengan perolehan bonus demografi, di masa depan pengguna internet dan media sosial akan banyak didominasi oleh kalangan milenial. Hal ini juga berarti, pada Pemilu Serentak 2024, akan banyak diisi atau diikuti oleh pemilih milenial. Menurut catatan SINDOnews, jumlah pemilih milenial pada Pemilu serentak 2019 lebih dari 42 juta. Dari jumlah itu yang masuk daftar pemilih tetap (DPT) untuk Pemilu serentak 2019, 17.501.278 orang diantaranya berusia 20 tahun, dan 42.843.792 orang berusia 21-30 tahun. Sedangkan jumlah DPT Pemilu serentak 2019 yang diputuskan saat itu sebanyak 192.828.520 orang. Alhasil, banyaknya jumlah pemilih milenial menjadikan mereka incaran partai-partai politik (Parpol) untuk Pemilu pada 2024 mendatang

Berdasarkan hasil survei tim Riset dan Analitik Kompas Gramedia Media bersama dengan Litbang Kompas<sup>19</sup> menunjukkan tingginya antusiasme kaum milenial (lahirtahun 1981-1996) dan generasi Z (lahir tahun 1997-2012) untuk mengikuti Pemilu 2024. Sebanyak 86,7 persen menyatakan bersedia untuk berpartisipasi dalam pemilu. Sementara 10,7 persen masih menimbang dan 2,6 persen lainnya menolak mengikuti ajang elektoral tersebut.<sup>20</sup>

Manajer Riset dan Analitik Kompas Gramedia (KG) Media Bagas Adi P mengatakan, antusiasme kaum milenial dan

<sup>19</sup> <https://www.kompas.id/baca/polhuk/2022/04/08/87-persen-milenial-dan-generasi-z-antu-sias-ikuti-pemilu-2024>

<sup>20</sup> Survei menggunakan telepon dilakukan terhadap 3.224 responden berusia 17-40 tahun yang tersebar di 80 daerah pemilihan (dapil) pada 5 Januari-9 Februari 2022. Sampel diambil dengan metode pencuplikan acak. Dengan metode ini, tingkat kepercayaan mencapai 95 persen, sedangkan margin of error lebih kurang 1,79 persen.

generasi Z untuk mengikuti pemilu muncul di semua Dapil. Dari 80 Dapil yang dikelompokkan dalam enam wilayah, keinginan responden untuk mengikuti pemilu di atas 85 persen. Misalnya, di Bali Nusa 92 persen, Jawa 85 persen, Kalimantan 90 persen, Maluku Papua 90 persen, Sulawesi 91 persen, dan Sumatera 86 persen.

Arif Rahmadi berpendapat<sup>21</sup>, setidaknya terdapat enam kategori pembagian Medsos, yakni:

1. *Media Jejaring sosial (social net working)*. *Social networking* atau jejaring sosial merupakan social media yang memfasilitasi pengguna untuk dapat berinteraksi dengan pengguna lainnya, dengan saling menambahkan teman, memberikan komentar bertanya maupun berdiskusi
2. *Blog*. *Blog* merupakan sosial media yang memfasilitasi penggunaannya untuk menulis konten, layaknya sebuah diary. Jadi dalam sebuah blog, artikel-artikel yang ada adalah milik pengguna itu sendiri. Istilah blog berasal dari “weblog”, yang pertama kali diperkenalkan oleh Jorn Borger pada tahun 1997 merujuk pada jurnal pribadi online
3. *Microblogging*. Merupakan salah satu bentuk blog yang memungkinkan menulis teks pembaruan singkat, biasanya kurang dari 200 karakter. Microblog ini dapat dimanfaatkan untuk menyimpan ide-ide atau mengungkapkan gagasan, seperti twitter. *Microblogging* juga jenis media sosial yang dapat memfasilitasi para penggunaannya untuk menulis dan mempublikasikan aktivitas atau pendapatnya
4. *Media Sharing (Berbagi Media)*. Situs berbagi media (media sharing) merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi penggunaannya untuk berbagi media, mulai dari dokumen, video, audio, gambar, dan sebagainya,
5. *Social Bookmarking (Penanda Sosial)*. Penanda sosial

<sup>21</sup> Arif Rahmadi, Tips Produktif ber-Social Media, PT. Elex Media Komputindo, 2016, hal 1.

atau *social bookmarking* merupakan media sosial dengan interaksi berupa voting, menandai artikel yang disukai, atau memberikan komentar terhadap artikel yang ada, dan

6. Wiki. Media selanjutnya wiki atau media konten bersama. Medsos ini merupakan situs yang kontennya hasil kolaborasi dari parapenggunanya. Mirip dengan kamus atau ensiklopedi, wiki menghadirkan kepada pengguna pengertian, sejarah, hingga rujukan buku atau tautan tentang suatu kata. Dalam praktiknya, penjelasan-penjelasan tersebut dikerjakan oleh para pengunjung. Artinya ada kolaborasi atau kerja bersama dari semua pengunjung untuk mengisi konten dalam situs ini.

Medsos mempunyai sejumlah fungsi. Yakni: *pertama* adalah komunikasi. Sebelum berkembang hingga seperti ini, Medsos pada awalnya hanya berfokus pada membangun ekosistem komunikasi yang baik bagi pengguna. Namun, seiring dengan berkembangnya internet dan teknologi, Medsos lebih dari hanya komunikasi, Medsos telah menjadi dunia kedua bagi manusia di seluruh belahan dunia untuk berkumpul dan berinteraksi. Medsos telah berhasil membangun komunikasi yang tanpa batasan waktu dan geografi.

*Kedua* fungsi *branding*. Setelah berhasil membangun tempat berkumpul untuk seluruh manusia dari berbagai belahan dunia, Medsos selalu berkembang dan menyediakan berbagai kebutuhan dari manusia, salah satunya yaitu branding. *Branding* sendiri adalah cara seseorang dalam membangun sebuah citra di mata banyak orang. Untuk melakukan branding, pengguna biasanya memiliki cara yang unik dan khas untuk mendesain akun Medsos sehingga menarik untuk dilihat pengguna yang lain. Hal inilah yang menjadikan akun Medsos mirip seperti

dunia nyata, karena setiap orang memiliki ciri khasnya masing-masing.

*Ketiga*, tempat usaha, yakni: sebagai wadah untuk melakukan usaha atau bisnis. Setelah berhasil menyediakan komunikasi dan *branding*, sosial media perlahan berkembang sehingga membuat setiap penggunanya dapat membangun sebuah usaha dalam jaringan atau online. Sebagai tempat yang terbuka selama 24 jam, Medsos terbukti sangat memudahkan penggunanya untuk membangun suatu bisnis secara maya. Hal ini diprediksi memiliki banyak potensi untuk menjangkau lebih banyak orang dibandingkan usaha yang hanya mengandalkan dunia nyata.

*Keempat* fungsi *marketing*. Yakni: untuk melakukan *marketing* atau pemasaran. Sebagai platform yang hampir selalu digunakan oleh manusia, sekarang ini Medsos berhasil menciptakan layanan yang memudahkan pebisnis untuk mengenalkan dan menjangkau lebih banyak konsumen. Cara ini terbukti efektif untuk meningkatkan keuntungan dan memudahkan pengguna untuk mendapatkan kebutuhannya.<sup>22</sup>

Menurut Mantan Ketua Dewan Pers Bagir Manan<sup>23</sup>, ada beberapa kebaikan dan masalah Medsos. Namun, satu hal yang tidak mungkin dihindari adalah laju perkembangannya. Dari segi fungsi pers, kebaikan-kebaikan Medsos—antara lain: dapat lebih dekat dengan hati nurani rakyat, dapat menjangkau sumber berita yang sulit dijangkau media tradisional, dapat diselenggarakan dengan murah dan tanpa formalitas, dapat dilakukan setiap orang.

Namun, media sosial juga membawa berbagai masalah. Bagi pers tradisional, Medsos merupakan pesaing yang kuat. Bahkan

---

<sup>22</sup> Ibid.

<sup>23</sup> Bektu Nugroho, Samsuri, *Pers Berkualitas, Masyarakat Cerdas Penyunting*: Bektu Nugroho, Samsuri, Dewan Pers, Cetakan I, 2013, hal XX1.

dalam keadaan tertentu, publik lebih memilih berita dari Medsos daripada media tradisional—antara lain—atas pertimbangan kecepatan informasi. Persoalannya, kata Bagir Manan yang juga mantan Ketua Mahkamah Agung Republik Indonesi, Medsos sulit dikontrol dan sulit melekatkan standarstandar jurnalistik yang baku.

Sementara menurut Peneliti Media Agus Sudiby, Medsos mempunyai dua sisi. Pada satu sisi mampu memperkaya pengetahuan dari perspektif penggunaanya. Di sisi lain, pengguna internet, terlebih ketika menghadapi hoaks dan berita palsu, terjerambab dalam apa yang disebut sebagai *echo chamber of information*. Sambil mengutip pendapat Manjoo, Agus mengatakan, hoaks dan berita palsu tidak lagi diperlakukan sebagai amoralitas atau pelanggaran hukum, tetapi justru sengaja dipraktikkan, bahkan dikomodifikasi.<sup>24</sup>

Positif lain dari Medsos dapat digunakan untuk mengirim pesan, telpon hingga *video call* dengan lebih mudah dan lebih murah. Teknologi digital ini juga dapat memudahkan pencarian informasi. Sebelumnya, pencarian informasi cenderung terbatas dan memerlukan waktu yang cenderung lebih lama. Selain itu, bisa menjadi sarana hiburan yang murah dan meriah karena tidak harus misalnya datang ke bioskop atau ke tempat konser.

Medsos juga dapat dimanfaatkan sebagai sarana pembelajaran, apalagi di masa pandemi Covid-19. Dengan bantuan teknologi digital, belajar atau kuliah dan berbagai kegiatan ilmiah lainnya seperti diskusi atau seminar dapat dilakukan secara lebih mudah, murah dan praktis (*learn from home*) melalui *e-learning* misalnya melalui *zoom meeting*. Sementara dampak negatif Medsos, diantaranya: dapat mengganggu kesehatan mental. Penelitian yang dipresentasikan dalam sebuah makalah oleh

<sup>24</sup> Agus Sudiby, Op cit, hal 374-375.

Sujarwoto, Gindo Tampubolon, dan Adi Cilik Pierewan ini meneliti efek spesifik dari media sosial pada kesehatan mental di negara berkembang, masuk Indonesia.

Para peneliti juga menemukan adanya tingkat ketimpangan yang tinggi di Indonesia dan disorot di Medsos yang berpotensi menimbulkan kecemburuan dan kebencian. Berdasarkan survei terbaru *Indonesia Basic Health Research 2018*, prevalensi individu dengan gangguan mental di Indonesia diperkirakan 11,8 juta orang.

Dampak negatif lain dari Medsos sering dihubungkan dengan hal-hal yang berbau pornografi. Hal ini karena banyak konten pornografi yang ada di Medsos, meskipun Kemeninfo secara terus menerus memblokir konten-konten pornoigrafi. Dampak negatif lain dari Medsos adalah proses pembodohan karena menyebabkan orang (anak-anak hingga tua) lebih banyak waktunya habis di Medsos.

Dalam perkembangannya saat ini, menurut mantan Ketua Umum Pimpinan Pusat Muhammadiyah Ahmad Syafii Maarif dan Guru Besar Universitas Negeri Yogyakarta (UNY) Medsos dikuasai oleh kelompok orang bersumbu pendek dan tidak waras. Kondisi ini menyebabkan hoaks tumbuh subur di media sosial. Yang kemudian banyak menimbulkan perpecahan.<sup>25</sup>

### **C. Instrumen Kampanye Politik**

Selain sebagai sarana komunikasi, hiburan dan bisnis, Medsos juga dapat digunakan untuk kepentingan pembentukan opini publik yang bernuansa politik. Amerika Serikat (AS) adalah pionir atau pelopor demokrasi digital. Hal ini tidak terlepas dari kemajuan teknologi komunikasi dari negeri Paman Sam

<sup>25</sup> <https://m.merdeka.com/peristiwa/buya-syafii-maarif-sebut-medsos-dikuasai-orang-tidak-waras-dan-sumbu-pendek.html>, 9 Januari 2019.



yang berbasis internet. Sehingga tingkat melek digital masyarakat AS juga relatif tinggi dan merata—suatu prasyarat untuk dapat menerapkan demokrasi digital. Itulah sebabnya, para elit politik khususnya yang mencalonkan diri sebagai presiden, gubernur atau senator, sangat memanfaatkan internet khususnya Medsos untuk kepentingan kampanye politik.

Salah satunya yang paling terkenal oleh Barack Obama, yang memenangi Pilpres AS pada 2008. Berbeda dengan lawan-lawan politik Obama yang mencibirkan Facebook, Tweeter dan Youtube hanya sebagai mengisi kekosongan waktu, iseng- iseng dan main-main. Di tangan Tim Kampanye Obama, peran Medsos diubah menjadi alat kampanye efektif yang mampu membentuk image dan opini publik demikian positif, khususnya di kalangan kaum muda AS bahwa Obama sebagai pribadi yang melek teknologi dan selaras dengan aspirasi mereka.

Dengan cara itu, Obama bukan hanya mendapat dukungan dana yang mudah untuk kegiatan kampanye, melainkan mampu memenangkan Pemilihan Presiden AS. Dengan menggunakan web 2.0, seperti YouTube, MySpace dan terutama Facebook untuk menarik donasi dari pendukungnya. Obama mendapatkan dana kampanye sebesar 454 juta dollar AS dan menghabiskan 377 juta dollar AS, tertinggi dalam sejarah Amerika dan dunia. Dari jumlah itu, sebanyak 95 persen dari situs jejaring sosial.<sup>26</sup>

Bukan hanya Barack Obama, Donald Trump, juga menang pada Pilpres AS berkat Medsos. Hunt Alcot dari New York University dan Mathew Guntzkow dari Standfor University dalam penelitiannya berjudul “Social Media and Fake News to the 2016 Election”, yang meneliti pengaruh berita palsu (*fake news*) menyimpulkan, banyak berita palsu lebih mendukung Trump. Tentang seberapa ampuh *fake news* memengaruhi kemenangan

---

<sup>26</sup> Kompas, 1 November 2007.

Trump? Kedua peneliti tersebut menyatakan, sangat tergantung pada efektivitas *fake news*.

Hal ini antara lain dilakukan oleh Pasangan Calon (Paslon) Gubernur DKI Jakarta Joko Widodo (Jokowi) dan Basuki Tjahja Purnama (Ahok) pada Pemilihan Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah (Pilkada) DKI 2012. Bahkan mampu mengalahkan Paslon Fauzi Bowo dan Nachrowi Ramli melalui relawan digital yang tergabung dalam Jokowi-Ahok Social Media Volunteers (JASMEV).

Keberhasilan JASMEV menginspirasi Paslon Joko Widodo dan HM. Jusuf Kalla (JK) untuk berkontestasi pada level lebih tinggi. Yakni: Pemilu Presiden dan Wakil Presiden (Pilpres) 2014 dengan sebutan “Jokowi Advanced Social Media Volunteers” dengan membuka kanal-kanal baru seperti Twitter, Facebook dan Youtube. Dan seperti diketahui, Paslon Jokowi-JK berhasil memenangkan Pilpres 2014 dengan mengalahkan Paslon Prabowo Subianto dan Hatta Radjasa.

Menjelang Pilkada Serentak 2015, sejumlah Calon Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah ramai-ramai menggunakan Medsos, baik petahana maupun kandidat pendatang baru. Hasil penelitian Bawaslu menunjukkan, sebanyak 26 persen dari 105 calon Kepala Daerah di 58 kabupaten dan kota menggunakan Medsos sebagai sarana kampanye. Dari jumlah itu, sebanyak 57 persen menggunakan Facebook dan 27 persen menggunakan Twitter. Bahkan pada sejumlah provinsi yang akan menggelar Pilkada Serentak gelombang kedua (2017), maupun Pilkada Serentak 2018, sudah banyak yang memanfaatkan Medsos sebagai bahan pencitraan diri, sosialisai dan kampanye.

Khusus di Pilkada DKI 2017, Jasmev kembali unjuk gigi dengan bersatu dengan Tim Pemenangan Ahok-Djarot di Rumah Lembang. Tugasnya membuat konten-konten positif

viral di Medsos. Kemunculan Jasmev2017 diikuti oleh calon pasangan lain dengan membentuk relawan sejenis. Pasangan Agus Harimurti Yudhoyono dan Sylviana Murni misalnya, pada 2 Oktober 2016, resmi didukung oleh para relawannya yang tergabung dalam KaribAGUS.

Didirikan atas inisiator teman-teman SMA Agus di Taruna Magelang, Jawa Tengah. Pasangan Anies Baswedan dan Sandiga Salahudin Uno pun tak ketinggalan. Mereka punya relawan dunia maya yang tergabung dalam jakartamajubersama.com. Melalui akun Twitter resmi @JktMajuBersama, tim pemenangan Anies-Sandi ini mengampanyakan program-program mereka.

Pada Pemilu Serentak 2019, juga masih diramaikan dengan Medsos. Semua tim kampanye Pasangan Calon Presiden dan Wakil Presiden maupun 16 Parpol Peserta Pemilu 2019 sudah bersiap siaga mempersiapkan diri dengan tim mediana, termasuk media digital. Bukan hanya secara tim, secara individu/pribadi para Calon Legislatif (Caleg) DPR, DPD maupun DPRD Provinsi/Kabupaten/Kota mempunyai tim media digital.

Sayangnya penggunaan Medsos untuk kepentingan politik tidak jarang dibumbui dengan perbuatan tercela dengan cara menyebarkan berita bohong atau hoaks (bohong), permusuhan, kebencian dan penghinaan terkait dengan SARA. Padahal perbuatan tersebut, ancaman sanksi sangat berat. Menurut UU No. 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) Pasal 28 dan 45, pelakunya diancam pidana penjara 6 tahun atau denda paling banyak Rp 1 miliar (Pasal 45). Sedangkan di UU No. 40 Tahun 2008 tentang Penghapusan Diskriminasi Ras dan Etnis Pasal 15 mengatur larangan untuk menunjukkan rasa kebencian berdasarkan diskriminasi ras dan etnis. Jika dilanggar diancam 5 tahun penjara.

Sekalipun ancamannya berat, pada Pilkada DKI 2017, cukup banyak Medsos yang menyebarkan informasi hoaks dan kampanye hitam. Salah satunya akun *@saiful\_mujani* yang dilaporkan anggota Tim Advokasi Anies-Sandi ke Bawaslu DKI, Senen (20/3/2017). Akun ini dilaporkan karena mengup-loud bukti surat kontrak Anies-Sandi dengan para mufassir dan ulama. Tim Kuasa Hukum Anies-Sandi juga mengadukan ke Bawaslu Twitter *@CangHaris* ke Bawaslu DKI (6/4/2017) karena mengaku-aku Tim Sukses Anies Sandi.

Maraknya politik SARA atau politik identitas dalam bentuk ujaran kebencian (*hate speech*), fitnah, berita bohong dan sebagainya di Medsos ada yang dilakukan oleh pribadi dan tidak jarang pula yang terorganisir. Salah satu yang terorganisir adalah Saracen. Saracen merupakan sindikat penyedia jasa konten kebencian terkait SARA. Kelompok ini telah menggunakan lebih dari 2.000 akun media untuk menyebarkan kebencian.

Jumlah akun yang tergabung dalam jaringan kelompok Saracen lebih dari 800.000 akun. Polisi berhasil membongkar dan menangkap tiga orang kelompok Saracen, yakni: Jasriadi (32), Muhammad Faisal Tanong (42) dan Sri Rayahyu Ningsih (32). Divisi Humas Polri Kombes Pol Awi Setiyono, menjelaskan, untuk bisa mendapatkan jasa dari Saracen harus merogok kocek cukup dalam. Biaya tersebut meliputi untuk pembuatan situs sebesar Rp 15 juta dan membayar sekitar 15 *buzzer* sebesar Rp 45 juta per bulan. Kalau diasumsikan setiap bulan ada 3 orang yang memesan konten SARA, maka sang Ketua Saracen sudah mengantongi Rp. 30 juta/bulan.<sup>27</sup>

Penggunaan Medsos untuk kepentingan kontestasi bukan hanya di Indonesia, bahkan di sejumlah negara jauh lebih marak. Terutama di Amerika Serikat (AS). Sebagaimana yang

<sup>27</sup> Kompas.com, 28 Agustus 2017.

terjadi pada Pemilihan Presiden (Pilpres) 2016 dan 2019. Pada 2016, Donald Trump dari Partai Republik memenangkan Pilpres AS dengan mengumbar kebohongan dan ujaran kebencian yang bernuansa rasisme melalui Medsos. Namun apa yang terjadi? Trump memenangkan Pilpres. Tetapi prestasi tersebut tidak bisa diulang lagi di Pilpres AS. Dengan tetap menggunakan Medsos guna menyuarakan kampanye provokatif dan diskriminatif, Trump kalah di Pilpres pada putaran kedua tahun 2020 dari Joe Biden dari Partai Demokrat.

Kondisi yang terjadi di Amerika Serikat menurut Kepala Badan Intelijen Negara (BIN) Budi Gunawan, ternyata juga dialami Korea Selatan. Pemilu di Korea Selatan berkelindan dengan peningkatan berita palsu pada Pemilihan Presiden 2017. Ketika itu, presiden berkuasa, Park Geun-hye, dimakzulkan menjelang pemilihan presiden. Jabatan yang kosong diisi Perdana Menteri Hwang Kyo-ahn. Presiden hasil pemilu diharapkan segera mengisi kekosongan tersebut. Karena itu, Pemilihan Presiden (Pilpres) yang sedianya dilaksanakan 20 Desember 2017 dipercepat menjadi 9 Mei 2017.

Tak heran manakala majalah asal Inggris, *The Economist*, jauh-jauh hari sebelumnya dalam edisi 4-10 November 2017 sampai menulis *headline* 'Social Media's Threat to Democracy?' atau Medsos sebagai 'ancaman bagi demokrasi'. Mengutip *The Economist*, Ignatius Haryanto, mengingatkan, penggunaan Medsos tidak hanya menyebabkan keterbelahan dalam masyarakat, tetapi juga penyebarluasan keterbelahan itu. Majalah ini berharap Medsos, walaupun telah disalahgunakan sejumlah pihak, dengan suatu keinginan kuat, masyarakat dapat meredamnya dan mimpi tentang pencerahan dalam masyarakat masih akan bisa terwujud.<sup>28</sup>

---

<sup>28</sup> <https://mediaindonesia.com/indonesia-2018/135752/media-sosial-dan-demokrasi-harapan-atau-ancaman>, Sabtu, 9 Desember 2018.

Contoh aktual pengaruh Medsos terjadi di Pilpres Mei 2022, negara jiran Filipina yang dimenangkan Ferdinand “Bongbong” Marcos Jr menggantikan Presiden Rodrigo Duterte. Caranya: *pertama*, mendisinformasi sejarah masa lalu Marcos senior yang sebelumnya dikenal sebagai diktator, lalu bertransformasi menjadi pemerintahan yang dianggap sebagai periode emas perdamaian dan kemakmuran. *Kedua*, melalui Medsos, tim kampanye Bongbong berhasil membius kaum milenial yang dianggap cepat lupa dengan masa lalu (amnesia).

Jelang Pemilu Nasional dan Lokal Serentak 2024, sudah banyak aktor politik melakukan kampanye di dunia maya. Jadi, bisa dibayangkan betapa gemuruhnya ruang publik di media dengan ragam kampanye/sosialisasi Pemilu. Bukan hanya tim kampanye atau Caleg, para pendukung, masyarakat/pemilih, penggembira, simpatisan dan sebagainya memanfaatkan berbagai fasilitas yang terdapat di Medsos untuk melakukan percakapan (*chat*), membuat status, hashtag, twit atau mention, polling dan lain sebagainya terkait dengan Pemilu.

Boleh dikatakan, di tahun politik tersebut, topik atau isu yang paling banyak dibicarakan dan diperdebatkan adalah tentang politik. Bukan sekadar *ngerumpi* atau ngopi (ngobrol Pemilu), juga digunakan untuk dukung mendukung atau tolak menolak Capres, partai atau Caleg tertentu. Juga digunakan sebagai media untuk melakukan kritik, bahkan hingga mengarah kepada ujaran provokasi, penghasutan, kebencian, hoaks, dan sebagainya.

Direktur Eksekutif The Political Literacy Institute Gun Gun Heryanto mengingatkan, maraknya penggunaan Medsos dalam Pemilu, harus diwaspadai mengingat: *pertama*, pengguna Medsos terutama Facebook, Twitter, dan Instagram menjadi sasaran empuk lapis pemilih untuk di manipulasi melalui

Medsos. *Kedua*, sebagian besar pengguna Medsos di Indonesia belum terbiasa diskursus dengan data verifikatif. Dengan begitu, mereka sangat mungkin mudah terpapar terpaan informasi politik yang dipolakan pihak tertentu (*intended communication*).

*Ketiga*, polarisasi di tengah masyarakat yang sangat tajam sejak 2014 membuat penguasaan data pengguna Medsos menjadi faktor sangat menentukan dalam pertarungan opini. Terutama untuk diseminasi informasi, propaganda, dan publisitas. Menurut Gun Gun, penyalahgunaan data pribadi secara masif, sistematis, dan terstruktur sangat berbahaya. Pihak tertentu bisa dengan mudah menyemai isu Suku, Agama, Ras dan Antar Golongan (SARA) dan isu destruktif lain untuk kepentingan politik.

Faktor lainnya, karena banyak pembuat akun palsu atau anonim sehingga tidak mudah diketahui, dilacak dan diproses hukum terhadap pelanggar. Di sisi lain, penerima informasi atau pesan dari akun palsu tersebut banyak yang tidak menyadari, tidak mengetahui atau tidak bisa membedakan antara akun palsu dengan asli asli. Ironisnya lagi tidak sedikit dari penerima informasi atau pesan tersebut menelan begitu saja mentah-mentah seolah sebagai suatu kebenaran. Bahkan tidak sedikit yang terdorong untuk melakukan aksi negatif atau destruktif sesuai dengan informasi tersebut.

Melalui Medsos, menurut Agus Sudibyo, yang menonjol bukan kesamaan dan kesatuan kita sebagai bangsa, melainkan perbedaan dan potensi masalah sebagai bangsa yang majemuk. Dengan efek gelembung isolatifnya, Medsos telah membuat bangsa ini lebih banyak berbicara dalam bahasa “kami” dan “mereka”, bukan bahasa “kita” sebagai kesatuan bangsa. Lebih memprihatinkan lagi, perbincangan itu sedemikian jauh diliputi oleh prasangka, apriori dan kebencian berbau SARA.<sup>29</sup>

<sup>29</sup> Agus Sudibyo, *Jagat Digital, Pembebasan dan Penguasaan*, Perpustakaan Populer Gramedia,

Sementara Kepala BIN Budi Gunawan melalui buku berjudul “Demokrasi di Era Post Truth” terbitan Kepustakaan Populer Gramedia (KPG, 2021) menguraikan, terdapatempat kategori disinformasi *post-truth* yang diproduksi dan disirkulasikan Medsos, yaitu disinformasi politik, nonpolitik, hiburan, dan demi keuntungan finansial. Disinformasi *post-truth* berpotensi mengancam demokrasi elektoral. Caranya dengan menggunakan hoaks dan berita palsu serta manipulasi preferensi melalui *big data* dan *micro-targeting*. Di era ini, emosi dan keyakinan personal lebih penting daripada fakta objektif, sehingga antara kebohongan dan kebenaran sulit diidentifikasi.

Di Indonesia, polarisasi politik, khususnya dalam satu atau dua dekade ini, tampak nyata dalam penyelenggaraan pemilu yang demokratis. Dalam hal ini, muncul bukan hanya polarisasi isu, melainkan juga polarisasi geokultural. Konten-konten negatif lalu-lalang mengaburkan fakta-fakta politik sebenarnya dan melahirkan apa yang disebut politik *post-truth*.

Polarisasi politik pada Pemilu 2019, misalnya, jauh lebih intens dan lebih tajam dibandingkan dengan Pemilu 2014. Proliferasi dan viralisasi konten-konten kampanye hitam yang cenderung provokatif melalui hoaks, berita palsu, dan ujaran kebencian marak digaungkan di ruang virtual. Praktik-praktik politik *post-truth* tentu akan membawa konsekuensi negatif berupa terkikisnya tradisi perdebatan yang sehat di masyarakat, terjadinya kebuntuan politik, dan timbulnya ketidakpastian terkait kebijakan. Bahkan, *post-truth* bisa menjadikan masyarakat mengalienasi diri dari dinamika politik.

Demi mengamankan demokrasi elektoral mendatang, menurut BG, perlu adanya perumusan strategi untuk mengantisipasi praktik disinformasi *post-truth*. Terdapat empat



strategi yang ditawarkan. Pertama, memperkuat intelijen siber di Badan Intelijen Negara. Cara ini meliputi strategi penyebaran informasi, pelatihan, serta peningkatan kualitas SDM intelijen tentang dunia siber dan platform media baru. Ini dilakukan agar intelijen Indonesia mampu merespons serta mengantisipasi beragam disinformasi. Kedua, melakukan intervensi teknologi. Harus ada upaya inovasi teknologi *factchecking* oleh negara, industri platform, dunia akademis, maupun masyarakat sipil. Selain itu, teknologi filter konten oleh industri platform untuk mendeteksi konten-konten negatif harus terus diperbarui.

#### **D. Simalakama Influencer dan Buzzer**

Selain media online dan media sosial, belakangan juga dimarakan dengan kehadiran *influencer* dan *buzzer*. Menurut Xendit, *buzzer* adalah individu yang bertugas untuk mengeluarkan postingan mengenai konten tertentu secara berulang hingga pesan yang dimaksud berhasil diterima banyak audiens. Sedangkan *influencer* lahir dari kata *influence* yang berarti pengaruh, yakni: seseorang yang memberikan pengaruh, terutama menggiring opini *followers* mereka. Suara seorang *influencer* umumnya lebih dihargai dibandingkan pendapat *buzzer*, karenanya mereka tak perlu menyebarkan konten secara berulang kali.

Ada sejumlah perbedaan antara *buzzer* dengan *influencer*. Pertama dari sisi jumlah audiens. *Buzzer* tidak memiliki banyak *followers*. Sedangkan, *influencer* memiliki jumlah audiens yang banyak. Kedua, *engagement rate*. Dengan pola penyebaran informasi yang berulang-ulang, audiens cenderung menghindari postingan yang ditampilkan seorang *buzzer*. Sebaliknya, *engagement rate* seorang *influencer* biasanya jauh lebih tinggi. Ketiga, indikator keberhasilan. Target *influencer* mendorong audiesnya untuk menggunakan sebuah produk karena opini

mereka dapat dipercaya, sedangkan tugas *buzzer* hanyalah untuk menyiarkan informasi agar dapat diketahui publik.<sup>30</sup>

Secara numenklatur, *influencer* atau *buzzer* adalah netral-netral saja. Baik-buruknya *influencer* dan *buzzer*, tergantung tujuan dan konten yang disajikan atau didengungkan. Dilansir dari Kumparan.com, profesi *buzzer* memiliki dua kategori yakni, *buzzer* yang dilakukan secara sukarela dan *buzzer* sesuai permintaan. Biasanya *buzzer* sesuai permintaan ini dilirik oleh para aktor politik seperti untuk memenangkan Pilkada, Pileg, hingga Pilpres (felicia & Loisa, 2018). Kategori lain adalah *buzzer* yang lebih berorientasi mencari uang, yang kemeudian disebut dengan *buzzerRp* (rupiah).

Aktivitas *buzzer* menyeruak saat Pilkada DKI 2012. Saat itu, Joko Widodo (Jokowi) berpasangan dengan Basuki Tjahaja Purnama (Ahok) berhadapan dengan calon gubernur DKI antara lain Fauzi Bowo—Nachrawi Ramli. Tim Jokowi-Ahok saat itu sangat masif menggunakan strategi komunikasi politik lewat Medsos. Dengan alasan karena pasangan calon gubernur dan wakil gubernur DKI Jokowi-Ahok paling banyak terkena bullying, ujaran kebencian, fitnah dan sebagainya.

Belakangan *influencer* dan *buzzer* dihubungkan dengan kekuasaan sehingga timbul istilah *influencer* dan *buzzer* istana. Beberapa orang dikelompokkan ke dalam *influencer* dan *buzzer* istana. Seperti Yusuf Muhammad, Katakita, Permadi Arya (Abu Djanda), Aldi El Kaezzar, Pepih Nugraha, Info Seputar Presiden, Redaksi Indonesia, Eko Kuntadhi, Komik Kita, Komik Pinggiran, Seward.com, dan lain-lain. Bahkan kalangan ini disebut sudah lima kali berkumpul di istana selama lima kali debat calon presiden.

---

<sup>30</sup> <https://glints.com>.

Berbeda dengan Denny Siregar, Pepih mengaku dalam pertemuan di istana ada sejumlah uang yang didigelontorkan tim kampanye. Namun, menurut Pepih, uang itu sebatas ongkos operasional dan upah bagi mereka. Misalnya Ninoy (Karundeng), dia mengaku digaji Rp 3,2 juta. Sebagai *buzzer* ada imbalan, dan mendapat gaji. “Bohong kalau dibilang enggak ada,” ujar Pepih.<sup>31</sup>

Pengakuan juga diberikan oleh Permadi Arya atau Abu Djanda. Dia mengaku giat di Medsos media sejak 2015 dan bersimpati dengan Jokowi karena sebagai figur yang paling banyak difitnah, sejak Pilpres 2014. Kemudian pada 2018, tim sukses Jokowi mengajaknya bergabung sebagai *influencer* atau *buzzer* selama kampanye Pilpres 2019. Meski tidak mau menyebut dengan nominal rupiah, namun Abu Janda mengaku dibayar bulanan dengan nominal besar, yang diakuinya seperti mendapat *jackpot*.<sup>32</sup>

Tetapi istilah *buzzer* Istana ditampik Kepala Staf Kepresidenan Moeldokodan menyebut *buzzer* pendukung Presiden Joko Widodo yang tersebar di Medsos tidak dibayar. Muldoko membantah Kantor Staf Kepresidenan yang dipimpinnya menjadi pemimpin para *buzzer* dari Jokowi. Moeldoko juga menegaskan, Presiden Jokowi tidak membutuhkan dukungan yang destruktif dari para *buzzer*. Sementara Denny Siregar dengan 617.000 pengikut yang isi kicauannya selalu membela kebijakan pemerintah mengaku lebih *comfort* disebut sebagai *influencer* daripada *buzzer*.

Paska Pilpres 2019, *influencer* dan *buzzer* belum juga menurunkan aktivitasnya, melainkan tetap menggeliat. Bahkan banyak kicawaiannya menimbulkan kegaduhan. Contohnya yang dilakukan oleh Abu Djanda melalui akun Twitter @ *permadiaktivisi* yang mencuit ‘Islam arogan’ pada 25 Januari 2021. Kemudian mencuit lagi di twitternya per 2 Januari 2021 yang

<sup>31</sup> <https://www.kompas.com>, 09 September 2019.

<sup>32</sup> [news.detik.com](https://news.detik.com), 1 Februari 2019.

diarahkan kepada Natalius Pigai sebagai evolusi manusia yang belum selesai. Hal yang sama dilakukan Denny Siregar dengan menyebut dalam ciutannya Aceh berprestasi sebagai provinsi termiskin di pulau Sumatra.

Belum selesai berbagai kasus ciutan penghinaan dan rasisme dituntaskan pihak kepolisian, pada Senin, 1 Februari 2021. Eko Kuntadhi yang dikenal sebagai teman Denny Siregar dan Abu Janda memposting cuitan “*Alhamdulillah*. Terkumpul Rp 60 M. Diserahkan Rp 14 M,” tulis Eko Kuntadhi, 25 Mei 2021 pukul 7.03 malam. Kemudian Eko Kuntadhi merevisi bahwa donasi yang terkumpul 30 miliar. “Sorry Rp 30 M,” tulis Eko Kuntadhi, 25 Mei 2021 pukul 7.32 malam. Ciutan tersebut dialamatkan kepada Ustaz Adi Hidayat (UAH) dan langsung dibantah UAH sebagai suatu fitnah belaka.

Mencermati banyaknya *buzzer* negatif, jauh-jauh hari MUI telah mengantisipasi dan menetapkan Fatwa Nomor 24 Tahun 2017 tentang Hukum dan Pedoman Bermuamalah Melalui Medsos yang salah satunya membahas mengenai hukum aktivitas *buzzer*. Pada fatwa tersebut diputuskan haram hukumnya aktivitas *buzzer* di Medsos yang menjadikan penyediaan informasi berisi hoaks, *ghibah*, fitnah, *namimah*, *bullying*, aib, gosip, dan hal-hal lain sejenis sebagai profesi untuk memperoleh keuntungan, baik ekonomi maupun non-ekonomi. Meski sudah keluar fatwa MUI, praktik *influencer* dan *buzzer* negatif, tetap marak. Bahkan makin kreatif dan canggih dalam modus operasinya.

*Buzzer* menysar Partai Demokrat dengan menyebarkan informasi yang tak sesuai fakta. Termasuk membungkam suara pengurus partai dan rakyat yang menyuarakan kebenaran Ketua Umum Partai Demokrat, Agus Harimurti Yudhoyono (AHY) menuding pendengung atau *buzzer* yang disebutnya merusak demokrasi. Partai Demokrasi termasuk yang terdampak *buzzer*.

«Mereka (*buzzer*) sebenarnya adalah perusak demokrasi dan telah memecah belah bangsa. Kita harus waspada dan kita harus berani teguh untuk menghadapi itu semua,» ujar AHY.<sup>33</sup>

Darimana para *influencer* dan *buzzer* tersebut mendapatkan dana untuk operasinya? Berdasarkan investigasi Indonesia Corruption Watch (ICW), berasal dari pemerintah pusat. Tidak tanggung-tanggung jumlahnya. Mencapai Rp 90,45 miliar sepanjang tahun 2014, 2017 sampai 2019. ICW merujuk pada situs Layanan Pengadaan Secara Elektronik (LPSE) di 34 kementerian dan non-kementerian termasuk dua lembaga hukum, hampir semuanya menggunakan jasa *influencer* atau pemengaruh. Salah satu contoh lembaga yang menggunakan para *influencer* adalah Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan untuk menyosialisasikan Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) tahun 2019.<sup>34</sup>

Pakar kebijakan publik dari Universitas Indonesia, Lina Miftahul Jannah, menyebut penggunaan *influencer* untuk sosialisasi program atau kebijakan pemerintah selama ini tidak efisien. Karena pesan yang disampaikan tidak sampai ke masyarakat. Selain itu, kata politikus Partai Keadilan Sejahtera (PKS) Mulyanto sangat ironis. Pasalnya, pada saat yang sama anggaran untuk lembaga riset yang saat ini sedang bekerja keras menyiapkan vaksin virus Korona hanya sekitar Rp 5 miliar. Padahal hasil kerja para peneliti vaksin ini sangat dibutuhkan masyarakat agar bisa keluar dari pandemi Covid-19.

Tenaga Ahli Utama di Kantor Staf Presiden, Donny Gahril Adian, mengakui adanya penggunaan *influencer* di beberapa kementerian. Namun ia menampik jika dianggap tidak efektif. Justru para *influencer* ditujukan untuk menasar program-

<sup>33</sup> <https://republika.co.id/berita/qz61f8409/ahy-buzzer-adalah-perusak-demokrasi>

<sup>34</sup> <https://www.bbc.com>, 20 Agustus 2020.

program yang bersentuhan dengan kelompok muda milenial.<sup>35</sup> Sedangkan Staf Khusus Menteri Keuangan Yustinus Prastowo menyatakan, pemerintah tidak menganggarkan dana untuk *influencer* secara spesifik di APBN. Menurutnya, yang ada dan tertuang di APBN adalah Key Opinion Leader (KOL).<sup>36</sup>

Lebih jauh Pengamat Komunikasi Politik Hendri Satrio menilai keberadaan *buzzer* dapat membunuh demokrasi. Sebab, suara yang didengungkan oleh para *buzzer* ini menutupi opini publik yang asli. (kumparan, Kamis, 11 Februari 2021). Diatas itu semua yang paling merisaukannya, ada ketidakadilan dalam penegakkan hukum terhadap *buzzer* atau pendengung. Menurutnya *buzzer* pro pemerintah seolah kebal hukum, karena walaupun melakukan kesalahan tidak dikenakan UU ITE, tetapi yang di luar kalau salah kena UU ITE.<sup>37</sup>

Seperti dikatakan mantan Ketua Umum Muhammadiyah/ Ketua Umum MUI Din Syamsuddin pada Doha International Interfaith Conference, 24-25 Mei 2022, di Qatar, ujaran kebencian sesungguhnya lahir dari rasa ketakutan atau inferioritas terhadap kelompok lain. Termasuk di dalam kelompok ini para *buzzer*, baik yang bekerja karena kebodohan maupun yang menjadikannya sebagai mata pencaharian. Sementara itu, terhadap mereka yang sudah keterlaluan memang pantas diadakan ke pihak kepolisian untuk diproses hukum. Sebab, menurut Dosen FISIP UIN tersebut, hanya cara ini solusi yang bisa diharapkan dapat mengatasi mereka.

---

<sup>35</sup> Ibid.

<sup>36</sup> <https://ekbis.sindonews.com>, 13 Februari 2021.

<sup>37</sup> <https://nasional.tempo.co>, 11 Oktober 2021.

*Mumpung* masih ada waktu, persiapan dan kesiapan peraturan perundangan serta perangkat teknis, Standard Operating Procedure atau Standar Operasional Prosedur (SOP), wajib dipersiapkan sejak dini secara lebih berkualitas dan komprehensif. Termasuk mekanisme pencegahan, penanganan dan penindakan pelanggaran terhadap penyalahgunaan penggunaan *influencer* dan *buzzer* yang harus dilakukan secara konsisten tanpa pandang bulu. Tujuannya agar Pemilu Serentak 2024 tidak lagi menjadi bancakan *influencer* dan *buzzer* serta penumpang gelap (*dark rider*) demokrasi yang hanya mengejar kepentingan politik sesaat dan keuntungan ekonomi (rupiah) semata sekaligus menghancurkan sendi-sendi demokrasi yang secara susah yang telah dirintis dan dilaksanakan.

## E. Demokrasi Digital Dibajak Hoaks

Kata “hoax” berasal dari kata ‘hocus’ dari mantra ‘hocus pocus’, suatu frasa yang kerap disebut oleh pesulap, serupa ‘sim salabim’. Lynda Walsh dalam buku “Sins Against Science” berpendapat, istilah hoaks dalam bahasa Inggris masuk sejak era industri, diperkirakan pertama kali muncul pada 1808. Secara resmi *Oxford English dictionary* mendefinisikan kata ‘hoax’ sebagai ‘*malicious deception*’ atau ‘kebohongan yang dibuat dengan tujuan jahat’. Istilah ini pula yang diadopsi Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) menjadi ‘hoaks’ lalu diartikan sebagai ‘berita bohong’.

Sejumlah ahli dan praktisi komunikasi menyampaikan sejumlah pandangannya mengenai hoaks<sup>38</sup>. Ahli komunikasi dari Universitas Indonesia, Muhammad Alwi Dahlan yang juga merupakan mantan Menteri Penerangan berpendapat, hoaks adalah manipulasi berita yang sengaja dilakukan dan bertujuan untuk memberikan pengakuan atau pemahaman

<sup>38</sup> <https://www.gamedia.com/literasi/pengertian-hoaks/>

yang salah. Di dalam berita hoaks terdapat penyelewengan fakta yang membuatnya menjadi menarik perhatian. Sesuai dengan tujuannya, untuk mendapat perhatian.

Ketua Komunitas Masyarakat Indonesia Anti Fitnah, Septiaji Eko Nugroho berpendapat, hoaks adalah sebuah informasi yang direayasa. Informasi tersebut dibuat untuk menutup-nutupi informasi yang sebenarnya. Selain itu, hoaks juga merupakan upaya untuk memutar balikan fakta. Fakta tersebut akan diganti dengan informasi-informasi yang meyakinkan tetapi tidak dapat diverifikasi kebenarannya. Jadi, hoaks adalah tindakan mengaburkan sebuah informasi yang benar. Caranya dengan membanjiri suatu media, melalui pesan-pesan yang salah. Hal tersebut mengakibatkan pesan yang benar akan tertutupi.

Hoaks banyak cirinya. Ketua Dewan Pers Yosep Adi Prasetyo (2016-2019)<sup>39</sup>, menyebut ciri *pertama* hoaks adalah begitu disebar, berita itu dapat mengakibatkan kecemasan, permusuhan dan kebencian pada masyarakat yang terpapar. Masyarakat yang terpapar hoaks biasanya akan terpancing perdebatan. Jika sudah berdebat, mereka akan saling benci dan bermusuhan. Ciri *kedua*, adalah ketidakjelasan sumber beritanya. Jika diperhatikan, hoaks di media sosial biasanya berasal dari pemberitaan yang tidak atau sulit terverifikasi. Ciri *ketiga*, isi pemberitaan tidak berimbang dan cenderung menyudutkan pihak tertentu. Ciri *keempat*, sering bermuatan fanatisme atas nama ideologi. Judul dan pengantarnya provokatif, memberikan penghakiman bahkan penghukuman tetapi menyembunyikan fakta dan data. Biasanya juga mencatut tokoh tertentu. Penyebarannya juga meminta apa yang dibagikannya agar dibagikan kembali.

Sedangkan bentuk hoaks diantaranya: *pertama*, *fake news*

---

<sup>39</sup> <https://dewanpers.or.id/berita/detail/875/dewan-pers-beberkan-Characteristics-Berita-hoax>.



atau penyebaran informasi bohong secara sengaja untuk menipu orang. Hoaks jenis ini disebut *hoax proper*. Sebagian besar unsur berita yang biasanya dirumuskan dalam 5W+1H (*what, who, when, where, why, dan how*) tidak terpenuhi. Termasuk di dalamnya judul dan isinya. *Fake news* kebanyakan beredar di media sosial (non mainstream), sedikit beredar di media on line, dan lebih sedikit lagi di media mainstream.

*Kedua*, judul berita tidak sesuai dengan isi berita. Hal semacam ini terjadi di media sosial, *on line* dan tidak jarang di media mainstream, khususnya di media cetak. Tujuannya, untuk mengelabui pembaca dan agar pembaca tertarik membacanya. Media semacam ini kadang disebut dengan media kuning atau abal-abal. Di masa Orde Baru dan untuk sebagian tetap marak di masa kini, jenis media semacam ini berpotensi digunakan sebagai alat untuk menakut-nakuti atau memeras pejabat, kalangan selebritis dan orang-orang berduit yang tengah terbelit masalah.

*Ketiga*, berita benar (bukan hoaks) namun sudah *out of context* dari sisi orientasi dan perilaku sumber berita dan waktunya. Kasus semacam ini kini banyak banyak menimpa sejumlah tokoh, politisi dari semua kubu dan partai politik. Misalnya ada politisi yang sebelumnya menolak dan bahkan mendeskreditkan kandidat tertentu, seiring berjalannya waktu berubah haluan politiknya dan justru memuja-mujanya. Kemudian oleh sejumlah media sosial, informasi semacam ini terus diulang-ulang dan diviralkan lagi. Tujuannya untuk merusak integritas dan menimbulkan citra tidak/kurang baik terhadap sumber berita maupun tokoh atau pihak yang didukungnya sekarang.

*Keempat*, sumber berita dan beritanya mengandung kebenaran namun diinformasikan secara tidak utuh, atau bahkan dipelintir dan digoreng. Sehingga mengakibatkan sumber berita dan institusinya menjadi tercoreng, atau bahkan terdelegitimasi, serta mengakibatkan disinformasi. Hal ini bisa dilakukan oleh

media *mainstream* maupun non *mainstream*. Biasanya gorengan berita dan informasi semacam ini menjadi lebih hiruk pikuk di media sosial dengan segala meme dan karikатурnya yang bisa tidak menyenangkan sumber berita dan institusinya.

Menurut Zainal Abidin Bagir selaku Ketua Prodi Agama dan Lintas Budaya Universitas Gadjah Mada, pada diskusi yang bertajuk “Rekayasa Ketersinggungan Agama dan Ancamannya Bagi Demokrasi”<sup>40</sup> dengan mengacu kasus Pilkada DKI 2017, maraknya hoaks tidak bisa terlepas dari “pengusaha politik” yaitu orang-orang yang memproduksi hoaks maupun ujaran kebencian di masyarakat. Tentunya, dengan tujuan untuk memenangkan pihak-pihak tertentu dalam sebuah pemilihan politik. Oleh karena itu, Zainal menekankan bahwa “*hate spin*” adalah tindakan politik yang dilakukan oleh orang politik dan untuk tujuan politik.

Sementara pada forum yang sama, Redaktur Pelaksana TEMPO, Widiarti Agustina berpendapat, wabah kebencian di masyarakat juga tidak bisa terlepas dari “dosa” para wartawan. Menurutnya, status di media sosial sekarang menjadi trend sumber berita para wartawan. Terlebih lagi, trend tersebut tidak dibarengi dengan tindakan verifikasi. Ia bercerita, dulu ada status Ahmad Dhani yang isinya provokatif sekali, 17 median 5 diantaranya media nasional ramai memberitakannya, tanpa verifikasi orang bersangkutan. Akhirnya setelah beritanya beredar, ada beberapa orang protes dan menggruduk rumah Ahmad Dhani. Ternyata setelah ditelusuri, status tersebut hanyalah editan alias hoaks. Bagi Widiarti, keadaan media sekarang justru ikut memperkeruh kebencian yang ada di masyarakat. Konsumen ujaran kebencian, hasutan, dan hoaks di media itu tidak mengenal usia, status, dan pendidikan. Jadi, ini keadaan yang cukup bahaya.

---

<sup>40</sup> <https://fisipol.ugm.ac.id/ujaran-kebencian-dan-hoax-menurunkan-kualitas-demokrasi-di-indonesia>.

Di sisi lain, fanatisme sempit dan buta dalam mendukung kandidat atau partai politik tertentu yang bisa berakar dari ideologi yang dianut oleh suatu partai politik atau pemahaman akan doktrin keagamaan yang *misleading* berpotensi mereduksi akal sehat dan bisa mengakibatkan orang bisa berkata dan berbuat apa saja yang dianggapnya benar, termasuk dengan menyebarkan hoaks. Jika ini dianggap salah satu akar masalahnya, maka harus digencarkan pendidikan politik dan etika politik, terutama bagi elit politik, pemuka agama dan massa pendukungnya

Yang juga penting diterapkan adalah penegakan hukum terhadap aktor intelektual, penyandang dana dan pelaku hoaks yang harus *fair* dan tidak boleh tebang pilih. Penegakan hukum yang diskriminatif, akan menjadi bumerang. Bukan membuat hoaks secara kualitas dan kuantitas hoaks bukan akan berkurang, melainkan justru akan makin meningkat. Peningkatan tersebut sekaligus sebagai respon dan bentuk perlawanan terhadap tindakan penegak hukum yang tidak adil.

Banyak kalangan menyebutkan, Indonesia kini mengalami darurat hoaks. Hal itu disampaikan Staf Ahli Menteri Komunikasi dan Informasi Gun Gun Siswadi, ketika berbicara di Seminar Nasional bertema “Pers Sebagai Alat Pemersatu Bangsa” di Alahan Panjang Resort, Kabupaten Solok, Sumatera Sumatera Barat, Jumat (3/11/2017). Dengan efek gelembung isolatifnya, hoaks berkontribusi dalam pembelahan masyarakat ke dalam sekat-sekat perbedaan berbasis politik aliran maupun kepentingan politik.

Hoaks akan sangat marak terutama menjelang dan saat Pemilu. Maraknya hoaks dalam Pemilu atau Pilkada disebabkan karena kalangan yang terlibat langsung maupun tidak langsung ingin memenangkan kontestasi elektoral dengan segala cara, termasuk dengan menyebarkan berita buruk, bohong dan fitnah. Tujuannya untuk membentuk opini buruk yang muara akhirnya bisa melemahkan kompetitor politik.

Pengalaman yang mungkin masih belum hilang dari memori kita adalah pada Pemilu Serentak 2019, suatu Pemilu yang banyak diwarnai dengan informasi hoaks. Hingga sampai dikatakan, Pemilu Serentak 2019 telah dibajak hoaks dengan berbagai dampak negatif yang ditimbulkan. Sekalipun biasanya orang Indonesia akan cepat lupa (amnesia) dengan masa lalu. Seolah-olah tidak pernah terjadi. Akibatnya, hoaks akan kembali merajalela.

Dalam catatan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kementerian Kominfo) selama Agustus-Desember 2018 terdapat 62 konten hoaks terkait Pemilu 2019. Hoaks paling banyak teridentifikasi pada Desember 2018. Plt Kepala Biro Humas Kementerian Kominfo Ferdinandus Setu mengatakan hasil ini berdasarkan penelusuran dengan menggunakan mesin AIS oleh Subdirektorat Pengendalian Konten Internet Direktorat Pengendalian Ditjen Aplikasi Informatika. Kementerian Kominfo merilis informasi mengenai klarifikasi dan konten yang terindikasi hoak melalui portal [kominfo.go.id](http://kominfo.go.id) dan [stophoax.id](http://stophoax.id).

Pada Agustus 2018, ada 11 konten hoax. Jumlah ini menurun pada September 2018, yaitu 8 konten hoaks. Pada Oktober 2018, konten hoax yang teridentifikasi ada 12. Sementara itu, 13 konten hoaks teridentifikasi pada November 2018. Konten hoaks paling banyak teridentifikasi pada Desember 2018, yaitu 18 konten. Diantara konten hoaks yang diidentifikasi Kominfo sepanjang Agustus-Desember 2018 sebagai berikut: “Dian Sastro dengan tagar ganti presiden”, “Cina minta Jokowi jual Pulau Jawa”, “Dukungan KH Said Aqil terhadap Paslon Prabowo Sandiaga”, “Badai pasir terjadi karena spanduk #2019gantipresiden”, “Statement Sri Mulyani tantang pembenci Jokowi”, “Megawati setuju PKI bangkit” dan lain-lain.

Di bulan September 2018 konten hoaks diantaranya: “Pelaku bom bunuh diri di Surabaya masih hidup dan dukung 2019 ganti presiden”, “Mahasiswa Baru UMM Bentuk Formasi 2019

Ganti Presiden”, “Prabowo mempunyai utang sebesar Rp 17 triliun”, “PDIP Menerima Kunjungan PKI China”, “Akhirnya Najwa Shihab Dukung Prabowo-Sandi” dan lain-lain. Di bulan Oktober 2018, isu hoaks yang menonjol diantaranya: “Ratna Sarumpaet Diancam Pemerintah”, “Presiden Pesta untuk menyambut para delegasi IMF di atas penderitaan korban bencana Palu”, “Rekening Gendut Jokowi di luar negeri yang tidak dilaporkan”, “Pemerintah akan segera mengesahkan UU LGBT”, “KH Ma’ruf Amin Mencium Pipi Wanita Bukan Muhrim”, “Surat pemanggilan KPK terhadap Kapolri Tito Karnavian”, “Kemendagri selundupkan 31 data pemilih baru”, dan lain-lain.

Contoh nyata dari hoaks adalah 7 (tujuh) kontainer surat suara, sudah dicoblos Rabu (2/1/2019) malam. Padahal Rabu sore (4/1/2019), KPU menggelar rapat validasi terakhir dan persetujuan atas desain surat suara Pemilu Legislatif dan Pemilu Presiden 2019. Awalnya, isu tersebut beredar luas di media sosial seperti YouTube, Twitter, Facebook, Instagram, hingga WhatsApp.

Terlebih sejumlah kalangan memberikan komentar. Diantaranya dari Wakil Sekretaris Jenderal (Wasekjen) Partai Demokrat Andi Arief. Melalui akun Twitter pribadinya (Rabu, 2/1/2019), @AndiArief\_, Andi berkicau, “mohon dicek kabarnya ada 7 kontainer surat suara yg sudah dicoblos di Tanjung Priok. Supaya tidak fitnah harap dicek kebenarannya karena ini kabar sudah beredar”. Selanjutnya KPU menempuh langkah nyata dengan menggandeng Bawaslu mendatangi kantor Bea Cukai Tanjung Priok, Jakarta Utara, Rabu (2/1/2019) malam. Ternyata, isu surat suara dicoblos, hanyalah isapan jempol belaka.

Selain soal tujuh kontainer berisi surat suara yang sudah tercoblos, tak pelak hoaks paling menghebohkan terjadi pada 2018 yakni: kasus kasus Ratna Sarumpaet. Kasus ini bermula ketika foto diri Ratna dengan wajah lebam tersebar. Mulanya

Ratna disebut-sebut sebagai korban penganiayaan. Kemudian oleh Ratna, kasus penganiayaan dilaporkan ke Prabowo yang kala itu didampingi Amien Rais dan Fadli Zon.

Kepada Prabowo, Ratna mengaku dirinya dihajar tiga orang pada 21 September 2018 malam. Peristiwa itu terjadi setelah Ratna bersama dua temannya dari Sri Lanka dan Malaysia menghadiri acara konferensi di sebuah hotel di Bandung. Polisi langsung bergerak mencari informasi soal Ratna yang dikatakan dianiaya di Bandung. Tapi polisi justru mendapati fakta berbeda. Benar Ratna Sarumpaet dirawat pada 21-24 September 2018 di RS Khusus Bedah Bina Estetika, tetapi wajah lebam itu akibat operasi plastik, bukan karena penganiayaan.

Jelang dan pada Pemilu Serentak 2019, yang menggabungkan antara Pemilu Nasional dengan Pemilu Lokal (Pilkada), hoaks berpotensi akan marak. Selain disebabkan karena hal semacam ini boleh dikatakan sudah tradisi pada setiap kali gelaran Pemilu, pemecahan secara konseptual dan komprehensif, belum sepenuhnya memadai hingga pada level praktis atau impelementatif dengan melibatkan pemerintah, Penyelenggara Pemilu (KPU, Bawaslu dan Dewan Kehormatan Penyelenggara Pemilu), Dewan Pers, Komisi Penyiaran Indonesia, Komisi Informasi Publik dan kepolisian, Partai Politik, Calon-calon Presiden dan Wakil Presiden, Calon Kepala dan Wakil Kepala Daerah, Calon Anggota DPR, DPD, DPRD Provinsi/Kabupaten/Kota dan sebagainya.

Karena tahapan Pemilu Serentak 2024 sudah masuk di bulan Juni 2022, berbagai persiapan terkait dengan upaya memberantas hoaks di Pemilu Serentak 2024, harus segera dilakukan. Terutama padapersiapanpiranti peraturanperundangan, khususnyaaterkait dengan penanganan pelanggaran Pemilu ataupun pelanggaran hukum non Pemilu. Disini, komunikasi dan koordinasi antara

Penyelenggara Pemilu dengan Pemerintah Pusat (Kemeninfo), Kepolisian dan Kejaksaan, Dewan Pers dan Komisi Penyiaran Indonesia, dan lain-lain harus ditingkatkan intensitasnya.

Jangan sampai terlambat. Jangan seperti pada Pemilu atau Pilkada sebelumnya. Saat hoaks merajalela dan membuat resah berbagai elemen dan komponen bangsa, baru tersadar, ‘ngeh’ dan teragap bagaimana mengatasinya. Dampaknya pencegahan dan penanganan pelanggaran terhadap hoaks menjadi tidak sepenuhnya efektif dan maksimal.

Pada saat yang sama, literasi masyarakat dan khususnya pemilih terhadap hoaks, harus instensif disosialisasikan secara sistematis dan terencana, khususnya menyangkut peraturan perundangan, aspek etika, moral dan sebagainya. Dengan melibatkan berbagai unsur atau elemen masyarakat, Organisasi Masyarakat Sipil (OMS), Organisasi Kemasyarakatan, Organisasi Kepemudaan, Organisasi Kemahasiswaan, dan lain sebagainya.

Masyarakat juga harus diberi pemahaman memadai dampak penyebaran hoaks bagi kualitas demokrasi, khususnya Pemilu. Selain harus diedukasi dan diberi penguatan pemahaman dan keterampilan mengenai teknik untuk mengetahui ciri, bentuk dan cara untuk mengatasi hoaks. Misalnya, cara mengecek hoaks, terutama jika berupa gambar atau foto. Jika berupa gambar/foto, buka saja Google Image. Klik icon Kamera dan upload gambar yang mau dicek atau copas link/url gambar yang akan dicek kebenarannya.

Jika berupa link, cek URL-nya dan cek kredibilitas situsnya dengan mengidentifikasi pemilik situs atau admin websitenya di menu/halaman “About Us” atau “Tentang Kami”. Jika informasi yang diduga hoax itu diperoleh di WhatsApp (WA), tanyakan kepada pengirimnya, dari mana ia memperoleh informasi

tersebut. Jika jawabannya “kiriman teman” atau “copas dari grup sebelah”, waspadalah... itu hoaks!<sup>41</sup>

Selain literasi demokrasi, Komisioner Bawaslu, Lolly Suhenty berpendapat, sanksi pada UU Pemilu, seperti denda atau hukuman penjara, tidak cukup untuk mencegah kandidat dan pendukungnya menyebarkan hoaks politik. Pada Pemilu 2019 lalu, Bawaslu menerima laporan konten yang dinilai melanggar aturan kampanye di media sosial. Dari 5.103 laporan yang diterima Bawaslu, 193-nya kami laporkan. Dari 193 laporan konten yang diminta untuk dihapus oleh Bawaslu, hanya 10 laporan take down yang diproses oleh platform media sosial. Sementara, Bawaslu juga mendapati 147 iklan politik di media sosial. Dari jumlah itu, 134 iklan politik sudah diturunkan oleh platform.

Belajar dari pengalaman Pemilu sebelumnya, penurunan konten hanyalah sebagai langkah cepat untuk menanggulangi hoaks politik. Menurutnya, menurunkan konten di media sosial tidak serta merta mengatasi akar persoalan pelanggaran kampanye Pemilu di media sosial. “Refleksi kami, satu, ternyata kita belum punya standar pemahaman yang sama, mana konten yang itu kemudian membahayakan, disintegrasi, SARA, kemudian mengandung unsur kekerasan dan sebagainya dengan platform,” ujar dia. Maka, dibutuhkan kerja sama dari berbagai pihak, termasuk platform media sosial, untuk berkomitmen menciptakan ekosistem informasi yang sehat di tahun politik. Selain menarik konten yang dinilai melanggar, penting untuk menekankan edukasi seputar Pemilu di ruang-ruang digital.

---

<sup>41</sup> <http://romeltea.com/pengertian-hoax-dan-ciri-cirinya>.



## F. Perilaku Elit Politik dan Pemilih

Kehadiran *e*-demokrasi atau demokrasi digital tidak secara otomatis menggantikan praktik politik tradisional (*analogue political practices*), terutama dalam kampanye. Mengacu UU No. 7 Tahun 2017 tentang Pemilu Pasal 1 ayat 35, kampanye Pemilu diartikan sebagai kegiatan peserta Pemilu untuk meyakinkan pemilih dengan menawarkan visi, misi, program dan/atau citra diri peserta Pemilu. Hal senada diatur pada UU No. 10 tahun 2016 tentang Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur DKI, Bupati dan Wakil Bupati serta Walikota dan Wakil Walikota (kadang disebut dengan UU Pilkada).

Pada Pasal 5 ayat 1-5 dari UU No. 10 tahun 2016 disebutkan, kampanye dilaksanakan oleh Partai Politik atau Gabungan Partai Politik, Pasangan Calon dan/atau Tim Kampanye). Dengan metode sebagai berikut: a. pertemuan terbatas; b. pertemuan tatap muka dan dialog; c. penyebaran Bahan Kampanye kepada umum; d. pemasangan Alat Peraga Kampanye; dan/atau e. kegiatan lain yang tidak melanggar larangan Kampanye dan ketentuan perundang-undangan.

Sementara pada PKPU No. 23 Tahun 2018 tentang Kampanye Pemilu menyebutkan, pengaturan kampanye di Medsos sebatas pendaftaran akun milik peserta Pemilu. KPU membatasi setiap peserta Pemilu hanya boleh memiliki akun Medsos yang digunakan untuk kampanye paling banyak 10 akun. KPU tidak mengatur mengenai penyebaran konten kampanye, yang bisa saja dilakukan oleh orang di luar tim kampanye, atau oleh *buzzer* politik musiman yang muncul lima tahunan sekali.

Kemudian KPU menerbitkan PKPU Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Perubahan Atas Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 4 Tahun 2017 Tentang Kampanye Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati Dan Wakil Bupati, Dan/Atau Walikota Dan Wakil Walikota. Salah satunya yang terbaru

adalah penambahan media daring sebagai sarana kampanye pasangan calon. Media daring adalah segala bentuk platform media dalam jaringan internet atau online yang memiliki tautan, konten aktual secara multimedia, atau fasilitasi pertemuan virtual dengan menggunakan teknologi informasi sebagaimana tertuang dalam Peraturan KPU RI Nomor 11 Tahun 2020 Pasal 28a.

Lebih lanjut dalam Pasal 47a Peraturan KPU RI Nomor 11 Tahun 2020 diuraikan bahwa kampanye melalui media daring dilakukan oleh Partai Politik atau Gabungan Partai Politik, Pasangan Calon dan/atau Tim Kampanye. Kampanye melalui media daring dapat dilakukan dengan penayangan Iklan Kampanye di media daring yang terverifikasi pada Dewan Pers. Penayangan Iklan Kampanye di Media Daring dilaksanakan selama 14 (empat belas) Hari sebelum dimulainya masa tenang.

KPU sudah berusaha melakukan pengaturan kampanye media daring melalui PKPU, meskipun tidak terlalu komprehensif. Begitupun dalam praktiknya, kebanyakan elit politik, khususnya yang terlibat dalam kampanye masih banyak mengandalkan metode tradisional, seperti tatap muka, pertemuan tertutup, atau pertemuan terbuka yang dihadiri ratusan dan bahkan ribuan massa. Alasannya, sangat mungkin metode kampanye semacam ini paling gampang digunakan sebagai ajang transaksi pembelian suara dari pemilih. Padahal, menurut Peneliti Politik Burrhanuddin Muhtadi, strategi pembelian suara, “hanya” memengaruhi pilihan sebanyak 10 persen pemilih, angka ini lebih dari cukup bagi banyak kandidat untuk mencetak kemenangan dalam Pemilu.<sup>42</sup>

Selain itu, sanksi bagi pelaku politik uang, khususnya yang dilakukan secara Terstruktur, Sistematis dan Masif (TSM) sebagaimana disebutkan pada Pasal UU No. 10 tahun 2016 tentang

<sup>42</sup> Burrhanuddin Muhtadi, Kuasa Uang, Politik Uang dalam Pemilu Pasca Orde Baru, Kepustakaan Populer Gramedia, 2010, hal 17.

Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati serta Walikota dan Wakil Walikota, bisa didiskualifikasi dari proses pencalonan. TSM merupakan singkatan dari sebagai berikut: Terstruktur adalah kecurangan yang dilakukan oleh aparat struktural, baik aparat pemerintah maupun penyelenggara Pemilihan secara kolektif atau secara bersama-sama. Sistematis adalah pelanggaran yang direncanakan secara matang, tersusun, bahkan sangat rapi. Masif adalah dampak pelanggaran yang sangat luas pengaruhnya terhadap hasil Pemilihan bukan hanya sebagian-sebagian.

Sekalipun efektivitas tidak terlalu signifikan dan sanksinya berat, politik uang tampaknya sudah menjadi bagian integral dari udaya politik guna memenangkan Pilkada, maupun kontestasi lainnya, baik di Pemilu Anggota DPR, DPD dan DPRD Provinsi/Kabupaten/Kota maupun Presiden dan Wakil Presiden. Dalam praktiknya, tentu saja politik uang tidak berdiri sendiri. Selain ada pemberi sekaligus juga ada penerima. Keduanya seperti terikat oleh hukum ekonomi: *supply and demand*, yakni: pemasok dan penerima pasokan.

Dari sisi penerima pasokan, disebabkan karena perilaku pemilih dalam Pemilu di Indonesia sangat beragam. Firmanzah misalnya mengintrodukir konfigurasi pemilih ke dalam empat janis, yakni: (1) pemilih rasional, (2) pemilih kritis, (3) pemilih skeptis, dan (4) pemilih tradisional.<sup>43</sup> Sementara Nimmo membuat kategori pemilih menjadi empat tipe dalam pemberian suara dalam pemilihan umum yaitu: Pertama, tipe rasional merupakan pemberi suara yang rasional. Perilaku pemilih rasional, didefinisikan sebagai pemilih yang dalam melakukan tindakan memilih berdasarkan prinsip “bukan secara kebetulan, melainkan berkenaan dengan standar yang tidak hanya untuk kepentingan diri sendiri, tetapi juga untuk kepentingan umum”.

<sup>43</sup> Firmanzah, Marketing Politik, Antara Pemahaman dan Realitas, Buku Obor, 2012, hal 119.

Dengan demikian, pemberi suara rasional yang bermotivasi diri, terinformasi, dan berprinsip itu bertindak secara konsisten dalam menghadapi tekanan dan kekuatan politik. <sup>44</sup>

Kedua, tipe reaktif adalah pemberi suara yang memiliki ketertarikan emosional dengan partai politik. Ikatan emosional pada partai sebagai identifikasi partai yakni sebagai sumber utama aksi diri dan pemberi suara yang reaktif. Ketiga, tipe responsif yaitu pemberi suara yang mudah berubah dengan mengikuti waktu, peristiwa politik dan kondisi-kondisi yang sesaat.

Dalam perilaku *voting*, pemilih dikatakan rasional jika ia memberikan suara atau pilihan suatu partai atau calon kepala daerah didasarkan pada komponen belief, yaitu atribut yang melekat pada suatu partai atau calon Kepala Daerah; apa visi dan misi partai atau Calon Kepala Daerah ke depan; apa programnya (*political program*), dan apa (*platformnya*).<sup>45</sup>

Kebalikan dari pemilih rasional adalah pemilih irrasional. Indikatornya adalah apabila ia memilih suatu partai atau kandidat hanya didasarkan pada kesamaan (*similarity*) sifat, karakteristik tokoh dan juga kedekatan (*proximity*) tanpa melihat terlebih dahulu segala atribut partai atau calon tersebut. Seseorang dikatakan irrasional jika ia memilih partai karena pimpinan partai atau calon pemimpin tersebut adalah orang berasal dari daerah yang sama dengannya, atau karena ia adalah orang yang pernah menolongnya sebelumnya, tanpa ada pertimbangan atribut partai atau calon pemimpin.<sup>46</sup>

Jenis pemilih lain yang masih satu rumpun dengan pemilih irrasional adalah pemilih permisif dan skeptis. Mengacu

<sup>44</sup> Dan Nimmo, Komunikasi Politik, Khalaytak dan Efek, PT Remaja Rosdakarya, Bandung, 2002, hal 163.

<sup>45</sup> Syaifhendry, Perilaku Pemilih Teori dan Praktik, Alaf Riau, 2016, hal 48.

<sup>46</sup> Ibid, hal 49.

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), secara harfiah permisif berarti bersifat terbuka yakni serba membolehkan atau suka mengizinkan terhadap hal-hal yang dahulu dianggap tabu atau tidak pantas, tapi seiring berjalannya waktu dianggap sebagai sesuatu yang biasa dalam kehidupan masyarakat, dan diperbolehkan karena tidak ada pihak yang mengontrol atau mengingatkan bahwa perbuatan tersebut keliru atau salah. Sedangkan pemilih menurut Firmanzah, adalah pemilih yang tidak memiliki orientasi ideologi cukup tinggi dengan sebuah Parpol atau konsisten, juga tidak menjadikan kebijakan sebagai sesuatu yang penting.

Masalahnya, belakangan ini makin meningkat pemilih permisif. Studi Aspinall & Sukmajati (2015) misalnya memotret, politik permisif dalam Pemilu Legislatif 2014 telah menjaral kuat pada tingkatan pemilih dengan maraknya politik uang, atau politik transaksional. Hasil riset Lingkaran Survei Indonesia (LSI) menyebutkan, sebanyak 47,8 persen pemilih bakal terpengaruh dengan politik uang di Pilgub DKI Jakarta. Sebanyak 35,8 persen mengaku tidak dipengaruhi oleh politik uang dan 16,4 persen menyatakan tidak tahu. Survei menggunakan metode *multistage random sampling* dengan melakukan wawancara tatap muka terhadap 1200 responden yang digelar pada 8-9 Februari 2017. Selain itu, dari hasil survei pemilih yang Golput mencapai 30 persen. Begitu pula survei Indo Barometer di Pilgub Banten 2017. Sebanyak 45,6 persen mengaku akan menerima politik uang dan memilih calon yang memberi uang/barang tersebut.

Hal yang kurang lebih sama berdasarkan data yang dirilis Sindikasi Pemilu dan Demokrasi (SPD) (3 Desember 2017) disebutkan, sikap permisif masyarakat pada politik uang semakin meningkat dalam setiap periode pemilu ataupun Pilkada. Sementara itu, sikap tidak menerima politik uang semakin menurun. Dalam data itu disebutkan, sikap permisif

pada politik uang sekitar 61,8 persen pada Pilkada serentak 2016, meningkat menjadi 64,9 persen pada 2017. Adapun prosentasi yang tidak menerima politik uang sekitar 38,2 persen menurun menjadi 35,1 persen. Data SPD juga menyebutkan, jual beli suara makin marak dan terjadi di setiap tingkatan. Bahkan, ada dugaan kuat melibatkan peserta dan penyelenggara Pemilu.

Modusnya dengan cara memindahkan suara antar Caleg dari partai dan Daerah Pemilihan (Dapil) yang sama. Untuk kampanye, Caleg DPR RI mengeluarkan dana antara Rp 1–5 Miliar. Dengan demikian, estimasi dana kampanye keseluruhan 6.607 caleg mencapai Rp 6,6–33 triliun. Padahal, laporan dana kampanye partai hanya Rp 3 triliun. Ini berarti ada selisih Rp 30 triliun. Sebelumnya, Direktur Politik Dalam Negeri (Poldagri) Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri) Bahtiar menyatakan, ada penyakit yang sedang tumbuh di negara ini. Ia menyebut dua penyakit kronis, yakni politik identitas dan politik uang (*money politics*).

Namun yang menarik, hasil survei Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan *trend* sebaliknya. Saat mengumumkan indeks persepsi anti korupsi 2017 mencapai 3,71 pada skala 0–5. Angka tersebut naik jika dibandingkan dengan 2015 lalu yang hanya 3,59. Salah satu indikasi perilaku anti korupsi dapat dilihat dari penilaian masyarakat terhadap politik uang dalam Pilkada. Dalam survei yang dilakukan terhadap 10 ribu rumah tangga di 33 provinsi pada Februari 2017, BPS menemukan semakin banyak masyarakat yang menilai politik uang dalam Pilkada sebagai hal yang tidak wajar.

Jumlahnya meningkat dari 59,29 persen pada 2015 menjadi 65,27 persen pada 2017. Penilaian itu bahkan tampak pada lingkup keluarga. 65 Jika dulu masyarakat menilai wajar saja orang tua yang membawa anaknya berkampanye untuk mendapat lebih banyak uang, sekarang tidak lagi. Setidaknya

ada 68,43 persen responden menganggap salah perilaku orang tua yang membawa anaknya berkampanye untuk uang. Jumlah itu meningkat dibandingkan 64,57 persen responden yang memberikan penilaian serupa, dua tahun lalu. (15/6/2017).

Pelaku politik uang makin piawai. Selalu saja mampu mensiasati pengaturan. Peneliti Indonesia Corruption Watch (ICW) Ade Irawan mencermati, tidak ada calon kepala daerah atau tim sukses resmi yang "nekat" melakukan politik uang. Selain mudah dikenali lawan politik, risikonya juga besar. Apabila terbukti melakukan politik uang, pencalonannya bisa dibatalkan. Karena itu, "tugas kotor" tersebut dikerjakan makelar suara. Pada dasarnya makelar suara merupakan tim sukses bayangan. Tugas utama mereka memengaruhi pemilih umumnya dengan cara-cara tidak halal, seperti politik uang atau intimidasi. Karena itu, nama mereka tidak didaftarkan secara resmi di KPU.<sup>47</sup>

Bagaimana prospeknya di era demokrasi digital di Pemilu Serentak 2024? Tentu tidak mudah memprediksinya. Tetapi diperkirakan seiring dengan makin massifnya penggunaan internet dan berbagai varian produknya, tampaknya penyalahgunaan atau pelanggaran kampanye Pemilu berbasis digital akan makin marak. Selain juga sudah dipantau dan dikawal. Untuk itu, ikhtiar melakukan inovasi literasi demokrasi berbasis digital harus didesain, digelorkan dan diakselerasikan secara lebih sistematis dan efektif sehingga Pemilu Serentak Nasional maupun Lokal pada 2024 akan menjadi lebih berkualitas dan berintegritas.

---

<sup>47</sup> | <https://antikorupsi.org/id/article/politik-uang-dan-makelar-suara>. Dimuat di Harian Kompas, 29 Juni 2018

**Bagian Keenam**

**Bawaslu, Media Massa  
dan Konglomerat Media**





# Bagian Keenam

## Bawaslu, Media Massa dan Konglomerat

### A. Titik Temu Bawaslu dan Pers

Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) dan media massa atau pers merupakan institusi berbeda tujuan dan orientasinya. Meskipun demikian, kedua institusi tersebut memiliki benang merah, kemiripan atau titik temu pada banyak aspeknya. Yang paling fundamental adalah pada visi atau cita-cita sama atau boleh dibilang memiliki mandat sejarah yang sama. Yakni: mengemban tercapainya tujuan pendirian negara Republik Indonesia (RI), sebagai tertera pada pembukaan UUD 1945. Yakni: melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia, memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa, Ikut melaksanakan ketertiban dunia berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi, dan keadilan sosial. Tujuan dari Negara RI secara umum juga menjadi tujuan dari berdirinya pers maupun Bawaslu.

Kemiripan juga dapat dicermati dari latar belakang pendiriannya. Bawaslu misalnya, dibentuk sebagai akibat munculnya *distrust* terhadap pelaksanaan Pemilu yang mulai dikooptasi oleh kekuatan rezim penguasa sejak 1982. Pada era reformasi, kehadiran Bawaslu sebagai jawaban atas keinginan untuk mewujudkan Penyelenggara Pemilu yang bersifat mandiri dan bebas dari kooptasi penguasa semakin menguat. Sekaligus sebagai respon atau jawaban terhadap makin menggejalanya ketidakpercayaan (*distrust*) berbagai elemen organisasi masyarakat sipil terhadap penyelenggara dan penyelenggaraan Pemilu.

Dalam kedudukannya sebagai Penyelenggara Pemilu, selain KPU dan Dewan Kehormatan Penyelenggara Pemilu (DKPP), Bawaslu harus berkontribusi guna mewujudkan penyelenggaraan Pemilu untuk: a. memperkuat sistem ketatanegaraan yang demokratis; b. mewujudkan Pemilu yang adil dan berintegritas; c. menjamin konsistensi pengaturan sistem Pemilu; d. memberikan kepastian hukum dan mencegah duplikasi dalam pengaturan Pemilu; dan e. mewujudkan Pemilu yang efektif dan efisien.

Sementara pers dibentuk sebagai alat revolusi perjuangan melawan kolonialisme. Sedangkan paskareformasi, pers dituntut untuk mengawal proses reformasi agar tetap *on the track*. Yakni: 1). Adili Soeharto dan kroni-kroninya, 2). Cabut Dwifungsi ABRI, 3). Hapuskan budaya KKN (Korupsi-Kolusi-Nepotisme), 4). Otonomi daerah seluas-luasnya, 5). Amandemen UUD 1945 dan 6). Tegakkan supremasi hukum dan budaya demokrasi. Sebagian dari amanat reformasi sudah ada yang dilaksanakan, tengah dilaksanakan dan ada juga yang belum dilaksanakan. Pastinya yang belum dilaksanakan adalah mengadili Soeharto dan kroni-kroninya.

Dari sisi syarat keanggotaan, juga mempunyai sejumlah kemiripan. Untuk menjadi anggota Bawaslu bila mengacu UU No. 7 tahun 2017 tentang Pemilu Pasal 171 diatur sebagai berikut: pada ayat d, calon anggota Bawaslu harus mempunyai integritas, berkepribadian yang kuat, jujur, dan adil; e. memiliki kemampuan dan keahlian yang berkaitan dengan Penyelenggaraan Pemilu, ketatanegaraan, kepartaian, dan pengawasan Pemilu; f. berpendidikan paling rendah strata 1 (S-1) untuk calon anggota Bawaslu dan Bawaslu Provinsi serta berpendidikan paling rendah sekolah menengah atas atau sederajat untuk calon anggota Bawaslu Kabupaten/Kota, anggota Panwaslu Kecamatan, Panwaslu Kelurahan/Desa, dan Pengawas Tempat Pemungutan Suara (TPS) (poin g).

Di luar syarat minimal atau standar, mantan Ketua Bawaslu RI Nur Hidayat Sardini (NHS) menambahkan sejumlah kriteria, kapasitas atau karakter yang harus dipenuhi oleh seorang Pengawas Pemilu. Diantaranya, memiliki kapasitas autentik, utuh, dan cakap dalam menerapkan ketentuan peraturan perundang-undangan, utamanya mengenai Pemilu; memahami mandatnya dengan baik, menyangkut tugas, wewenang, dan kewajiban, sebagaimana digariskan UU Penyelenggara Pemilu; sosok yang sudah selesai dengan dirinya sendiri; memahami visi dan misi demokrasi; memahami demokrasi dalam nilai dan praktiknya. Selain itu, Pengawas Pemilu harus memiliki karakter berupa kuatnya motivasi, kuatnya etos kerja, berani karena benar, tidak pernah pandang bulu; kualitas, detail dan jangka panjang, dan sebagainya.<sup>1</sup>

Adapun untuk menjadi wartawan, UU No. 40 Tahun 1999 tentang Pers hanya menyebutkan, Perusahaan pers adalah badan hukum Indonesia yang menyelenggarakan usaha pers meliputi perusahaan media cetak, media elektronik, dan kantor berita, serta perusahaan media lainnya yang secara khusus menyelenggarakan, menyiarkan, dan menyalurkan informasi.

Pengaturan yang bersifat umum tersebut, kemudian *dibreakdown* dengan Peraturan Dewan Pers Nomor 1/Peraturan-DP/II/2010 Tahun 2010 tentang Standar Kompetensi Wartawan. Pada peraturan tersebut ditegaskan, Wartawan Wajib Tersertifikasi. Pada Lampiran Peraturan Dewan Pers 1/2010 (hal. 6), diterangkan bahwa untuk mencapai standar kompetensi, seorang wartawan harus mengikuti uji kompetensi oleh lembaga yang telah diverifikasi Dewan Pers, yaitu perusahaan pers, organisasi wartawan, perguruan tinggi, atau lembaga pendidikan jurnalistik. Wartawan yang belum mengikuti uji kompetensi dinilai belum memiliki kompetensi sesuai standar kompetensi.

---

<sup>1</sup> Nur Hidayat Sardini, Kepemimpinan Pengawasan Pemilu, Sebuah Sketsa, Rajawali Pers, 2014, hal 20-92.

Sedangkan wartawan yang baik atau “*good journalist*”, menurut versi Journalists Network sebagaimana dikutip ASM. Romli<sup>2</sup>, harus memiliki sejumlah kriteria. Diantaranya: *a broad range of knowledge* (memiliki latar belakang pendidikan yang memadai, berwawasan luas, dan berpengalaman atau terlatih); *a good grasp of grammar* (memiliki pemahaman yang menyeluruh tentang tata bahasa yang benar sehingga bisa menulis berita dengan jelas, tegas, dan mudah dipahami), *a sense of ethics and accuracy* (menaati kode etik jurnalistik atau standar etika kewartawanan, termasuk selalu memperhatikan akurasi, verifikasi, dan klarifikasi); *an ability to express ideas* (mampu mengekspresikan ide, gagasan, atau menyampaikan informasi dalam tulisan yang jelas, logis, mudah dipahami pembaca (*easy for a reader to understand and follow*)).

Selain itu, *an ability to write well in different styles* (mampu menulis dengan baik dalam berbagai gaya atau format yang berbeda); *an Understanding of Who the Audience Is* (Memahami karakter, perilaku, dan kebutuhan pembaca); *creativity* (Kreatif, selalu memiliki ide-ide baru untuk bahan berita (bahan tulisan) dan menyajikan tulisan yang menarik bagi pembacanya); *interviewing skills* (mahir dalam melakukan wawancara dan tahu bagaimana “membongkar” informasi dari narasumber untuk mendapatkan bahan berita terbaik); *research skills* (mampu melakukan riset untuk menemukan bahan berita dan menggali, mengembangkan, dan menuangkannya dalam sajian berita yang menarik); *specific subject knowledge* (Menguasai bidang ilmu tertentu, misalnya politik (sarjana politik), sehingga mahir dalam menulis berita politik). Dengankata lain, menguasai bidang liputan.

Dalam melaksanakan tugas dan fungsinya anggota Bawaslu terikat dengan Kode Etik Penyelenggara Pemilu (KEPP). Pada

<sup>2</sup> <https://romeltea.com/kriteria-wartawan-yang-baik/#:~:text=Mampu%20menulis%20dengan%20baik%20dalam,tulisan%20yang%20menarik%20bagi%20pembacanya.>

Peraturan Dewan Kehormatan Penyelenggara Pemilihan Umum (DKPP) Republik Indonesia No. 2 Tahun 2017 tentang Kode Etik dan Pedoman Perilaku Penyelenggara Pemilu Pasal 6 (1) yang menekankan pentingnya integritas dan profesionalitas yang berbasis pada 11 prinsip Penyelenggara Pemilu yang meliputi: Mandiri; Jujur; Adil; Berkepastian hukum; Tertib; Terbuka; Proporsional; Profesional; Akuntabel; Efektif; dan Efisien.

Sedangkan dalam melaksanakan tugas dan fungsinya wartawan terikat dengan Kode Etik Jurnalistik (KEJ). Ciri utama wartawan profesional yaitu menaati kode etik, sebagai berikut:

1. Independen, akurat, berimbang, dan tidak beritikad buruk.
2. Profesional (tunjukkan identitas; hormati hak privasi; tidak menyuap; berita faktual dan jelas sumbernya; tidak plagiat; penggunaan cara-cara tertentu dapat dipertimbangkan untuk peliputan berita investigasi bagi kepentingan publik).
3. Berimbang, tidak mencampurkan fakta dan opini yang menghakimi, serta menerapkan asas praduga tak bersalah.
4. Tidak membuat berita bohong, fitnah, sadis, dan cabul.
5. Tidak menyalah-gunakan profesi dan tidak menerima suap.
6. Memiliki Hak Tolak untuk melindungi narasumber yang tidak bersedia diketahui identitas maupun keberadaannya, menghargai ketentuan embargo, informasi latar belakang, dan “off the record”.
7. Tidak menulis atau menyiarkan berita berdasarkan prasangka atau diskriminasi SARA.
8. Hormati kehidupan pribadi, kecuali untuk kepentingan publik.
9. Segera mencabut, meralat, dan memperbaiki berita yang keliru/tidak akurat disertai dengan permintaan maaf kepada pembaca, pendengar, dan atau pemirsa.

## 10. Layani Hak Jawab dan Hak Koreksi secara proporsional.

Di tingkat internasional atau universal, sebagaimana dikatakan Bill Kovach dan Tom Rosenstiel (2001)<sup>3</sup> dalam *The Elements of Journalism, What Newspeople Should Know and the Public Should Expect* (New York: Crown Publishers, 2001), tercantum dalam 9 Elemen Jurnalisme yang harus dipatuhi oleh awak media, yakni: (1) Kewajiban pertama adalah pada kebenaran, (2) Kesetiaan (loyalitas) jurnalisme adalah kepada warga (citizens), (3) Disiplin verifikasi, (4) Jurnalis harus tetap independen, (5) Jurnalis bertindak sebagai pemantau, (6) Jurnalisme harus menyediakan forum bagi kritik, komentar, dan tanggapan dari publik, (7) Membuat hal yang penting itu menjadi menarik dan relevan, (8) Berita yang disajikan komprehensif dan proporsional, dan (9) Mengikuti hati nurani, etika, tanggung jawab moral, dan standar nilai.

Menurut Ketua Komisi Pengaduan Masyarakat dan Penegakan Etika Pers Agus Sudibyo, KEJ secara umum mengatur dua hal, yaitu produk jurnalistik dan perilaku jurnalistik. Produk jurnalistik mencakup berita dalam berbagai bentuknya, antara lain surat pembaca, tajuk rencana, artikel opini, analisis pakar, resensi buku, dan sebagainya. Sedangkan iklan tidak termasuk produk jurnalistik. Jika muncul persoalan atau sengketa terkait dengan produk jurnalistik, pihak media yang bertanggungjawab diwakili penanggungjawab redaksi. Jika ada yang salah pada perilaku jurnalistik wartawan, perusahaan media tempat wartawan harus bertanggungjawab.

Bagaimanapun, menurut Agus Sudibyo yang juga salah seorang pendiri lembaga penelitian Indonesia Research Centre (IRC), wartawan melakukan liputan atas permintaan atau

<sup>3</sup> Belakangan, Bill Kovach dan Tom Rosenstiel menambahkan prinsip kesepuluh: “warga juga memiliki hak dan tanggung jawab dalam hal yang berkaitan dengan berita.”

penugasan dari perusahaan medianya. Tetapi wartawan itu sendiri sebagai manusia dewasa dan memilih profesi jurnalistik dengan kesadaran, juga harus bertanggungjawab atas perilakunya ketika menjalankan profesi tersebut.

Wartawan harus mempertanggungjawabkan profesinya kepada perusahaan media, asosiasi wartawan, Dewan Pers dan masyarakat. Dengan demikian, KEJ sesungguhnya mengatur dua subyek berbeda, satu institusi media dan dua adalah individu wartawan. Maka sesungguhnya dibutuhkan kehati-hatian dalam membaca KEJ. Ada kewajiban-kewajiban jurnalistik yang harus dibebankan kepada media sebagai institusi dan ada yang harus dibebankan kepada wartawan sebagai individu.<sup>4</sup>

Disimak dari istilah dan idiom dalam KEJ maupun KEPP maupun jargon yang sering dikemukakan oleh para aktivitis dan penggiatnya, banyak terjadi kesamaan atau kemiripan. Setidak-tidaknya kesamaan tersebut terletak pada substansidan misi yang terkandung di dalamnya. Hal ini mengirim pesanagar anggota Bawaslu ataupun awak media memperhatikan, mendorong dan mematumhinya KEJ dan KEPP. Sekurangnya ada tiga istilah atau kata kunci yang sering diungkap dan digunakan pada KEJ maupun KEPP, yakni: (1) integritas, (2) profesionalitas dan (3) independensi.

Kata integritas berasal dari bahasa Prancis dan Latin dari *intact*, *integrate*, *integral* dan *enti*. Kamus Oxford Dictionary mencirikan integritas sebagai jujur dan punya prinsip moral yang kuat. Menurut Dr. Cloud, integritas berarti “semuanya bekerja dengan baik, tidak terbagi, terpadu, utuh, dan tidak mengalami kerusakan<sup>5</sup>.

Sedangkan Bawaslu dalam buku “Model Bimbingan Teknis

<sup>4</sup> Agus Sudibyo, 50 Tanya Jawab tentang Pers, Kepustakaan Populer Gramedia, 2013, hal 3-5.

<sup>5</sup> Henry Cloud, Integritas, Keberanian Memenuhi Tuntutan Kenyataan, Gramedia, 2007, hal 30.



Bgi anggota Bawaslu Provinsi 2012” mendefinisikan integritas sebagai suatu kepribadian seorang yang konsisten; yang antara perkataan dan perbuatannya sama atau menyatu. Secara sederhana, integritas dirumuskan dengan frasa “seiya-sekata” yang artinya terjadi kesamaan antara kata atau pernyataan dengan laku atau perbuatan.

Kemudian profesionalitas, menurut Joel E. Roes seperti dikutip Joko Widodo, bercirikan hal-hal sebagai berikut: *knowledge, competen aplication, sosial responsibility, self control* dan *community sanction*.<sup>6</sup> Sedangkan independen mengantung arti (1) yang berdiri sendiri; yang berjiwa bebas, dan (2) tidak terikat pada pihak lain. Independen berasal dari bahasa Inggris, yakni: *in* yang artinya tidak dan *dependen* yang artinya tergantung. Sehingga independen artinya tidak tergantung.

Anggota Bawaslu Rahmat Bagja mengutip dari IDEA mengatakan, independensi Lembaga Penyelenggara Pemilu (LPP) merupakan salah satu persoalan yang paling sengit diperdebatkan di dalam konteks penyelenggaraan pemilu. Pasalnya hingga saat ini belum ada kesepakatan mengenai arti sebenarnya dari independensi LPP. Terlepas dari model penyelenggaraan apapun yang dipakai, LPP, menurut Bagja yang kini menjadi Ketua Bawaslu RI, tidak bertekuk lutut terhadap tekanan pemerintah, politisi, serta pengaruh-pengaruh partisan lainnya dalam mengambil keputusan.<sup>7</sup>

Titik temu lain antara Bawaslu dengan pers adalah pada pekerjaannya yang dibatasi dengan waktu. Dan karenanya harus dilakukan secara cepat, tepat dan akurat. Pers misalnya dibatasi dengan batas akhir (*dead line*) menyampaikan laporan sesuai dengan kebijakan dan ketentuan redaksi yang harus dipatuhi oleh awak media. Pada surat kabar harian, ada yang *dead line*

<sup>6</sup> Joko Widodo, *Membangun Birokrasi Berbasis Kinerja*, Bayumedia, 2006, hal 45-46.

<sup>7</sup> <https://www.bawaslu.go.id/id/berita/harap-penyelenggara-pemilu-independen-dan-be-bas-intimidasi-bagja-tak-bertekuk-lutut-terhadap>, Rabu, 8 Desember 2021.

pengiriman pukul 19.00 Wib, 20.00 Wib atau 11.00 Wib. Bila dikirim usai *dead line*, berita tidak akan dimuat. Di era maraknya media *on line* saat ini, *dead line* pengiriman berita bisa lebih singkat. Bisa setengah jam atau satu jam setelah suatu peristiwa terjadi. Bahkan dengan adanya *live streaming* pada *media online*, berita harus dilaporkan dan disiarkan saat itu juga--meskipun belum dalam bentuk tulisan. Berita dalam bentuk tulisan dapat menyusul.

Hal yang sama berlaku di lingkungan Bawaslu. Laporan dugaan Pelanggaran Pemilu misalnya, disampaikan kepada Pengawas Pemilu paling lama 7 (tujuh) hari sejak diketahui terjadinya dugaan pelanggaran Pemilu. Temuan atau laporan pelanggaran Pemilu yang telah dikaji dan terbukti kebenarannya wajib ditindaklanjuti oleh Bawaslu sesuai tingkatannya, paling lama 7 (tujuh) hari setelah temuan dan laporan diterima dan diregistrasi. Dalam hal laporan tersebut mengandung unsur pidana, Bawaslu meneruskan laporan tersebut kepada penyidik dalam waktu paling lama 1 x 24 jam sejak laporan tersebut diputuskan sebagai tindak pidana Pemilu. Sementara untuk penyelesaian sengketa proses Pemilu, Bawaslu Provinsi, Bawaslu Kabupaten/Kota memeriksa dan memutus sengketa proses Pemilu paling lama 12 (dua belas) hari sejak diterimanya permohonan. Ketentuan tersebut menegaskan, begitu ketatnya pengaturan waktu dalam proses penanganan pelanggaran Pemilu.

Diatas itu semua, baik Bawaslu maupun pers acapkali dijuluki sebagai “kekuasaan keempat” (*the four estate*) setelah legislatif, eksekutif, dan yudikatif. Keduanya juga dikatakan sebagai pilar demokrasi yang bisa memberikan pendidikan politik bagi masyarakat. Selain juga dijuluki sebagai anjing penjaga (*watch dog*) atau pengawal demokrasi (*guardian of democracy*). Dalam posisinya sedemikian dahsyat tersebut, jika Bawaslu dan pers menjalankan

fungsinya secara efektif dan maksimal serta apalagi keduanya berkolaborasi, kekuatan apapun yang akan mengganjal proses demokratisasi, seperti cengkraman oligarki, akan dapat dijinakkan, dikendalikan dan diarahkan untuk kepentingan bangsa secara lebih luas.

## **B. Perbedaan Bawaslu dan Pers**

Selain adanya kemiripan, tentu saja juga banyak perbedaan. Diantaranya *pertama*: dari sisi namanya. Yang satu disebut Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu). Dan orang yang melakukan tugas tersebut disebut anggota Bawaslu. Sedangkan yang satunya lagi disebut pers atau media massa. Sedangkan yang bekerja di institusi pers atau media, disebut wartawan.<sup>8</sup> Terkadang disebut dengan awak media, atau jurnalis.

*Kedua*, dari sisi pengertian atau definisi Bawaslu dan pers. Definisi Bawaslu adalah lembaga Penyelenggara Pemilu yang mengawasi Penyelenggaraan Pemilu di seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI).<sup>9</sup> Sedangkan definisi pers adalah lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik, dan segala jenis saluran yang tersedia.<sup>10</sup>

*Ketiga*, dari sisi areal tugasnya. Bawaslu bertugas melakukan

---

<sup>8</sup> Wartawan adalah orang yang secara teratur melaksanakan kegiatan jurnalistik berupa mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, serta data dan grafik, maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik, dan segala jenis saluran lainnya. Peraturan Dewan Pers Nomor: 2/Peraturan-Dp/lii/2021 Tentang Uji Kompetensi Wartawan Akselerasi Jenjang Utama, Pasal 1 ayat 1.

<sup>9</sup> UU No. 7 tahun 2017 tentang Pemilu Pasal 1 Poin 17.

<sup>10</sup> UU No. 40 Tahun 1999 tentang Pers Pasal 1 Ayat 1.

pengawasan, pencegahan dan penindakan terhadap pelanggaran Pemilu, sebagaimana diamanatkan UU No. 7 tahun 2017 tentang Pemilu. Sedangkan pers nasional mempunyai fungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan, dan kontrol sosial, selain berfungsi sebagai lembaga ekonomi, sebagaimana diamanatkan oleh UU No. 40 tahun 1999 tentang Pers.

*Keempat*, Bawaslu memiliki kewenangan sebagai kuasi peradilan. Putusan Bawaslu yang sebelumnya hanya bersifat rekomendasi, kini memiliki kekuatan eksekutorial layaknya putusan pengadilan. Hal ini secara tidak langsung mentransformasi sifat kelembagaan Bawaslu menjadi kuasi peradilan selayaknya lembaga

Dalam konteks penanganan pelanggaran, sesuai dengan UU No. 7 Tahun 2017 Tentang Pemilu, Bawaslu memiliki kewenangan sebagai kuasi peradilan. Fungsi adjudikasi atau eksekutorial Bawaslu dapat dilaksanakan untuk memeriksa, mempertimbangkan, dan memutuskan pelanggaran administratif Pemilu, pelanggaran politik uang, serta sengketa proses Pemilu, atau fungsi eksekutorial. Fungsi mirip dimiliki Komisi Informasi Pusat (KIP) atau Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU). Sedangkan pers tidak mempunyai fungsi tersebut. Sementara yang memiliki fungsi mirip Bawaslu tersebut adalah Dewan Pers.

Kelima, perbedaan dari sisi subyek dalam proses penanganan pelanggaran. Dalam konteks ini, diatur mengenai Pengadu dan Teradu. Tentang Pengadu disebutkan pada UU No. 7 tahun 2017 tentang Pemilu Pasal 458 ayat (1) yaitu; (1) Peserta Pemilu, (2) Tim kampanye, (3) Masyarakat, dan/atau pemilih yang dilengkapi dengan identitas pengadu kepada DKPP. Sedangkan Teradu terdiri dari atas 3 unsur, yaitu;

1. Unsur KPU; Anggota KPU, Anggota KPU Provinsi, Anggota KPU Kab/Kota, Anggota KIP Aceh, Anggota KIP Kab/Kota,

- Anggota Panitia Pemilihan Kecamatan (PPK), Anggota Panitia Pemungutan Suara (PPS), Anggota Panitia Pemilihan Luar Negeri (PPLN), Anggota Kelompok Penyelenggara Pemungutan Suara (KPPS) dan Anggota Kelompok Penyelenggara Pemungutan Suara Luar Negeri (KPPSLN);
2. Unsur Bawaslu; Anggota Bawaslu, Anggota Bawaslu Provinsi, Anggota Bawaslu Kab/Kota, Panwaslu Kecamatan, Panwaslu Desa/Kelurahan, dan Pengawas TPS, dan Anggota Panwaslu Luar Negeri;
  3. Jajaran Sekretariat Penyelenggara Pemilu.

Dalam konteks pers, diatur oleh Peraturan Dewan Pers No. 3/Peraturan DP//VII/2013 tentang Prosedur Pengaduan ke Dewan Pers. Pada Pasal 5 ayat (1) dari Peraturan menyebutkan, jika terkait karya jurnalistik, Teradu adalah Penanggungjawab Media, dan (2) Pengadu mengajukan karya tulis jurnalistik yang diduga melanggar UU Pers dan atau Kode Etik Jurnalistik. Jika terkait dengan kegiatan jurnalistik, Pasal 6 ayat 1 mengatur, Teradu adalah wartawan beserta penanggungjawab media bersangkutan. Lalu ayat 2 mengatur, Pengadu mengajukan bukti kegiatan jurnalistik yang diduga melanggar UU Pokok Pers dan Kode Etik Jurnalistik.

*Keenam*, perbedaan juga terjadi dalam penanganan pelanggaran<sup>11</sup>. Alur penanganan pelanggaran di lingkungan Bawaslu secara singkat prosesnya: setelah mendapat laporan/temuan dilakukan registrasi. Jika memenuhi unsur pidana Pemilihan dilanjutkandengan klarifikasi, kajiandandembahasan

<sup>11</sup> Untuk memperkaya tata cara penanganan pelanggaran oleh Bawaslu, baca antara lain: Perbawaslu Mo. 7 tahun 2008 tentang Penanganan Temuan dan Laporan Pelanggaran Pemilu, Perbawaslu No. 8 tahun 2020 tentang Penanganan Pelanggaran Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, Walikota dan Wakil Walikota. Perbawaslu No. 8 tahun 2018 tentang Penyelesaian Pelanggaran Administratif Pemilu, Perbawaslu No. 2 tahun 2020 tentang Tata Cara Penyelesaian Sengketa Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, dan Walikota dan Wakil Walikota.

di Sentra Penegakan Hukum Terpadu (Sentra Gakkumdu) tahap 1 hingga tahap 3 (kesimpulan). Hasilnya dilakukan pelimpahan kasus kepada Jaksa yang dituangkan dalam Berita Acara yang ditandatangani oleh Pengawas Pemilu, Penyidik Tindak Pidana Pemilihan dan Jaksa.

Sedangkan di lingkungan pers, jika karya jurnalistik diduga melanggar UU No. 40 tahun 1999 tentang Pers dan melanggar Kode Etik Jurnalistik, pengaduan dapat dilakukan dengan cara tertulis atau dengan mengisi formulir pengaduan yang disediakan Dewan Pers dan pengadu wajib mencantumkan identitas diri. Proses penanganan pengaduan mulai dilakukan paling lambat 14 (empat belas) hari kerja sejak pengaduan diterima. Berbeda dengan Sentra Gakkumdu yang berwenang memutuskan suatu perkara pengaduan/laporan, di lingkungan pers menurut Sigit Surahman dan Fuqoha,<sup>12</sup> pemberian sanksi atas pelanggaran kode etik jurnalistik sesuai Peraturan Dewan Pers No. 6/Peraturan-DP/V/2008 akan dikembalikan kepada organisasi wartawan dan/atau perusahaan pers masing-masing dan/atau bila tidak dilaksanakan putusan hasil mediasi dapat diteruskan melalui ajudikasi.

*Ketujuh*, secara prinsipil, UU No. 7 Tahun 2017 tentang Pemilu ini dibentuk dengan dasar dan tujuan untuk menyederhanakan dan menyelaraskan serta menggabungkan pengaturan Pemilu yang termuat dalam tiga UU, yaitu UU No. 42 Tahun 2008 tentang Pemilu Presiden dan Wakil Presiden, UU No. 15 Tahun 2011 tentang Penyelenggara Pemilu, dan UU No. 8 Tahun 2012 tentang Pemilu Anggota DPR, DPD, dan DPRD. Selain itu, UU No. 7 tahun 2017 tentang Pemilu dimaksudkan untuk menjawab dinamika politik terkait penyelenggara dan peserta Pemilu, sistem pemilihan, manajemen Pemilu, dan penegakan hukum

<sup>12</sup> Sigit Surahman, Fuqoha, Mekanisme Penyelesaian Pelanggaran Kode Etik Jurnalistik Pada Dewan Pers Di Kota Serang, Jurnal LONTAR, Volume 5 No. 2 Juli-Desember 2017, hal 61.

dalam satu undang-undang, yaitu UU tentang Pemilu. Dalam UU ini juga diatur mengenai kelembagaan yang melaksanakan Pemilu, yakni: KPU, Bawaslu, serta DKPP.

Sedangkan tujuan utama dari UU No. 40 tahun 1999 tentang Pers untuk memberikan jaminan hukum kepada Pers Nasional agar dapat menjalankan fungsinya dengan sebaik-baiknya, dan dapat melaksanakan tugas kewajibannya serta menggunakan hak-haknya. Sementara cakupan yang diatur oleh UU No. 40 tahun 1999 tentang Pers menyangkut (1) Kemerdekaan pers dijamin sebagai hak asasi warga negara. 2. Terhadap pers nasional tidak dikenakan penyensoran, pembredelan atau pelarangan penyiaran. 3. Untuk menjamin kemerdekaan pers, pers nasional mempunyai hak mencari, memperoleh, dan menyebarkan gagasan dan informasi.

*Kedelapan*, perbedaan dari sifat UU. Bawaslu diatur melalui UU No. 7 tahun 2017 tentang Pemilu. Sifat UU ini boleh dikatakan *lex specialis derogat lex generalis* —sekalipun dalam penerapannya acapkali membutuhkan UU lainnya. Misalnya UU No. 14 tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik, UU No. 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, UU No. 40 tentang Pers, UU No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP), UU No. 40 Tahun 2008 tentang Penghapusan Diskriminasi Ras dan Etnis, dan lain sebagainya.

Berbagai UU diatas dipergunakan ketika Penyelenggara Pemilu saat melakukan penanganan pelanggaran Pemilu yang tidak bisa hanya diselesaikan oleh UU Pemilu. Bahkan tidak jarang, yang menonjol justru penggunaan UU non Pemilu. Misalnya terkait dengan pelanggaran ujaran kebencian (*hate speech*) berbau suku, agama, ras dan antar golongan (SARA), penyebaran hoaks dan berita palsu di dunia maya, dan sebagainya.

Sedangkan pers diatur oleh UU No. 40 tahun 1999 tentang Pers. UU ini mengatur tentang prinsip, ketentuan dan hak-hak penyelenggara pers di Indonesia. UU Pers disahkan di Jakarta pada 23 September 1999 oleh Presiden Indonesia Bacharuddin Jusuf Habibie dan Sekretaris Negara Muladi. Dalam UU Pers disebutkan, bahwa subjek dan objek jurnalistik di Indonesia memiliki tiga keistimewaan hak, yakni Hak tolak, Hak jawab, dan Hak koreksi. Ketiga hak tersebut juga telah diatur dalam Kode Etik Jurnalistik Indonesia (KEJ).

UU Pers mengandung 10 bab dan 21 pasal. Bab dan pasal tersebut berisi aturan dan ketentuan tentang pembredelan, penyensoran, asas, fungsi, hak dan kewajiban perusahaan pers, hak-hak wartawan, juga tentang Dewan Pers. Dewan Pers adalah lembaga negara yang mengatur dan bertanggungjawab atas kegiatan jurnalistik di Indonesia. Dewan Pers keberadaannya mirip dengan DKPP dalam konteks Penyelenggara Pemilu.

Seperti halnya UU No. 7 tahun 2017 tentang Pemilu, UU No. 40 tahun 1999 tentang Pers juga sifatnya *lex specialis derogat lex generalis*, namun dalam pelaksanaan acapkali harus mengadopsi UU lainnya. Terutama jika sudah terkait dengan penanganan pelanggaran tentang pelanggaran hoaks atau ujaran kebencian di media masa saat Pemilu/Pilkada.

UU terkait tersebut antara lain UU No. 14 tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik, UU No. 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas UU No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, UU No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP), dan lain-lain. Dan yang tidak kalah pentingnya adalah UU No. 7 tahun 2017 tentang Pemilu. Karena dalam UU ini banyak mengatur larangan kampanye, termasuk yang berhubungan dengan kampanye di media massa, baik media cetak televisi, radio maupun media online.



Selain UU Pers, dalam jagad media massa ada pula UU No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran. Media penyiaran yang diatur oleh UU Penyiaran terdiri atas radio dan televisi. Sebagai penjabaran dari UU Penyiaran, Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) menetapkan Pedoman Perilaku Penyiaran (P3) sebagai proses batas pembuatan program siaran; dan Penyiaran Standar Program (SPS) sebagai batas program siaran dalam pengiriman.

*Kesembilan*, perbedaan dari sumber pendanaan atau anggaran untuk membiayai kegiatan/program, anggaran operasional dan terutama gaji. Penyelenggara Pemilu dari mulai tingkat pusat maupun Kabupaten/Kota beroleh anggaran dari APBN, termasuk untuk kegiatan Pemilu. Sedangkan untuk kegiatan Pilkada beroleh anggaran dari APBD. Besaran gajinya cukup memadai.

Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 4 Tahun 2019 tentang Kedudukan Keuangan Ketua dan Anggota Badan Pengawas Pemilihan Umum (Bawaslu), Bawaslu Provinsi, Bawaslu Kabupaten/Kota, dan Dewan Kehormatan Penyelenggara Pemilihan Umum (DKPP) merinci besaran uang kehormatan yang harus diberikan negara kepada mereka setiap bulannya sebagai berikut: Bawaslu RI: 1. Ketua sebesar Rp 38.799.000, 2. Anggota sebesar Rp 35.987.000. Bawaslu Provinsi: 1. Ketua Rp18.194.000 2. Anggota Rp16.709.000, Bawaslu Kabupaten/Kota: 1. Ketua Rp 11.540.700, 2. Anggota Rp 10.415.700. Kabarnya uang kehormatan Bawaslu dan KPU Periode 2022-2027 pada semua tingkatan akan dinaikkan sekitar tiga kali lipat dari sebelumnya.

Sementara awak media atau wartawan, gajinya bervariasi. Tergantung kesanggupan perusahaan medianya. Kebanyakan awak media beroleh gaji sangat minimal. Aliansi Jurnalis Independen (AJI) seperti ditulis Herutjahjo Soewardojo pada artikelnya berjudul “Carut Marut Rangkap Jabatan di Dunia Kewartawanan”<sup>13</sup> pernah melakukan survei mengenai upah

<sup>13</sup> [https://dewanpers.or.id/publikasi/opini\\_detail/32/Carut\\_Marut\\_Rangkap\\_Jabatan\\_di\\_Dun-](https://dewanpers.or.id/publikasi/opini_detail/32/Carut_Marut_Rangkap_Jabatan_di_Dun-)

layak jurnalis. Hasilnya sungguh menyedihkan. Menurut survei AJI Indonesia atas 400 jurnalis dari 77 media di 17 kota, masih ada jurnalis yang diupah kurang dari 200 ribu rupiah, jauh lebih rendah dari upah minimum yang ditetapkan pemerintah.

Survei serupa sebelumnya juga dilakukan oleh Hanitzsch (2004—*unpublished*) sebagaimana dikutip Effendi Ghazali dalam makalahnya berjudul: *Kekecewaan Publik terhadap Pers: Dari Munir yang “Tenggelam” di tengah Tsunami Sampai Jurnalis dengan Kepribadian Terbelah* (2005). Atas survei yang dilakukan Hanitzsch pada Agustus 2001 hingga Februari 2002 terhadap 385 jurnalis yang berada di Jakarta, Yogyakarta dan Sumatera Utara itu, Effendi Ghazali menulis sebagai berikut:

Sebanyak 68,5 % jurnalis Indonesia menerima gaji bulanan antara 1 hingga 3 juta rupiah (antara 120 hingga 360 dolar Amerika pada waktu itu); hanya 9 % yang menerima gaji di atas angka tersebut. Gaji seperti ini dianggap sudah lebih baik dari rata-rata penghasilan penduduk di daerah dimana riset dilakukan Hanitzsch. Namun demikian, 19 % wartawan Indonesia harus hidup dengan gaji sekitar 500 ribu hingga 1 juta rupiah per bulan (60 sampai 120 dolar), dan 3,5 % menerima lebih rendah dari 500 ribu rupiah. Hanitzsch mencatat bahwa gaji di bawah 1 juta rupiah tidaklah cukup untuk menopang hidup sebuah keluarga *urban* Indonesia.

Kemudian Ghazali menambahkan: “Barangkali karena hal itulah, dalam penelitiannya, ia (Hanitzsch) menemukan 1 dari 4 wartawan di Indonesia memiliki *pekerjaan sampingan* (huruf tebal dari saya—pen) sebagai sopir taksi atau bahkan bekerja sebagai pegawai negeri. Hebatnya, 77 % jurnalis mengatakan bahwa mereka puas dengan pekerjaannya; 22,6 persen malah mengatakan sangat puas”. Tidak jelas apakah mereka “puas”

---

ia\_Kewartawanan, 07 Juli 2008.

dan “sangat puas” karena memiliki pekerjaan sampingan yang kadang-kadang melebihi gajinya itu. Yang jelas apa yang diungkapkan dalam penelitian itu tidak terlalu mengejutkan.

AJI memberikan data lebih “gres”: sekitar 580 media cetak yang masih terbit di awal 2008, hanya 30 % yang sehat bisnis. Dari sekitar 2.000 stasiun radio dan 115 stasiun televisi pada kurun yang sama hanya 10 % yang sehat bisnis. Tidak heran, kalau secara olok-olok sering disebut-sebut ada penerbitan yang “menggaji” wartawannya cukup dengan kartu pers. Tampaknya kartu pers untuk sebagian wartawan merupakan senjata lebih ampuh ketimbang kemampuan profesionalnya.

### **C. DKPP, Dewan Pers dan KPI**

Guna mengawasi pelaksanaan tugas Penyelenggara Pemilu, UU No. 7 tahun 2017 tentang Pemilu Pasal 159 mengatur tentang Dewan Kehormatan Penyelenggara Pemilu (DKPP). Lembaga ini bertugas: (a) menerima aduan dan/atau laporan dugaan adanya pelanggaran kode etik yang dilakukan oleh Penyelenggara Pemilu; dan b. melakukan penyelidikan dan verifikasi, serta (c) pemeriksaan atas aduan dan/atau laporan dugaan adanya pelanggaran kode etik yang dilakukan oleh Penyelenggara Pemilu.

Adapun wewenangnya (a) memanggil Penyelenggara Pemilu yang diduga melakukan pelanggaran kode etik untuk memberikan penjelasan dan pembelaan; (b) memanggil pelapor, saksi, dan/atau pihak lain yang terkait untuk dimintai keterangan, termasuk untuk dimintai dokumen atau bukti lain; (c) memberikan sanksi kepada Penyelenggara Pemilu yang terbukti melanggar kode etik; dan (d) memutus pelanggaran kode etik.

DKPP berkewajiban: (a) menerapkan prinsip menjaga keadilan, kemandirian, imparialitas, dan transparansi; (b)

menegakkan kaidah atau norma etika yang berlaku bagi Penyelenggara Pemilu; (c) bersikap netral, pasif, dan tidak memanfaatkan kasus yang timbul untuk popularitas pribadi; dan (d) menyampaikan putusan kepada pihak terkait untuk ditindaklanjuti.

Selain melaksanakan fungsi-fungsi penindakan tersebut, DKPP melakukan rangkaian program pencegahan (*prevention act*), melalui rangkaian kampanye pencegahan pelanggaran kode etik penyelenggara Pemilu. Perlunya DKPP melakukan rangkaian program pencegahan, didasari oleh suatu kenyataan bahwa terjadinya pelanggaran kode etik di satu sisi merupakan kerja mandiri seorang atau lebih anggota penyelenggara Pemilu, di sisi lain ternyata pelanggaran juga bertali-temali dengan kondisi objektif dan subyektif dalam suatu konstelasi sosial, atau dalam suatu kompleksitas dinamika politik melibatkan aktor-aktor bermuatan kepentingan pragmatis para aktor politik serta para pemangku kepentingan yang bermain. Untuk itu, DKPP melakukan rangkaian program kampanye pencegahan melalui sosialisasi yang dilakukan.<sup>14</sup>

DKPP berperan penting untuk memastikan kemandirian, integritas dan kredibilitas penyelenggaraan pemilihan umum, menjamin etika Penyelenggara Pemilu tetap terjaga dalam rangka menghasilkan pemilihan umum yang berkualitas. Dalam rangka mewujudkan dan menegakkan kehormatan penyelenggara Pemilu tersebut DKPP diberikan kewenangan sebagaimana tercantum dalam Pasal 112 UU No. 15 Tahun 2011 untuk menjatuhkan sanksi berupa teguran tertulis; pemberhentian sementara; atau pemberhentian tetap terhadap penyelenggara pemilu yang melanggar Kode Etik Penyelenggara Pemilu. Dalam praktiknya, DKPP memberikan sanksi sesuai kadar kesalahannya.<sup>15</sup>

<sup>14</sup> Syopiansyah Jaya Putra, dkk, Outlook 2016, Refleksi dan Proyeksi, DKPP RI, 2016, hal 4.

<sup>15</sup> Editorial Jurnal Etika & Pemilu Volume 1, No. 2, Agustus tahun 2015.

DKPP sudah banyak melakukan fungsinya dalam penegakan Kode Etik Penyelenggara Pemilu (KEPP). Hingga 2012, Penyelenggara Pemilu banyak yang tersandung kasus korupsi hingga etik. Khusus etik, sebanyak 1.046 orang penyelenggara pemilu sudah kena sanksi etik. Ahli hukum Rivai Kusumanegara mencatat, sepanjang 6 tahun terakhir terdapat 44 kasus kasus korupsi yang melibatkan KPU di berbagai daerah. Di waktu yang sama, pihak Bawaslu yang terkena kasus korupsi sebanyak 43 kasus.<sup>16</sup>

Namun demikian, wewenang fundamental DKPP dalam menjatuhkan sanksi terhadap pelanggaran KEPP yang sebelumnya bersifat final dan mengikat, belakangan mengalami tafsir ulang. Cikal bakalnya dipicu oleh putusan DKPP pada Maret 2020 yang memecat Evi Novida Ginting dari Anggota KPU dan Arief Budiman dari Ketua KPU, terkait sengketa pemilu DPRD Kalimantan Barat, menuai sorotan. Putusan final itu berbuntut terbitnya Keppres tentang pemberhentian keduanya. Namun, Keppres itu digugat ke Pengadilan Tata Usaha Negara (PTUN) dan dimenangkan, putusan pun DKPP batal. Tak sampai situ, Arief dan Evi menggugat ketentuan tentang putusan DKPP final dan mengikat seperti tertuang dalam UU Pemilu. Pasal 458 Ayat (13) UU Pemilu berbunyi, “Putusan sebagaimana dimaksud dalam ayat (10) berifat final dan mengikat”.

Lalu MK dalam putusan Nomor 32/PUU-XIX/2021 memutuskan mengabulkan sebagian permohonan Evi dan Arief. Menurut MK, ketentuan tersebut bertentangan dengan konstitusi sepanjang tidak dimaknai mengikat bagi presiden, KPU, KPU provinsi, KPU kabupaten/kota, dan Bawaslu. MK mengabulkan sebagian permohonan uji materi Pasal 458 Ayat (13) UU No. 7 Tahun 2017 tentang Pemilu. Sejak putusan MK

<sup>16</sup> <https://news.detik.com/berita/d-5847801/1046-penyelenggara-pemilu-disanksi-etik-selek-si-kpu-diminta-diperketat> Kamis, 9 Desember 2021.

itu, maka putusan DKPP terkait etik penyelenggara pemilu tak lagi final dan mengikat, alias bisa digugat ke PTUN.

Mengomentari putusan MK tersebut, Direktur Eksekutif Perkumpulan untuk Pemilu dan Demokrasi (Perludem), Khoirunnisa, Kamis (31/3/2022) berpendapat, putusan terbaru MK terkait sifat putusan DKPP menegaskan bahwa DKPP bukanlah pengadilan etikcom. Seraya menjelaskan, keputusan DKPP memang final dan mengikat tetapi mengikat untuk Presiden, KPU, KPU Provinsi, KPU Kabupaten/Kota, serta Bawaslu. Namun, ketetapan dari Presiden, KPU, KPU provinsi, KPU kabupaten/kota, serta Bawaslu bisa disengketakan ke pengadilan tata usaha negara (PTUN). Sehingga ketika ada penyelenggara pemilu yang merasa hak elektoralnya tercederai dapat mencari ruang hukum melalui PTUN. Ini penegasan kembali atas putusan MK yang lalu.

Sebelumnya, Ketua DKPP Muhammad menjelaskan, dengan putusan tersebut, ketika ada putusan DKPP, maka presiden, Bawaslu, dan KPU wajib melaksanakan sesuai tingkatannya. “Namun misalnya ada penyelenggara pemilu yang merasa dirugikan atas pelaksanaan putusan DKPP melalui keputusan administratif presiden, KPU, dan Bawaslu maka hal inilah yang ditegaskan oleh Mahkamah Konstitusi, terbuka ruang untuk menggugat,” kata Muhammad seperti dikutip dari keterangan tertulisnya yang diterima Kompas.com.

Kuasa hukum Arief Budiman dan Evi, Fauzi Heri<sup>17</sup>, mengurai tujuh dampak putusan MK. Apa saja? *Pertama*, MK menyatakan DKPP bukanlah badan peradilan. Dengan demikian, maka penyematan DKPP sebagai peradilan etika telah dikoreksi oleh MK. Frasa putusan DKPP tidak sama dengan frasa putusan

<sup>17</sup> <https://kumparan.com/kumparannews/7-dampak-putusan-dkpp-tak-lagi-final-dan-mengikat-1xoNQAubBCi/full>, 4 April 2022.

lembaga peradilan, tetapi lebih tepat digolongkan sebuah keputusan Tata Usaha Negara yang bersifat konstitutif,” ucap Fauzi dikutip Minggu (3/4).

*Kedua*, putusan DKPP masih memerlukan tindaklanjut dari Presiden, KPU, dan Bawaslu, belum memenuhi syarat keputusan yang final sebagaimana syarat yang diatur dalam UU TUN bahwa keputusan yang dapat digugat di peradilan TUN adalah keputusan yang konkret, individual, dan final. Oleh karena itu, dalam pertimbangan hukumnya MK menjelaskan bahwa keputusan tindak lanjut atas putusan DKPP yang bersifat deklaratif-lah yang menjadi objek sengketa TUN.

*Ketiga*, MK menegaskan, baik terhadap putusan DKPP maupun terhadap putusan PTUN yang mengoreksi atau menguatkan putusan DKPP, Presiden, KPU, KPU Provinsi, KPU Kabupaten/Kota, dan Bawaslu, tidak memiliki kewenangan untuk menafsirkan lain. *Keempat*, dalam menerbitkan sebuah putusan, DKPP akan lebih berhati-hati lagi sehingga pelanggaran atas syarat sahnya sebuah keputusan sebagaimana diatur dalam UU 30 Tahun 2014 tentang administrasi pemerintahan, akan dapat diminimalisir.

Fauzi menyebut putusan DKPP yang memberhentikan Arief dan Evi merupakan tindakan *abuse of power* karena melampaui kewenangan, melanggar syarat kuorum, dan mengabaikan pencabutan laporan oleh pengadu. Sehingga asas *actory incumbit probatio* (siapa yang melaporkan, dia yang membuktikan) dan asas *audi et alteram partem* (mendengarkan semua pihak) telah diabaikan oleh DKPP.

*Kelima*, mekanisme kontrol berupa *check and balance* dapat dilakukan terhadap DKPP. Dengan demikian potensi penyalahgunaan wewenang oleh para komisioner DKPP dapat

dikontrol oleh publik. *Keenam*, kedudukan kelembagaan dalam segitiga lembaga penyelenggara pemilu yaitu KPU, Bawaslu, dan DKPP akan kembali seperti yang diinginkan oleh pembentuk Undang-Undang yakni kedudukan yang setara dan sederajat. Tidak ada satu pun lembaga penyelenggara pemilu yang boleh mengatasi lembaga penyelenggara pemilu lainnya.

*Ketujuh*, para komisioner KPU dan Bawaslu baik di tingkat pusat maupun daerah tidak lagi menjadikan putusan DKPP sebagai pedoman dalam mengambil keputusan. Praktik yang terjadi selama ini, KPU dan Bawaslu karena takut disanksi oleh DKPP, mempertimbangkan faktor sanksi DKPP dalam membuat sebuah keputusan. Padahal seyogyanya faktor yang menjadi dasar dalam pengambilan keputusan *an sich* harus berdasarkan kepada peraturan perundang-undangan yang berlaku. Akibatnya, independensi KPU dan Bawaslu yang dijamin oleh konstitusi selama ini seolah terintimidasi oleh DKPP. Dengan adanya putusan MK ini, maka tekanan terhadap independensi terhadap KPU dan Bawaslu itu dapat dieliminir.

Sementara di jagat pers atau media massa, lembaga sejenis DKPP adalah Dewan Pers. Berdasarkan UU No. 40 tahun 1999 tentang Pers Pasal 15 ayat (2) menyebutkan tugas pokok dan fungsi Dewan Pers. Diantaranya: a. Melindungi kemerdekaan pers dari campur tangan pihak lain; b. Melakukan pengkajian untuk pengembangan kehidupan pers; c. Menetapkan dan mengawasi pelaksanaan Kode Etik Jurnalistik; d. Memberikan pertimbangan dan mengupayakan penyelesaian pengaduan masyarakat atas kasus-kasus yang berhubungan dengan pemberitaan pers; e. Mengembangkan komunikasi antara pers, masyarakat, dan pemerintah; f. Memfasilitasi organisasi-organisasi pers dalam menyusun peraturan-peraturan di bidang pers dan meningkatkan kualitas profesi kewartawanan, dan lain-lain.



Dewan Pers kini menjadi lembaga independen karena tidak lagi menjadi penasihat pemerintah tapi pelindung kemerdekaan pers. Hubungan struktural antara Dewan Pers dengan pemerintah diputus, terutama dipertegas dengan pembubaran Departemen Penerangan oleh Presiden Abdurrahman Wahid. Tidak lagi ada wakil pemerintah dalam keanggotaan Dewan Pers seperti yang berlangsung selama masa Orde Baru. Meskipun pengangkatan anggota Dewan Pers tetap melalui Keputusan Presiden, namun tidak ada lagi campur tangan pemerintah terhadap institusi maupun keanggotaan Dewan Pers yang independen. Jabatan Ketua dan Wakil Ketua Dewan Pers tidak lagi dicantumkan dalam Keputusan Presiden namun diputuskan oleh seluruh anggota Dewan Pers dalam Rapat Pleno.<sup>18</sup>

Begitupun Dewan Pers tidak sunyi dari kritik. Antara lain Dewan Pers dianggap tidak sepenuhnya mempunyai otonomi penuh menjangkau, memilih dan menetapkan anggotanya. Bahkan poin ini atau terkait pemilihan anggota Dewan Pers, sempat dilakukan uji materi ke MK oleh Heintje Grontson Mandagie dkk yang mewakili Dewan Pers Indonesia. Dari sisi Dewan Pers, Ketua Komisi Hukum dan Perundang-undangan Dewan Pers Agung Dharmajaya berharap MK menolak gugatan uji materi UU No. 40 Tahun 1999 tentang Pers. Pasalnya, jika MK mengabulkan gugatan tersebut, maka akan melemahkan fungsi Dewan Pers.

Berbagai kritik lainnya terhadap Dewan Pers banyak seputar anggapan bahwa Dewan Pers tidak sepenuhnya melakukan tindakan pembelaan, perlindungan, dan/atau pencegahan apapun terhadap wartawan yang mengalami persekusi atau problem hukum karena menjalankan profesinya. Justru sebaliknya, Dewan Pers dituding menjadi bagian dari para pihak yang gemar

<sup>18</sup> Anggota Dewan Pers yang independen, menurut UU Pers Pasal 15 ayat (3), dipilih secara demokratis setiap tiga tahun sekali, yang terdiri dari: (a) Wartawan yang dipilih oleh organisasi wartawan; (b) Pimpinan perusahaan pers yang dipilih oleh organisasi perusahaan pers; dan (c) Tokoh masyarakat, ahli di bidang pers dan atau komunikasi, dan bidang lainnya yang dipilih oleh organisasi wartawan dan organisasi perusahaan pers.

mengkriminalisasi jurnalis, memberi cap negatif terhadap jurnalis.

Selain Dewan Pers, di Indonesia ada juga lembaga sejenis yang bernama Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Sesuai dengan UU No. 32 tahun 2002 Pasal 5 tentang Penyiaran diarahkan antara lain menjunjung tinggi pelaksanaan Pancasila dan UUD 1945; menjaga dan meningkatkan moralitas dan nilai-nilai agama serta jati diri bangsa; menjaga dan mempererat persatuan dan kesatuan bangsa; meningkatkan kesadaran ketaatan hukum dan disiplin nasional; menyalurkan pendapat umum serta mendorong peran aktif masyarakat dalam pembangunan nasional dan daerah serta melestarikan lingkungan hidup; mencegah monopoli kepemilikan dan mendukung persaingan yang sehat di bidang penyiaran; memberikan informasi yang benar, seimbang, dan bertanggung jawab; memajukan kebudayaan nasional, dan lain-lain.

Adapun wewenang KPI antara lain: menetapkan standar program siaran; menyusun peraturan dan menetapkan pedoman perilaku penyiaran; mengawasi pelaksanaan peraturan dan pedoman perilaku penyiaran serta standar program siaran; memberikan sanksi terhadap pelanggaran peraturan dan pedoman perilaku penyiaran serta standar program siaran, dan lain-lain.

Selain itu, KPI mempunyai tugas dan kewajiban menjamin masyarakat untuk memperoleh informasi yang layak dan benar sesuai dengan hak asasi manusia; ikut membantu pengaturan infrastruktur bidang penyiaran; ikut membangun iklim persaingan yang sehat antarlembaga penyiaran dan industri terkait; memelihara tatanan informasi nasional yang adil, merata, dan seimbang; menampung, meneliti, dan menindaklanjuti aduan, sanggahan, serta kritik dan

apresiasi masyarakat terhadap penyelenggaraan penyiaran; dan menyusun perencanaan pengembangan sumber daya manusia yang menjamin profesionalitas di bidang penyiaran.

Singkat kata, UU No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran yang lahir pada era reformasi sebagai salah satu produk hukum yang demokratis. UU Penyiaran berusaha meletakkan prinsip-prinsip dasar sistem penyiaran demokratis dengan mendorong sistem penyiaran yang lebih terdesentralisasi. *By design*, UU Penyiaran ini hendak menggeser dominasi negara yang sudah berlangsung selama kurang lebih tiga dekade, menggeser dari sentralisasi ke desentralisasi, dari otoritarianisme ke demokrasi. Sebagai usaha membangun sistem penyiaran yang demokratis, peran negara dalam hal regulasi media haruslah seminimal mungkin.<sup>19</sup>

Sebaliknya, peran negara harus lebih diletakkan dalam kerangka mendorong lembaga penyiaran publik dan komunitas demi menjaga keberagaman isi siaran. Untuk itulah, pada 2003 dibentuk KPI yang pada dasarnya diharapkan sebagai satu-satunya lembaga independen yang mempunyai wewenang untuk mengatur penyiaran. Sesuai amanat UU, lembaga ini bertugas mengatur lembaga penyiaran baik publik, komunitas, swasta maupun berlangganan agar senantiasa beroperasi dalam kerangka demokrasi.

Dengan demikian, KPI berbeda dengan Dewan Pers. Perbedaannya terletak pada fungsinya. Fungsi Dewan Pers antara lain menetapkan dan mengawasi pelaksanaan Kode Etik Jurnalistik dan mengupayakan penyelesaian pengaduan masyarakat atas kasus yang berhubungan dengan pemberitaan pers. Ruang lingkup wewenang Dewan Pers dengan demikian adalah media massa cetak, siber, radio, dan televisi, sejauh mereka melakukan

<sup>19</sup> S. Bayu Wahyono, dkk, *Ironi Eksistensi Regulator Media Di Era Demokrasi, Studi Evaluatif terhadap Peran Regulator Media dan Komunikasi dalam Menegakkan Demokrasi di Indonesia*, Penerbit Pemantau Regulasi dan Regulator Media (PR2Media) & Yayasan Tifa Yogyakarta, 2011, hal 90.

fungsi-fungsi jurnalistik. Sedangkan KPI adalah lembaga negara independen yang dibentuk berdasarkan UU Penyiaran No. 32 tahun 2003 untuk menjalankan fungsi regulator penyelenggaraan penyiaran di Indonesia. Ruang lingkup KPI dengan demikian adalah lembaga penyiaran radio dan televisi yang dapat dibagi menjadi tiga: publik, komunitas dan swasta.<sup>20</sup>

Dalam perkembangannya, KPI ternyata belum sepenuhnya mampu membangun sistem penyiaran yang demokratis sesuai amanat undang-undang. Sistem penyiaran berjangkauan hingga kini belum bisa diimplementasikan, sementara ruang publik penyiaran didominasi oleh lembaga penyiaran swasta yang hanya mengejar keuntungan. Akibatnya, program siaran miskin edukasi. Sebaliknya, lembaga penyiaran, terutama televisi, lebih didominasi oleh tayangan gosip dalam bentuk infotainment, sinetron dengan kualitas rendah, dan *reality show*.<sup>21</sup>

Berita-berita yang disiarkan semestinya mampu “menuntun” masyarakat untuk terlibat dalam proses pengambilan kebijakan publik ternyata kualitasnya juga jauh dari yang diharapkan. Berita lebih didominasi oleh hal-hal yang bersifat sensasional, melanggar privasi, dan mengeksploitasi kekerasan secara berlebihan sehingga berita bukannya “mencerahkan”, tetapi justru memberikan rasa takut (*scary news*). Dalam situasi semacam ini, tidak berlebihan jika kemudian muncul banyak kritik yang dialamatkan kepada KPI dengan menuduh, misalnya, KPI tidak melakukan apapun guna memperbaiki buruknya dunia penyiaran.<sup>22</sup>

#### **D. Tantangan Bawaslu dan Pers**

Tantangan yang dihadapi oleh Penyelenggara Pemilu khususnya Bawaslu maupun pers, ada kemiripan sekalipun terdapat

<sup>20</sup> Agus Sudibyo, 50 Tanya Jawab tentang Pers, Kepustakaan Populer Gramedia, 2013, hal 132.

<sup>21</sup> S. Bayu Wahyono, dkk, Op cit, hal 91.

<sup>22</sup> Ibid, hal 91.

pula beberapa perbedaan. Tantangan tersebut secara sederhana dapat dibedakan menjadi dua aspek atau dimensi, yakni: tantangan internal dan tantangan eksternal. Penjelasan dari kedua tantangan tersebut adalah sebagai berikut:

### 1. Tantangan Internal

Tantangan internal diantaranya *pertama* tentang integritas. Integritas merupakan mahkota pers dan Penyelenggara Pemilu. Sekalipun banyak awak media, namun masih ada juga yang belum atau tidak berintegritas. Contoh pers atau media yang tidak berintegritas, yakni: pers partisan, tidak berimbang dalam menurunkan berita, dan tidak beritikad buruk; tidak menerapkan asas praduga tak bersalah; membuat berita bohong, fitnah, sadis, dan cabul; menyalahgunakan profesi dan menerima suap; menulis atau menyiarkan berita berdasarkan prasangka atau diskriminasi terhadap seseorang atas dasar perbedaan suku, ras, warna kulit, agama, jenis kelamin, dan bahasa serta merendahkan martabat orang lemah, miskin, sakit, cacat jiwa atau cacat jasmani, dan sebagainya.

Troy Pantouw (Public Relations Manager) berpendapat, ada trilogi profesi yang harus dimiliki wartawan, yaitu kompetensi, integritas moral, dan wawasan luas. Saat ini banyak wartawan yang tidak memenuhi trilogi tersebut. Contohnya ada oknum wartawan yang datang ke perusahaan dan tanpa malu-malu meminta uang. Ada juga berita dimuat tanpa konfirmasi.<sup>23</sup>

Setarikan nafas dengan hal di atas, Ketua Dewan Pers Azyumardi Azra mengaku prihatin dengan banyaknya media abal-abal di Indonesia. Menurutnya, keberadaan media abal-abal tersebut membuat repot banyak pihak. “Medianya abal-abal, penulis abal-abal, terkadang isinya juga abal-abal. Ini yang membuat repot banyak pihak,” ujar Azra dalam siaran pers dewan pers, Sabtu (4/6/2022). Padahal, jurnalisme haruslah berkualitas. Dengan begitu, berita yang disajikan pewarta akan

<sup>23</sup> <https://dewanpers.or.id/berita/detail/520/tolak-amplop-contoh-wartawan-profesional>.

kredibel dan akuntabel atau dapat dipertanggungjawabkan.

Dalam kaitan dengan Penyelenggara Pemilu, Ketua DKPP Dr. Harjono berpendapat, integritas artinya KPU dan Bawaslu harus jujur. Karena Pemilu yang baik itu, pemilih diberi haknya.<sup>24</sup> Penyelenggara Pemilu disebut berintegritas manakala memiliki sikap-sikap tidak memihak; mendistribusikan informasi kepada warga secara transparan; membuka kesempatan kepada publik untuk menilai kinerjanya; berkinerja baik.<sup>25</sup>

Namun dalam kenyataannya masih ada Penyelenggara Pemilu yang tidak berintegritas. Berdasarkan riset Pusat Kajian Politik (Puskapol) Universitas Indonesia terhadap mereka yang diproses dan diputuskan oleh DKPP, terkait dengan problem integritas Penyelenggara Pemilu adalah pelanggaran asas kemandirian dan keadilan penyelenggara pemilu. Modus pelanggaran etika yang terjadi juga beragam: manipulasi suara, pelanggaran hak pilih, perlakuan tidak adil, pelanggaran hukum, pembiaran, kelalaian pada proses tahapan Pemilu, hingga pelanggaran netralitas dan keberpihakan. Temuan ini sesungguhnya mengkonfirmasi bahwa mewujudkan penyelenggara Pemilu yang profesional, tidak memihak dan senantiasa transparan dalam pelaksanaannya merupakan tantangan utama menuju pemilu berintegritas.<sup>26</sup>

*Kedua* profesionalitas dan kompetensi. Penyelenggara Pemilu, belum seluruhnya profesional dan menjadi momok perjalanan demokrasi di Indonesia. “Data-data yang dimiliki DKPP sudah menggambarkan bahwa kualitas pemilu kita ada kelemahan dalam profesionalitas yang artinya di penyelenggaranya,” kata Ketua Dewan Kehormatan Penyelenggara Pemilu (DKPP), Harjono di sela Rapat Koordinasi Nasional Tim Pemeriksa Daerah (Rakornas TPD) dan Penyampaian Laporan Kinerja

<sup>24</sup> <https://dkpp.go.id/ketua-dkpp-penyelenggara-pemilu-harus-independen-dan-berintegritas>.

<sup>25</sup> Mudiwati Rahmatunnisa, Mengapa Integritas Pemilu Penting? Jurnal Bawaslu, Vol. 3 No. 1 2017, hal 5-6.

<sup>26</sup> <https://www.puskapol.ui.ac.id/sports/pemilu-2019-dan-ujian-integritas-penyelenggara.html>, 9 Mei 2019.

(Lapkin) DKPP 2019 di Hotel Mercure Ancol, Jakarta, Sabtu (14/12/2020).

Untuk itu, DKPP akan melakukan kajian mendalam dari perkara-perkara pelanggaran kode etik oleh penyelenggara pemilu. Tujuannya untuk menemukan rumusan yang komprehensif dalam memperbaiki mutu penyelenggara Pemilu dan bisa menjadi masukan kepada pembuat UU. DKPP akan memberikan masukan dari penanganan perkara kepada pembuat Undang-undang kepegiluan. Namun DKPP akan melakukan kajian mendalam terlebih dahulu secara mendalam supaya tidak bersifat reaktif. Pasalnya kita menurut Harjono kerap membuat UU itu reaktif, ketika ada kejadian A lalu kita terapkan B tanpa menimbang resiko.

Salah satu akar masalahnya, menurutnya akibat buruknya mutu panitia seleksi (Pansel) anggota KPU dan Bawaslu Provinsi/Kabupaten/Kota. Proses rekrutmen yang masih dibayangi keberpihakan tentu menghasilkan penyelenggara Pemilu yang tidak profesional. Akibatnya, KPU RI sering membubarkan dan membentuk Pansel baru karena terjadi keberpihakan dalam proses penentuan anggota KPU daerah. Persoalan-persoalan ini juga dirasakan oleh KPU dan Bawaslu RI sehingga menjadi permasalahan bersama perlu dicarikan solusinya secara bersama-sama dan nantinya bisa disikapi oleh pembuat UU.<sup>27</sup>

Sementara di belantika dunia pers, jurnalis senior Leo Batubara mengatakan, wartawan yang menolak amplop (uang) dari narasumber bisa digolongkan wartawan profesional. Selama ini keberadaan wartawan yang hanya mengejar amplop telah merusak kredibilitas pers. Leo, menyarankan masyarakat untuk tegas menolak wartawan amplop. Misalnya dengan tidak memberikan uang yang diminta. Masyarakat juga perlu kritis

<sup>27</sup> <https://mediaindonesia.com/politik-dan-hukum/277919/rendahnya-profesionalitas-penyelenggara-pemilu-momok-demokrasi>, Sabtu 14 Desember 2019.

terhadap wartawan yang datang, caranya dengan menanyakan identitas dan bukti karya jurnalistik mereka. Leo minta, jika meminta amplop, jangan dilayani. Jika memeras lapor ke polisi.<sup>28</sup>

Kebalikan dari wartawan profesional adalah wartawan gadungan. Manakala wartawan profesional sebagaimana didefinisikan dalam UU No. 40 tahun 199 tentang Pers Pasal 1 ayat (4) adalah orang yang secara teratur melaksanakan kegiatan jurnalistik. Sedangkan wartawan gadungan atau wartawan bodrek. Mereka hanya menunggangi pers untuk kepentingan pribadi atau golongan. Cuma berbekal kartu pers, atau bukti lembaran surat kabar yang hanya terbit satu-dua edisi, mereka mendekati narasumber dengan alasan ingin wawancara namun ujungnya meminta uang. Bahkan tak jarang dengan cara pemerasan.<sup>29</sup> Pers tidak profesional dicirikan juga dengan produk jurnalistiknya yang menghasilkan berita tidak akurat, mencampurkan fakta dan opini, menjadikan wartawan sebagai kerja sambilan atau bukan tugas pokoknya, dan sebagainya.

*Ketiga* independensi. Manakala independensi dimaknai sebagai sikap tidak tergantung atau mandiri kepada siapapun atau lembaga manapun. Terkecuali kepada kebenaran yang mengacu kepada peraturan perundangan, maka pers mau tak mau harus bersikap independen dalam melaksanakan tugas dan fungsinya, terutama saat peliputan berita Pemilu. Hal ini menurut pekerja pers Irawan Saptono sebagai bagian tersulit dalam peliputan Pemilu.<sup>30</sup>

Untuk mengatasi masalah ini, Dewan Pers menerbitkan Surat Edaran Dewan Pers Nomor: 02/SE-DP/II/2014 tentang Independensi Wartawan dan Pemuatan Iklan Politik di Media Massa. Bahkan Ketua Dewan Pers Yosep Stanley Adi Prasetyo

<sup>28</sup> <https://dewanpers.or.id/berita/detail/520/tolak-amplop-contoh-wartawan-profesional>.

<sup>29</sup> <https://dewanpers.or.id/berita/detail/414/wartawan->

<sup>30</sup> Irawan Saptono, *Independensi, Bagian tersulit Dalam Peliputan Pemilu*, dalam "Media, Pemilu dan Politik", Institut Studi Arus Informasi, 2009, hal 29.



kala itu, menegaskan wartawan bukan bagian dari tim sukses atau permainan politik dalam Pilkada dan Pilpres. Wartawan seharusnya jadi wasit. Dewan Pers juga meminta petinggi Parpol yang memiliki media, baik TV maupun yang lain untuk tak mempengaruhi independensi wartawan di ruang redaksi. Jika itu terjadi, berarti telah melakukan pelanggaran hukum dan etika jika itu terjadi.<sup>31</sup>

Dalam kenyataan, baik secara terbuka maupun terselubung, banyak media dan wartawan menjadi tim sukses Parpol atau Caleg, baik secara resmi maupun terselubung atau tidak resmi. Dalam situasi maraknya pers partisan, maka berharap netralitas dan independensi media, khususnya televisi swasta dan khususnya media yang dimiliki pemilik modal televisi dan sekaligus sebagai Pimpinan Parpol, terutama saat Pemilu dan Pilkada, “bagai pungguk merindukan bulan”. Yang paling berat adalah ketika pers harus meliput pelanggaran Pemilu yang dilakukan Parpol sekaligus juga pemilik modal media dimana jurnalis tersebut bekerja.

Menurut Muhammad Badri<sup>32</sup>, jurnalisme partisan dalam praktiknya mengedepankan kepentingan kelompok yang dibelanya, tanpa dilandasi konsep kerja jurnalistik berdasarkan fakta dan makna. Dalam jurnalisme partisan, sedikit kesalahan kelompok yang tidak sepele akan diberitakan dengan bombastis. Sedangkan kesalahan besar pada kelompoknya akan ditutup-tutupi. Sehingga muncul sentimen tertentu dan bisa memicu konflik. Sedangkan jurnalisme independen adalah kegiatan jurnalisme yang dalam proses peliputan dan penulisan beritanya tidak melakukan keberpihakan kepada kelompok atau golongan tertentu. Pemberitaan media cenderung *cover both side* (dua sisi) dan mengakomodir pernyataan kedua kelompok yang berbeda. Sehingga masyarakat mendapat informasi

<sup>31</sup> <https://dewanpers.or.id/>, 25 September 2018.

<sup>32</sup> <http://ajikotamandar.or.id/2017/01/06/jurnalisme-independen-vs-jurnalisme-partisan>,

yang benar dan tidak diarahkan untuk membentuk sentimen tertentu.

Mungkin saja pemilik atau awak media dimana mereka bekerja emoh distigmatisasi sebagai media partisan. Mereka lebih bersedia dan senang disebut dengan media independen. Tetapi persepsi atau opini publik semacam itu sulit dihindarkan. Publik beropini atau mengklaster seperti itu setidaknya berbasis pada definisi, karakteristik dan praktik-praktik nyata dalam bentuk peliputan atau informasi oleh media massa. Sebagian besar pers partisan dicirikan dengan memberitakan hal-hal positif terkait giat Parpol tertentu. Termasuk dengan cara melakukan *curi start* kampanye, seperti yang dilakukan MNC group milik pengusaha dan sekaligus Ketua Umum Perindo Hari Tanoesoedibjo<sup>33</sup> dan sebagiannya dilakukan Media Group milik pengusaha dan sekaligus Ketua Umum Partai NasDem.

Pengabaian terhadap independensi media dalam peliputan berakibat pembaca atau penonton tidak beroleh informasi berimbang mengenai aktivitas Parpol. Padahal jumlahnya di Indonesia sangat banyak. Hal ini baru terkait dengan pemberitaan mengenai Parpol yang dipimpin oleh pemilik media. Belum lagi terkait dengan berbagai masalah atau kasus kasus hukum yang mungkin atau bisa saja dialami oleh pemilik media atau pengurus dan kadernya. Dapat diperkirakan, sulit diberitakan. Jikapun diberitakan akan disamarkan atau bahkan justeru dijadikan alat pembelaan.

Tidak salah manakala Wakil Ketua MPR Hajriyanto Y. Thohari berpendapat, pers nasional kini menghadapi problem independensi dan objektivitas dalam politik pemberitaan. Terlebih lagi sekarang ini kita menyaksikan kenyataan masuknya

<sup>33</sup> iNEWS TV misalnya, saat ini tengah getol memberitakan berbagai aktivitas Partai Persatuan Indonesia (Perindo) melakukan rekrutmen Bakal Calon Anggota Legislatif (Baceleg) untuk Pemilu Serentak 2024, melakukan konvensi rakyat, acap kali menyiarkan mars Perindo, dan lain-lain.

para penguasa media ke dalam politik praktis. Memang hal itu tidak otomatis sebagai telah terjadinya integrasi antara pers dan politik. Sebab, para jurnalis yang memiliki idealisme tidak akan mudah begitu saja mengikuti agenda-agenda politik para pemilik media.<sup>34</sup>

Dalam konteks Penyelenggara Pemilu, independensi juga merupakan tantangan berat. Hal ini dapat disimak dari kecenderungan atau *trend* pelanggaran kode etik Penyelenggara Pemilu. Menurut Anggota DKPP Nur Hidayat Sardini, umumnya bersikap tidak netral terhadap peserta Pemilu terutama dalam Pilkada. Pelanggaran etik mulanya berawal dari tahapan penanganan Daftar Pemilih Tetap (DPT), pendiskualifikasian karena persyaratan seperti ketercukupan jumlah dukungan atau pemenuhan persyaratan yang lewat waktu, penyalagunaan jabatan atau kewenangan, dugaan penyuapan, netralitas dan imparsialitas.<sup>35</sup>

*Keempat* tantangan konsistensi (*istiqomah*) dalam melaksanakan tugas dan fungsinya. Ada kalanya ditemukan konsistensi sikap itu hanya menguat di awal-awal menjabat anggota Bawaslu dan KPU (tanpa memandang tingkatan) atau wartawan pemula. Setelah beberapa bulan atau tahun melaksanakan tugas dan profesinya, konsistensi itu mengalami penurunan. Bahkan yang terjadi adalah sikap tidak konsisten (inkonsistensi).

Inkonsistensi sikap ini berhubungan dengan motivasi. Ada kalanya anggota Bawaslu dan KPU (tanpa memandang tingkatan) atau wartawan yang menduga memilih profesi itu akan beroleh gaji dan fasilitas yang mewah dan melimpah. Ternyata yang didapat adalah biasa-biasa saja. Atau tidak sesuai dengan yang dibayangkan. Masih beruntung menjadi anggota Bawaslu

<sup>34</sup> <https://www.beritasatu.com/nasional/165318/pers-alami-problem-independensi>, 9 Februari 2014.

<sup>35</sup> Nur Hidayat Sardini, Editor, DKPP Tahun Politik, Sebuah Catatan Reportase, DKPP, 2015, hal 2.

karena gaji dan fasilitas diperoleh dari negara (APBN atau APBD) sehingga stabil. Pandemi Covid-19 tidak membuat gaji pokok Penyelenggara Pemilu menjadi berkurang.

Tidak demikian halnya awak media. Pendapatan dan fasilitasnya tergantung dari pemasukan iklan bagi perusahaan pers. Sementara ceruk iklan makin terbatas. Hingga banyak media massa atau pers yang antara hidup dengan mati. Pandemi Covid-19 sangat mempengaruhi penghasilan awak media, terutama pada media-media yang belum sepenuhnya eksis dan *survive*. Bahkan tidak sedikit awak media atau wartawan digaji oleh dirinya sendiri. Bukan oleh perusahaan, tempatnya bekerja.

*Kelima*, tantangan komunikasi dan koordinasi. Sebenarnya antara pers dengan Bawaslu berpotensi menjadi kekuatan dahsyat dan efektif dalam mengawal proses demokratisasi elektoral manakala keduanya menjalin komunikasi dan koordinasi yang sinergis. Dengan liputan tentang kampanye Pemilu atau pelanggaran yang dilakukan oleh peserta Pemilu secara objektif dan berimbang, bisa dijadikan laporan awal atau temuan awal bagi aparat Bawaslu. Manakala dari penelusuran laporan awal dan temuan awal tersebut ada indikasi kuat terjadi pelanggaran, Bawaslu dapat melanjutkan kepada proses penanganan pelanggaran tahap selanjutnya. Jika ini diwujudkan, bisa akan meningkatkan kepercayaan publik terhadap Bawaslu maupun pers sebagai pengawal proses Pemilu yang transparan dan terpecaya (*credible*).

Sebaliknya hasil proses pencegahan dan penanganan pelanggaran Pemilu atau Pilkada oleh jajaran Bawaslu dapat dijadikan santapan dan sekaligus bahan peliputan media yang aktual dan menarik. Dengan adanya peliputan media, akan memantik sorotan publik sehingga bisa menjadi sanksi moral bagi pelakunya untuk jera bagi pelakunya dan menjadi pelajaran bagi yang lain agar tidak melakukan pelanggaran yang sama.

Jangan lupa, terhadap pelanggar Pemilu yang sudah terekspos ke publik oleh media massa dan apalagi menjadi viral di media sosial, dapat membuat citra pelanggarnya rusak dan berpotensi berdampak pada menurunnya tingkat popularitas pelanggar, apalagi jika itu dilakukan oleh calon anggota legislatif, misalnya.

Problemnya, kedua institusi demokrasi tersebut dalam melaksanakan tugas dan fungsinya kurang komunikasi dan kurang koordinasi. Mungkin juga adanya fokus aktivitas pencegahan dan penanganan pelanggaran yang berbeda dari kedua institusi demokrasi tersebut, turut andil membuat pers dan Bawaslu belum sepenuhnya mampu berkolaborasi dalam melaksanakan tugas dan fungsinya, khususnya saat Pemilu maupun Pilkada.

## **2. Tantangan Eksternal**

Sementara terkait dengan tantangan eksternal yang berpengaruh langsung atau tidak langsung terhadap kinerja KPU dan Bawaslu maupun pers yang patut dicermati adalah sebagai berikut: *pertama* pengaruh regim yang berkuasa. Meskipun harus diakui bahwa penguasa atau regim yang berkuasa telah melakukan sejumlah perbaikan kebijakan dan langkah penting dan positif dalam melakukan konsolidasi demokrasi. Tetapi saat bersamaan adakalanya penguasa justru menerapkan atau mempertahankan perundangan atau kebijakan yang bertentangan dengan semangat demokratisasi.

Terhadap pers, pengaruh atau koptasi penguasa secara empirik didukung adanya fakta empirik dimana cukup banyak Pimpinan Parpol memiliki media. Sementara Pimpinan Parpol tersebut nota bene pengusung atau pendukung Calon Presiden dan Wakil Presiden saat Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden. Akibat kolaborasi antara Pimpinan Parpol, Pemilik Medi dengan penguasa, maka hampir dipastikan mempengaruhi netralitas dan independensi pada kebijakan redaksi, pengelolaan dapur berita

(*newsroom*), serta peliputan beritanya, terutama bila terkait dengan peliputan berita politik dan bisnis.

Hal yang sama berpotensi terjadi terhadap institusi Penyelenggara Pemilu. Pengaruh penguasa tersebut dimulai saat pembentukan Tim Seleksi Penyelenggara Pemilu yang ditetapkan oleh presiden. Nota bene presiden diusung oleh Parpol. Pengaruh serupa sedikit banyak akan terhadap proses seleksi Penyelenggara Pemilu di tingkat Provinsi/Kabupaten/Kota dengan pola dan metode yang berbeda. Biasanya di level provinsi/kabupaten/kota, kedekatan berdasarkan asal usul organisasi kemasyarakatan, kemahasiswaan dan politik aliran, sangat kentara.

Pengaruh penguasa juga bisa masuk dalam posisi penguasa sebagai sumber fasilitasi dana/anggaran bagi manajemen dan sumber daya manusia KPU maupun Bawaslu serta kegiatan Pemilu ataupun Pilkada. Di sejumlah daerah jelang Pilkada ditemukan cukup banyak kasus dimana penandatanganan Naskah Perjanjian Hibah Daerah (NPHD) terlambat akibat penguasa lokal tidak lagi mencalonkan diri sebagai calon kepala daerah, atau sebab-sebab lain yang bisa sangat politis.

*Kedua*, cengkraman oligarki. Secara langsung atau tidak langsung, secara kasat mata atau di luar kasat mata, menyulitkan untuk mewujudkan pers atau Penyelenggara Pemilu yang profesional, mandiri dan independen. Kenapa hal ini terjadi? Sebab oligarki sudah menggurita sedemikian rupa berpotensi membegal demokrasi elektoral, membajak Parpol, menyuburkan klientelisme, patronase dan disnasti politik, membuat politik biaya tinggi, menumbuhkan suburkan politik uang, melakukan komodifikasi media, menghambat kebebasan pers, menumpulkan fungsi kontrol pers dan sebagainya.

*Ketiga*, kecendrungan partai politik (Parpol) terlalu berorientasi kekuasaan. Tidak jarang dilakukan dengan menghalkan segala cara, mengabaikan etika dan akal sehat, dan merugikan kepentingan

orang banyak. Kecendrungan Parpol semacam itu terkadang diikuti para kandidatnya yang bertarung pada semua jenis kontestasi. Akibatnya kontestasi (Pemilu/Pilkada) yang seharusnya menjadi ajang tarung ide/gagasan atau program, berubah menjadi tarung dengan politik transaksional. Hal ini secara langsung membuat Pengawas Pemilu maupun awak media sulit untuk mewujudkan Pemilu yang berintegritas.

*Keempat*, demokrasi industri. Menurut Eurofund, demokrasi industri merupakan proses partisipatif dan demokratis yang mencakup hak partisipasi pengusaha dan karyawan dalam pengaturan hubungan kerja, baik secara langsung maupun tidak langsung, melalui serikat pekerja, dewan kerja, pelayan toko atau bentuk lain dari perwakilan karyawan di tingkat manapun. Dampak industrialisasi demokrasi menjadikan demokrasi lebih bernilai ekonomis, mahal dan menjadi komoditas.

*Kelima*, konglomerasi dan komodifikasi media. Dalam konteks pers, konglomerasi dan komodifikasi media menghambat melahirkan pers yang independen dan objektif. Sebaliknya berpotensi melahirkan media partisan. Jika hal tersebut terjadi di ranah peliputan berita atau informasi tentang Pemilu atau Pilkada, dapat dipastikan bakal mengakibatkan tidak mudahnya dilakukan pencegahan dan penegakan atas pelanggarannya. Apalagi dalam konteks ini, Pengawas Pemilu tidak bisa bekerja sendirian, melainkan harus bekerjasama dengan Dewan Pers, KPI, Kemeninfo, Kepolisian, dan sebagainya.

*Keenam*, pengaruh Media Sosial. Kehadiran Media Sosial (Medsos) mempunyai dua sisi. Pada satu sisi memberikan kemudahan dan kecepatan dalam melakukan proses komunikasi untuk berbagai kebutuhan, selain juga berbiaya relatif mudah. Di sisi lain, tidak jarang Medsos dipergunakan untuk hal-hal yang negatif. Seperti memproduksi dan menyebarkan ujaran kebencian, hoaks atau berita bohong, menyuburkan

permusuhan bernuansa Suku, Agama, Ras dan Antar Golongan (SARA), dan sebagainya.

Parahnya banyak pembuat akun palsu atau anonim sehingga tidak mudah diketahui, dilacak dan diproses hukum terhadap pelanggar. Dalam sejumlah kasus ditemukan, penggunaan Medsos tidak hanya menyebabkan keterbelahan dalam masyarakat, tetapi juga penyebarluasan keterbelahan itu. Melalui Medsos, yang menonjol bukan kesamaan dan kesatuan sebagai bangsa, melainkan perbedaan dan potensi masalah sebagai bangsa yang majemuk.

Tantangan lain di dunia pers terungkap ketika Dewan Pers menggelar diskusi 21 Tahun UU Pers No 40 Tahun 1990 yang diselenggarakan Rabu (23/09/2020) melalui diskusi virtual di platform Zoom. Forum diskusi dibuka Ketua Dewan Pers Mohammad Nuh dengan pembicara Ketua Komisi 1 DPR Meutia Hafid, Ketua Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) Atal Depari, Pemimpin Redaksi IDN Times Uni Lubis dan Ketua Lembaga Bantuan Hukum Pers Ade Wahyudin<sup>36</sup>.

Ketua Dewan Pers Mohammad Nuh dalam pembukaan diskusi menjelaskan setiap tahun Dewan Pers melakukan survei Indeks Kemerdekaan Pers dan tahun ini menunjukkan angka rata-rata di tingkat provinsi mencapai 77,67 yang berarti pers dalam kategori cukup bebas. Dengan kualitas kemerdekaan pers kita bisa memperkuat sistem demokrasi kita, sistem edukasi kita, dan ujung-ujungnya bisa memperkuat sistem nasionalisme kita. Sementara Meutia Hafid berpendapat, dengan adanya new media, pers harus mampu memainkan peran secara inovatif lebih adaptif.

Ade Wahyudin menyinggung adanya upaya melemahkan

<sup>36</sup> [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://dewanpers.or.id/assets/ebook/buletin/2010230523\\_e-Buletin\\_ETIKA\\_September\\_\(7\).pdf](chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://dewanpers.or.id/assets/ebook/buletin/2010230523_e-Buletin_ETIKA_September_(7).pdf), Volume 9 Desember 2020.



UU Pers. Ia mencontohkan seperti termuatnya sejumlah pasal terkait kemerdekaan pers dalam RUU KUHAP yang tahun 2019 diajukan ke DPR. Demikian juga sempat diusulkan perubahan beberapa pasal dalam UU No. 40 Tentang Pers dimasukkan kedalam Undang-Undang Cipta Kerja yang disebut Omnibus Law. Namun dalam perkembangannya pasal-pasal tentang pers di UU Cipta Kerja dicabut sedangkan RUU KUHAP belum disahkan.

Ade menambahkan, bentuk ancaman terhadap pers juga semakin luas. Dalam dua bulan terakhir misalkan ada beberapa media itu kena *hacking* seperti Tempo, Tirto dan beberapa media lainnya. Ada pula kasus wartawan Li putan<sup>6</sup> mengalami *doxing* atau menyebarkan informasi pribadi kepada publik. Hingga LBH Pers mendampingi Liputan<sup>6</sup> untuk membuat laporan polisi ke Polda Metro Jaya. Ancaman lain terhadap pers dan wartawannya yang disebarkan di platform digital ini menjadi *trend* belakangan ini. Problem lain, menurut Ade, adanya kesan aparat penegak hukum seolah-olah dengan mudahnya menyeret jurnalis berproses hukum. Bahkan sampai vonis seperti terjadap dalam kasus Diananta.

Ketua PWI Atal Depari menyoal pengaduan produk pers oleh publik dibawa kepada penegak hukum bukannya kepada Dewan Pers. Seharusnya pelanggaran Kode Etik Jurnalistik tidak dibawa ke ranah Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE). Namun demikian Atal juga mencatat bahwa jika ada pengaduan masyarakat kepada polisi, maka penegak hukum berkewajiban menanganinya. Hanya seperti dijelaskan Ade, pengaduan produk pers agar diserahkan kepada Dewan Pers untuk ditangani sesuai UU Pers No. 40.

### **3. Tantangan Pengaturan**

Dalam konteks peraturan perundangan, pers maupun Bawaslu dalam beberapa aspek mempunyai kemiripan problem yang

sama. UU 1945, UU No. 40 Pokok Pers tahun 1999, dan UU No. 32 tahun 2002 tentang Penyiaran misalnya, sangat jelas mengamanatkan bahwa sistem penyiaran Indonesia harus menjadi penyiaran yang demokratis dan desentralisasi, serta memberikan jaminan bagi warga negara dalam pemenuhan hak mendapatkan informasi yang berimbang, netral, dan berkualitas.

Sistem penyiaran seharusnya berpedoman pada UUD 1945 dan UU Penyiaran agar menjamin adanya *diversity of ownership dan diversity of content* agar tidak terjadi pemusatan kepemilikan dan homogenisasi isi siaran. Tetapi yang terjadi justru sebaliknya: konglomerasi dan komodifikasi media. Bila konglomerasi berpotensi menimbulkan industri besar akan bertambah besar dan kecil akan makin tergilas, maka komodifikasi media membuat pemberitaan atau siaran menjadi seragam dan akhirnya publik tidak beroleh berita atau informasi yang berimbang.

Dampak lain dari terjadi pemusatan kepemilikan dalam lembaga siaran dapat melahirkan otoritarianisme sentralistik yang semula dilakukan oleh negara, sekarang bergeser ke arah otoritarianisme swasta dan korporasi. Padahal hal ini dapat membahayakan jalannya demokrasi itu sendiri. Selain juga berpotensi menimbulkan iklim tidak sehat pada bisnis pers.

Problem lain, seperti seperti dikatakan Dosen Magister Hukum Universitas Semarang Bambang Sadono<sup>37</sup>, UU UU. 40 Tahun 1999 tentang Pers belum mengakomodasi sejumlah hal. Termasuk, mempertajam mengenai aturan media daring aturan online. Padahal mestinya media daring juga mesti diperkuat dengan rumusan di UU Pers. Sehingga, tantangan yang dihadapi insan pers bisa diakomodasi lewat beleid tersebut.

<sup>37</sup> <https://www.medcom.id/nasional/peristiwa/ybJOPEjk-uu-pers-belum-tajam-merumus-kan-regulasi-media-online>, 30 September 2021.

Kekurangan lainnya dari UU Pers belum melindungi profesi wartawan dengan pemisahan editorial dengan kebijakan bisnis atau politik pemilik. Kondisi itu disebut membuat redaksi tak punya kekuatan ketika ada intervensi dari pemilik media. Kemudian mengenai batasan pemilik dengan awak media. Misalnya, tidak boleh mendikte kebebasan para awak media. Dahulu Posisi pemimpin redaksi itu yang luar biasa. Kemudian hilang. Hal ini perlu dikuatkan kembali sehingga ada batas-batas.

Selain itu, UU Pers dinilai kurang tegas mengatur Dewan Pers sebagai lembaga regulasi mandiri. Seharusnya Dewan Pers bisa menjadi lembaga yang diatur setara seperti kelembagaan pemerintah lain. UU Pers juga belum melindungi kepentingan ekonomi atau kesejahteraan awak media. Padahal saat pembentukan UU Pers sempat didengungkan wartawan diberikan saham kepemilikan. Juga mengenai perlindungan pers dan perlindungan hukum. “Karena kita tidak mau ada masalah-masalah intimidasi fisik dan sebagainya,» ujar Bambang.

Dalam konteks Penyelenggara Pemilu khususnya Pengawas Pemilu, banyak kendala yang dihadapi. Mengacu kepada evaluasi penyelenggaraan Pilkada Serentak 2020 yang dilakukan oleh Bawaslu RI terdapat sejumlah catatan penting.<sup>38</sup> Pada aspek regulasi, khususnya berkenaan dengan pengaturan pelanggaran Pilkada, norma hukum materil yang dirumuskan masih mengandung norma yang tidak sinkron, tidak lengkap dan tidak implementatif.

Ketidaksinkronan bisa dilihat dalam hubungan norma Pasal 71 dengan Pasal 188 UU Pilkada yang tidak mengatur subjek secara sama. Pasal 71 memuat 10 jenis jabatan sebagai subjek, sedangkan Pasal 188 mengatur sebanyak tiga kelompok jabatan sebagai subjek yang tidak mencakup semua jabatan yang dimaksud dalam Pasal 71 UU Pilkada. Padahal dua norma tersebut merupakan norma berpasangan sebagai norma primer

<sup>38</sup> Ratna Dewi Pettalolo dan Khairul Fahmi, Kajian Evaluatif Penanganan Pelanggaran Pemilihan Kepala Daerah Serentak 2020, Bawaslu RI, 2020, hal 8-10.

dan norma sekunder yang seharusnya sinkron satu sama lain.

Persoalan ketidaklengkapan norma bisa dilihat dalam Pasal 187 ayat (3) UU Pilkada. Pasal tersebut hanya mengatur ketentuan pidana dalam pemilihan Bupati/Walikota, sedangkan untuk pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur tidak dimuat dalam norma dimaksud. Dengan demikian, ketentuan pidana tersebut tidak dapat diterapkan dalam pemilihan Gubernur, padahal pemilihan Gubernur, Bupati dan Walikota dilaksanakan secara serentak. Ketidaklengkapan ini dapat menyebabkan terjadinya perlakuan yang tidak sama dalam hukum, sehingga bertentangan dengan asas perlakuan yang sama di hadapan hukum sebagai salah satu asas materil dalam penyusunan peraturan perundang-undangan.

Adapun norma yang kurang implementatif dapat dibaca dalam Pasal 187 ayat (1) UU Pilkada. Dalam norma tersebut diatur bahwa kampanye di luar jadwal adalah di luar jadwal yang telah ditetapkan oleh KPU Provinsi dan KPU Kabupaten/Kota. Jadwal pilkada serentak ditetapkan dalam Peraturan KPU, sedangkan jadwal yang ditetapkan KPU Provinsi dan KPU Kabupaten/Kota bagi masing-masing pasangan calon hanya berkenaan dengan jadwal kampanye rapat umum.

Jika KPU Provinsi dan KPU Kabupaten/Kota tetap mesti menetapkan jadwal secara umum, tentunya hal tersebut akan menduplikasi jadwal dan tahapan yang telah ditetapkan KPU secara nasional. Dengan rumusan norma Pasal 187 ayat (1) UU Pilkada yang demikian, kampanye di luar jadwal hanya dapat diterapkan untuk kampanye rapat umum, sedangkan kampanye dengan metode lainnya tidak dapat dijangkau dengan ketentuan tersebut jika KPU Provinsi dan KPU Kabupaten/Kota tidak menetapkan jadwal kampanye di daerah masing-masing.

Terkait penegak hukum Pilkada, masih muncul persoalan tidak cukup baiknya pengaturan fungsi dan hubungan antar

lembaga yang terlibat dalam proses penegakan hukum pemilu, pengaturan mekanisme penanganan pelanggaran yang belum memadai, dan persoalan sumber daya manusia yang belum sepenuhnya mendukung. Dalam penanganan dugaan tindak pidana Pilkada, salah satu persoalan yang dihadapi adalah singkatnya waktu tindak lanjut laporan penanganan dugaan tindak pidana yang hanya tiga hari, sehingga langkah awal penanganan pelanggaran pidana tidak berjalan efektif.

Dengan waktu yang demikian terbatas, proses penyelidikan guna mendapatkan keterangan tambahan yang dibutuhkan untuk membuat terang sebuah perkara tidak dimungkinkan dan perkara dimaksud berpotensi untuk kedaluwarsa dalam proses penanganan pelanggaran. Selain itu, persoalan mekanisme kerja dalam forum Gakkumdu juga tidak diatur secara jelas dan lengkap, sehingga pengaturan fungsi masing-masing institusi yang terlibat dalam penanganan dugaan tindak pidana pidana semata-mata mengandalkan pengaturan dalam Peraturan Bersama Kapolri, Jaksa Agung dan Ketua Bawaslu.

Dalam penanganan pelanggaran administrasi diatur mekanisme bahwa Bawaslu Provinsi dan/atau Bawaslu Kabupaten/Kota membuat dan menyampaikan rekomendasi terkait pelanggaran administrasi untuk ditindaklanjuti oleh KPU Provinsi dan/atau KPU Kabupaten/Kota. Hanya saja, rekomendasi tersebut masih harus diperiksa dan diputus lagi oleh KPU Provinsi dan/atau KPU Kabupaten/Kota. Mekanisme tersebut mengharuskan adanya dua kali pemeriksaan oleh dua lembaga yang berbeda sehingga dapat menempatkan Bawaslu Provinsi dan/atau Bawaslu Kabupaten/Kota dalam posisi berhadapan-hadapan dengan pihak yang diperiksa terkait pelanggaran administrasi.

Selain itu, mekanisme tersebut juga membuka ruang untuk tidak sinkronnya penilaian dua lembaga penyelenggara Pemilu

terhadap satu kasus yang sama. Berbagai persoalan yang dikemukakan di atas menunjukkan bahwa syarat-syarat yang diperlukan untuk berfungsinya sistem hukum pemilu secara baik belum terpenuhi. Syarat tersebut, sebagaimana dikatakan pakar hukum Pemilu Topo Santoso ada 10 syarat.

Diantaranya, menurut mantan Anggota Panwaslu Pusat tersebut, adanya mekanisme dan penyelesaian hukum yang efektif; adanya aturan mengenai hukuman untuk pelanggaran Pemilu; adanya ketentuan rinci dan memadai untuk melindungi hak pilih; adanya aturan mengenai waktu yang dibutuhkan untuk memutuskan gugatan; adanya kejelasan mengenai implikasi bagi pelanggaran aturan pemilu terhadap hasil pemilu; adanya proses, prosedur, dan penuntutan yang menghargai hak asasi manusia, dan lain-lain.

Dalam setiap kali penyelenggaraan Pemilu, praktik politik uang yang didefinisikan sebagai kejahatan luar biasa (*extra ordinary crime*), acapkali muncul. Menurut Anggota Bawaslu RI 2022-2027 Puadi<sup>39</sup>, seharusnya penanganan pelanggarannya dilakukan secara luar biasa. Minimal waktu penanganan pelanggaran politik uang disamakan dengan waktu penanganan pelanggaran tindak pidana biasa agar penegakan hukum menjadi efektif. Alasannya proses penanganan pelanggaran politik uang memerlukan waktu penanganan yang cukup panjang untuk mengumpulkan alat bukti dan menghadirkan saksi-saksi.

Oleh karena itu, menurut mantan anggota Bawaslu DKI tersebut, UU membuat aturan penanganan pelanggaran secara berbeda antara tindak pidana Pemilu biasa dengan tindak pidana politik uang. Perbedaan waktu penanganan politik uang dilakukan agar tidak terhadap oleh masa kadaluwarsa. Meskipun waktu penanganan penyelidikan di Bawaslu tetap

<sup>39</sup> Puadi, *Demokrasi, Pemilu dan Politik Uang*, CV. Aldera Shalih Indonesia, 2020, hal 119-120.

terbatas hanya 14 (empat belas) hari kerja, tetapi mungkin jangka waktu penanganan pada tahap penyelidikan di Kepolisian dan penuntutan harus diperpanjang, minimal disama dengan penanganan tindak pidana umum.

Berdasarkan UU No. 7 Tahun 2017 tentang Pemilu, Bawaslu mempunyai fungsi memeriksa, mempertimbangkan, dan memutuskan pelanggaran administratif Pemilu, pelanggaran politik uang, serta sengketa proses Pemilu. Selain itu, terhadap mekanisme penyelesaian perkaranya, Bawaslu ditugaskan untuk melakukan mediasi terhadap para pihak yang bersengketa. Dalam hal tidak tercapai kesepakatan, maka penyelesaian sengketa proses pemilu dilakukan melalui proses adjudikasi. Dalam istilah mantan Ketua Bawaslu RI Abhan<sup>40</sup>, Bawaslu mempunyai kewenangan dalam menyelesaikan *dispute electoral* atau penyelesaian sengketa proses Pemilu.

Namun peran Bawaslu sebagai lembaga kuasi peradilan belum sepenuhnya efektif dalam penyelesaian sengketa Pemilu. Tidak efektifnya peran Bawaslu sebagai lembaga kuasi peradilan tampak dalam sejumlah perkara. Contohnya pada perkara Oesman Saptia Odang (OSO) yang berstatus Ketua Umum Partai Hati Nurani Rakyat (Hanura) sekaligus calon anggota Dewan Perwakilan Daerah (DPD) Pemilu 2019. Lalu ada perkara Partai Kesatuan dan Peradilan Indonesia (PKPI) pada Pemilu DPR/DPRD 2019. Pada dua perkara ini putusan Bawaslu berhasil dimentahkan atau 'dikalahkan' oleh Pengadilan Tata Usaha Negara (PTUN).

Itulah sebabnya, Koordinator Divisi (Kordiv) Penyelesaian Sengketa Bawaslu Rahmat Bagja yang kini menjadi Ketua Bawaslu RI 2022-2027 berkomitmen, kewenangan divisi sengketa harus makin kuat dengan proses adjudikasi saat menyelesaikan sengketa dalam Pilkada Serentak 2020. Sebab menurutnya,

<sup>40</sup> <https://www.bawaslu.go.id/en/berita/putusan-mk-berlandaskan-bawaslu-abhan-eksisten-si-mengawal-pemilu>, 22 Juni 2019.

mahkota Bawaslu ada dalam penyelesaian sengketa dan penanganan pelanggaran.

Masalah lainnya diantaranya terkait batalnya diwujudkan Badan Peradilan Khusus Pemilu sebagaimana menjadi amanat UU No. 7 tahun 2017 tentang Pemilu. Alasannya karena pembahasan revisi UU No. 7 tahun 2017 tentang Pemilu baru untuk kepentingan penyelenggaraan Pemilu Serentak 2024 tidak dilanjutkan. Padahal Badan Peradilan Khusus Pemilu, menurut anggota Bawaslu RI Puadi merupakan cita-cita hukum (*ius constitendum*) dan kebutuhan sebagai perangkat pelaksanaan Pemilu dan Pilkada untuk melindungi hak konstitusional warga negara dan peserta Pemilu.<sup>41</sup>

Alasan lain pentingnya berdiri Badan Peradilan Khusus Pemilu disebabkan karena banyaknya institusi lain yang terlibat dalam penanganan pelanggaran Pemilu sehingga menimbulkan tumpang tindih, rumit dan mahal serta berbau birokrasi dalam proses penanganannya. Karena tidak hanya Bawaslu yang melakukan proses penanganan pelanggaran tetapi ada institusi lain. Dengan adanya Badan Peradilan Khusus Pemilu dapat memberikan kepastian ruang hukum kepada para pihak yang dirugikan dalam mendapatkan kepastian hukum dalam kehidupan negara demokrasi, sekaligus sebagai upaya untuk mempercepat penyelesaian penanganan pelanggaran yang terjadi pada tahapan Pemilu maupun Pilkada berlangsung.<sup>42</sup>

## **E. Dari Critical Thinking ke Kolaborasi**

Oligarki demokrasi (OD) dan konglomerasi serta turunannya komodifikasi media (KKM) merupakan kekuatan nyata yang sudah mengontrol dan mencengkram republik ini, khususnya

<sup>41</sup> Puadi, Menegakkan Keadilan Pemilu, Mewujudkan Demokrasi Konstitusional, Ramka Publishing, 2021, hal 169.

<sup>42</sup> Ibid, hal 170.



di bidang politik dan ekonomi. Karenanya Bawaslu, Dewan Pers, dan Komisi Penyiaran Indonesia/KPI sebagai institusi yang bersentuhan langsung dengan proses demokrasi elektoral perlu memahami dan menyadari isu krusial ini. Sebab, akan mempengaruhi aktualisasi tugasnya dalam mewujudkan Pemilu atau Pilkada yang Luber, Jurdil dan demokratis.

Kesadaran mengenai isu besar tentang oligarki OD dan KKM saja tidak cukup melainkan harus dibarengi dengan kemauan dan kemampuan berfikir secara kritis (*critical thinking*) tentang hal tersebut. Secara filosofis, menurut Emily R. Lai, berpikir kritis adalah “cara berpikir yang bertujuan, berbasis regulasi, teori, konsep, dan hasil analisis terhadap data, serta menggunakan berbagai kriteria yang jelas dan terukur”.

Berpikir kritis merupakan kemampuan berpikir tingkat tinggi atau bisa disebut High Order Thinking Skills (HOTS). Yakni suatu kemampuan berpikir secara logis dan rasional atas informasi yang diterima. Kemudian informasi atau kesimpulan yang diterima, tidak serta merta dikunyah mentah-mentah. Tetapi dievaluasi dan dianalisis terkait kebenaran informasi atau kesimpulan tersebut dengan menggunakan logika berfikir yang rasional guna menentukan fakta yang benar-benar dipercaya atau sebaliknya. Lalu kemudian mencari solusi yang terbaik, baik secara teoritik maupun praktik/aplikatif.

Di era digital, disrupsi, society 5.0 atau bahkan disebut dengan era *post truth*, *critical thinking* harus dipahami secara komprehensif, integral dan holistik. Dalam konteks ini, sebagai metode revelan dan penting memanfaatkan kompetensi abad 21 yang acapkali diformulasikan dengan Formula 4C. Yakni: berpikir kritis dan pemecahan masalah (*critical thinking and problem solving*), berpikir kreatif dan inovatif (*creative thinking and innovation*), berkomunikasi (*communication*), dan berkolaborasi (*collaboration*).

Formula 4C merupakan keterampilan Abad 21 yang dalam beberapa tahun terakhir menjadi topik pembahasan dan perhatian dari kalangan ahli dan praktisi dari berbagai bidang ilmu pengetahuan. Dalam *framework 21-st Century Education* yang dikembangkan oleh *World Economic Forum (WEF)*, terdapat setidaknya 16 keterampilan penting yang perlu disiapkan dan dimiliki setiap peserta didik untuk *survive* dan berhasil. Enam belas (16) keterampilan itu terbagi menjadi 3 kelompok besar, yaitu *foundational literacies* (literasi dasar), *competencies* (kompetensi), dan *character qualities* (pendidikan karakter).

Dalam konteks ini, yang digunakan hanya Formula 4C. Yakni: *critical thinking and problem solving*, *creative thinking and innovation*, *communication*, dan *collaboration*. *Critical thinking and problem solving* dapat dimaknai sebagai ikhtiar untuk memahami suatu masalah yang rumit, mengkoneksikan informasi satu dengan informasi lain, sehingga akhirnya muncul berbagai perspektif, dan menemukan solusi dari suatu permasalahan.

*Creative thinking* atau *creativity and innovation* dapat dimaknai sebagai kemampuan untuk mengembangkan dan melaksanakan gagasan-gagasan baru; bersikap terbuka dan responsif terhadap perspektif baru dan berbeda. Kreativitas juga didefinisikan sebagai kemampuan seseorang dalam menciptakan gagasan baru. Sekaligus menghasilkan penemuan-penemuan baru (biasanya bernilai ekonomis) yang sering disebut sebagai inovasi.

*Communication* dapat dimaknai sebagai kemampuan dalam menyampaikan gagasan dan pikiran secara cepat, jelas, dan efektif. Keterampilan ini terdiri dari sejumlah *sub-skill*, seperti kemampuan berbahasa yang tepat sasaran, kemampuan memahami konteks, serta kemampuan membaca pendengar

(*audience*) untuk memastikan pesannya tersampaikan. Komunikasi dianggap efektif atau tepat sasaran ketika *audience* memahami dan melaksanakan apa yang kita sampaikan.

Sedangkan *collaborative* atau *collaboration* adalah kemampuan berkolaborasi atau bekerja sama, saling bersinergi, beradaptasi dalam berbagai peran dan tanggungjawab; bekerja secara produktif dengan pihak lain; menempatkan empati pada tempatnya; menghormati perspektif berbeda. Kolaborasi juga memiliki arti mampu menjalankan tanggung jawab pribadi dan fleksibilitas secara pribadi, pada tempat kerja, dan hubungan masyarakat; menetapkan dan mencapai standar dan tujuan yang tinggi untuk diri sendiri dan orang lain; memaklumi kerancuan.

Masih dalam semangat *critical thinking* yang kemudian bermuara *collaboration* adalah ikhtiar untuk mencari jalan keluar atas problem oligarki demokrasi dan konglomerasi media, bisa juga diperkuat dengan manajemen konflik. Tentu dalam implementasinya harus dilakukan secara kritis dan selektif, disesuaikan dengan tantangan, kebutuhan dan kondisi yang ada, serta posisi atau profesi yang kita jalankan saat ini.

Mengacu pandangan Baskerville (1993)<sup>43</sup>, paling tidak terdapat enam tipe manajemen konflik, yaitu: *pertama, avoiding*. Yakni: menghadapi berbagai hal sensitif dan yang berpotensi menyebabkan konflik sebisa mungkin dihindari. Ini merupakan cara yang paling efektif menjaga lingkungan terhindar dari konflik terbuka.

*Kedua, accommodating*. Yakni: cara mengumpulkan berbagai pendapat dari banyak pihak yang terlibat dalam konflik. Dengan mengumpulkan berbagai macam pendapat, maka organisasi dapat mencari jalan keluar dengan tetap mengutamakan kepentingan salah satu pihak yang berkonflik. Kelemahannya,

<sup>43</sup> Eko Sudarmanto dkk, Manajemen Konflik, Penerbit Yayasan Kita Menulis, 2021, hal 10-12.

metode ini masih bisa menimbulkan konflik baru dan perlu dilakukan evaluasi secara berkala.

*Ketiga, compromising.* Cara ini cenderung memperhatikan pendapat dan kepentingan semua pihak. Kompromi adalah metode penyelesaian konflik dengan bernegosiasi pada pihak-pihak yang berkonflik untuk mencari jalan tengah bagi kebaikan bersama. Dengan metode kompromi maka semua pihak yang berkonflik akan menemukan solusi yang saling memuaskan. Metode ini dapat menyelesaikan konflik tanpa menimbulkan konflik yang baru.

*Keempat, competing,* yakni: cara menyelesaikan konflik dengan mengarahkan pihak yang berkonflik untuk saling bersaing dan memenangkan kepentingan masing-masing. Akhirnya salah satu pihak akan ada kalah dan mengalah atas kepentingan pihak lain. Ini merupakan strategi cadangan dan dianggap kurang efektif bila salah satu pihak lebih kuat dari yang lain.

*Kelima, collaborating,* merupakan metode menyelesaikan konflik dengan bekerja sama untuk mendapatkan hasil yang memuaskan karenasemuapihak bersinergi dalam menyelesaikan masalah dengan tetap memperhatikan kepentingan semua pihak. Jadi, kepentingan pihak-pihak yang berkonflik tercapai dan menghasilkan *win-win solution*.

Keterampilan manajemen konflik tersebut dapat dikombinasikan dengan empat jenis kompetensi (Formula 4C). Tujuannya agar ketika Bawaslu, Dewan Pers dan KPI mencermati, mengkaji, dan mensikapi isu, wacana atau narasi besar tentang OD dan KKM mampu memahami isu atau narasi besar ini dengan komprehensif, holistik dan integral. Muaranya diharapkan mampu menjinakkan, mengendalikan dan memberi solusi terhadap berbagai masalah yang berhubungan demokrasi elektoral dan industri media.

Secara sederhana alur proses atau kerangka dan logika berfikirnya (*logical frame work*) sebagai berikut: *pertama*, isu oligarki demokrasi dan konglomerasi serta komodifikasi media dikaji secara kritis serta dibarengi dengan pemecahan masalah (*critical thinking and problem solving*). *Kedua*, dilanjutkan dengan meluncurkan pemikiran kreatif dan inovatif (*creative thinking and innovation*).

Ketiga, *out putnya* dikomunikasikan (*communication*) kepada para pihak terkait untuk beroleh umpan balik (*feed back*). Setelah komunikasi dilakukan secara efektif dan terjadi titik temu, langkah atau fase selanjutnya adalah kolaborasi (*collaboration*), atau kerjasama dengan melibatkan berbagai unsur penting di dalamnya. Kolaborasi adalah proses bekerja sama untuk menelurkan gagasan atau ide dan menyelesaikan masalah secara bersama-sama menuju visi dan tujuan bersama. Kolaborasi itu penting untuk mencapai hasil terbaik saat menyelesaikan masalah yang rumit.

Kenapa harus kolaborasi? Banyak argumen yang bisa dibangun untuk mendukung gagasan dan pemikiran pentingnya kolaborasi. Diantaranya: OD dan KKM merupakan realitas konkrit yang sudah mencengkram dan menggurita dalam kehidupan politik dan ekonomi dan industri demokrasi dan industri media demikian padat modal dan padat karya dan karenanya sulit dihindari. Bukan hanya sulit, mungkin juga tidak bisa dihindari. Karena apapun usaha di dunia termasuk kontestasi di Pmeilu atau Pilkada, apalagi yang berskala besar, dipastikan membutuhkan dana besar dan penyandang dana (*fund rising*).

Argumen lain, jika kita berkuat hanya mengeritisi, dan memposisikan OD serta KKM sebagai musuh bersama (*common enemy*), tidak akan menyelesaikan akar masalah. Bahkan sangat mungkin, masalahnya justru akan makin rumit dan sulit terpecahkan. Sementara OD dan KKM akan tetap beroperasi

sesuai dengan instink ekonomi politik yang akan makin opensif dan ekspansif.

Ditinjau dari metode berfikir abad 21 (Formula C4), cara berfikir kritis yang selama ini dilontarkan oleh sejumlah kalangan baru merupakan satu tahap dari empat tahap cara berfikir. Padahal masih terdapat tiga cara berfikir lainnya belum sepenuhnya dilakukan, yakni: *creative thinking and innovation*, *communication* dan terutama *collaboration*. Yang tujuan akhirnya (*ultimte goal*) kolaborasi (poin 4 dari Formula 4C).

Sebenarnya kolaborasi sudah dilakukan oleh Bawaslu, Dewan Pers, serta KPI. Tapi bentuknya berupa penandatanganan *memorandum of understanding* (MoU) atau keputusan bersama Bawaslu, dengan KPU, KPI, dan Dewan Pers. Hanya lingkup tujuannya sebatas untuk melakukan pengawasan, pemantauan pemberitaan, penyiaran, dan iklan kampanye melalui media massa. Penandatanganan dilakukan di Kantor Bawaslu, Jakarta, Rabu (12/08/2020).<sup>44</sup>

Yang kurang dari kolaborasi antara Bawaslu, Dewan Pers dan KPI adalah tidak melibatkan kekuatan OD dan KKM. Padahal yang 'berkuasa' dalam kehidupan ekonomi politik di Indonesia saat ini adalah mereka ini. Maka, tanpa melibatkan OD dan KKM dalam kerjasama, hampir dipastikan tidak akan pernah mampu menyelesaikan masalah secara fundamental. Oleh karena itu, agar OD dan KKM dapat dijinakkan dan dikendalikan sesuai dengan kepentingan bersama, maka MOU antara Bawaslu, Dewan Pers dan KPI harus melibatkan kekuatan oligarki hingga berujung atau mewujudkan kolaborasi.

Bisa jadi, Bawaslu, Dewan Pers atau KPI, bukan tidak pernah terbersit keinginan mengajak konglomerat berkolaborasi. Tetapi adanya sejumlah hambatan, membuat kolaborasi

<sup>44</sup> <https://blitar.bawaslu.go.id/berita/bawaslu-kpu-kpi-dan-dewan-pers-tanda-tangani-mou-gugus-tugas-pengawasan>, 12 Agustus 2020.

itu belum sempat diwujudkan. Diantara hambatannya, ada sebagian berpendapat, OD dan KKM bukan merupakan agenda atau isu relevan, signifikan serta urgen untuk diajak kolaborasi. Sebagian lagi berpandangan, isu OD dan KKM dianggap bukan menjadi ranah Bawaslu, Dewan Pers dan KPI untuk mengkajinya dan mencarikan solusinya, apalagi mengajaknya berkolaborasi.

Terlepas dari anggapan tersebut, pastinya OD dan KKM menjadi kekuatan bayangan (*shadow power*), bahkan merupakan realitas yang sulit terbantahkan, serta telah mempengaruhi proses demokrasi elektoral maupun proses dan kerja-kerja jurnalistik. Karenanya, mau tidak mau harus dipahami, dihadapi dan disikapi. Untuk itu, perlu ada perubahan atau tepatnya pergeseran *mindset* atau paradigma lama dalam memposisikan OD dan KKM.

Dari sebelumnya berkecenderungan untuk mengopiniakan OD dan KKM sebagai musuh bersama (*common enemy*) karena dituding sebagai kerok dari berbagai kekisruhan di bidang demokrasi, politik, ekonomi dan sosial. Lalu menggantinya dengan paradigma baru dengan mengajak dialog atau lebih luas lagi berkolaborasi agar potensi modal dan finansial yang dimiliki konglomerat dapat dimanfaatkan untuk kepentingan mewujudkan industri demokrasi dan industri media yang sehat, adil dan bermanfaat bagi semua.

Argumen lain pentingnya kolaborasi antara Bawaslu, Dewan Pers, KPI dan konglomerat khususnya media, sebab sejatinya Pemilu yang Luber, Jurdil dan berintegritas merupakan dambaan, keinginan, kepentingan dan kebutuhan bersama. Jika Pemilu berlangsung Luber dan Jurdil, akan berdampak positif terhadap berbagai sektor kehidupan, termasuk sektor ekonomi dan bisnis. Sebaliknya, manakala Pemilu penuh pelanggaran dan kecurangan, berpotensi dianggap cacat hukum dan digugat oleh pihak yang merasa dirugikan atau kalah dalam Pemilu.

Manakala gugatan tersebut diselingi dengan anarkisme massa yang berbuntut *chaos*, berpotensi menimbulkan amuk massa yang bisa menyasar pada sentra-sentra produksi, atau ekonomi karena hal tersebut dianggap simbol oligarki dan konglomerasi media. Agar kemungkinan tersebut tidak terjadi, Bawaslu, Dewan Pers dan KPI perlu memikirkan kemungkinan berkolaborasi, khususnya konglomerat media.

Kolaborasi atau kerjasama dan berlomba-lomba dalam kebaikan (*fastabiqul khairat*) sangat diajarkan oleh Al-Qur'an (Al-Baqarah: 148). Dalam ayat lain, Al-Qur'an dalam Surat Al-Maidah ayat 2, memerintahkan umat untuk tolong-menolong dalam (mengerjakan) kebaikan dan takwa, dan melarang tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Setelah itu, bertakwalah kamu kepada Allah, karena sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya. Dua ayat Al-Qur'an tersebut mengirim pesan penting mengenai ajakan untuk berkolaborasi dalam kebaikan, bukan pemufakatan jahat.

Agar kolaborasi sesuai dengan yang diharapkan, harus berpedoman pada peraturan perundangan. Dalam konteks Pemilu adalah UU No. 7 tahun 2017 tentang Pemilu, dan dalam konteks media adalah UU No. 40 tahun 1999 tentang Pers UU No 32 tahun 2012 tentang Penyiaran, UU No. 5 tahun 1999 tentang LRU No. 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, dan sebagainya

Dalam konteks UU Pemilu misalnya, mengatur besaran sumber pendanaan sumbangan dana kampanye dari perseorangan dan non perseorangan (kelompok, perusahaan, dan/atau badan usaha non pemerintah), larangan yang tidak boleh dilanggar serta ancaman pidananya. Jadi sebenarnya dari sisi pengaturan sudah cukup lengkap, tinggal pelaksanaan dan penegakan hukumnya.



Langkah berikutnya merumuskan dan menetapkan secara eksplisit, jelas dan tegas tujuan kolaborasi. Serta menetapkan mitra kolaborasi, dengan mempertimbangkan posisi, signifikansi, urgensi, kebutuhan serta pengaruhnya terhadap perkembangan demokrasi dan industri media. Selain konglomerat media, bisa saja melibatkan konglomerat non media. Yang bagus adalah memiliki dua kriteria: konglomerat bisnis dan sekaligus konglomerat media. Lebih bagus lagi yang masuk dalam kategori Pengpeng (penguasa dan pengusaha).

Kolaborasi membutuhkan sikap saling percaya (*mutual trust*) antara Bawaslu, Dewan Pers, KPI dan perwakilan konglomerat. Disini, semua pihak yang terlibat dalam kolaborasi harus mampu saling meyakinkan bahwa jalan yang ditempuh ini adalah demi kebaikan bersama: bangsa dan negara. Khusus Bawaslu, harus dibarengi sikap ekstra prudensial. Hal ini penting agar jangan sampai dengan adanya kolaborasi, Bawaslu justru kecolongan atau ditunggangi kekuatan oligarki yang bersekongkol dengan konglomerat hitam.

Guna transparansi dan akuntabilitas publik, kolaborasi Penyelenggara Pemilu khususnya Bawaslu, Dewan Pers dan KPI, serta konglomerat, khususnya pengusaha media massa, harus melibatkan unsur atau aktor-aktor lainnya. Paling tidak sebagai pemantau atau pengawal kolaborasi. Seperti Partai Politik (Parpol) Peserta Pemilu, Organisasi Masyarakat Sipil (OMS), kalangan Perguruan Tinggi yang *concern* dengan Pemilu, dan berbagai kelompok strategis lainnya. Tujuannya untuk mengawal kolaborasi antara Bawaslu, Dewan Pers, KPI dan konglomerat agar selalu dan tetap on the track. Sekaligus juga untuk menghindari kemungkinan kolaborasi justru berubah menjadi kongkalingkong atau pemufakatan jahat.

Pada tingkat gagasan, Bawaslu layak menjadi katalisatornya

karena Bawaslu paling banyak tersasar isu atau narasi OD dan KKM. Sementara pada tingkat implementasi, Dewan Pers dan KPI lebih tepat menjadi inisiatornya untuk mengajak konglomerat berdialog secara terbuka guna menyelesaikan problem yang ada. Alasannya, kedua institusi tersebut sebelumnya sudah saling mengenal dan bekerjasama. Bahkan bukan tidak mungkin diantara anggota Dewan Pers atau KPI ada yang bekerja pada institusi media yang dimiliki konglomerat. Karenanya akan lebih mudah melakukan komunikasi, dan pendekatan (*approach*).

Manakala konglomerat media bersedia diajak berdialog, baru kemudian melibatkan Bawaslu. Jika dari dilaog berujung kepada kolaborasi, bakal banyak hal positif diperoleh guna mewujudkan kehidupan demokrasi elektoral dan industri media kearah lebih sehat dan berkualitas. Apakah konglomerat media mau berkolaborasi untuk mencari jalan terbaik yang sifatnya win win solution terkait problem oligarki demokrasi dan konglomerasi media? Kita *positive thinking* saja, karena hal ini menyangkut kepentingan bersama atau semua pihak, termasuk konglomerat itu sendiri. Mestinya konglomerat bersedia diajak dialog dan kolaborasi.

#### **F. Agenda Bawaslu dan Pers di Pemilu Serentak 2024**

Kolaborasi antara Penyelenggara Pemilu, khususnya Bawaslu, Dewan Pers, KPI dan konglomerat media dan diikuti secara nyata oleh Pengawas Pemilu dan awak media, dapat dianggap merupakan terobosan gagasan kretatif dan inovatif yang perlu dipikirkan dan dijajaki realisasinya di masa depan, selain langkah atau program lain yang akan dilakukan oleh Bawaslu ataupun Dewan Pers. Ketua Bawaslu Periode 2022-2027, Rahmat Bagja, dalam visinya saat proses pencalonan memaparkan empat program prioritas.

*Pertama* berupa sinergi antara lembaga Penyelenggara pemilu. Dengan sinergi, diharapkan tidak akan mengulang kesalahan seperti Pemilu 2019 lalu. Dalam sinergi ini, mempertimbangkan pentingnya pengawasan partisipatif dalam mencegah politik uang, politisasi SARA, serta netralitas Aparatur Sipil Negara (ASN), TNI, dan Polri. Serta melakukan pelatihan penguatan kapasitas kelembagaan organisasi masyarakat sipil untuk menjadi Pemantau Pemilu atau Pemilihan (Pilkada). Kemudian, diseminasi dan sosialisasi bersama antara Bawaslu dan partai politik secara berkala terkait regulasi Pemilu dan Pemilihan.

Tujuannya untuk memberikan pengertian kepada partai politik. Misalnya ada kanal-kanal aduan dugaan pengawas *ad hoc* (sementara) yang bermasalah ke Bawaslu tingkat kabupaten/kota, provinsi, atau pusat. Masih dalam program prioritas bernama sinergi, Bagja akan meningkatkan perlindungan perlindungan hak memilih dan hak dipilih. Sejauh ini, sosialisasi hanya untuk hak memilih. Belum ada sosialisasi hak dipilih. Karena itu, hal ini berkaitan dengan diseminasi terhadap gangguan untuk hak dipilih sehingga peserta Pemilu dapat melakukan rangkaian proses hukum apabila merasa dirugikan.

*Kedua*, ungkap doktor ilmu hukum dari Universitas Padjadjaran, Bandung ini, menunjuk perihal inovasi. Disini diperlukan perlunya bentuk digitalisasi bagi pencegahan dan mekanisme penindakan (*e-court* dalam penanganan pelanggaran administrasi dan penyelesaian sengketa). Program prioritas *ketiga*, tata kelola lembaga akuntabel.

Harapannya membuat rekrutmen Pengawas Pemilu atau Pemilihan secara transparan. Selain itu, menerapkan manajemen *good electoral governanace*, mitigasi potensi persoalan setiap tahapan. Dalam tata kelola lembaga ini juga akan menerapkan

*reward and punishment*, memastikan jaminan kesehatan dan keselamatan bagi seluruh jajaran pengawas Pemilu, dan memastikan sarana dan prasarana sesuai kebutuhan.

Sarjana hukum dari Universitas Indonesia dan peraih gelar master hukum dari Utrecht University di Belanda menyut program lainnya, yakni: peningkatan kapasitas sumber daya manusia (SDM) yang profesional. Dirinya menekankan pelatihan intensif dan berskala bagi seluruh komisioner, pegawai atau staf staf pendukung. Dalam hal ini, akan dilakukan pelatihan bersama hakim PTUN (Pengadilan Tata Usaha Negara) dan hakim PN (Pengadilan Negeri). Alasannya, karena perspektif hakim PTUN berbeda dengan Bawaslu yang menganggap batas waktu sangat cepat seperti penyelesaian sengketa hanya 12 hari kerja. Padahal di tingkat PTUN diberikan waktu 15 sampai 21 hari. Inilah yang sangat berbeda.

Oleh sebab itu, harus ada perlakuan khusus terhadap mekanisme sengketa administrasi di Bawaslu mengingat waktunya sangat terbatas. Dalam program prioritas keempat, kata Koordinator Divisi Penyelesaian Sengketa Bawaslu (2017-222), perlunya pelatihan teknis mediasi dan persidangan, pelatihan penguatan nilai-nilai ingritas oleh lembaga yang kompeten seperti KPK, BPK, dan BPKP. Terakhir adalah pelatihan bersama Penyelenggara Pemilu.

Sementara Azyumardi Azra sebagai Ketua Dewan Pers Periode 2022-2025, berjanji bakal melanjutkan langkah positif yang telah dibangun kepengurusan sebelumnya. Serta berfokus dalam meningkatkan kesejahteraan serta kualitas jurnalis, instansi pers yang terlibat di dalam berbagai kegiatan yang ada di dunia pers tersebut. Azyumardi menyoroti banyak kantor media yang memutus hubungan kerja dengan karyawannya imbas pandemi Covid-19. Ia juga menyoroti kurangnya awak

media disuruh pensiun dini namun tanpa mendapatkan jaminan dan kesejahteraan.

Mantan wartawan Panji Masyarakat menyadari, saat ini terjadi eskalasi politik menjelang Pemilu 2024. Dewan Pers dapat berperan sebagai mentor membimbing insan pers dalam menghadapi tahun politik. Sekarang saja sudah mulai terjadi proses peningkatan suhu politik karena adanya pejabat yang diangkat oleh Mendagri sebagai Pejabat Kepala Daerah yang masa jabatannya telah berakhir. Ini harus direspons oleh Dewan Pers agar bisa memberikan bimbingan kepada publik melalui berbagai media pers yang ada.

Azyumardi Azra yang dikenal penulis buku dan artikel produktif menekankan, perlunya pers mendukung kebijakan positif dari pemerintah. Namun jika dirasakan ada kebijakan pemerintah yang tidak tepat, kewajiban bagi pers untuk memberi masukan. Kendati demikian, Dewan Pers tidak mungkin dapat sendirian untuk memberi kritik atau masukan pada pemerintah, melainkan perlu kerja sama banyak pihak agar perbaikan kondisi bangsa lebih cepat terlaksana.

Visi Ketua Bawaslu maupun program Ketua Dewan Pers memiliki prospek cerah bagi masa depan demokrasi dan industri media. Oleh karena itu, visi dan program tersebut perlu dipahami, digetuk-tularkan dan dilaksanakan oleh seluruh jajaran Bawaslu dan Dewan Pers hingga ke tingkat bawah. Sebab, merekalah yang akan menjadi ujung tombak. Dengan meminimalisir distorsi dan anomalnya di tingkat implementasi.

## **G. Epilog: Refleksi Kritis bagi Kita Semua**

Pengaruh atau dampak oligarki demokrasi dan konglomerasi serta komodifikasi media massa (OD dan KKM) sudah merambah sangat luas ke berbagai sektor kehidupan, baik yang positif dan

terutama negatif. Hanya saja respon atau reaksi yang dimunculkan berbeda-beda. Ada yang bersikap pasif dan skeptis (masa bodoh atau cuek), namun tidak sedikit pula yang aktif, kritis, korektif, dan sebagainya. Ada yang sebatas wacana, namun ada pula yang sudah menjurus kepada aksi nyata melawan hegemoni OD dan KKM.

Dengan demikian, seyogianya mendorong kelas menengah dan kaum intelektual untuk berpartisipasi dan terlibat aktif dengan narasi besar dari isu-isu ini. Bagi akademisi, khususnya peneliti, merupakan suatu tema atau topik penting dan menarik untuk diriset serta dikaji dari berbagai sudut pandang. Riset-riset tentang OD dan KKM memang sudah cukup banyak dilakukan, namun masih perlu dilakukan dengan mempertajam pada sisi fokus penelitian dan substansialitas masalah serta rekomendasi pemecahannya agar dapat mempengaruhi kebijakan negara dalam mengatasi problem OD dan KKM.

Bagi mahasiswa, sangat penting mengkaji isu-isu OD dan KKM. Sebab isu ini, kini dan akan datang akan sangat berpengaruh terhadap masa depan mereka. Penguasaan ekonomi atau media televisi di tangan segelintir elit misalnya yang menjadi isu pokok dan OD dan KKM, bukan hanya akan berdampak kepada ketimpangan ekonomi dan pemerataan hasil-hasil pembangunan, juga akan mempersempit lapangan berusaha, dan bekerja karena ekonomi nasional dari hulu hingga hilir sudah dikuasai oleh segelintir orang.

Bagi juru dakwah, tidak terlepas dari pengaruh OD dan KKM. Jangan sampai ibaratnya juru dakwah berkutut dengan isu- isu dakwah dan mengambil medan/lokasi di tempat-tempat ibadah seperti: masjid, mushalla, majelis taklim, kampus dan sebagainya. Sementara di luar institusi keagamaan atau pendidikan tersebut, eko sistem sosial justru dikendalikan oleh OD dan KKM yang dalam banyak aspek berpengaruh terhadap dakwah. Ditilik dari sini, maka tema, topik atau isu OD dan KKM, termasuk ketika juru dakwah tersebut tampil di televisi swasta juga harus menjadi tema dakwah

agar dakwah tidak kehilangan relevansi dan aktualitasnya.

*Last but not least*, pengaruh OD dan KKM bukan hanya sekedar isu, wacana dan apalagi dianggap hoaks, melainkan merupakan suatu hal yang faktual, empirik dan konkrit. Ini yang acapkali terlupakan atau tidak diketahui publik. Padahal berbagai problem ekonomis sosial saat ini yang membuat kebanyakan masyarakat mengalami kesulitan dan penderitaan, tidak bisa dilepaskan dari cengkraman OD dan KKM. Misalnya kenaikan harga bahan bakar minyak (BBM), listrik, gas elpiji, minyak goreng, sembilan bahan kebutuhan pokok (sembako) dan sebagainya. Itu semua bukan sekedar adanya faktor ekonomi, perkembangan pasar, globalisasi dan sebagainya. Namun ada kaitannya dengan kontrol ekonomi oleh OD dan KKM.

Ketika hal ini terjadi, sulit dilakukan pemecahan yang menyeimbangkan antara kepentingan pemilik modal dengan masyarakat. Hal ini disebabkan karena perekonomian dikuasai atau bahkan dikendalikan oleh OD dan KKM. Negara dalam posisi ini acapkali juga tidak berkutik karena kebijakan negara atau penguasa dalam situasi tertentu dikendalikan oleh kaum oligarki. Padahal perilaku OD dan KKM umumnya lebih berorientasi kepada akumulasi kepentingan dan keuntungan ekonomi, finansial dan modal dan kurang mempertimbangkan kepentingan rakyat kebanyakan. Nyaris kurang mempertimbangkan kepentingan rakyat kebanyakan.

Singkat kata, OD dan KKM tidak cukup berhenti hanya dikritisi atau dijadikan musuh bersama (*common enemy*), melainkan harus diajak kolaborasi untuk mencari jalan keluar atas pelbagai problem pelik dan krusial yang dialami oleh bangsa saat ini. Karena diyakini, masih ada konglomerat putih (lawan dari hitam). Terkecuali manakala OD dan KKM sudah tidak mau diajak kolaborasi untuk kepentingan rakyat kebanyakan, maka langkah-langkah ekstra konstitusional diperlukan untuk memaksanya kembali kepada jalan yang benar.

## Daftar Pustaka

- Amir Effendi Siregar, Mengawal Demokratisasi Media, Menolak Konsentrasi, Membangun Keberagaman, Buku Kompas, 2014.
- AE Priyono, Willy Purna Samadhi, Olle Tornquist, dkk, editor, Menjadikan Demokrasi Bermakna, Masalah dan Pilihan di Indonesia, Demos, 2007.
- AE Priyono dan Usman Hamid (Editor), Merancang Arah Baru Demokrasi, Indonesia Pasca-Reformasi, PolGov, 2014.
- Alex Sobur, Analisis Teks Media, Rosda Karya Bandung, 2002.
- Arif Rahmadi, Tips Produktif ber-Social Media, PT. Elex Media Komputindo.2016.
- Abdil Mughis Mudhoffir dan Coen Husain Pontoh, Editor, Oligarki, Teori dan Kritik”, Marjin Kiri, 2020.
- Andi Alimuddin Ende, Televisi & Masyarakat Pluralistik, Pernada, 2014.
- Agus Sudiby, Jagat Digital, Pembebasan dan Penguasaan, Perpustakaan Populer Gramedia, 2019.
- Agus Sudiby, Politik Media dan Pertarungan Wacana, LKiS, 2001.
- Agus Sudiby, 50 Tanya Jawab tentang Pers, Kepustakaan Populer Gramedia, 2013.
- Ana Nadhya Abrar, Analisis Pers Teori dan Praktik, Cahaya Atma Pustaka, Yogyakarta, 2011.
- Burhanuddin Muhtadi, Kuasa Uang, Politik Uang dalam Pemilu Pasca Orde Baru, Kepustakaan Populer Gramedia, 2010.
- Bagir Manan, Menjaga Kemerdekaan Pers di Pusaran Hukum, Dewan Pers, 2011.



- Bagir Manan, Politik Publik Pers, Dewan Pers, 2012.
- Bekti Nugroho, Samsuri, Penyunting, Pers Berkualitas, Masyarakat Cerdas Dewan Pers, Cetakan I, 2013.
- Denis McQuail, Teori Komunikasi Massa, Erlangga, 1987.
- Dan Nimmo, Komunikasi Politik, Khalayak dan Efek, PT Remaja Rosdakarya, Bandung, 2002.
- Daniel Zuchron, dkk, Membangun Demokrasi Melalui Pengawasan Pemilu, Bawaslu RI, 2017.
- Desi Rahmawati, Demokrasi dalam Genggaman Para Pemburu Rente, PolGov, 2018.
- David T. Hill, The Press di New Order Indonesia, University of Western Australia Press, Asia Research Center on Social, Political dan Economic Change dan Pustaka Sinar Harapan, 1994.
- Djafar H. Assegaff, Konglomerasi, Taipan, dan Koneksi Bisnis, Warta Ekonomi, 1994.
- Edward Aspinall dan Mada Sukmaji, Editor, Politik Uang di Indonesia, Patronase dan Klientelisme pada Pemilu Legislatif 2014, PolGob, 2015.
- Edward Aspinall dan Ward Berenschot, Democracy for Sale, Pemilu, Klientelisme, dan Negara di Indonesia, Yayasan Pustaka Obor, Indonesia, 2019.
- Elvinaro Ardianto, Komunikasi Massa, Suatu Pengantar, Simbiosis Rekatama Media, 2007.
- Eriyanto, Analisis Framing, Konstruksi, Ideologi dan Politik Media, LKiS, 2002.
- Eriyanto, Media dan Opini Publik. RajaGrafindo Persada, 2018.
- Erica L. Panjaitan & TM. Dhani Iqbal, Rating Rating Televisi,

- Ilusi Sebuah Netralitas, Yayasan Obor Indonesia, 2006.
- Eko Pamuji, Media Cetak Vs Media Online, Unitomo Pers 2019.
- Eko Sudarmanto dkk, Manajemen Konflik, Penerbit Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Firmanzah, Marketing Politik, Antara Pemahaman dan Realitas, Buku Obor, 2012.
- F. Budi Hardiman, Dalam Moncong Oligarki, Skandal Demokrasi Indonesia, Penerbit Kanisius, 2013.
- Firman Noor, Partai Politik Sebagai Problem Demokrasi di Indonesia Era Reformasi, Kajian Penyebab dan Solusinya, LIPI Press, 2018.
- Firmanzah, Marketing Politik, Antara Pemahaman dan Realitas, Buku Obor, 2012.
- Farida Patitinggi dan Fajlurrahman Jurdi, Korupsi Kekuasaan, Dilema Penegakan Hukum di Atas Hegemoni Oligarki, Rajagrafindo, 2016.
- Hafied Cangara, Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Revisi, Rajagrafindo Persada, 2016
- Ishadi SK, Media dan Kekuasaan, Penerbit Buku Kompas, 2014.
- Henry Cloud, Integritas, Keberanian Memenuhi Tuntutan Kenyataan, Gramedia, 2007.
- Joko Widodo, Membangun Birokrasi Berbasis Kinerja, Bayumedia, 2006.
- Jeffrey A. Winters, Oligarki, Gramedia, 2011.
- Hafied Cangara, Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Revisi, Raja Grafindo Persada, 2016
- Hikmat Kusumanirngat dan Purnama Kusumaningrat, Jurnalistik, Teori dan Praktik, Remaja Rosda Karya, Bandung, 2009.

- Haris Sumadiria, *Jurnalistik Indonesia, Menulis Breita dan Feuture, Panduan Praktis Jurnalis Profesional*, Simbiosis Rekatama, 2011.
- Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Rajagrafindo Persada, 2016.
- Henry Cloud, *Integritas, Keberanian Memenuhi Tuntutan Kenyataan*, Gramedia, 2007.
- Hinca Pandjaitan dan Amir Effendi Siregar, Editor, *Membangun Sistem Penyiaran yang Demokratis di Indonesia*, Warta Global Indonesia, 2003.
- Henry Subiakto dan Rachmah Ida, *Komunikasi Politik, Media dan Demokrasi*, Kencana, 2012.
- Idi Subandi Ibrahim, *Media Sadar Publik, Media Lokal Mewartakan Korupsi dan Pelayanan Publik*, LSPP, Jakarta, 2005.
- Irvan Mawardi, *Pemilu dalam Cengkraman Oligarki, Fenomena Kegagalan Demokrasi Prosedural*, Pukap, 2011.
- Irawan Saptono, Editor, *Media, Pemilu dan Politik, Kecenderungan Media Dalam Pemilu 2009*, Institut Studi Arus Infromasi, 2010.
- J. Danang Widoyoko, *Oligarki dan Korupsi Politik Indonesia, Strategi Memutus Oligarki dan Reproduksi Korupsi Politik*, Setara Press, Malang, 2013.
- Joko Widodo, *Membangun Birokrasi Berbasis Kinerja*, Bayumedia, 2006.
- Leon Agustino, *Sisi Gelap Otonomi Daerah*, Widya Padjadjaran, 2011.
- Luki Djani, *Peran Politik Uang dalam Demokrasi Elektoral Indonesia, Merancang Arah Baru Demokrasi, Indonesia Pasca Reformasi*, KPD, 2014.

- Lukas Luawarso, Samsuri, Kusmadi, *Pers dan Pilkada 2005*, Dewan Pers, 2005.
- Miriam Budiardjo, *Dasar-dasar Ilmu Politik*, Gramedia, Jakarta, 1986.
- Muhammad Aqil Irham, *Demokrasi Muka Dua, Membaca Ulang Pilkada di Indonesia*, Gramedia, 2016.
- Nawiroh Vera, *Komunikasi Massa, Ghalia Indonesia*, 2016.
- Nur Hidayat Sardini, *Kepemimpinan Pengawasan Pemilu, Sebuah Sketsa, Rajawali Pers*, 2014.
- P Querubin, *Family and Politics, Dynastic Persistence in the Philippines*, paper submitted to MIT and Harvard Academy, September, 2010.
- Pramono Anung Wibowo, *Mahalnya Demokrasi Memudarnya Ideologi, Potret Komunikasi Politik Legislator-Konstituen*, Kompas, 2013.
- Puadi, *Demokrasi, Pemilu dan Politik Uang*, CV. Aldera Shalih Indonesia, 2020.
- Puadi, *Menegakkan Keadilan Pemilu, Mewujudkan Demokrasi Konstitusional*, Ramka Publishing, 2021.
- Robert Michel. *Partai Politik, Kecendrungan Oligarki dalam Birokrasi*, Rajawali Pres, 1984.
- Ratna Kartika, *Penyunting, Penyusunan Survei Indeks Kemerdekaan Pers Tahun 2021*, Dewan Pers, 2021.
- Steven Levitsky dan Daniel Ziblatt, *Bagaimana Demokrasi Mati*, Gramedia Pustaka Utama, 2019.
- Syamsuddin Harris, *Masalah-masalah Demokrasi & Kebangsaan Era Reformasi*, Buku Obor, 2014.
- Thomas Power dan Eve Warburton, Editor, *Demokrasi di Indonesia, dari Stagnasi ke Regresi? Kepustakaan Populer*

- Gramedia bekerja sama dengan Public Virtue dan Kurawal Foundation, 2021.
- Ricahrd S. Katz dan William Crotty, Handbook Partai Politik, Nusa Media, 2014.
- Rusadi Kantaprawira, Sistem Politik Indonesia suatu Model Pengantar, Sinar Baru, Bandung, 1988.
- Ramlan Surbakti, Didik Supriyanto, Mendorong Demokratisasi Internal Partai Politik, Penerbit Kemitraan bagi Pembaruan Tata Pemerintahan 2013.
- Ross Tapsell, Kuasa Media di Indonesia, Kaum Oligarki, Warga, dan Revolusi Digital, Marjib Kiri, 2018.
- Syafhendry, Perilaku Pemilih Teori dan Praktik, Alaf Riau, 2016.
- Roni Tabroni, Komunikasi Politik pada Era Multimedia, Simbiosis Rekatama Media, 2014.
- Ratna Dewi Pettalolo dan Khairul Fahmi, Kajian Evaluatif Penanganan Pelanggaran Pemilihan Kepala Daerah Serentak 2020, Bawaslu RI, 2020.
- Ratna Kartika, Penyunting, Penyusunan Survei Indeks Kemerdekaan Pers Tahun 2021, Dewan Pers 2021.
- Syopiansyah Jaya Putra, dkk, Outlook 2016, Refleksi dan Proyeksi, DKPP RI, 2016.
- S Bayu Wahyono, dkk, Ironi Eksistensi Regulator Media di Era Demokrasi, Studi Evaluatif terhadap Peran Regulator Media dan Komunikasi dalam Menegakkan Demokrasi di Indonesia, Penerbit Pemantau Regulasi dan Regulator Media (PR2Media) & Yayasan Tifa Yogyakarta, 2011.
- Ulani Yunus, Digital Branding, Teori dan Praktik, Simbiosis Rekatama Media, 2014.

Yuyun Dwi Puspitasari, Derajat Transparansi Partai Politik dalam Seleksi Bacaleg Pemilu 2019, dalam “Demokrasi Rekrutmen Partai Politik”, Yayasan Perludem, tt.

Zainal Mukarom, Komunikasi Politik, Pustaka Setia, 2016.

William L Rivers, Jay W. Jensen, Theodore Peterson, Media Massa dan Masyarakat Modern, Edisi Kedua, Kencana, 2003.

## Website

wikipedia.or

<https://www.republika.co.id/berita/qpg3wy384/peneliti-lipi-demokrasi-berpeluang-dibajak-oligarki>.

<https://mediaindonesia.com>, Kamis, 8 Maret 2018.

Kompas, 16 September 2021. Diunduh dari: <https://www.uinjkt.ac.id/membendung-oligarki>.

[file:///C:/Users/User/Desktop/1513-3789-1-SM%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/User/Desktop/1513-3789-1-SM%20(1).pdf)

<https://www.mkri.id/index.php?page=web.Berita&id=11428>, Jum'at 10 Juli 2015.

<https://www.beritasatu.com/nasional/210040/icw-ada-48-anggota-dewan-terpilih-yang-terjerat-kasus-korupsi>.

<https://rumahpemilu.org/sejumlah-ketentuan-pemilu-mendukung-oligarki>, 22 Juli 2020.

<https://nasional.kompas.com/read/2021/12/20/18341511/arti-istilah-oligarki-dalam-politik?page=all>.

<https://nasional.kompas.com/read/2021/03/15/16012261/mendagri-pilkada-tetap-dilaksanakan-2024-revisi-uu-pilkada-dilakukan>.

<https://www.dpr.go.id/berita/detail/id/34416/t/>

Sesuai+Amanat+UU%2C+Pemilu+Serentak+Dilaksanakan,  
02-09-2021.

<https://metro.tempo.co/read/1427298/pengamat-jika-pilkada-digelar-2022-anies-baswedan-dapat-panggung/full&view=ok>

<https://www.jpnn.com/news/penundaan-pilkada-dki-diduga-untuk-menzalimi-anies-baswedan?page=2>.

<https://www.tribunnews.com/nasional/2022/04/26/masinton-sebut-mafia-minyak-goreng-sponsori-penundaan-pemilu-elite-pkb-hoax-cuma-cari-sensasi>.

<https://mediaindonesia.com/politik-dan-hukum/290570/ketua-mpr-paling-mahal-rp1-triliun-untuk-kuasai-parpol>.

<https://nasional.sindonews.com/berita/1382660/18/fenomena-oligarki-partai>, Kamis 28 Februari 2019.

<https://rumahpemilu.org/parpol-dan-sistem-pemilu-oleh-ramlan-surbakti>, 2 Maret 2020.

Jurnal Legislasi Indonesia, Volume 16 No.1, Maret 2019, chrome extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://www.newmandala.org/wp-content/uploads/2019/11/Sistem-Elektoral-Indonesia%E2%80%94Mengapa-Perlu-Direformasi-November-2019.pdf.

<https://antikorupsi.org/id/article/banyak-ex-terpidana-daftar-pilkada-masyarakat-harus-selektif>.

<https://amp.kompas.com/nasional/read/2014/04/16/0750206/jokowi-janji-bangun-kabinet-kerja-bukan-kabinet-bagi-bagi-kursi>, 16 April 2014.

<https://www.cnnindonesia.com/nasional/20140923170454-32-4122/icw-anggap-jokowi-ingkar-janji>.

<https://kabar24.bisnis.com/read/20191125/15/1173884/politik->

transaksional-kursi-menteri-berbanderol-rp500-miliar-  
calon-kepala-daerah-bayar-di-muka.

Koran Tempo, 23 November 2013.

[https://amp.kompas.com/properti/read/2013/04/21/21543555/  
index.html](https://amp.kompas.com/properti/read/2013/04/21/21543555/index.html).

[https://ekonomi.kompas.com/read/2018/08/01/064607526/  
ingin-jadi-caleg-berapa-miliar-dana-dibutuhkan?page=all](https://ekonomi.kompas.com/read/2018/08/01/064607526/ingin-jadi-caleg-berapa-miliar-dana-dibutuhkan?page=all)

[https://jeo.kompas.com/buka-bukaan-biaya-caleg-demi-kursi-  
di-senayan](https://jeo.kompas.com/buka-bukaan-biaya-caleg-demi-kursi-di-senayan).

[https://nasional.kompas.com/read/2019/12/03/05400011/  
kemendagri--paslon-bisa-keluarkan-dana-rp-25-30-miliar-  
saat-pilkada?page=all](https://nasional.kompas.com/read/2019/12/03/05400011/kemendagri--paslon-bisa-keluarkan-dana-rp-25-30-miliar-saat-pilkada?page=all).

[https://rumahpemilu.org/democracy-for-sale-membedah-  
elektoral-klientelisme-dalam-politik-informal-di-indonesia](https://rumahpemilu.org/democracy-for-sale-membedah-elektoral-klientelisme-dalam-politik-informal-di-indonesia),  
11 April 2019.

<https://www.beritasatu.com/tajuk/5995/politik-biaya-tinggi>,  
Selasa 17 Juli 2018.

<file:///C:/Users/User/Desktop/256-1363-1-PB.pdf>.

[https://news.detik.com/berita/d-5169743/kpk-ungkap-kajian-82-  
calon-pilkada-dibiaya-sponsor-mahfud-singgung-cukong](https://news.detik.com/berita/d-5169743/kpk-ungkap-kajian-82-calon-pilkada-dibiaya-sponsor-mahfud-singgung-cukong).

[https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-lampungbengkulu/  
baca-artikel/13735/Apa-itu-benturan-kepentingan.html](https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-lampungbengkulu/baca-artikel/13735/Apa-itu-benturan-kepentingan.html).

[https://kabar24.bisnis.com/read/20210924/16/1446290/banyak-  
elit-politik-terjerat-kasus-korupsi-parpol-gagal-cetak-  
kader-antikorupsi](https://kabar24.bisnis.com/read/20210924/16/1446290/banyak-elit-politik-terjerat-kasus-korupsi-parpol-gagal-cetak-kader-antikorupsi).

[https://kolom.tempo.co/read/1518871/tujuh-tahun-jokowi-  
new-kleptocracy](https://kolom.tempo.co/read/1518871/tujuh-tahun-jokowi-new-kleptocracy), Selasa 19 Oktober 2021.

<http://www.gungunheryanto.com/2011/10/kleptokrasi-dan->



korupsi-politik.html.

<https://www.uinjkt.ac.id/candu-kleptokrasi>.

<https://www.jpnn.com/news/indonesia-salah-satu-negara-peringkat-atas-politik-uang-di-dunia>, Selasa, 5 Oktober 2021.

<https://fajar.co.id/2020/07/27/praktek-politik-uang-di-indonesia-tempat-urutan-ketiga-dunia>, Senin 27 Juli 2020.

<https://mediaindonesia.com/opini/168335/menyelamatkan-demokrasi-elektoral>, Rabu 27 Juni 2018.

<https://nasional.kompas.com/read/2020/10/02/16593491/icw-sudah-rahasia-umum-pilkada-jadi-ajang-transaksi-kepentingan-cukong?page=all>.

<https://nasional.tempo.co/read/369489/indonesia-negara-demokrasi-terbesar-ketiga-dunia/full&view=ok>, Jum'at, 2 Desember 2021.

<https://mataram.pikiran-rakyat.com/klik-news/pr-2223120761/negeri-ini-celaka-oleh-pengpeng-kata-ekonom-rizal-ramli?page=2>

<https://www.rmoljabar.id/korupsi-oligarki-dan-runtuhnya-kekuasaan>, Rabu 8 Desember 2021.

<https://www.benarnews.org/indonesian/berita/indonesia-demokrasi-09252020150937.html>

<https://nasional.tempo.co/read/1580168/survei-indikator-politik-indonesia-629-persen-rakyat-semakin-takut-berpendapat>, Sabtu, 9 April 2022.

<https://www.unpad.ac.id/2022/01/dua-tahun-terakhir-demokrasi-indonesia-alami-penurunan>.

<https://www.puskapol.ui.ac.id/press-release/pernyataan>

sikap-koalisi-masyarakat-sipil-kawal-pemilu-2024-terhadap-tim-seleksi-kpu-dan-bawaslu-periode-2022-2027.html.

Katadata.co.id, Rabu (13/10/2021).

<https://news.detik.com/kolom/d-5981363/menatap-pemilu-2024-pasca-seleksi-anggota-kpu-bawaslu>.

<https://nasional.kompas.com/read/2022/02/17/15553131/pemilihan-anggota-kpu-bawaslu-2022-2027-dinilai-tak-transparan?page=all>.

<https://www.cnnindonesia.com/nasional/20220217062955-32-760253/anggota-kpu-bawaslu-terpilih-sama-dengan-daftar-nama-beredar-kemarin>.

<https://news.detik.com/berita/d-5857997/bamsuet-siapa-pun-yang-merusak-pemilu-sama-saja-merusak-indonesia>.

<https://mediaindonesia.com/politik-dan-hukum/472169/komisioner-kpu-dan-bawaslu-wajib-independen-dan-transparan>.

## **Jurnal**

Ahmad Muttaqin, Ideologi dan Keberpihakan Media Massa Jurnal Dakwah dan Komunikasi, Vol. 5 No.2 Juli-Desember 2011.

Anggalih Bayu Muh. Khamim dan Muhammad Fahmi Sabri, Jurnal Ilmu Politik POLITIKA, Volume 10, No. 2, Oktober 2019.

Nova Darmanto, Pemusatan Kepemilikan Media, Implikasinya Terhadap Konten Media Mediasi, Jurnal Kajian dan Terapan Media, Bahasa, Komunikasi Vol. 1, No. 3, September 2020.

Supadiyanto, "Lanskap Industri Media Massa Arus Utama dan Media Online", <http://www.kompasiana.com/supadiyanto/lanskap-industri-media-massa-arus-utama-dan-mediaonlin>

e\_54f85641a33311d25d8b4a95, akses 31/3/2016.

Sigit Surahman, Fuqoha, Mekanisme Penyelesaian Pelanggaran Kode Etik Jurnalistik Pada Dewan Pers Di Kota Serang, Jurnal LONTAR Volume 5 No. 2 Juli-Desember 2017.

Yosep Adi Prasetyo, “Kondisi Pers Indonesia dan Tantangan Saat Ini”, Jurnal Dewan Pers, 2017.

### **Undang-undang**

UU No. 7 tahun 2017 tentang Pemilu.

UU No. 40 Tahun 1999 tentang Pers.

UU No. 32 tahun 2002 tentang Penyiaran.

Wacana, atau praktik oligarki di Indonesia sesungguhnya bisa ditarik jauh ke kebelakang ke masa kolonial. Namun bersamaan dengan tumbangannya regim orde baru pada 1998 dan menandai munculnya era reformasi, isu ini makin kencang. Menurut Richard Robison serta Vedi R. Hadiz di dalam bukunya bertajuk “Reorganizing Power in Indonesia: The Politics of Oligarchy in an Age of Market”, oligarki yang terjadi di Indonesia tidak hilang pasca reformasi. Justru terus bertransformasi dengan cara menyesuaikan konteks politik yang didorong oleh neo liberalisme. Saat ini cengkraman oligarki nyaris sempurna, Ditandai oleh terjadinya penguasaan dan integrasi antara sektor politik dengan bisnis yang strategis dan menguntungkan, khususnya media massa. Dalam konteks bisnis media, sejumlah pemilik media nota bene ketua umum partai politik yang sekaligus pendukung *regim* yang berkuasa.

Berbeda dengan sejumlah kalangan yang cenderung menstigmatisasi oligarki demokrasi dan konglomerat media massa secara *an sich* negatif dan dijadikan musuh bersama (*common enemy*). Melalui pendekatan cara berfikir Formula 4C (*critical thinking and problem solving, creativity and innovation, communication dan collaboration*), melalui buku ini penulisnya menawarkan sudut pandang lain yang menyarankan agar Bawaslu, Dewan Pers dan Komisi Informasi Publik menggandeng kekuatan oligarki dan konglomerat media untuk diajak berfikir kritis, kreatif, inovatif, komunikatif dan terperting berkolaborasi untuk menemukan akar masalah dan mencari solusi. Dengan tetap berpedoman kepada peraturan perundangan dan penegakan hukum (*law enforcement*) yang tegas dan adil. Karenanya buku ini layak dijadikan referensi bagi pengawas Pemilu, akademisi, juru dakwah, mahasiswa, dan lain-lain.

Achmad Fachrudin adalah lulusan Institut Perguruan Tinggi Ilmu Al-Qur'an (PTIQ) Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam dan Paska Sarjana Universitas Muhammadiyah Jakarta Konsentrasi Administrasi dan Kebijakan Publik.



Pernah bekerja di koran Jayakarta, Neraca, Terbit, Tabloid Abadi, anggota dan Ketua KPU Jakarta Selatan (2003-2007 dan 2007-2012), anggota Bawaslu DKI (2012-2017), Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (sejak 2018), dan lain-lain. Diantara buku yang ditulisnya adalah Gus Dur dari Pesantren ke Istana Negara (1999), Jihad Sang Demonstran (2000), Dinamika Politik DPRD DKI (2001), Tukang Insinyur Jadi Gubernur DKI (2008), Dinamika Pemikiran Islam Kontemporer (2013), Jalan Terjal Menuju Pemilu (2014), Kisruh Daftar Pemilih (2015), Jebakan Demokrasi Elektoral (2018), Konflik Politik Identitas di Pilkada DKI 2017, Paradoks Pemilu Serentak 2019, dan lain-lain. Artikel dan opininya banyak dimuat antara lain di Republika, Media Indonesia, Seputar Indonesia, Detik.com, dan lain-lain.