



KEKUASAAN DALAM HAGEMONI MEDIA : KOMUNIKASI POLITIK DAN EKSISTENSI MERAH MASSA

Geofakta Razali

Sahid University

(Naskah diterima: 1 Juni 2021, disetujui: 30 Juli 2021)

Abstract

Media life which was originally to provide people with a variety of information, education, and entertainment suddenly had to face pressure (hegemony), especially from the authorities. This paper will understand one subject, namely between the media and power. This understanding concerns the form of affiliation between media content and the state. The New Order regime was seen as a strong state that could always determine the direction of media performances, and as its participation in interfering in various economic and even political activities of the state. If this paper can be developed further, it will be known how the state (the New Order regime) instilled its power politics (hegemony). This power becomes a foothold for media leaders in reaching the power of the masses

Keywords: *Media Hegemony, Power, Political Communication, Mass Communication*

Abstrak

Kehidupan media yang semula menyejukkan masyarakat dengan berbagai informasi, pendidikan, dan hiburan tiba-tiba harus menghadapi tekanan (hegemoni) terutama dari pihak penguasa. Tulisan ini akan memahami satu pokok bahasan yaitu antara media dan kekuasaan. Pemahaman ini menyangkut bentuk afiliasi antara isi media dengan penguasa (*state*). Rezim Orde Baru dipandang sebagai negara kuat yang selalu dapat menentukan arah pertunjukan media, dan sebagai keikutsertaannya untuk mencampuri berbagai aktivitas ekonomi bahkan politik negara. Jika tulisan ini dapat dikembangkan lebih jauh, akan diketahui bagaimana negara (rezim Orde Baru) menanamkan politik kekuasaannya (hegemoni). Kekuassan ini menajdi sebuah pijakan bagi pemimpin media dalam meraih kekuatan masa

Kata Kunci: Hegemoni Media, Kekuassan, Komunikasi Politik, Komunikasi Massa

I. PENDAHULUAN

Kehidupan media yang semula menyejukkan masyarakat dengan berbagai informasi, pendidikan, dan hiburan tiba-tiba harus menghadapi tekanan

(hegemoni) terutama dari pihak penguasa.

Tulisan ini akan memahami satu pokok bahasan yaitu antara media dan kekuasaan. Pemahaman ini menyangkut bentuk afiliasi antara isi media dengan penguasa (*state*). Rezim

Orde Baru dipandang sebagai negara kuat (Fatah, 1994: 85-103) yang selalu dapat menentukan arah pertunjukan media, dan sebagai keikutsertaannya untuk mencampuri berbagai aktivitas ekonomi bahkan politik negara. Jika tulisan ini dapat dikembangkan lebih jauh, akan diketahui bagaimana negara (rezim Orde Baru) menanamkan politik kekuasaannya (hegemoni) (Surbakti, 1996: 36).

Media massa sebagai salah satu bagian yang tidak terpisahkan di masyarakat telah memberikan pengaruh yang begitu signifikan di masyarakat. Berbagai bentuk tayangan di media massa mampu menampilkan realita sosial di masyarakat. Masyarakat begitu mudah percaya dengan apa yang ditampilkan di media massa. Media massa yang telah mengalami perkembangan begitu pesat juga mampu membentuk opini public melalui tayangan yang disajikannya, seperti berita misalnya. Televisi sebagai salah satu media massa yang paling besar memberikan pengaruh merupakan media yang paling banyak dikonsumsi oleh masyarakat. Televisi di era reformasi saat ini tidak hanya berfungsi sebagai media penyampai pesan saja, tetapi juga berfungsi sebagai penarik minat massa untuk meraup dukungan dalam segala hal. Sebagai media komunikasi massa yang penuh dengan tayangan-tayangan audio

visual, bukan tidak mungkin televisi menjadi pusat perhatian. Mengapa orang memperhatikan media massa? Satu kemungkinan jawabannya ialah karena mereka berusaha menambah khazanah pengetahuan (informasi) dan atau memperoleh bimbingan (opini). (Nimmo, 2000 : 172). Dalam kajian ini akan terlihat para dalang menerima dan menyadari hegemoni negara (rezim Orde Baru) yang dipandang sebagai bentuk pendektean itu. Sebagai catatan, perlu diketahui bahwa rezim Orde Baru adalah negara otoriter-birokratik, yang didukung oleh kekuatan militer (Masso, 2002: 11-12). Negara yang kuat akan mudah untuk menentukan langkah-langkah hegemoni.

Hegemoni dalam bahasa Yunani kuno disebut *eugemonia*, seperti telah dipaparkan dalam *Encyclopedia Britanica* yang menceritakan prakteknya di Yunani, diterapkan untuk menunjukkan dominasi posisi yang diklaim oleh negara-negara kota (*polis atau citystates*. secara individual, seperti yang dilakukan oleh negara kota Athena dan Sparta terhadap negara-negara lain yang sejajar (Hendarto, 1993: 73).

Pengertian hegemoni (Surbakti, 1996) di era sekarang menunjukkan sebuah kepemimpinan dari suatu negara tertentu, yang bukan saja sebagai negara kota yang melakukan hegemo-

ni terhadap negara–negara lain yang berhubungan secara longgar maupun secara tatterintegrasi dalam negara pemimpin (Sperling, 2001: 389-425). Dalam konsep hegemoni yang dikemukakan Gramsci sebenarnya dapat dielaborasi melalui penjelasannya dari tentang sebuah basis dari supremasi kelas, yakni bahwa supremasi sebuah kelompok mewujudkan diri dalam dua cara, sebagai dominasi dan sebagai kepemimpinan intelektual dan moral (Patria, 2003: 115-118). Di satu pihak, sebuah kelompok sosial mendominasi kelompok-kelompok oposisi untuk menghancurkan atau menundukkan mereka, bahkan kalau perlu mempergunakan kekuatan senjata. Di lain pihak, sebuah kelompok sosial memimpin kelompok-kelompok kerabat dan sekutu mereka. Sebuah kelompok sosial dapat dan bahkan harus sudah menerapkan kepemimpinan sebelum memenangkan kekuasaan pemerintahan. Kelompok sosial tersebut kemudian menjadi dominan ketika dia mempraktekkan kekuasaan, bahkan bila kelompok sosial itu telah memegang kekuasaan penuh di tangannya, ia masih harus terus memimpin juga, atau selalu melakukan langkah-langkah untuk melanggengkan kekuasaannya.

Hal ini menunjukkan suatu totalitas yang didukung oleh kesatuan dua konsep, yaitu

kepemimpinan (*direction*) dan dominasi (*dominance*). Hubungan antara dua konsep menyiratkan tiga hal, yaitu: (1) dominasi dijalankan atas seluruh musuh, sedang bentuk kepemimpinannya dilakukan terhadap segenap sekutu-sekutunya, (2) kepemimpinan adalah prakondisi untuk menakhlikkan aparat negara, dan (3) sekali kekuasaan negara dapat dicapai, dua aspek supremasi kelas, baik pengarahannya maupun dominasi (hegemoni) dapat dilanjutkan dengan mudah (Patria, 2003: 115-118).

Gramsci juga menyebutkan bahwa hegemoni adalah sebuah rantai kemenangan yang didapat melalui mekanisme konsensus ketimbang melalui penindasan terhadap kelas sosial lainnya. Terdapat berbagai cara yang digunakan, misalnya melalui institusi yang ada di masyarakat yang menentukan secara langsung atau tidak langsung strukturstruktur kognitif dari masyarakat. Dari penjelasan ini dapat diketahui bahwa hegemoni pada dasarnya adalah upaya untuk menggiring orang agar menilai dan memandang problematika sosial dalam kerangka yang ditentukan. Dalam konteks ini, Antonio Gramsci merumuskan konsepnya yang merujuk pada pengertian tentang situasi sosialpolitik, dalam terminologinya yang mana filsafat dan praktek sosial masyarakat menyatu dalam keadaan seimbang. Kemudian dominasi

itu sendiri merupakan konsep dari realitas yang menyebar melalui masyarakat dalam sebuah lembaga dan manifestasi perseorangan. Pengaruh ini membentuk moralitas, adat, religi, prinsip-prinsip politik dan semua realitas sosial. Dengan demikian bahwa hegemoni selalu berhubungan dengan penyusunan kekuatan negara sebagai kelas ditaktor. Di samping itu, hegemoni juga merujuk pada kedudukan ideologis satu atau lebih kelompok atau kelas dalam masyarakat sipil yang lebih tinggi dari yang lain.

Hal ini lah yang menyebabkan timbulnya hegemoni media yang cenderung tidak terbatas dan sebebaskan-bebasnya. Letak kekuatan media massa, televisi khususnya, yaitu memiliki konsep audio visual yang mampu menampilkan realita sosial di masyarakat. Kedekatan fenomena yang ditampilkan oleh masyarakat inilah yang menjadikan televisi sebagai penyebar informasi dengan fungsi persuasi yang paling besar. Beberapa kalangan yang memiliki kekuasaan akan menjadikan media massa sebagai alat untuk mendapatkan dukungan di ranah perpolitikan. Dengan penjelasan tentang hegemoni ini terlihat bahwa media merupakan memiliki kekuasaan, serta menjadi kekuatan penentu terhadap dinamika sosial-politik masyarakat. Letak kekuatan media massa, televisi

khususnya, yaitu memiliki konsep audio visual yang mampu menampilkan realita sosial di masyarakat. Kedekatan fenomena yang ditampilkan oleh masyarakat inilah yang menjadikan televisi sebagai penyebar informasi dengan fungsi persuasi yang paling besar. Beberapa kalangan yang memiliki kekuasaan akan menjadikan media massa sebagai alat untuk mendapatkan dukungan di ranah perpolitikan. Sebagaimana telah diketahui bahwa di era reformasi saat ini, kepemilikan media merupakan salah satu cara untuk mendapatkan kekuasaan, karena media massa merupakan alat yang utama dalam membentuk opini public.

Media benar-benar mampu memimpin dan mendominasi lapangan kekuasaan dalam berbagai bidang pembangunan dan kenegaraan. Dengan konsekwensi, para dalang sebagai kekuatan intelektual di masyarakat, dikendalikan negara untuk menyampaikan konsep, Ideologi, dan kekuasaan yang telah ditata. Gramsci juga melihat kenyataan bahwa di dalam masyarakat selalu terdapat kelompok yang memerintah dan yang diperintah. Persoalan bagi yang memerintah adalah bagaimana menciptakan kepatuhan dan meniadakan perlawanan dari yang diperintah. Jalan yang ditempuh Gramsci untuk mewujudkan hal itu adalah penguasa mempergunakan cara lewat dominasi

atau penindasan dalam bentuk kekuatan (*force*) dan hegemoni yakni memegang kendali kepemimpinan intelektual dan moral yang diterima secara sukarela lewat kesadaran (Belah, 1996: 43), yang nantinya akan berdampak pada kekua-tan politik dalam meraup massa.

Pemilik media massa sebenarnya memiliki kemampuan untuk bisa bersaing di kancah perpolitikan di Indonesia. Kita tahu bahwa di Indonesia ada beberapa stasiun televisi yang pemiliknya berkecimpung di dunia politik. Metro TV yang dimiliki oleh Surya Paloh, di mana Surya Paloh saat ini berposisi sebagai ketua umum Partai Nasional Demokrat (Nas-Dem), dan TVOne yang dimiliki oleh keluarga Bakrie, di mana Aburizal Bakrie juga sebagai ketua umum Partai Golongan Karya, merupakan dua stasiun televise berita terbesar di Indonesia. Tayangan berita yang disajikan oleh dua stasiun televise tersebut mampu mempengaruhi pola pikir masyarakat. Termasuk pemain yang cukup terkenal saat ini yaitu Harry Tanoesudibjo yang juga memulai integrasi media MNC Group (RCTI, GlobalTV, MNCTV, InewsTV) yang menghasilkan berbagai dialog politik dengan kekuatan media. Permasalahan yang terjadi ini dapat dilihat dengan kritis oleh masyarakat untuk menilai

kembali keputusan mereka atau bahkan berpendapat.

II. KAJIAN TEORI

a. Sejarah Teori

Awal kemunculan marxisme dan teori kritis merupakan respon dari dua perspektif sebelumnya, yakni liberalisme dan realisme. Marxisme dan teori kritis menganggap bahwa liberalisme dan realisme merupakan perspektif yang terbatas, maka itu keduanya tidak fleksibel. Keduanya dapat dikatakan gagal dalam memaknai fenomena-fenomena, khususnya pada sistem internasional, yang terus berkembang. Realisme dan liberalisme dianggap hanya berpatokan pada orientasi aktor seperti *power* dan *interest* yang kurang memperhatikan proses sosial pada aktor yang pada dasarnya sudah dikrontruksi secara historis dan secara tersirat menolak kemungkinan adanya alternatif lainnya yang berupa proses produksi sosial (Rupert, 2007: 149). Teori yang di bawa oleh Karl Marx ini menyoroti aspek-aspek yang dimiliki manusia seperti *self-productive* secara sosial dan perlunya pertimbangan wawasan kritis yang mencakup budaya, politik, ekonomi, dan aspek-aspek dalam proses tersebut. Oleh karena itu dalam tulisan ini, penulis akan mengulas asumsi-asumsi yang dibawa kaum Marxist melalui artikel yang ditulis oleh

Mark Rupert (2007) yang berjudul *Marxism and Critical Theory*.

Seperti realisme dan liberalisme, marxisme turut berpatokan pada sifat dasar manusia sebagai pembangun asumsi-asumsi dasarnya. Menurut marxisme, pada dasarnya manusia bersifat berhubungan (*relational*) dan berorientasi pada proses (*process oriented*), hal ini di didukung oleh argumen Marx bahwa manusia sekiranya bertindak karena adanya proses sosial yang saling berhubungan (Rupert, 2007: 150). Hal itu menandakan bahwa manusia bukanlah makhluk yang egois. Rupert menjelaskan adanya tiga jenis hubungan manusia dalam kehidupan, yakni hubungan manusia dengan alam, yang mengindikasikan bahwa manusia adalah makhluk materialisme yang akan berusaha memenuhi kebutuhannya dengan memanfaatkan persediaan alam guna bertahan hidup; relasi sosial dan institusi, yang mengindikasikan bahwa manusia adalah makhluk sosial yang senantiasa terlibat dalam aktivitas produktif yang terstruktur secara sosial; serta hubungan manusia dengan dirinya sendiri, dimana manusia merupakan produk dari sejarah yang turut berkesempatan mempelajari proses sejarah dengan memperbaiki kualitas diri sendiri dengan berubah ataupun yang lainnya. Berkaitan dengan kehidupan sosial manusia

sebagai proses hubungan, Marx menyuguhkan dialektika pemahaman sejarah, dimana manusia adalah makhluk sejarah yang memproduksi sejarah serta menjadi produk proses sejarah (Rupert, 2007: 151). Proses ini dipahami pula sebagai dialektika agen dan struktur. Agen sendiri adalah aktor sosial yang berperan dalam hubungan sosial dan struktur merupakan penentu peran aktor tersebut.

Berbagai asumsi dasar yang berpatokan pada sifat dasar manusia yang diusung oleh kaum Marxist juga hadir untuk mengkritisi era kapitalisme di Eropa pada abad ke-19. Kapitalisme sendiri dapat dipahami sebagai sistem sosial dimana lingkup terdepolitisasi, serta menghendaki adanya kelas-kelas dalam masyarakat (Rupert, 2007:154). Terdapat dua kelas dalam masyarakat dalam sistem kapitalisme, yakni kaum borjuis sebagai kelompok pemilik modal dan penguasa sumber produksi; dan kaum proletar yakni kaum yang tidak memiliki modal dan tidak menguasai sumber produksi, sehingga satu-satunya sumber penghasilan mereka adalah jasa yang dapat diberikan untuk kaum borjuis. Maka, politik menjadi terbatas pada kaum-kaum tertentu, yakni kaum borjuis, sebaliknya marxisme membuka pemikiran baru akan adanya penghapusan kelas-kelas yang dinilai hanya membatasi politik.

Menurut marxisme, sistem kapitalisme dinilai *disabling*, eksploitatif, dan tidak demokratis. *Disabling*, karena pada dasarnya kaum kapitalisme secara langsung mendistorsi kehidupan sosial dan memunculkan ketidakjelasan kemungkinan *self-determination* secara sosial (Rupert, 2007:152). Eksploitatif, karena sistem kapitalisme hanya memanfaatkan kaum proletar yang pada dasarnya berjasa besar dalam memproduksi produk dan secara tidak langsung membeli produk-produk yang telah mereka hasilkan dari kaum borjuis untuk pemenuhan kebutuhan. Kepemilikan sumber produksi oleh kaum borjuis secara pribadi telah mengeliminasi kemungkinan bagi kaum proletar untuk berkembang. Terakhir ialah tidak demokratis. Sistem kapitalisme dipahami pada segi sejarah, dalam era feodal, kaum borjuis (bangsawan) secara koersif mengambil alih perekonomian dan perpolitikkan, dimana pemerintah juga bergantung pada pihak swasta, sehingga terlihat jelas bahwa sistem kapitalis yang berkembang sangatlah tidak demokratis. Dalam penjabaran asumsinya, marxisme berpendapat bahwa sistem kapitalisme ini dapat meluas menjadi kolonialisme dan imperialisme.

Berkembangnya marxisme dapat ditelisik melalui lahirnya *Western Marxism* dan teori kritis setelah adanya revolusi Bolshevik

dan kehadiran marxisme di Uni Soviet yang memunculkan ide sosialisme yang merupakan reaksi terhadap tradisi marxisme klasik. Kegagalan revolusi kelas-kelas yang dibawa oleh kaum Marxist di dunia barat akibat munculnya fasisme memunculkan kritikan-kritikan yang menjurus pada perlawanan terhadap kapitalisme, dan juga positivisme dalam kehidupan sosial. Douglas Kallner, sebagai salah satu tokoh teori kritis mengungkapkan bahwa munculnya *Western Marxist* didasari pada perhatian akan adanya kesadaran, subyektivitas, kebudayaan, ideologi, dan tepatnya konsep sosialisme yang digunakan untuk merealisasikan perubahan politik radikal (Rupert, 2007:156). Terdapat dua pemikiran yang berkontribusi dalam terbagunnya *Western Marxist*, yakni pemikiran Frankfurt dan pemikiran Antonio Gramsci. Pemikiran Frankfurt sendiri bersandar pada semangat kritik Marxian pada sistem kapitalisme, yakni *disabling*. Tokoh pemikir Frankfurt melihat fenomena yang terjadi di Uni Soviet, yakni dimana marxisme telah bertransformasi menjadi doktrin penentuan ekonomi yang kaku sebagai objek sebuah “ilmu”. Namun, kepastian kaku dalam sebuah ilmu ini dicurigai sebagai teori yang muncul tanpa mempertimbangkan praktik dan norma, dimana hal tersebut cenderung akan menyesatkan. Didukung

dengan Gramsci, yang mengatakan bahwa marxisme bukanlah kebenaran objektif dari sejarah, melainkan merupakan sebuah cara dalam menyampaikan sejarah dalam konteks sejarah kapitalis, yang akan mengajak orang-orang mempertimbangkan masa depan pasca kapitalisme (Rupert, 2007:158).

III. METODE PENELITIAN

Metode pada penelitian ini menggunakan metode kritis Marisme, Marx berpendapat bahwa masalah ini timbul karena adanya "kepemilikan pribadi" dan penguasaan kekayaan yang didominasi orang-orang kaya. Untuk mensejahterakan kaum proletar, Marx berpendapat bahwa paham kapitalisme diganti dengan paham komunisme. Bila kondisi ini terus dibiarkan, menurut Marx kaum proletar akan memberontak dan menuntut keadilan. Marxisme ini berbasis pada ekonomi yang kemudian menciptakan supra-struktur (politik-ideologi dll) hubungan- hubungan ekonomi menghasilkan fenomena-fenomena sosial, budaya dan politik yang meliputi semua hal termasuk diantaranya ideologi, kesadaran politik hingga budaya yang berhubungan dengan media. Tiga aspek utama Marxisme adalah:

1. Dialektis dan materialis konsep sejarah – sejarah umat manusia secara mendasar bahwa perjuangan antara kelas-kelas sosial.

2. Kritik kapitalisme - Dalam masyarakat kapitalis, minoritas ekonomi (borjuis) mendominasi dan mengeksploitasi kelas pekerja (proletar) mayoritas.

3. Advokasi dari revolusi proletar. Dalam rangka mengatasi belenggu milik pribadi kelas pekerja harus merebut kekuasaan politik secara internasional melalui revolusi sosial dan mengambil alih kelas kapitalis di seluruh dunia dan menempatkan kapasitas produktif masyarakat menjadi kepemilikan kolektif.

Yang disebut sebagai materialisme dialektik dan materialisme historis karena peristiwa kehidupan yang didominasi oleh keadaan ekonomis yang materil itu berjalan melalui proses dialektik. Marx berkeyakinan bahwa seluruh sejarah manusia akan menuju kesuatu keadaan ekonomis tertentu yaitu komunisme, dimana milik pribadi akan diganti menjadi milik bersama dan barulah kebahagiaan bangsa manusia akan tercapai. Dengan kata lain bahwa perjuangan kelas yang dilakukan Marx secara mutlak untuk mencapai masyarakat komunis.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa marxisme dan teori kritis bertujuan mengkritisi sistem kapitalisme dan perspektif-perspektif yang ada sebelumnya. Meskipun

demikian, marxisme juga memiliki pendapat tersendiri mengenai sifat dasar manusia, yang dinilai berhubungan (*relational*) dan berorientasi pada proses, oleh karenanya, marxisme percaya bahwa tidakan manusia sangatlah tergantung pada proses sosial pada lingkungannya. Marxisme menjadi salah satu perspektif yang menyuguhkan segi pandang melalui titik ekonomi yang menghendaki penghapusan sistem kapitalisme yang dinilai sebagai sistem yang *disabling*, eksploitatif, dan tidak demokratis. Dengan adanya penghapusan kelas-kelas, maka kesetaraan dan keadilan akan sedikit demi sedikit menghilangkan konflik.

IV. HASIL PENELITIAN

Sebelumnya, Politik pencitraan yang dilakukan oleh beberapa calon Presiden dan Wakil Presiden melalui media massa ternyata begitu efektif untuk mendapatkan dukungan suara dari rakyat. Terbukti dengan terpilihnya Susilo Bambang Yudhoyono dan Jusuf Kalla sebagai Presiden dan wakil presiden Republik Indonesia periode 2004-2009. Pada pemilu 2009 pun politik pencitraan terbukti efektif untuk dilakukan lagi, dan SBY terpilih untuk periode kedua yaitu 2009-2014. Ringkasnya, televisi tetap digunakan secara luas sebagai saluran komunikasi kampanye. (Nimmo, 2000 : 199). Berkaca dari keberhasilan Presiden

SBY membangun citranya melalui media massa, beberapa tokoh yang akan maju dalam pemilu 2014 sebagai calon presiden mulai mempersiapkan strategi jitu untuk menarik simpati masyarakat. Tidak hanya dengan menjabarkan program-program dan visi misi mereka, berbagai kegiatan yang „digambarkan“ dekat dengan rakyat pun menjadi tayangan utama di media massa milik mereka. Ungkapan “Pemilik Media adalah Penguasa Dunia” memang benar adanya. Sebab, media massa mampu membentuk opini public, media massa merupakan sumber informasi di dunia, sehingga tidak sulit bagi para pemilik media untuk meraup suara yang signifikan pada pemilu 2019 nanti

Fenomena tersebut tidak terlepas dari hegemoni yang dilakukan oleh media massa. Tayangan media yang disajikan secara terus menerus telah mampu mengkonstruksi pola pikir masyarakat terhadap setiap fenomena yang terjadi. Stigma yang terbentuk di masyarakat terhadap pemberitaan yang dilakukan oleh media massa adalah stigma positif. Sehingga, masyarakat percaya begitu saja apa yang dikatakan oleh media massa. Walaupun saat ini masyarakat sudah mulai memiliki pemikiran yang cerdas dan pengaruh yang diberikan oleh media mulai menurun, tetapi hege-

moni tersebut tidak serta merta hilang begitu saja. Aspek inilah yang kemudian dijadikan sebagai landasan bagi pemilik media untuk melakukan kampanye menuju Pemilu 2014. Kita bisa mengetahui bagaimana saat ini Partai Nasional Demokrat sedang gencar membangun citra melalui tayangan iklan di televisi. Trans Corp. yang dipimpin oleh Chaerul Tanjung dan MNCTV Group (RCTI, Global TV, dan MNCTV) yang dimiliki oleh Hari Tanoesudiby, sudah ikut pula bergabung dengan partai NasDem. Dan kemudian membentuk Perindo

Saat ini sudah mulai terlihat langkah langkah yang mulai dilakukan pemilik media dalam melanggengkan politik dan pembentukan opini public melalui orasi-orasi yang dilancarkan oleh mereka menjadi semacam teknik jitu dalam mempersiapkan diri untuk bertarung di 2019. PT Media Nusantara Citra Tbk, lebih dikenal dengan nama MNC Media merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang media yang berpusat di Jakarta, Indonesia, didirikan pada tahun 1997. Satu dekade kemudian, 22 Juni 2007 perusahaan ini resmi melantai di bursa saham dengan kode emiten atau ticker MNCN. Bisnis utama perseorangan saat ini adalah media. Sumber pendapatan terbesar MNCN berasal dari tiga media televisi

nasional yaitu RCTI, Global TV, dan MNC TV. Ketiga stasiun televisi nasional tersebut menawarkan acara beragam seperti film-film box office, acara olahraga, pencarian bakat, reality show, acara musik, berita, infotainment.

Pemilik dari MNC Group adalah Hary Tanoesoedibjo atau Hary Tanoe (lahir di Surabaya, 26 September 1965). Hary adalah seorang pengusaha dan tokoh politik asal Indonesia. Di bidang politik, dia merupakan pendiri dan Ketua Umum Partai Persatuan Indonesia (Partai Perindo). Ia pernah bergabung dalam Partai NasDem dan Partai Hanura.

Hary Tanoesoedibjo lahir dan dibesarkan di Surabaya. Ia adalah anak dari Ahmad Tanoesoedibjo, seorang pengusaha. Hary adalah bungsu dari tiga bersaudara, kedua kakaknya bernama Hartono Tanoesoedibjo dan Bambang Rudijanto Tanoesoedibjo. Selesai menamatkan pendidikan menengahnya di SMAK St. Louis Surabaya, Hary meneruskan pendidikannya untuk mencapai gelar Bachelor of Commerce (Honours) dari Carleton University, Ottawa, Kanada (1988); serta Master of Business Administration. Hary terjun dalam bisnis media penyiaran dan telekomunikasi. Hary kemudian menjadi Presiden Direktur Global Mediacom sejak tahun 2002, setelah sebelumnya menjabat sebagai Wakil Presiden Komisaris peru-

sahaan tersebut. Selain itu, ia juga menjabat sebagai Presiden Direktur PT. Media Nusantara Citra Tbk. (MNC) dan PT. Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI) sejak tahun 2003, serta sebagai Komisaris PT. Mobile-8 Telecom Tbk., Indovision dan perusahaan-perusahaan lainnya di bawah bendera grup perusahaan Global Mediacom dan Bhakti Investama. Selain tiga stasiun TV swasta, yaitu RCTI, MNCTV, dan Global TV.

Pada tanggal 21 Januari 2013, Hary Tanoesoedibjo mengumumkan bahwa ia resmi mengundurkan diri dari Partai NasDem karena adanya perbedaan pendapat dan pandangan mengenai struktur kepengurusan partai. Hary menyebutkan alasan bahwa “politik itu adalah idealisme”, dan dirinya merasa sedih dan sangat berat meninggalkan Partai NasDem yang telah tiga bulan ia besarkan; apalagi Partai NasDem telah berhasil lolos verifikasi Komisi Pemilihan Umum (KPU) dan resmi menjadi partai politik peserta Pemilu 2014 dengan Nomor Urutan 1. Setelah keluar dari Partai NasDem, Hary Tanoesoedibjo resmi bergabung dengan Partai Hanura pada tanggal 17 Februari 2013. Hal ini disampaikan di kantor DPP Partai Hanura di Jl. Tanjung Karang, Jakarta, dan langsung menduduki posisi Ketua Dewan Pertimbangan. Ia selanjutnya menjabat Ketua

Bapilu dan Calon Wakil Presiden dari Hanura berpasangan dengan Wiranto. Pada 7 Februari 2015, ia mendeklarasikan Partai Politik baru, yaitu Partai Persatuan Indonesia atau biasa disebut Partai Perindo. Pada acara deklarasi tersebut, dihadiri oleh beberapa petinggi Koalisi Merah Putih (KMP), seperti Ketua Umum Partai Golkar Aburizal Bakrie, Ketua Umum Partai Amanat Nasional Hatta Rajasa, Presiden Partai Keadilan Sejahtera Anis Matta, dan Ketua Umum Partai Persatuan Pembangunan Djan Faridz. Selain itu juga hadir Wiranto, Ketua Umum Hanura. Awalnya Perindo adalah ormas yang baru dideklarasikan pada 24 Februari 2013 di Istora Senayan, Jakarta.

Melalui berita yang ditayangkan di televisi MNC Group inilah, Harrytanoesoedibjo menyajikan sebuah realitas mengenai kondisi negara yang memnutuhkan pemimpin dengan orientasi kesejahteraan”. Berita bukan merupakan, jendela dunia” yang tanpa perantara, melainkan suatu representasi hasil seleksi dan konstruksi yang membentuk, realitas”. (Barker, 2008 : 276). Pendapat Chris Barker di atas bisa kita anggap sebagai sebuah konstruksi realitas sosial yang kemudian dipolitisasi oleh media massa partai tertentu. Televisi adalah sebuah media yang setiap menitnya menyajikan berbagai fenomena di hadapan manusia, baik

fenomena itu berbentuk kenyataan, informativ, maupun kebohongan massal, masyarakat tetap mengkonsumsi televisi untuk mendapatkan informasi. Televisi terkadang , menjauhkan“ manusia dalam interaksinya sebagai makhluk sosial. Di saat manusia tak mampu lagi bersahabat dengan masyarakatnya, televisi justru mampu menjadi medium yang paling tepat untuk membentuk opini dan membangkitkan sentiment masyarakat. (Bungin, 2008 : 61).

Sebagai media pembentuk opini yang paling besar, televisi sebenarnya selalu menghadirkan bentuk-bentuk konstruksi realitas yang terkadang jauh dari kenyataan yang sebenarnya. Hal ini tidak jarang digunakan oleh kalangan-kalangan tertentu untuk kepentingan politis. Konstruksi realitas kadang mampu menghadirkan dunia kesadaran jauh sebelum manusia memahamai eksistensi materi dari apa yang disadari itu sendiri. (Bungin, 2008 : 69). Berangkat dari pemahaman tersebut, maka media massa berusaha untuk melakukan penggambaran-penggambaran yang membentuk sebuah pandangan manusia terhadap dunianya. Pada era reformasi ini, ketika seseorang mampu membentuk partai politik sendiri, dan memiliki media massa sebagai „corong“ untuk melakukan propaganda, maka bukanlah

sebuah hal yang aneh ketika sebetuk kekuasaan itu menjadi tujuan akhir dari apa yang direncanakan selama ini. Terlihat dari pelantunan lagu Partai Perindo yang ditayangkan MNC Group saat ini yang hampir dinikmati dan dihafal oleh sebagian besar masyarakat Indonesia. Dengan adanya fenomena semacam ini, maka media massa cenderung mengalami perubahan fungsi. Tidak hanya sebagai penyampai informasi pada masyarakat, melainkan tersebut, dihadiri oleh beberapa petinggi Koalisi Merah Putih (KMP), seperti Ketua Umum Partai Golkar Aburizal Bakrie, Ketua Umum Partai Amanat Nasional Hatta Rajasa, Presiden Partai Keadilan Sejahtera Anis Matta, dan Ketua Umum Partai Persatuan Pembangunan Djan Faridz. Selain itu juga hadir Wiranto, Ketua Umum Hanura. Awalnya Perindo adalah ormas yang baru dideklarasikan pada 24 Februari 2013 di Istora Senayan, Jakarta.

Melalui berita yang ditayangkan di televisi MNC Group inilah, Harrytanoë menyajikan sebuah realitas mengenai kondisi negara yang memnutuhkan pemimpin dengan orientasi kesejahteraan“. Berita bukan merupakan, jendela dunia“ yang tanpa perantara, melainkan suatu representasi hasil seleksi dan konstruksian yang membentuk, realitas“. (Barker, 2008 : 276). Pendapat Chris Barker di

atas bisa kita anggap sebagai sebuah konstruksi realitas sosial yang kemudian dipolitisasi oleh media massa partai tertentu. Televisi adalah sebuah media yang setiap menitnya menyajikan berbagai fenomena di hadapan manusia, baik fenomena itu berbentuk kenyataan, informative, maupun kebohongan massal, masyarakat tetap mengkonsumsi televisi untuk mendapatkan informasi. Televisi terkadang, menjauhkan" manusia dalam interaksinya sebagai makhluk sosial. Di saat manusia tak mampu lagi bersahabat dengan masyarakatnya, televisi justru mampu menjadi medium yang paling tepat untuk membentuk opini dan membangkitkan sentiment masyarakat. (Bungin, 2008 : 61).

Sebagai media pembentuk opini yang paling besar, televisi sebenarnya selalu menghadirkan bentuk-bentuk konstruksi realitas yang terkadang jauh dari kenyataan yang sebenarnya. Hal ini tidak jarang digunakan oleh kalangan-kalangan tertentu untuk kepentingan politis. Konstruksi realitas kadang mampu menghadirkan dunia kesadaran jauh sebelum manusia memahamai eksistensi materi dari apa yang disadari itu sendiri. (Bungin, 2008 : 69). Berangkat dari pemahaman tersebut, maka media massa berusaha untuk melakukan penggambaran-penggambaran yang membentuk se-

buah pandangan manusia terhadap dunianya. Pada era reformasi ini, ketika seseorang mampu membentuk partai politik sendiri, dan memiliki media massa sebagai, corong" untuk melakukan propaganda, maka bukanlah sebuah hal yang aneh ketika se bentuk kekuasaan itu menjadi tujuan akhir dari apa yang direncanakan selama ini. Terlihat dari pelantunan lagu Partai Perindo yang ditayangkan MNC Group saat ini yang hampir dinikmati dan dihafal oleh sebagian besar masyarakat Indonesia. Dengan adanya fenomena semacam ini, maka media massa cenderung mengalami perubahan fungsi. Tidak hanya sebagai penyampai informasi pada masyarakat, melainkan berfungsi pula sebagai media untuk meraup keuntungan berupa kekuasaan di masyarakat. Maka saran yang bisa penulis sampaikan adalah masyarakat harus memiliki kemampuan berupa kecerdasan dalam mengkonsumsi media agar terhindar dari bentuk-bentuk konstruksi sosial media massa berupa kampanye terselubung. Tujuannya agar masyarakat memiliki kebebasan dalam menentukan pilihan ketika pemilu nanti di tahun 2019.

Dengan citra yang sudah terbentuk sedemikian rupa, maka bukan hal yang mustahil seorang pemilik media atau Harrytanoe bisa sukses di ranah politik, dibandingkan dengan

politikus murni yang sudah lama berkecimpung di dunia politik. Konsep pemahaman masyarakat terhadap pemberitaan media yang "naif" merupakan peluang besar untuk melakukan orasi dan pembentukan citra terhadap publik. Korelasi antara media massa dengan dunia politik sebenarnya telah berlangsung lama, dan tidak hanya di Indonesia. Amerika Serikat pernah mengalami hal yang serupa di mana tokoh-tokoh politik pernah menggunakan media massa untuk mendapatkan kursi kekuasaan, di mana pelopornya adalah John F. Kennedy. John F. Kennedy menjadi presiden televisi pertama di Amerika. Kemunculan Kennedy di televisi memang untuk pertama kali, tetapi ia telah mengetahui bagaimana menggunakan televisi. (Biagi, 2010 : 215).

V. KESIMPULAN

Kemampuan media massa dalam membentuk opini publik inilah yang menjadikan masyarakat seolah mudah terpengaruh. Menjadi sebuah keuntungan tersendiri bagi beberapa pihak yang berkepentingan ketika media massa mampu menghadirkan „pencerahan“ di tengah-tengah masyarakat. Orator ulung, solusi terhadap permasalahan yang ada di tengah masyarakat, dan berbagai janji-janji mulai, dipersembahkan“ ke rakyat, melalui media massa tentunya. Semua itu dilakukan untuk

membentuk citra dan tujuan akhirnya adalah masyarakat mendukungnya untuk menjadi presiden, dan partainya menjadi pemenang di Pemilu 2019 nanti.

Media massa di era reformasi saat ini sudah dapat dikatakan mulai kehilangan tingkat obyektifitasnya. Apalagi ketika media massa sudah mulai menyentuh ranah politik (dalam artian pemilik media tersebut sudah mulai berkecimpung di ranah politik), maka tidak menutup kemungkinan tayangan-tayangan yang disajikannya bertujuan untuk menggiring opini masyarakat ke arah pembentukan citra, dengan tujuan akhirnya adalah mendukung di Pemilu 2019 nanti. Pemilik media yang mulai tampil di layar kaca, melakukan *personal branding* dan lain sebagainya, pada dasarnya merupakan sebuah strategi politik untuk kemenangan di Pemilihan Umum 2019 nanti.

Ketika media massa dijadikan kendaraan politik maka masyarakat yang akan berada pada pihak subordinat. Masyarakat akan, dipaksa“ menyaksikan tayangan-tayangan yang berisikan kampanye terselubung, baik dalam bentuk berita maupun tayangan iklan-iklan yang membentuk citra dari pemilik media tersebut. Konstruksi media massa seperti ini telah membuat banyak kalangan masyarakat merasa jenuh dengan hal-hal yang berbau politik.

Alasannya sudah bisa ditebak, banyak sekali janji-janji yang tidak pernah terpenuhi ketika mereka masih kampanye. Sebagai sebuah media yang mampu membentuk opini public dan mengkonstruksi realita sosial, televisi merupakan media massa yang memiliki pengaruh yang massif di masyarakat, sehingga sangat tepat untuk digunakan sebagai kendaraan politik untuk kampanye melalui siaran-siarannya. Konsep acara yang ditayangkan, apabila ditinjau dengan teori Agenda Setting, bisa diketahui bagaimana opini public akan terbentuk di masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Biagi, Shirley. 2010. *Media/ Impact. Pengantar Media Massa*. Penerjemah: Muhammad Irfan. Jakarta. Salemba Humanika.
- Burhan Bungin. 2008. *Konstruksi Sosial Media Massa*. Kencana. Jakarta.
- Barker, Chris. 2008. *Cultural Studies, Teori dan Praktik*. Kreasi Wacana. Yogyakarta. Danial, Akhmad. 2009. *Iklan Politik TV Modernisasi Kampanye Politik Pasca Orde Baru*. Yogyakarta : LKiS
- Fatah, Eef Saefulloh. 1994. "Teori Negara dan Negara Orde Baru: Penjajakan melalui Poulatzas dan Evans". *Prisma* 12, Desember
- Hendarto, Heru. 1993. "Mengenai Konsep Hegemoni Gramsci", dalam Diskursus Kemasyarakatan dan Kemanusiaan. Tim Redaksi Driyarkara. Jakarta: Gramedia.
- Masso, Ivan. 2002. "Why I Hate Our Official Art?" *New statesman, January in Post Cold-war Europe*". *British journal of Political Science, March*.
- Patria, Nezardan Andi Arief. 2003. *Antonio Gramsci Negara dan Hegemoni*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, pp. 115-118
- Rupert, Mark. 2007. Marxism and Critical Theory, in: Tim Dunne, Milja Kurki & Steve Smith (eds.) *International Relation Theories*. Oxford University Press, pp. 148-165.
- Surbakti, Ramlan. 1996. "Suksesi atau Demokrasi?" *Bestari*, Universitas Negeri Malang
- Sperling, James. 2001. "Neither Hegemony Nor Dominance: Reconsidering German Power
- <http://arifbudi.lecture.ub.ac.id/2014/03/kepemi-likan-media-massa-sebagai-kendaraan-politik->