

EKONOMI POLITIK KOMUNIKASI DALAM INDUSTRIALISASI DI INDONESIA *

Oleh Ashadi Siregar

(1)

Topik yang harus dibahas ini menyarankan 2 hal, pertama ekonomi politik komunikasi, dan kedua industrialisasi, keduanya dalam konteks Indonesia. Dengan formulasi yang lain, dapat juga dibahas industrialisasi media massa di Indonesia. Agaknya topik semacam ini tidak biasa dibahas.

Membicarakan keberadaan institusi komunikasi dalam proses industrialialisasi secara konvensional, adalah dengan menempatkannya dalam peran sosiologis yang berkaitan dengan perubahan sosial. Industrialisasi sebagai sebutan lain dari proses perubahan dari tahap agraris ke tahap lainnya, dalam konteks pembangunan di dunia ketiga di satu sisi dilihat sebagai proses, pada pihak lain sering pula dipandang sebagai tujuan. Dalam setting semacam ini, institusi komunikasi (massa dan sosial) difungsionalisasikan untuk menjadi bagian dalam gerak pembangunan di suatu negara.

Berbagai teori telah ditulis untuk menunjukkan peran komunikasi dalam pembangunan, untuk akhirnya melahirkan sub-disiplin ilmu komunikasi sebagai Komunikasi Pembangunan. Pandangan konvensional ini bertolak dari basis teoritik bahwa komunikasi merupakan bagian dari proses rekayasa dalam perubahan sosial, tersebar di berbagai literatur komunikasi pembangunan.

Perdebatan dalam disiplin ini pada dasarnya tetap berada dalam platform yang sama, yaitu ingin melihat peran komunikasi dalam pembangunan. Hasil perdebatan ini kemudian hanya mempopulerkan istilah DC (Development Communication) dan DSC (Development Support Communication), menunjukkan perbedaan-perbedaan orientasi dan teknis komunikasi dalam rekayasa pembangunan dengan orientasi makro dan mikro (Jawaera, Amunugama, ed., 1987).

Secara komprehensif R. Melkote (1991) melakukan tinjauan kritis atas pandangan-pandangan tersebut, dengan mengupas ontologi dari berbagai aliran teori (mazhab) dalam disiplin komunikasi pembangunan. Dari Melkote yang menggunakan referensi lebih dari 250 sumber, pelajar komunikasi memperoleh resume yang sistematis.

Jika ulasan dari sudut pandang negara ketiga biasanya baru melihat peran komunikasi dalam proses transformasi dari masyarakat agraris ke masyarakat industri, pada pihak lain berbagai literatur berpretensi melihat revolusi dalam dunia komunikasi dengan kemajuan teknologi dalam era masyarakat informasi (Williams, 1982). Dengan demikian ada loncatan dalam kajian, jika diingat bahwa fase-fase perubahan telah melahirkan tipe masyarakat agraris, industrial, informasi.

Pada masa pertumbuhan ilmu komunikasi, belahan dunia barat sudah berada dalam fase masyarakat industrial, karenanya kajian-kajian dilakukan dalam setting ini. Pengkaji ilmu komunikasi yang mencari untuk dipakai sebagai perbandingan, tidak akan menemukan teori yang lahir dari masa peralihan dari masyarakat agraris ke masyarakat industrial. Kajian-kajian yang dilakukan di belahan negara berkembang umumnya, baik yang disponsori oleh badan-badan dunia maupun universitas-universitas di Barat, dilakukan secara teknokratis. Pada masa perang dingin, kekuatiran bahwa negara-negara miskin yang didominasi oleh petani ini dapat terseret ke blok Timur, telah menyebabkan ada upaya besar-besaran tahun 60-an untuk perubahan secara makro (nasional) dan mikro (individu) masyarakat negara agraris ke format masyarakat industrial (Barat).

* Disampaikan pada Seminar Problema Pilihan Strategi Komunikasi Dalam Industrialisasi Dunia Ketiga, Pusat Antar Universitas-Studi Sosial, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta 23-24 Juni 1992

Untuk itu kajian-kajian dilakukan sebagai upaya untuk menjadikan komunikasi sebagai perangkat rekayasa sosial dalam pembangunan yang berorientasi ke industri.

Tiada kajian yang bersih dari bias "ideologi" Barat ini menyebabkan pengkaji ilmu komunikasi di negara berkembang tidak memperoleh referensi yang memadai tentang teori komunikasi yang dapat menjelaskan tanpa pretensi ideologi pembangunan keberadaan institusi komunikasi dalam setting negara berkembang. Secara terbatas, setelah puas melakukan kajian yang bersifat ideologis tentang peran komunikasi dalam rekayasa pembangunan, melalui pendekatan historis, Rogers (1986) membahas keberadaan teknologi komunikasi seraya menunjukkan selintas karakteristik dari masyarakat pengguna informasi. Dengan melakukan pemilahan, mulai dari masyarakat agraris, industrial, dan informasi, dalam masing-masing tahap memiliki karakteristik pola komunikasi. Tujuannya adalah untuk melihat transisi menjadi masyarakat informasi. Sebagai latar belakang diulas tentang keberadaan komunikasi dalam setiap fase. Dengan perbandingan dari setiap fase diperoleh gambaran sebagai berikut:

Tipe Masyarakat	Hakekat media massa
Agrikultur	Media massa cetak searah
Industrial	Media massa elektronik searah
Informasi	Media interaktif bersifat demassif

Dari matrik di atas dapat digambarkan bahwa masyarakat agraris didominasi oleh media massa cetak yang bersifat searah; masyarakat industrial dengan media massa elektronik radio, film dan televisi; sementara masyarakat informasi terutama menggunakan media interaktif yang didukung oleh jaringan telekomunikasi, dan bersifat demassif dengan pengguna (users) mengakses informasi secara spesifik sesuai kebutuhannya. Untuk konteks Indonesia, seluruh tipe media sudah masuk ke masyarakat. Tetapi perkembangan media ini bersifat sporadis, dalam arti berkembang dalam enklave komunitas sesuai dengan kepentingan masing-masing. Sekelompok masyarakat menggunakan media massa cetak, lainnya menggunakan media massa elektronik dan media interaktif mulai dari yang lokal sampai global. Kecuali media interaktif, faktor pemerintah sangat besar pengaruhnya dalam memformat ekonomi politik dari industri media massa cetak dan elektronik. 1)

Pada tahap masyarakat informasi, Mosco (1988) mengulas keberadaan informasi. Dengan menyebut adanya "pay-per Society", yaitu dengan kemajuan teknologi dapat diukur dan dipantau kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh masyarakat. Bagi kalangan bisnis ini menjadi dasar dalam memperoleh keuntungan dari penjualan informasi secara spesifik, sedang bagi pemerintah dapat dipakai sebagai perangkat pengendalian. Dengan bertumpu kepada kemajuan teknologi, dapat dilihat keberadaan informasi dalam konteks politik dan ekonomi. Tetapi tetap juga belum memberikan landasan teoritis bagi pertumbuhan industri media massa dalam setting industrialisasi.

(2)

Kajian tentang industri media massa dapat dilakukan pada satu sisi perhatian dapat ditujukan kepada institusi media massa, pada sisi lain orientasinya yang ditampilkan melalui isinya. Karakteristik institusi media massa akan memformat pola-pola penyajian beritanya (Herman, Chomsky, 1988). Untuk tujuan menganalisis kecenderungan media massa kapitalis dalam menghadapi masalah-masalah di Amerika Latin, dikatakan bahwa 5 faktor yang dapat

mempengaruhi pola pemberitaan, yaitu pertama ukuran, konsentrasi pemilikan, kekayaan pemilik, dan orientasi kepada keuntungan perusahaan. Kedua, iklan sebagai sumber penghasilan utama. Ketiga, keterikatan media massa terhadap informasi yang disediakan pemerintah, dunia usaha, dan para ahli yang didanai oleh sumber-sumber utama dan agen kekuasaan ini. Keempat, perangkat penertib sebagai pendisiplin media. Dan kelima, "anti komunisme" sebagai kepercayaan nasional dan mekanisme kontrol. 2)

Namun terasa keterbatasan referensi dan kajian sehingga tetap tidak bisa menjawab pertanyaan mendasar bagi topik ini, sejauh mana proses industrialisasi berdampak terhadap institusi komunikasi? Dengan pertanyaan ini pretensinya tidak untuk melihat peran komunikasi dalam pembangunan, tetapi sebaliknya ingin mengetahui apakah terjadi pembangunan dalam komunikasi, paralel dengan proses industrialisasi yang sedang berlangsung di Indonesia. Dengan demikian lead bagi topik ini adalah bahwa ada dampak politik ekonomi yang bersifat makro terhadap institusi komunikasi. Secara spesifik politik ekonomi ini mempengaruhi proses proses industrialisasi dalam kehidupan media massa.

Garis Besar Haluan Negara (GBHN) sampai tahun 1988, yang menunjukkan arah bagi pelaksanaan pembangunan lima tahun ke depan, juga tidak memberikan arah dalam pembangunan industri media massa. Tercantum dalam Butir C, sebagai prioritas pembangunan adalah:

1. Sesuai dengan Pola Umum Pembangunan Jangka Panjang pertama, maka dalam Pelita Kelima prioritas diletakkan pada pembangunan bidang ekonomi dengan titik berat pada:

a. sektor pertanian untuk memantapkan swasembada pangan dan meningkatkan produksi hasil pertanian lainnya;

b. sektor industri khususnya industri yang menghasilkan untuk ekspor, industri yang banyak menyerap tenaga kerja, industri pengolahan hasil pertanian, serta industri yang dapat menghasilkan mesin-mesin industri;

dalam rangka mewujudkan struktur ekonomi yang seimbang antara industri dan pertanian baik dari segi nilai tambah maupun dari segi penyerapan tenaga kerja.

2. Sejalan dengan prioritas pada pembangunan ekonomi, maka pembangunan dalam bidang politik, sosial budaya, pertahanan keamanan dan lain-lain makin ditingkatkan sepadan dan agar saling menunjang dengan pembangunan bidang ekonomi sehingga lebih menjamin ketahanan nasional.

Dengan konsep pembangunan semacam di atas, maka peran media massa adalah untuk ambil bagian dalam mendukung pembangunan ekonomi yang menjadi platform seluruh kegiatan. Peran yang dapat dijalankan dapat DC maupun DSC. Sedang pembangunan atau proses industrialisasi yang dialami oleh dunia media massa, tidak memiliki acuan dari GBHN. Pembangunan industri informasi sama sekali diluar kerangka pembangunan nasional. Penyebabnya dapat dilihat secara sederhana, yaitu pertama karena tidak bertumbuh dari dan untuk dunia pertanian 3), kedua karena produknya tidak dapat diandalkan sebagai komoditi ekspor 4), dan ketiga karena tidak bersifat padat tenaga kerja, tetapi padat modal dan teknologi 5).

Dengan kerangka besar inilah jika ingin melakukan kajian terhadap keberadaan institusi media massa yang bertumbuh di Indonesia. Agaknya satu-satunya kajian yang telah dilakukan terhadap proses industrialisasi yang berlangsung dalam tubuh institusi media massa di Indonesia, adalah yang dilakukan oleh Dhakidae (1991). Dengan mendalam ditunjukkannya transformasi yang dialami oleh dunia pers (cetak) di Indonesia, melalui konteks ekonomi politik. Sifat industrial dari

pers Indonesia dilihat dari fungsinya yang berubah, dari jurnalistik politik, menjadi komoditi berdasarkan orientasi yang ditujukan kepada 2 aspek yaitu pasar dan iklan.

Kajian yang dilakukan oleh Dhakidae ini sangat membantu untuk mengenali dinamika dunia media cetak sebagai obyek empiris ilmu komunikasi. Baik metodologi yang digunakan maupun data yang ditampilkan dalam disertasi sepanjang 583 halaman itu, adalah referensi utama saat ini dalam mengenali industri pers di Indonesia.

Tetapi selain media cetak masih ada media massa lain yang perlu mendapat perhatian, seperti halnya industri media elektronik radio, film dan televisi. Munculnya televisi swasta di berbagai kota dapat dilihat sebagai proses yang muncul dari dinamika dunia industri.

Sampai saat ini, baru ada Undang-undang Pers (media cetak), yang dikeluarkan DPR tahun 1966, kemudian diperbarui tahun 1967 dan 1982. Sementara Undang-undang Film (baru disahkan DPR, 1992). Untuk mengatur penyiaran media massa elektronik, belum ada Undang-undang Siaran (broadcasting). Karenanya setiap regulasi yang berkaitan dengan media elektronik sepenuhnya berdasarkan keputusan pemerintah. Apa kriteria yang digunakan sebagai dasar dalam memberikan lisensi penyiaran, sepenuhnya tergantung kepada keputusan pemerintah.

Gambaran di atas hanya menunjukkan alur berpikir formal tentang keberadaan media massa di Indonesia. Untuk mengulas aspek ekonomi politik dari keberadaan media massa, dapat dilakukan di satu pihak dengan melihat struktur hubungan-hubungan antar media yang terbentuk akibat faktor politik dan ekonomi. Pada pihak lain dapat dilakukan terhadap dunia internal dari masing-masing tipe media, dengan melihat permodalan, pekerja, dan orientasinya. Jika dari kajian-kajian dapat dibuat peta struktur makro (hubungan antar media) dan struktur mikro (organisasi perusahaan media) dari media massa di Indonesia.

Demikianlah, topik ini hanya dapat dibahas secara singkat dengan mencoba menawarkan kerangka besar sebagai dasar dalam mengkaji industri media massa dalam konteks ekonomi politik di Indonesia.

CATATAN:

1) Untuk menyelenggarakan media massa cetak di Indonesia, perusahaan harus bersifat badan hukum, jika berupa Perusahaan Terbatas dengan akta dari Departemen Kehakiman (Depkeh), perusahaan penerbitan/penyiarannya harus memiliki lisensi yang dikeluarkan oleh Departemen Penerangan (Deppen). Lisensi ini dapat dicabut, jika pemerintah menganggap ada penyimpangan dalam perusahaan dan isi siaran tidak sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh pemerintah. Pengawasan terhadap isi tidak bersifat resmi, dilakukan oleh Deppen dan ABRI.

Untuk penyelenggaraan media massa elektronik swasta harus memiliki akta perusahaan dari Depkeh, lisensi penggunaan hardware dari Departemen Parpostel dan penyelenggaraan siaran dari Departemen Penerangan. Sedang untuk film, perusahaan harus memiliki akta Depkeh, untuk setiap produksi harus ada lisensi dari Deppen. Sementara media interaktif tidak ada lisensi yang spesifik.

2) Herman dan Chomsky memberikan analisis dengan menunjukkan komposisi permodalan perusahaan media massa; kekayaan dan tipe dari kelompok penentu dalam perusahaan media massa; data penghasilan dari perolehan iklan; tipe dari sumber informasi yang digunakan oleh media massa, dan berbagai tekanan yang dialami oleh media massa berupa surat, telegram, petisi yang datang dari kelompok-kelompok masyarakat; dan ideologi anti komunisme yang bertolak dari kekuatiran akan ancaman komunisme terhadap harta para elit. Kesemua faktor ini dilihat dalam media massa utama di Amerika Serikat yang mempengaruhi orientasi isinya dalam meliput peristiwa-peristiwa di Amerika Selatan. Kecenderungan peliputan ini akan tampil melalui

penempatan, penulisan headlines, pemilihan kata dalam berita, dan berbagai cara lain yang dimaksudkan untuk menyorankan kepentingan tertentu.

3) Dunia pertanian berada di lingkungan pedesaan, sementara media massa merupakan fenomena kota-kota besar di Indonesia. Isi media massa juga lebih banyak yang berkaitan masalah global atau kehidupan perkotaan. Pemerintah hanya mendukung secara langsung media massa yang isinya sepenuhnya diorientasikan untuk pertanian atau pedesaan.

4) Ketika pengusaha perfilman Amerika Serikat ingin memasukkan produknya lebih banyak ke Indonesia, tekanan dilakukan melalui pembatasan terhadap ekspor konveksi Indonesia. Karena besarnya nilai ekonomis ekspor konveksi ini, pemerintah RI melonggarkan masuknya film produksi Amerika Serikat, dan mengikuti tekanan pengusaha perfilman tersebut untuk ikut mengatur tata peredaran melalui perusahaan perwakilan yang ditunjuknya. Film Indonesia sebagai produk media massa akhirnya kalah bersaing kuantitas dan kualitas dengan film Amerika Serikat.

5) Setiap kali ada lisensi penerbitan media massa dicabut, pernyataan keprihatinan yang dikeluarkan oleh organisasi profesi kewartawanan dan penerbit, bukan soal kebebasan pers, tetapi masalah tenaga kerja yang menganggur akibat kehilangan tempat bekerja.

REFERENSI

Dhakidae, Daniel, (1991) *The State, the Rise of Capital and the Fall of Political Journalism, Political Economy of Indonesian News Industry*, Cornell University, Ithaca (dissertasi PhD).

Herman, Edward S., Noam Chomsky, (1988) *Manufacturing Consent, The Political Economy of the Mass Media*, Pamtheon Books, New York.

Jayaweera, Neville, Sarath Amunugama, ed., (1987), *Rethinking Development Communication, The Asian Mass Communication Research and Informatin Centre (AMIC)*, Singapore.

Melkote, Srinivas R., (1991) *Communication for Development in the Third Word - Theory and Practice*, Sage Publications India PvtLtd, New Delhi.

Mosco, Vincent, (1988) "Introduction: Information in the Pay-per Society," dalam Mosco, Vincent, Janet Wasko, ed., *The Political Economy of Information*, The University of Wisconsin Press, Madison.

Rogers, Everett M., (1986) *Communication Technology, The New Media in Society, The Free Press*, New York.

William, Frederick, (1982) *The Communications Revolution*, Sage Publications, Beverly Hills.