

## **MEDIA DAN POLITIK: PERTARUNGAN RUANGN & KUASA MEDIA MENJELANG PEMILIHAN PRESIDEN**

Didik Haryadi Santoso M.A  
Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Yogyakarta  
Jl. Jembatan Merah no 84 C Gejayan Yogyakarta  
didikharyadi.s@gmail.com

**Abstrak:** Pemilihan umum tidak hanya melahirkan pertarungan kuasa melainkan juga pertarungan ruang. Ruang sosial, ruang media dan ruang elit saling bersilang sengkabut. Bagaimana pertarungan ruang dan kuasa media menjelang pemilihan presiden? Setidaknya pertanyaan tersebut menjadi benang merah dari tulisan ini. Pertarungan ruang dan kuasa dirintis melalui remediasi ruang. Dimana ruang sosial tergiring kedalam ruang media kemudian masuk kedalam ruang elit. Ruang tersebut berbenturan dengan ragam kepentingan media dan partai politik. Kesemuanya saling mereduksi, saling menguasai dan saling mendominasi. Bentuk dominasi ini hadir dalam dua bentuk; *Pertama*, dominasi atas sumber daya manusia dan *Kedua*, dominasi atas sumber daya materi. Pertarungan ruang media dan kuasa tidak lagi berkuat pada *state based power*. Bukan pula terhenti pada *market based power* melainkan bermuara pada *political based power* dengan ragam kepentingan politik yang sesaat, instan dan pragmatis.

**Kata Kunci:** Media, Politik

**Abstract:** *Elections are not only about the power but also about how to fight the battle space. Social space, media space and elite space crossed chaos. How bout space and power of the media ahead of the presidential election? At least the question becomes common thread of this paper. Battle space and power initiated remediation through space. Social space are led into the media space and then enter the elite space. The space is in conflict with the interests of a variety of media and political parties. All of reducing mutual, mutual control and dominate the other. Form of domination is present in two forms; First, the dominance of human resources and Second, dominance over material resources. The fight media space and power are no longer dwell on the state-based power. Nor is stopped at a market-based power but boils down to political power with a variety of interest-based politics that instant and pragmatic.*

**Keyword:** *Media, Politic*

## Pendahuluan

Pemilihan presiden menciptakan banyak pertarungan. Pertarungan itu tidak hanya berada pada wilayah kuasa melainkan juga pertarungan ruang. Media baik cetak, elektronik maupun *new media* menjadi salah satu ruang kontenstasi para calon atau kandidat. Para aktor-aktor politik saling berebut ruang lalu menciptakan ruangnya sendiri-sendiri, sekaligus merintis citranya masing-masing.

Ruang media tidak lagi menjadi sarana produksi dan distribusi informasi yang objektif dan berimbang melainkan hanya sebatas menjadi perpanjangan tangan dari kekuasaan. Relasi antara dunia politik dan dunia media ini kian hari kian kusut. Saat dimana kekuasaan partai politik juga merambah pada penguasaan frekuensi publik. Relasi silang sengkabut antara aktor politik dan sebagian pegiat media berimbas pada tercampur aduknya ragam kepentingan khususnya kepentingan politik. Sebagian pegiat media tidak lagi berada ditengah-tengah rakyat dan politisi untuk menjadi *wacthdog* melainkan menjadi "politisi baru" atau "politisi media" yang siap berpolitik dalam ruang media.

Tidak hanya itu, antara kepentingan pemberitaan media dengan kepentingan pribadi menjadi bias dan tidak jelas. Tumbuh dan berkembangnya silang sengkabut antara kekuasaan di wilayah politik dan kepemilikan berlebih di wilayah media ini melahirkan pertarungan ruang dan kuasa. Lalu, bagaimana pertarungan ruang dan kuasa media menjelang pemilihan presiden? Setidaknya pertanyaan tersebut menjadi benang merah dari tulisan ini.

Pada bagian pertama akan dipaparkan secara singkat tentang latar belakang masalah. Pada bagian kedua, akan mengeksplorasi mengenai remediasi ruang media dan ruang politik. Selanjutnya pada bagian pembahasan akan dipaparkan, *pertama* tentang bagaimana remediasi ruang yang dirintis oleh media menjelang pemilihan presiden. *Kedua*, akan membahas tentang bagaimana pertarungan ruang dan kuasa didalam industri media. Media disini termasuk media cetak, elektronik maupun *new media*. Terakhir kesimpulan dan penutup.

## Remediasi Ruang dalam Industri Media

Media lahir dan hadir menghapus penghalang yang ada pada media tradisional. Media membawa berbagai macam ruang satu kedalam ruang lainnya. Termasuk menggiring ruang politik kedalam ruang pribadi, atau sebaliknya membawa ruang elit kedalam ruang publik. Dalam beberapa kasus, tidak sedikit ruang sosial tergiring kedalam bentuk ruang media, dengan kata lain realitas sosial ditarik kedalam realitas media dan berlanjut kedalam realitas elit.

Ruang yang terbentuk dalam media lahir dan hadir menjadi semacam ruang sosial. Menurut Henri Lefebvre dalam tulisannya yang berjudul "*The Production of Space*", ruang sosial merupakan produk sosial yang diproduksi secara sosial oleh pengguna ruang tersebut (Henri Lefebvre,1992:26). Ruang sosial bentukan media menjadi semacam arena atau sarana pertukaran informasi dan pertukaran wacana. Tarik ulur ruang itu diperantarai oleh media. Media memediasi ulang kedua realitas dan

kedua ruang. Proses mediasi ini dapat berjalan cepat oleh karena melalui perantara digital. (Jay David Bolter & Richard Grusin,2000:46)

Melalui media, ruang-ruang sosial masuk kedalam ruang digital dengan berbagai macam realitas media yang tergiring kedalamnya. Media menjadi institusi sosial yang memproduksi ruang-ruang sosial. Ruang sosial yang bersifat lokal dapat dengan mudah bergeser menjadi ruang sosial yang menjadi lebih "publik". Habermas menyebutnya dengan polarisasi ruang sosial. Ruang sosial itu menjadi semacam panggung sosial. Lebih jauh Henri Lavebvre memparkan bahwa ruang yang diciptakan melalui produksi sosial seringkali dijadikan sebagai alat kontrol, dominasi dan kekuasaan (Henri Lavebvre,1992:26).

Media memiliki andil menciptakan panggung-panggung sosial. Panggung-panggung sosial yang tadinya miskin perhatian, oleh media mendadak berubah menjadi populer hanya dengan perantara digital. Dalam pertarungan antar kandidat calon presiden misalnya, perubahan format diskusi monoton menjadi dialog interaktif dapat menjadikannya lebih menarik bagi para audien pengakses. Namun demikian, tidak jarang diskusi publik dalam ruang media menjadi forum-forum diskusi politis dengan *setting* tertentu serta daya dukung pertanyaan dan argumen yang telah dipersiapkan sebelumnya. Mengenai hal ini, Jurgen Habermas memaparkan bahwa beberapa stasiun-stasiun media, penerbit dan asosiasi-asosiasi tertentu telah mampu merubah panggung diskusi menjadi sesuatu yang dapat dikonsumsi sekaligus menjadi sebuah bisnis yang menjanjikan.(Jurgen Habermas, 1987: 230).

Ruang-ruang sosial hasil garapan media itu memiliki kecenderungan menjadi ruang-ruang konsumsi, baik konsumsi informasi maupun konsumsi wacana bagi publik. Singkat kata, media dan ragam kepentingannya secara langsung atau tidak langsung mampu melubangi ruang-ruang sosial bahkan ruang-ruang privat menjadi ruang yang seolah-olah publik. Habermas mengistilalkannya dengan privat semu dan *pseudo public*.

## **Media, Politik dan Pertarungan Ruang**

Dalam hiruk pikuk konstelasi politik 2014, media baik cetak, elektronik maupun *new media* turut membawa sekaligus mencampur adukkan berbagai macam ruang. Ruang sosial tidak jarang digiring kedalam ruang media berbasis elit. Kampanye dalam industri media televisi misalnya, para kandidat dengan berbagai jaringan media yang dimilikinya mengambil ruang-ruang sosial milik masyarakat secara instan, pragmatis dan sporadis. Para capres mendadak akrab memotong padi bersama petani, menyapa nelayan, menggendong anak-anak di gang-gang sempit tepi sungai dan lain sebagainya.

Tidak hanya itu, sebagian aktor politik dengan jaringan media yang dimilikinya juga tidak segan-segan makan bersama dan digendong-gendong oleh masyarakat lokal. Kesemuanya terintegrasi kedalam agenda politik dan agenda media. Realitas sosial rekaan tersebut ditarik kedalam realitas media yang semu. Pertanyaannya adalah, Akankah para aktor politik akan terus-terusan memotong padi, menyapa nelayan,

makan bersama rakyat kecil jika tidak dalam posisi sadar kamera, sadar media serta sadar akan adanya peristiwa pemilu?

Pada posisi ini, ruang-ruang sosial yang polos dengan sangat mudah ditarik kedalam ruang media dengan berbagai ragam kepentingannya. Namun demikian, ruang sosial yang telah tergiring kedalam ruang media itu, sejatinya telah menjadi ruang sosial baru yang dibentuk oleh para penggunanya. Sebagaimana pendapat Henri Lefebvre dalam tulisannya yang berjudul "*The Production of Space*". Tarik ulur ruang antara masyarakat dengan elit politik ini diperantarai oleh ruang media.

Persoalan muncul ketika mediasi ulang dari kedua ruang tersebut berbenturan dengan ragam kepentingan media dan partai politik. Keduanya saling mereduksi, saling mendominasi dan saling menguasai. Sebagaimana pendapat Henri Lefebvre bahwa ruang yang diciptakan melalui produksi sosial seringkali dijadikan sebagai alat kontrol, dominasi dan kekuasaan (Henri Lefebvre, 1992:26). Kekacauan itu tentu diperparah dengan silang sengkarnya kepemilikan media dengan tumpang tindihnya agenda politik. Tentu tulisan ini tidak berpanjang lebar tentang apa yang telah diketahui tentang dunia politik dan kepemilikan media di Indonesia, Abu Rizal Bakrie dengan Golkar, Tvone dan ANTVnya, Surya Paloh dengan Nasdem, Metro TVnya serta Hary Tanoe dengan Hanura, Global TV, RCTI dan MNC TV.

Menjelang pemilihan presiden tahun 2014, riuh rendah dunia politik dan media bercampur baur dengan pelbagai ragam kepentingan politik praktis yang instan dan pragmatis. Dalam kacamata penulis, tidak jarang sebagian pegiat media baik media cetak, elektronik maupun *new media* turut berperan sebagai *spin doctor* yang mampu memilah dan memilih sekaligus mengolah wacana bahkan memutarbalikkan fakta. Dengan kemampuan retorika yang tinggi disertai silat lidah yang canggih, persepsi audien digiring membentuk opini-opini yang seakan-akan opini publik. Tentu tidak ada opini publik ditengah-tengah industri media yang sebagian besar sahamnya dimiliki oleh sekumpulan elit. Maka secara substantif, dalam ruang media bukan opini publik yang dibangun melainkan opini-opini para elit.

## **Kontestasi Politik dalam Ruang Media**

Saat menjelang pemilihan, baik pemilihan calon anggota legislatif maupun pemilihan presiden, intensitas pertemuan dan interaksi antara aktor politik dan aktor media dapat dikatakan cukup tinggi. Interaksi antara kerja-kerja media dengan kerja-kerja politik pada titik tertentu bermuara pada dominasi satu pihak atas pihak lainnya. Kuasa-menguasai antara satu dengan yang lain. Dalam interrelasi dunia politik dan industri media dewasa ini misalnya, terjadi dua bentuk dominasi sekaligus, *pertama*, dominasi atas orang atau sumberdaya manusia dan *kedua*, dominasi atas barang atau sumberdaya materi. Sebagaimana terminologi Antony Giddens tentang dua bentuk dominasi.

Dalam kaitannya dengan ruang media, dominasi sumberdaya materi merujuk pada penguasaan frekuensi publik beserta perangkat teknologinya. Sedangkan penguasaan atas sumberdaya manusia berlangsung dalam dua bentuk. *Pertama*, penguasaan melalui wadah partai politik, *Kedua*, penguasaan masyarakat *grassroot*

pada ruang-ruang media dalam bentuk kolonisasi kesadaran. Bentuk kedua, berjalan secara halus di alam bawah sadar para audien. Penguasaan atas kedua sumberdaya tersebut merupakan faktor penting bagi aktor politik dalam mewujudkan kekuasaan yang pada akhirnya memungkinkan sang aktor mendominasi pihak lain.

Iklim media dengan interaktivitas yang tinggi menuntut para aktor politik untuk memonitor dan mengontrol konten-konten politik yang ada di media. Bukan saja karena lawan politik memiliki media, melainkan audien-audien juga berpeluang memproduksi dan mendistribusikan konten melalui beragam media termasuk dalam ruang virtual *new media*. Proses produksi konten itu dimulai dari hal-hal yang sepele hingga hal-hal yang serius. Konten tentang Jokowi dan Prabowo dalam beberapa waktu terakhir di *new media* dapat dijadikan contoh. Konten tentang isu transjakarta, banjir, revolusi mental, atau konten tentang isu ibu negara dengan foto Prabowo yang disandingkan dengan kuda adalah salah satu contoh konten hasil produksi dan distribusi para audien.

Disamping itu, pertarungan kuasa dalam ruang media yang semakin interaktif menuntut para aktor politik untuk tetap siap, siap dalam arti jika sewaktu-waktu konten atau pesan yang pernah mereka sampaikan di media kemudian diolah, dimodifikasi dan diputar ulang oleh lawan politik. Dalam terminologi Gurevich dikenal dengan istilah *remixing*. *Statement* Yusuf Kalla tentang "Negara bisa Hancur Jika dipimpin Jokowi", *statement* Surya Paloh tentang "Nasdem tidak akan menjadi partai politik" adalah salah satu dari sekian banyak contoh *remixing* dalam ruang media dan politik.

Pada posisi ini, kehadiran ruang-ruang media yang interaktif mendorong terjadinya banyak perubahan struktur antara dunia politik dan ruang media. Interrelasi antara dunia politik dan ruang media tidak lagi kuat pada dominasi kekuatan peran negara (*state regulation*), tidak pula berhenti pada dominasi kekuatan peran pasar (*market regulation*) melainkan bergerak ke arah pada bentuk dominasi kekuatan politik (*political regulation*).

Meminjam istilah Agus Sudibyo dalam karyanya yang berjudul "*Kebebasan Semu*" tentang *state based power* dan *market based power*. Iklim pertarungan ruang media dan kuasa dewasa ini tidak lagi berkuat pada *state based power*. Bukan pula terhenti pada *market based power* melainkan bermuara pada *political based power*. Sebuah kekuatan berbasis politik dimana masyarakat sebagai audien hanya menjadi alat legitimasi kekuasaan yang sesaat. Motifnya tidak lain berfokus pada akumulasi modal dan kalkulasi laba, baik laba secara ekonomi maupun laba secara politik.

## Penutup

Tidak mudah memetakan pertarungan ruang dan kuasa ditengah-tengah riuh rendah dunia politik dan industri media di Indonesia. Apalagi ada saat-saat dimana pertarungan itu terjadi di "darat", adakalanya pula pertarungan itu terjadi di "udara" berbentuk frekuensi media televisi, cetak, radio, dan internet. Para aktor politik dituntut untuk siap bertarung didalam ruang-ruang media. Ruang media dan ruang politik saling mengisi dan saling melengkapi namun sekaligus saling berbenturan dengan ragam kepentingannya. Keduanya saling mereduksi, saling mendominasi bahkan saling menguasai.

Pertarungan ruang media dan kuasa dewasa ini tidak lagi berkutat pada *state based power*. Bukan pula terhenti pada *market based power* melainkan bermuara pada *political based power*. Saat dimana politik lahir dan hadir sebagai panglima dalam menentukan segala hal. Kuatnya dominasi politik dalam pertarungan ruang dan kuasa ini mendorong media baik dalam bentuk cetak, elektronik maupun *new media*, untuk ikut dan tereduksi atau mereduksikan diri kedalam pusaran ragam kepentingan politik yang sesaat, instan dan pragmatis.

### **Daftar Pustaka**

- Bolter Jay David & Grusin Richard,(2000), *Remediation;Understanding Media*, USA: MIT Press.
- Giddens Anthony. (1984). *The Constitution of Society outline of the theory Structuration* .Cambridge UK: Polity Press.
- Habermas Jurgen, *The Structural Transformation Of Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. terj. Yudi Santoso, Yogyakarta, Kreasi Wacana
- Lafebvre Henri,( 1992), *The Production of Space*. Basil: Blackwell.