

Krisis Otonomi Media Lokal: Analisis Model Propaganda Herman-Chomsky pada Harian Victory News dalam Kontestasi Pemilihan Gubernur NTT 2018

Merlina Maria Barbara Apul

Widya Mandala Surabaya Catholic University, Indonesia.
Alamat: Jl. Dinoyo 42-44 Surabaya-60265, Indonesia
E-mail : merlina.maria@ukwms.ac.id

Local Media Autonomy Crisis: Analysis of Herman-Chomsky's Propaganda Model in Victory News Daily in the 2018 NTT Governor Election Contest

ABSTRACT

This work aims at how Victory News actually played a role in the propaganda of the dominant elite, especially related to ownership structure during the 2018 TT Governor election. In other words, tracing local media propaganda, this study controls which actors or groups are Victory News as well as who are the oppressed marginal groups who do not. access to the media system. Adopting an instrumentalist political economy perspective, the consequences of this propaganda will be seen through five filters in the Herman and Chomsky Propaganda Model, namely media, advertising revenue, news sources, 'flak' as a means of disciplining the media and ideology as a control mechanism. Using a qualitative approach, the findings of this study show that the different accesses of the elite to the media are responsible for producing different access to news reporting structures. This access results in the following five filters: 1.) Media ownership: News of Victory, the face of the national and local elite kongsi in NTT; 2.) Advertising as a source of income for the News of Victory; 3.) Elite as the main news source; 4.) 'Flak' or criticism as a means of disciplining the media and 5.) Pancasila ideology as a national control mechanism

Keywords: Political economy of the media; propaganda model; elite; local media

ABSTRAK

Karya ini bertujuan mengungkap bagaimana sebenarnya Victory News memainkan peran dalam propaganda elite dominan khususnya terkait struktur kepemilikan pada masa pemilihan Gubernur NTT 2018. Dengan kata lain, menelusuri propaganda media lokal, penelitian ini akan melihat siapa aktor atau kelompok yang mengendalikan Victory News sekaligus siapa kelompok marginal tertindas yang tidak memiliki akses ke sistem media. Mengadopsi perspektif ekonomi politik aliran instrumental, konsekuensi propaganda tersebut akan terlihat melalui lima filter dalam Model Propaganda Herman dan Chomsky yakni kepemilikan media, pendapatan iklan, sumber berita, 'flak' sebagai alat mendisiplinkan media dan ideologi sebagai mekanisme kontrol. Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa akses yang berbeda dari elite ke media, bertanggung jawab menghasilkan akses yang berbeda pula ke struktur laporan berita. Akses ini menghasilkan lima filter berikut 1.) Kepemilikan media: Victory News wajah kongsi elite nasional dan lokal di NTT; 2.) Iklan sebagai sumber pendapatan Victory News; 3.) Elite sebagai sumber berita utama; 4.) 'Flak' atau kritik sebagai sarana mendisiplinkan media dan 5.) Ideologi Pancasila sebagai mekanisme kontrol nasional.

Kata kunci: Ekonomi politik media; model propaganda; elite; media lokal

LATAR BELAKANG

Robinson dan Hadiz dalam kajian dinamika politik pasca orde baru berpendapat bahwa proses desentralisasi secara umum telah memberikan peluang bagi elite daerah untuk menegaskan kekuatan mereka di tingkat lokal. Para elite ini termasuk pengambil kebijakan (birokrat), pengusaha, politisi ambisius dan kalangan aristokrat telah menciptakan persaingan tajam atas kendali institusi lokal oleh berbagai jaringan patronase (Robison & Hadiz, 2013). (Robison & Hadiz, 2013). Termasuk menegaskan kekuasaan mereka atas media lokal. Dalam catatan Dewan Pers 10 tahun setelah reformasi, didapati bagaimana media lokal ikut andil dalam hiruk pikuk Pilkada, bukan sebatas sebagai pemberi informasi, tetapi kerap kali menjadi partisan terselubung atas kandidat tertentu. Penyebabnya, sebagian besar media lokal didirikan sebagai bagian dari

agenda politik elite dan menjadikan media corong untuk membela kepentingannya. Maka menjadi suatu praktik umum bahwa media lokal kerap menunjukkan ketergantungan yang sangat besar pada dinamika yang terjadi dalam politik lokal (Haryanto, 2011).

Ketergantungan serupa juga ditunjukkan *Victory News* dalam proses produksi berita selama Pemilihan Gubernur Nusa Tenggara Timur 2018 (Pilgub NTT). Sebagai hajatan prestisius tingkat lokal, tahun politik 2018 meninggalkan tiga catatan sejarah bagi provinsi NTT yang saat itu menginjak usia 60 tahun. *Pertama*, majunya pemilik *Victory News* sekaligus politisi Partai Nasional Demokrat (Nasdem), Viktor Laiskodat sebagai calon gubernur. Viktor menasbihkan dirinya sebagai pemilik media lokal pertama yang maju dalam kontestasi Pilgub di NTT. *Kedua*, untuk pertama kalinya seorang calon gubernur tersandung skandal korupsi dan harus menginap di sel KPK. *Ketiga*, selama 60 tahun menyelenggarakan tujuh hajatan Pilgub, baru di pemilihan kedelapan peta persaingan menghadirkan sosok perempuan yakni Emi Nomleni, Kader Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP). Dari tiga peristiwa ini, majunya Viktor memiliki andil besar dalam arah pemberitaan *Victory News*.

Klaim di atas didukung oleh riset *Institute of Resource Governance and Social Change* (IRGSC) yang menunjukkan sepanjang bulan Februari 2018, bulan pertama kampanye, *Victory News* cenderung menonjolkan figure Viktor Laiskodat dan Josef Nae Soi (Victory-Joss) dengan peliputan sebanyak 27 kali (47%), disusul Benny K. Harman dan Benny Litelnoni (Harmoni) sebanyak 14 kali (25%), Esthon Foenay dan Christian Rotok (Esthon-Chris) 11 kali (19%) serta Marianus Sae dan Emi Nomleni (MS-Emi) yang hanya mendapat 5 kali (9%). Temuan ini menunjukkan perbandingan peliputan paket Victory-Joss dan MS-Emi adalah 5:1. Artinya, dalam satu kali terbit, *Victory News* hanya memberikan porsi pemberitaan satu kali pada paket MS-Emi. Sebaliknya, Victory-Joss mendapat lima porsi pemberitaan (Zendrato, 2018).

Penonjolan figure Viktor Laiskodat dan Josef Nae Soi dalam liputan *Victory News* menunjukkan media ini terikat pada relasi kepemilikan. Dalam kacamata perspektif ekonomi politik media khususnya pendekatan instrumental, *Victory News* dilihat sebagai instrumen yang dikendalikan oleh kelas penguasa. Pendekatan ini beranggapan bahwa ada hubungan langsung antara struktur kepemilikan media dan konten media. Pemilik media akan melindungi dan melegitimasi tatanan kapitalis untuk kepentingannya (Bulut, 2020; Figueiredo, 2020; Yaylagul, 2020).

Alhasil, dengan memotret proses produksi pemberitaan Pilgub NTT 2018 di *Victory News* melalui pendekatan instrumental, maka asumsi penelitian ini melihat *Victory News* sebagai media propaganda Viktor Laiskodat dalam pertarungan Pilgub NTT 2018. Asumsi ini bersandar pada Model Propaganda Herman dan Chomsky yang menjadi salah satu karya terpenting dalam pendekatan instrumental. Dalam model propaganda, keduanya mengklaim media di Amerika telah melayani dan mempropagandakan kepentingan kelompok dominan yang mengontrol dan membiayai mereka. Ada lima filter utama dalam model propaganda Herman dan Chomsky yakni 1.) kepemilikan terkonsentrasi, kekayaan pemilik dan orientasi keuntungan dari perusahaan media massa yang dominan, 2.) iklan sebagai sumber utama pendapatan media massa, 3.) ketergantungan media pada informasi yang disediakan kalangan pemerintah, dan ahli yang didanai dan disetujui oleh sumber utama dan agen kekuasaan, 4.) 'flak' atau kritik sebagai sarana mendisiplinkan media, dan 5.) "antikomunisme" atau ideologi sebagai agama dan mekanisme kontrol nasional. Menggunakan lima filter ini untuk mengkaji kebijakan ekonomi media berita, Herman dan Chomsky sampai pada kesimpulan bahwa media berita Amerika menjadi perpanjangan tangan pemerintah Amerika saat meliput pemilihan umum, perang melawan Irak, NATO dan Yugoslavia. Perpanjangan tangan dalam konteks ini sebagai akibat kinerja media yang meminggirkan perbedaan pendapat, sehingga memungkinkan kepentingan kelompok dominan leluasa menyampaikan pesan mereka kepada publik. Dominasi elite media dan marjinalisasi perbedaan yang dihasilkan dari pengoperasian kelima filter ini terjadi 'begitu wajar' dan 'dibenarkan' oleh pekerja media yang meyakinkan diri mereka sendiri bahwa mereka telah memilih dan menafsirkan berita 'secara objektif' berdasarkan nilai berita profesional. Artinya, media 'membuat persetujuan' untuk kepentingan para elite, tanpa mereka sadari. Singkatnya, lima filter di atas berfungsi untuk mengurangi informasi atau debat yang tidak diinginkan tentang suatu isu atau masalah yang dapat mempengaruhi konsensus elite. Dengan kata lain, filter ini bekerja untuk membatasi aliran informasi yang bebas (Herman, 2018; Klaehn, Pedro-Carañana, Alford, & Godler, 2018; Yaylagul, 2020).

Meski begitu, model propaganda dianggap oleh pengkritiknya sebagai teori konspirasi. Kritik terhadap model ini menyatakan Herman dan Chomsky mengabaikan objektivitas dan profesionalisme media dalam pemberitaan. Para pengkritik model propaganda berpikir bahwa tidak cukup untuk menjelaskan pertentangan dan perlawanan terus menerus, kritikus yang menganggap model ini terlalu mekanis dan fungsionalis karena

mengabaikan fenomena ruang, oposisi dan antar-aksi. Namun, terlepas dari kritikan tersebut, model propaganda Herman dan Chomsky telah diakui memberikan kontribusi yang signifikan untuk memahami struktur dan hasil dari media berita Amerika. Model propaganda menunjukkan hubungan antara struktur kepemilikan media dan konten. Studi kasus dalam karya mereka tentang media berita Amerika telah memberikan bukti empiris tentang bagaimana filter bekerja dalam praktiknya. Sehingga memberikan kesimpulan tentang hubungan sebab akibat antara proses produksi media dan konten media adalah berbanding lurus (Mullen, 2018; Yaylagul, 2020).

Beberapa penelitian sejauh ini meneliti hubungan sebab akibat dalam studi ekonomi politik yang berfokus pada struktur kepemilikan dan konsekuensinya terhadap komodifikasi dan proses produksi teks. Sebagaimana studi yang dilakukan LSE Capstone yang berfokus melihat hubungan kepemilikan dengan elit legislatif hingga eksekutif yang mempengaruhi pengumpulan, penyebaran, dan pelaporan konten berita. Begitu juga dengan studi Ahmad tentang faktor-faktor struktural-sistematik yang menentukan produksi dan publikasi berita di saluran televisi Indonesia pada masa Rezim Pasca-Soeharto yakni sistem politik kartelisasi, kartelisasi partai, hingga kepemilikan media oligarki. Tetapi dua studi ini tidak secara khusus mengaitkan akibat kepemilikan media dalam tinjauan lima filter Herman dan Chomsky (Ahmad, 2020; Cárdenas, Declercq, Lai, & Rasquinet, 2017).

Sementara studi terkait ekonomi politik media lokal di NTT lebih berfokus pada praktik komodifikasi dan spesialisasi di Kota Kupang pada empat harian yakni *Pos Kupang*, *Timor*, *Express*, *Erende Pos* dan *Radar Timor*. Penelitian ini tidak mengungkap relasi kuasa kepemilikan media dalam kaitannya dengan kontestasi Pilkada di NTT (Gual, 2013). Adapun penelitian terkait kontestasi Pemilu maupun Pilkada di NTT selama ini lebih difokuskan pada aspek wacana figur kandidat, pencalonan anggota legislatif hingga pembungkahan konflik Pilkada. Tidak ada satupun dari penelitian ini yang mengungkapkan struktur kepemilikan sebagai imbas dari relasi kuasa wacana surat kabar lokal di NTT (Apul, 2014; Dosi, 2012; Wutun, 2013).

Seperti yang terlihat, semua penelitian diatas belum secara khusus mengadopsi model propaganda Herman dan Chomsky. Padahal, model ini dapat menunjukkan secara signifikan dominasi elite tertentu terhadap media. Maka menjadi substansial mengidentifikasi bagaimana hubungan kekuasaan menciptakan mekanisme yang menyaring produksi media dan memarjinalkan banyak pemikiran kritis serta membatasi ruang gerak pekerja media. Dalam konteks NTT, selain kepemilikan media, elite lokal lain seperti elite partai, agama, tradisional hingga pengusaha lokal, memiliki kendali atas kekuasaan politik, ekonomi dan sosial. Kekuatan ini tentu saja dapat mempengaruhi proses produksi media selama pergelaran Pilkada (Hargens, 2009). Sehingga menjadi penting untuk mengungkap bagaimana sebenarnya *Victory News* memainkan peran dalam propaganda elite dominan khususnya terkait struktur kepemilikan. Dengan kata lain, penelitian ini akan mengungkap siapa mengendalikan siapa, siapa lawan siapa, mana kawan mana lawan, mana patron dan mana klien, elite mana yang diuntungkan dan siapa dirugikan, hingga pada siapa yang menindas dan siapa yang tertindas.

METODE

Penelitian ini menggunakan paradigma kritis dengan pendekatan ekonomi politik media aliran instrumental. Secara umum, pendekatan instrumental berkaitan dengan keterlibatan politis yang disengaja oleh kelas penguasa. Menampilkan media sebagai instrumen kelas kapitalis dan berfokus pada cara mereka mempengaruhi dan mengontrol produksi sejalan dengan kepentingan mereka. Sementara pendekatan strukturalis memfokuskan pada kekuatan kapital ekonomi yang memaksimalkan keuntungan terhadap sinyal pasar. Menurut para strukturalis, perusahaan media beroperasi dalam lingkungan yang mensyaratkan kepatuhan pada kewajiban tertentu demi keuntungan. Tujuan memaksimalkan keuntungan finansial dalam industri media kapitalis adalah kebutuhan struktural yang fundamental. Pemahaman ini berbeda dari pandangan instrumental yang melihat kelas kapitalis dominan menjalankan medianya sejalan dengan kepentingan kelompok mereka (Fairfield, 2015; Kperogi, 2015; Miroshnichenko, 2021; Richter & Gräf, 2015; Yaylagul, 2020).

Berdasarkan pandangan tersebut, untuk mendapatkan pemahaman bagaimana *Victory News* menjadi perpanjangan tangan pemilik dan kelompok kepentingannya, penulis menganalisis berdasarkan lima filter dalam model propaganda Noam Chomsky. Maka yang menjadi objek penelitian adalah proses produksi berita khususnya terkait liputan Pilgub NTT 2018 dan subjek penelitian adalah institusi media *Victory News*. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam dan pengamatan rapat redaksi. Narasumber dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi narasumber internal yakni jajaran redaksi *Victory News* dan narasumber eksternal diluar organisasi media.

Adapun yang menjadi narasumber internal adalah pemimpin redaksi, redaktur pelaksana dan redaktur. Sementara narasumber eksternal terdiri dari dua narasumber ahli yakni pengamat politik Ahmad Atang dan pengamat komunikasi politik Mikhael Radjamuda Bataona. Keduanya dipilih sebagai narasumber ahli atas pertimbangan selain keilmuan keduanya yang berfokus pada iklim komunikasi politik lokal, baik Atang maupun Bataona merupakan dua pengamat ahli yang sering dimintai keterangannya oleh media lokal di NTT. Khususnya Victory News dalam wacana terkait Pilgub NTT 2018, keduanya merupakan narasumber ahli yang dominan dimintai analisis politiknya. Selain narasumber ahli, untuk lebih memahami praktik kekuasaan media lokal dengan pemerintah daerah di NTT, penulis juga mewawancarai anggota AJI Kupang dan Kepala sub bagian (Kasubag) Pers Biro Humas dan Protokoler Setda NTT. Kedua narasumber ini akan menjawab bagaimana pola hubungan patron and client antara politisi dan media lokal. Selanjutnya, penulis turut mewawancarai Direktur Divisi Program Yayasan Tanaoba Lais Manekat dan Ketua Fajar Sikka, salah satu komunitas transpuan di NTT. Kedua narasumber ini dipilih untuk melihat terbatasnya akses kelompok marginal ke wacana media sebagai konsekuensi media yang menjadi instrumen propaganda kelompok dominan. Selain wawancara, penulis juga melakukan studi pustaka dengan mencari literatur untuk melihat konteks sosial, politik, ekonomi, historis dan keagamaan dari konteks produksi berita.

HASIL DAN DISKUSI

Kepemilikan Media: Victory News Wajah Kongsi Elite Nasional dan Lokal di NTT

Secara umum kondisi ekonomi politik media lokal di NTT melalui tiga periode. *Pertama*, periode perintis, masa sebelum kemerdekaan sampai pemerintahan Orde Baru yang didominasi media perjuangan dan media rintisan karya misionaris. *Kedua*, periode reformasi. Periode ini merekam euforia orang-orang NTT mendirikan penerbitan media setelah semua peraturan Orde Baru dicabut. Di masa awal reformasi sebanyak 48 penerbitan yang berhasil diketahui, namun diperkirakan jumlah ini bisa bertambah mengingat NTT merupakan wilayah kepulauan dan belum ada studi khusus yang merekam secara detail jumlah penerbitan surat kabar di NTT sejak masa reformasi. *Ketiga*, periode industri media. Masa ini menandai banyak media lokal yang merugi. Kondisi ini membuka jalan perkongsian antara media lokal dan media nasional yang dimiliki para konglomerat media. *Victory News* sendiri adalah media yang murni lahir di era industri media, era dimana konglomerasi terjadi dan perlahan mematikan media lokal yang coba berdiri secara independen (Gual, 2013; Sape, 2007).

Latar belakang keberadaan *Victory News* sebagai institusi bisnis dan media di NTT sedikit berbeda dibandingkan dua pesaingnya. Baik *Pos Kupang* maupun *Timor Express* murni dirintis oleh wartawan senior Damyam Godho (Harian *Kompas*) dan Yusak Riwu Rohi (Harian *Jawa Pos*). Sementara *Victory News* dimodali oleh Viktor Laiskodat, politisi sekaligus pengusaha yang juga sahabat Surya Paloh. Kedekatan keduanya membuat pendirian *Victory News* dibawah payung manajemen Media Indonesia Group. Praktis media ini kuat secara finansial dan manajerial. *Victory News* adalah gambaran seorang politisi yang tak punya pengalaman jurnalistik menanamkan modal di industri media lokal NTT.

Sedari awal harian ini terbit mengikuti prototipe harian *Media Indonesia*. Koran-koran anggota keluarga kelompok ini memang cenderung memiliki tampilan serupa dengan *Media Indonesia* dan pendahulunya *Prioritas*. Baik tata letak maupun desain yang bergaya blok seolah-olah menunjukkan bahwa mereka semua mempunyai akar yang sama (Hill, 2011). Kantor redaksi *Victory News* sendiri menempati properti pribadi milik Viktor.

Hadir sebagai surat kabar yang ditujukan untuk kalangan menengah atas bagi Stevie Johannis, Pemimpin Redaksi *Victory News*, mengharuskan isu-isu yang disajikan sebagai berita harus sarat akan kritik kebijakan dan menawarkan solusi bagi para pengambil kebijakan.

Kami ingin menjadi surat kabar yang berpengaruh terhadap pengambil kebijakan. Jadi, ketika Victory News mengkritik suatu isu maka akan disertai solusi, sehingga berita menjadi penting bagi publik dan menjadi referensi. Jadi, Victory News tidak hanya menjadi media yang to be information, to be education tetapi yang paling penting yang kami cari sebagai media massa adalah to be influence (Stevie, Selasa, 14 Januari 2020. Wawancara pribadi penulis)

Stevie tidak menampik bahwa konsekuensi dari segementasi ini membuat para elite khususnya pejabat dan politisi memiliki akses dominan ke wacana *Victory News*. Lanjutnya, hal ini sesuai dengan keinginan Viktor Laiskodat agar berita yang dihadirkan koran ini mampu mempengaruhi kehidupan banyak orang sehingga menjadi penting untuk menysasar kalangan eksekutif maupun legislatif di tingkat daerah.

Masa-masa awal pendirian *Victory News* kerap mengkritisi secara lantang berbagai kebijakan Gubernur Frans Lebu Raya yang dianggap menyimpang, salah satunya pembentukan Badan Layanan Umum Daerah (BLUD)

RSUD WZ Johannes Kupang oleh Pemrov NTT yang diduga sarat kepentingan politik dan proyek. *Victory News* mengungkap Lebu Raya sengaja menempatkan orang-orang terdekatnya dalam jajaran pejabat di BLUD dengan secara detail menampilkan analisis anggaran BLUD layaknya badan pengadaan proyek (*Victory News*, 2012).

Pada tahun 2014, *Victory News* juga mengangkat keganjilan perjalanan dinas rombongan Pemrov NTT ke Jepang. Perjalanan yang salah satu rombongannya adalah istri Gubernur NTT Lusiana Lebu Raya ini dianggap menggunakan anggaran misterius. Pemrov dianggap menutup diri dari mana anggaran perjalanan itu berasal (*Victory News*, 2014a). Jargonisasi Jagung yang selalu di bicarakan Lebu Raya juga tidak lepas dari kritikan *Victory News* karena dianggap tong kosong nyaring bunyinya. Jargon ini dianggap basi lantaran selama lima tahun kepemimpinan pertama, tekadnya menjadikan NTT sebagai provinsi jagung selalu dikumandangkan namun nihil dalam urusan modernisasi (*Victory News*, 2014b).

Dalam perjalanannya, sebagai institusi media profesional, idealisme harus berdamai dengan kepentingan ekonomi yang menentukan kelangsungan hidup *Victory News*. Jika semasa Frans Lebu Raya berkuasa, masalah kecil akan dibahas berhari-hari, saat ini mengikuti media mainstream lokal lainnya yang ada di NTT, *Victory News* ikut mengambil posisi “main aman” untuk menyeimbangkan aspek idealisme dan ekonomi.

Krisis wacana yang kritis menjadi akar dari kelumpuhan media sebagai *watch dog* yang garang bagi para lokal bos di daerah. Jika di tahun 2014 *Victory News* mengkritik jargonisasi jagung Frans Lebu Raya yang dianggap tanpa arah, di tahun 2020, alih-alih memuat ulasan analisis pakar selazim-nya yang dilakukan harian ini di masa-masa awal pendirian, *Victory News* menyebut program Tanam Jagung Panen Sapi (TJPS) di era pemerintahan Viktor Laiskodat sangat berhasil membangun pertanian di NTT dengan mengutip pernyataan Ketua Komisi II DPRD NTT, Kasimirus Kolo yang merupakan politisi partai Nasdem (*Victory News*, 2018). Wacana ini justru berbanding terbalik dengan anggapan pakar pertanian yang mengatakan di sektor pertanian belum ada hasil signifikan yang bisa di capai pemerintahan Viktor Laiskodat (Kaha, 2019).

Krisis ini menjadi salah satu konsekuensi industri media yang memasuki wilayah NTT. Fenomena industri media di ranah lokal membawa konsekuensi beragam isu yang rentan terhadap resistensi publik tidak pernah diangkat oleh media lokal selama gelaran Pilgub NTT 2018. Hal ini disampaikan Ahmad Atang saat diwawancara penulis.

Coba dilihat selama gelaran Pilgub 2018 kemarin. Isu-isu yang rentan terhadap resistensi publik tidak diangkat atau menjadi concern para kandidat dan media kita sedikitpun tidak mencoba mengangkat itu secara serius. Sehingga tidak ada ruang bagi para aktivis maupun akademisi untuk menguji komitmen para pasangan calon terhadap beberapa kasus seperti tambang yang memang sudah sejak lama menjadi persoalan. Memang pernyataan-pernyataan politis Viktor Laiskodat sempat menyinggung masalah tambang tetapi tidak dibedah secara serius karena memang tidak ada panggung untuk itu. Termasuk isu human trafficking jarang diangkat, walaupun disinggung itu hanya sebatas respon situasional saja bukan karena komitmen. Media lokal kita ibarat mati daya kritisnya. Jadi ada semacam kelumpuhan kekuatan civil society termasuk media massa. Bayangkan bahkan Victory News yang ketika Frans Lebu Raya Gubernur selalu mem-blow up masalah kecil berhari-hari tetapi sekarang sudah lumpuh juga (Atang, Kamis 28 Januari 2020. Wawancara pribadi penulis).

Dalam bahasa klasik, lumpuhnya kekuatan kritis media arus utama di NTT disebabkan ketidaksetaraan dalam penguasaan sumber daya dan terbatasnya akses ke sistem media. Kekuasaan elite dapat menyaring isu mana yang ditonjolkan sembari memarjinalkan perbedaan pendapat yang membahayakan narasi elite dominan (Herman, 2018; Klaehn et al., 2018; Van Dijk, 2017; Yaylagul, 2020).

Tidak heran, majunya Viktor sebagai kandidat Gubernur yang merupakan Ketua Bidang Pertanian dan Maritim DPP Partai NasDem, membuat elite Partai NasDem teristimewa sang istri Julie Laiskodat yang juga fungsionaris DPP Partai NasDem dominan mendapat liputan eksklusif dalam laporan utama *Victory News*. Sebaliknya, para lawan politik Viktor menjadi elite minoritas dalam akses ke wacana *Victory News*. Hal ini tercermin dari jumlah pemberitaan dalam tabel berikut:

Tabel 1 Jumlah berita pasangan calon

Berita	Victory-Joss	Marianus-Emi	Esthon-Chris	BKH-Litelnoni
Headline	63	16	21	37
Politik dan Hukum	47	10	8	8
Total	110	26	29	45

Tabel 1 menunjukkan secara kuantitas aktivitas deklarasi Viktor-Josef atau paket Victory-Joss ‘menguasai’ porsi pemberitaan, sementara pasangan Marianus-Emi mendapat porsi liputan paling sedikit. Terkait ini, Yes Balle, Redaktur Metro, mengakui majunya Viktor sebagai kandidat Gubernur NTT menjadi tantangan sendiri dalam ruang redaksi. Meski tidak “melacurkan” idealisme, tetapi menurutnya, sebagai pegawai, mereka “harus tahu diri” dengan majunya sang pemilik dalam pertarungan Pilgub NTT 2018.

Kalau bos sendiri yang maju pasti susah-susah gampang buat kami. Tetapi enaknya owner tidak pernah mengintervensi berita. Hanya saja kita yang pekerja harus tahu diri. Karena bagaimana pun juga media ini kan perpaduan antara bisnis dan idealisme. Kalau ada pasangan calon lain yang mengundang jumpa pers pasti kita akan pergi, tetapi kadang narasumber dari pasangan calon lain entah itu tim sukses atau kandidatnya, kalau ditanya wartawan suka omong taputar.¹ Jadi, semua kandidat sebenarnya diberikan ruang yang sama. Manakala Viktor mendapat porsi liputan lebih banyak, ya harap maklum. Kalau yang lain mau diekspos besar-besaran seperti Victory-Joss silahkan buat koran sendiri saja (Yess, Sabtu 18 Januari 2020. Wawancara pribadi penulis).

Menurut Yes, kondisi ini lumrah. Dia mengakui bahwa *Victory News* belum dapat menjadi media tempat pertarungan gagasan para elite. Persoalannya menurut Yes, di NTT, sebagian besar politisi membawa pertarungan gagasan yang minim, disamping masyarakatnya yang tidak kritis. Kondisi ini sejalan dengan tesis Herman dan Chomsky bahwa dominasi elite tertentu dan marginalisasi perbedaan ‘begitu wajar’ dan ‘dibenarkan’ oleh pekerja media yang meyakinkan diri bahwa mereka telah memilih dan menafsirkan berita ‘secara objektif’ berdasarkan nilai berita profesional. Artinya, media ‘membuat persetujuan’ untuk kepentingan para elite, tanpa mereka sadari (Figueiredo, 2020; Herman, 2018; Klaehn et al., 2018; Mullen, 2018). Pernyataan Yes juga mengkonfirmasi bahwa cara pengorganisasi dan pembiayaan komunikasi memiliki implikasi pada jangkauan dan sifat konten media. Fakta ini menurut Trappel dan Werner adalah konsekuensi struktur kepemilikan yang membuat elite atau kelompok tertentu dapat mengontrol ruang redaksi dan membuat media mengikuti agenda pemiliknya bukan kepentingan publik (Trappel & Meier, 2022).

Iklan sebagai Sumber Pendapatan Victory News

Meski tidak secara terang-terangan mengakui kerja sama dengan Pemprov atau advetorial akan mempengaruhi konten berita, namun jika klien mereka tersandung skandal, intensitas dan kedalaman laporan berita akan diperlakukan berbeda.

Contoh berita hari ini, tentang dana fiktif di Bank NTT. Tetap kami tulis dan follow up terus. Tetapi ya namanya juga client sudah pasang iklan jadi kita juga agak tahu dirilah dalam menulis dan follow up beritanya (Stevie, Senin 14 Januari 2020. Wawancara pribadi penulis).

Menambahkan pernyataan Stevie, menurut Damianus Redaktur Pelaksana (Redpel) jika terjadi pertentangan antara pihak redaksi dan general manager terkait konten berita, biasanya akan “didamaikan” dengan advetorial sehingga tidak “mengacaukan” konten redaksi. Hal berbeda justru berlaku saat Pilgub NTT 2018. Berdasarkan Peraturan KPU (PKPU) Nomor 23 Tahun 2018 ada berbagai batasan yang harus dipatuhi peserta pemilu terkait iklan di media. Alhasil, menurut Damianus jika sebelumnya transaksi iklan berlangsung antara media dan tim sukses yang memunculkan negosiasi harga, tetapi saat Pilgub 2018 penentuan iklan beserta kontennya ditentukan oleh Bawaslu. Fakta ini dalam model propaganda menunjukkan dialektika media yang mampu dibatasi oleh kontrol lembaga negara (Godler, 2018; Kperogi, 2015).

Meski begitu, iklan lembaga negara masih menyumbangkan pendapatan besar bagi media. Dalam konteks NTT, ada posisi semacam *patron and client* antara politisi dan media. Misalnya, lembaga eksekutif baik

¹ *Taputar* merupakan bahasa Kupang yang berarti tidak berbicara dengan lugas.

pemerintah provinsi maupun kabupaten atau kota masih menyediakan anggaran untuk media. *Victory News* sendiri menjalin kerja sama dengan Pemprov, Pemda Malaka dan Sumba Timur dengan nilai sekitar ratusan juta pertahun dalam bentuk advertorial. Ada beberapa catatan penting yang dijelaskan Stevie terkait berita kerja sama dengan Pemprov. *Pertama*, materi pemberitaan tidak boleh diubah. *Kedua*, materi disiapkan oleh humas Pemprov. *Ketiga*, jika ingin pihak redaksi yang membuat materi berita, maka harus dirapatkan kedua belah pihak sehingga tidak menimbulkan masalah di kemudian hari. Keadaan ini membawa dampak baik media atau wartawan cenderung bergantung pada relasi dengan sumber kekuasaan ekonomi dan politik daerah.

Ketersediaan anggaran untuk media membuat “amplop” untuk wartawan menjadi legal karena tercatat dalam anggaran resmi pemerintah daerah. Sebagaimana pernyataan Linda Makandolu, anggota AJI Kupang (divisi gender, anak dan kelompok marginal) sekaligus wartawan senior *Timor Express* yang mengatakan selama anggaran itu tercatat dalam anggaran resmi maka wartawan atau media berhak menerima itu.

Berbicara tentang wartawan amplop itu sebenarnya banyak versi. Jika ada yang datang ke kantor lalu menyuruh kita meliput suatu peristiwa dengan tawaran uang itu jelas salah. Tetapi kalau undangan meliput itu datang dari pemerintahan otomatis semua anggaran masuk APBD, nah resmi kan berarti. Di APBD itu ada anggaran untuk media A, B, C, D entah untuk advertorial atau liputan lain. Jadi tidak masalah menerima amplop karena itu tercatat secara resmi dari APBD (Linda, Jumat 31 Januari 2020. Wawancara pribadi penulis).

Alhasil ini menciptakan relasi ketergantungan antara media dan narasumber dari kalangan pemerintah. Pernyataan Kasubag Pers Biro Humas dan Protokol Setda NTT, Very Guru memperkuat anggapan ini:

Hubungan kerja sama ini didasari pertimbangan Pemprov, bahwa media lokal sangat berperan dalam tata kelola pemerintahan, pembangunan dan pelayanan kemasyarakatan di Provinsi NTT. Dengan asas saling membutuhkan, maka formula kerjasama media lokal melalui Biro Humas dan Protokol Setda Provinsi NTT menghasilkan dana ratusan juta yang setiap tahun dianggarkan untuk “membina” kemitraan media lokal dengan Pemprov (Guru, Minggu 2 Agustus 2020. Wawancara pribadi penulis).

Bantuan dana diberikan sebagai kompensasi dari kegiatan publikasi berita, penulisan naskah advertorial maupun iklan seperti ucapan hari raya pemerintahan, keagamaan maupun dukacita dan sukacita. Hal ini akan berkaitan erat dengan filter ketiga dimana asas *patron and client* akan menciptakan relasi ketergantungan antara media dan narasumber formal negara. Menjadi sumber pendapatan media yang paling penting membuat pengiklan memiliki kekuatan pada proses produksi berita. Seperti tiga catatan syarat advertorial *Victory News* yang menunjukkan perusahaan media berkewajiban membuat program sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pengiklan. Dengan kata lain, advertorial memberikan kebebasan bagi pengiklan membentuk isi berita dan menghadirkan propaganda produk sebagai konten editorial (Bulut, 2020; Pedro-Carañana, Broudy, & Klaehn, 2018a).

Elite sebagai Sumber Berita Utama *Victory News*

Pemred dan Redpel *Victory News* menyebut empat sumber berita utama yang dijadikan narasumber dalam Pilgub NTT 2018 yakni pasangan calon, partai politik, KPUD dan pengamat politik. Keempatnya merupakan pemain utama yang akan ditampilkan dalam berita. Meski begitu, dalam penelusuran penulis, selain empat sumber tersebut, elite agama juga kerap dijadikan sumber utama dalam berita *Victory News*. Temuan ini menurut Herman dan Chomsky menandakan bahwa media cenderung mengandalkan sumber informasi ‘resmi’. Sumber ‘resmi’ tidak hanya mudah diakses tetapi juga ‘dianggap kredibel’ sehingga menurunkan biaya liputan dengan meminimalkan kebutuhan investigasi atau pengecekan fakta serta memotong waktu yang diperlukan untuk membawa produk berita ke pasar. Sehingga tidak mengherankan bahwa media akan mengistimewakan elite yang telah memiliki akses ke media. Namun, praktik ini pada dasarnya memarginalkan perspektif lain tentang isu-isu penting dari sumber alternatif yang tidak memiliki akses ke media (Caballero, 2018; Godler, 2018; Hearn-Branaman, 2018; Klaehn et al., 2018; Pedro-Carañana et al., 2018a; Robinson, 2018).

Mereka adalah kelompok rentan dan minoritas seperti penyandang disabilitas, transpuan, perempuan dan anak. Menurut Ferdi Frans, seorang pendamping penyandang disabilitas di NTT, saat Pilgub NTT 2018 tidak ada upaya media arus utama di NTT mengangkat permasalahan pola pembinaan penyandang disabilitas yang jalan di tempat oleh pemerintah.

Teman-teman difabel cenderung mendapat pelatihan dengan pola yang begitu-begitu saja. Misalnya, mereka dilatih membuat kemoceng, jadi untuk seterusnya hanya begitu saja. Padahal banyak program pengembangan yang sebenarnya masih bisa mereka lakukan. Di media cetak pun saya belum melihat adanya ruang komunikasi, seperti misalnya media menyediakan rubrikasi khusus. Akibatnya, isu-isu difabilitas cenderung belum menjadi prioritas oleh pemerintah maupun aktor politik ketika Pilkada (Frans, Jumat 24 Juli 2020. Wawancara pribadi penulis).

Dibandingkan, isu-isu difabilitas, Ferdi menambahkan isu seperti kemiskinan dan pemberdayaan ekonomi lebih diutamakan saat Pilkada. Karena keterbatasan mengakses media arus utama, untuk dapat berkomunikasi dengan pemangku kebijakan, komunitas-komunitas difabel di NTT memilih membangun dialog melalui gereja. Selain itu, khususnya kelompok daksa, mereka lebih memilih media sosial untuk menuliskan pemikiran-pemikiran kritis yang menyangkut kebutuhan dan persoalan mereka. Fakta ini sejalan dengan studi Yanuar, dkk yang mendapati bahwa media massa di Indonesia jarang secara sengaja menyediakan suatu liputan khusus mengenai difabilitas. Media sepertinya enggan meliput isu difabilitas jika tidak dibingkai dengan perayaan atau hari khusus. Kurangnya akses penyandang disabilitas ke wacana media massa menurut Yanuar, dkk salah satunya disebabkan oleh ketiadaan narasumber yang dapat dijadikan sebagai sumber berita. Hal ini tidak terlepas dari asumsi bahwa penyandang disabilitas tidak “pintar” dalam membahas berbagai persoalan (Nugroho et al., 2012).

Kelompok rentan lain yang marginal dalam akses media adalah transpuan. Menurut Hendrika Mayora Victoria, ketua komunitas transpuan Fajar Sikka, isu terkait mereka sering dipolitisasi oleh aktor politik menjelang Pilkada. Selain itu, sulit bagi transpuan mendapat pengakuan dari media arus utama. Diksi media kerap melanggengkan stereotipe dan propaganda kebencian terhadap kelompok minoritas seksual. Lebih mudah bagi mereka menembus akses media online dibandingkan media arus utama di NTT.

“Terhadap media lokal di NTT saya berharap tidak lagi menggunakan diksi-diksi yang mendiskriminasi teman-teman transpuan. Media massa saat ini harusnya sudah ramah terhadap keragaman gender dan orientasi seksual. Saya bersyukur beberapa media lokal online telah melakukan kerja sama dengan komunitas Fajar Sikka. Kami melakukan kegiatan pendampingan dengan media sehingga pemberitaan mereka justru mengangkat dan memberi warna yang baik untuk teman-teman transpuan (Mayora, Rabu 22 Juli 2020. Wawancara pribadi penulis).

Fakta yang dikatakan Hendrika menjukan bahwa kelompok rentan seperti transpuan sebenarnya membutuhkan ruang untuk mengekspresikan diri. Mereka membutuhkan media berbicara atas mereka, menjadi penyambung lidah mereka. Hanya saja, mereka belum memiliki ruang yang cukup untuk menyuarakan keprihatinan. Minimnya akses terhadap wacana media, terlebih media arus utama akan menghapus kesempatan memperkuat suara transpuan dan membatasi peluang mereka untuk mengambil peran aktif dalam proses kebijakan. Khususnya saat Pilkada, dimana mereka perlu terlibat secara politis, wacana media menjadi penting untuk mengarusutamakan permasalahan mereka dalam wacana politik para elite (Nugroho et al., 2012).

Namun, alih-alih menonjolkan permasalahan atau kegelisahan kelompok minoritas, *Victory News* memilih suasana kampanye yang mendatangkan elite politik sebagai peristiwa yang menjual untuk ditampilkan dalam berita utama.

Kami mengutamakan suasana kampanye. Apalagi jika ada tokoh besar atau publik figure yang meramaikan kampanye. Kalau misalnya paslon lain seperti Beni K Harman mau datangkan SBY ya kita akan samakan porsi liputan dengan kedatangan Megawati atau Surya Paloh. Tapi yang penting adalah kita bisa memberikan pelajaran kepada publik misalnya melalui foto yang manusianya banyak dengan foto yang manusianya sedikit, kan orang bisa langsung melihat. Soal itu massa bayaran ya itu urusan timses, yang penting fotonya kami tampilkan (Stevie, Senin 14 Januari 2020. Wawancara pribadi penulis).

Dari pernyataan Stevie terlihat *Victory News* gagal menempatkan pemilih sebagai subjek utama dalam proses demokrasi. Praktik pemberitaan seperti ini cenderung mereduksi politik dalam wilayah yang elitis. Dimana sumber pemberitaan berorientasi melayani kebutuhan para elite politik. Idealnya, media memberikan ruang partisipatif bagi pemilih untuk terlibat dalam debat publik terkait wacana kandidat maupun kebijakan yang belum menyentuh kebutuhan mereka. Namun, pada praktiknya dalam penelusuran penulis, nyaris tidak ditemukan isu-isu yang sejak lama menjadi sisi gelap di NTT seperti *human trafficking*, tambang, maupun

kekerasan perempuan dan anak. Padahal, dengan mengangkat isu-isu ini, masyarakat dapat melihat kualitas dan komitmen dari masing-masing figur pasangan calon. Model pemberitaan yang dominan diangkat justru kaku karena mengikuti agenda kampanye yang sudah ada. Malahan, *Victory News* lebih berperan sebagai “buku harian” dari agenda politik Viktor.

Ketika para aktor politik gagal menjamin perlindungan kelompok rentan seperti korban *human trafficking* dalam orasi politik mereka, media sejatinya diharapkan mampu menyediakan beragam sarana membela hak kelompok minoritas. Alih-alih mendesak komitmen pasangan calon untuk memberantas perdagangan manusia, *Victory News* sebagai media arus utama di ranah lokal justru dominan menonjolkan retorika bujuk rayu elite yang tidak substansial menyelesaikan persoalan klasik ini. Dari 11 *headline*, kata “*human trafficking*” hanya muncul sekali saat *Victory News* mengutip pernyataan Benny Harman, calon gubernur dari pasangan Harmoni yakni “*banyak persoalan di NTT terkhususnya TTS yang perlu diselesaikan antara lain kemiskinan, gizi buruk, dan human trafficking*”. Tidak ada upaya khusus untuk mempersoalkan maupun mengkritisi komitmen Benny Harman maupun pasangan calon lainnya dengan menghadirkan tanggapan dari aktivis, korban maupun aliansi kemanusiaan yang *concern* mengurus kasus *human trafficking* di NTT.

Ketertarikan terhadap sumber elite membawa konsekuensi serius pada pendidikan politik masyarakat NTT. Praktik ini akan memberikan informasi yang kurang beragam dan miskin kritik karena ketergantungan media pada sumber elite atau formal (Curran, 2019; Raza, Saeed, & Ali, 2022). Dalam konteks lokal NTT, fenomena ini terjadi salah satunya karena media lokal arus utama memilih menonjolkan pasangan calon tertentu dan kelompok dominan dengan modal yang kuat.

Sangat terasa waktu Pilgub NTT media mainstream kita sudah dikapling. Karena ada wartawan yang menjadi pekerja atau timses salah satu calon atau media yang bekerja untuk koalisi NasDem, PDIP, Golkar atau Demokrat. Media di NTT menurut saya banyak yang pekerjanya merupakan anggota partai dan ada juga yang bukan tetapi saat Pilkada mereka dikontrak untuk liputan. Celakanya, berita yang diliput bukan merupakan advertorial melainkan berita layaknya berita harian bahkan sering tampil di headline. Akibatnya, berita pensanan ini tidak akan pernah kritis terhadap isu-isu yang dibawa paslon. Sehingga untuk konteks Pilgub media mainstream telah dikapling oleh para pemodal (Bataona, Kamis 30 Januari 2020. Wawancara pribadi penulis).

Pernyataan diatas membenarkan tesis Herman dan Chomsky bahwa industri media berfungsi untuk mendukung kepentingan kelas kapitalis secara keseluruhan. Karena itu properti kapitalis dapat membatasi ruang gerak organisasi media (Yaylagul, 2020). Pada keadaan ini meskipun media secara aktif berkompetisi dan seolah-olah menggambarkan diri sebagai juru bicara masyarakat yang independen dengan menyerang dan mengekspos penyimpangan yang menyangkut kepentingan publik, namun secara substansial sisi kritis media akan berlaku untuk isu-isu tertentu dengan meminggirkan isu yang lain. Hal ini sebagai akibat dari ketidaksetaraan dalam penguasaan sumber daya dan pengaruhnya terhadap akses ke sistem media (Hearn-Branaman, 2018; Klaehn et al., 2018; Pedro-Carañana et al., 2018a).

Praktik menonjolkan sumber berita yang elitis dalam tinjauan model propaganda bukan tanpa sebab. Media sejatinya memiliki hubungan simbiosis dengan sumber informasi yang kuat (elite politik, pemerintah, komunitas agama, ketua adat/tradisional dan akademisi). Sumber informasi ini membantu ritme pekerjaan jurnalis lebih cepat, stabil dan menurunkan biaya liputan. Praktis, kondisi ini meningkatkan ketergantungan media pada narasumber elite (Bulut, 2020; Herman, 2018; Pedro-Carañana, Broudy, & Klaehn, 2018b). Redpel *Victory News* sendiri pun mengakui bahwa laporan mendalam seperti investigasi sulit dilakukan. Penyebabnya, selain faktor biaya, laporan investigasi memakan waktu dan membutuhkan nyali yang besar.

Biaya itu faktor pertama. Kedua, butuh waktu yang lama dan nyali. Selain itu juga resiko apalagi kasus-kasus sensitif melibatkan elite-elite (Damianus, Sabtu 18 Januari 2020. Wawancara pribadi penulis).

Secara tradisional jurnalisisme investigasi dalam praktik jurnalisisme berperan dalam mengawal proses demokrasi. Disatu sisi jurnalisisme investigasi mampu menyediakan informasi politik dan melakukan pemantauan sekaligus pengawasan terhadap keputusan elite. Disisi lain, mahalnya biaya membuat model liputan ini semakin ditinggalkan. Konsekuensinya dapat melemahkan fungsi kontrol dan pengawasan media (Karadimitriou et al., 2022; Li & Sparks, 2018; Saldaña & Mourão, 2018). Persoalan ini erat kaitannya dengan filter keempat model propaganda.

'Flak' atau Kritik sebagai Sarana Mendisiplinkan Media

Fitur keempat adalah 'Flak' atau kritik sebagai sarana mendisiplinkan media. Herman dan Chomsky sendiri tidak menjelaskan dengan tepat nama dimensi keempat: 'flak'. Istilah ini berasal dari jargon militer Jerman untuk singkatan *Fliegerabwehrkanone* yang secara harafiah berarti senjata anti-pesawat udara. Dalam tinjauan komperhensif, fitur keempat bisa dilihat sebagai umpan balik negatif atau upaya lobi mengontrol isi media. Fungsinya mendorong media lebih berhati-hati saat memutuskan jenis peristiwa atau isu yang akan diliput dan ditulis (Bulut, 2020; Robinson, 2018).

Ketika jurnalis melaporkan atau menulis cerita yang mengancam kekuatan, struktur atau praktik ekonomi maupun politik, 'flak' atau kritik sering kali ditujukan kepada wartawan, editor hingga institusi media. Akibatnya adalah penurunan liputan investigasi yang menantang struktur kekuasaan yang ada. Dalam konteks *Victory News*, poin keempat ini dapat dilihat dari peranan dewan redaksi yang dapat mengintervensi redaksi jika menyangkut peristiwa atau isu sensitif seperti politik atau skandal korupsi yang melibatkan pejabat daerah.

Misalnya kita muat berita tentang Frans Lebu Raya. Mulai dari wartawan yang tulis, redaktur yang edit sampai Redpel juga tambah edit tulisan yang semuanya diskreditkan Lebu Raya. Setiap hari kita muat berita yang menggiring agar Lebu Raya ditetapkan sebagai tersangka dalam kasus korupsi pembangunan Gedung NTT Fair. Nah, dewan redaksi bisa intervensi untuk mengingatkan jangan terlalu intens mendiskreditkan, bukan berarti mereka melarang untuk menulis, tetapi mereka mengingatkan kalau itu sudah melenceng (Stevie, 14 Januari 2020. Wawancara pribadi penulis).

Damianus selaku Redpel menambahkan, khusus kasus korupsi, jika sudah resmi diumumkan oleh KPK maka *Victory News* lebih cenderung bebas memberitakan. Namun, liputan investigasi yang mengusut kasus korupsi diakui Damianus sulit untuk dilakukan. Itupun harus mendapat 'restu' dewan redaksi dan kecil kemungkinan disetujui. Dalam struktur organisasi *Victory News*, dewan redaksi ibarat DPR yang mengawasi pergerakan ruang redaksi *Victory News*.

Mereka ini ibarat DPR bagi Victory News. Manakala ada gugatan atau masalah apapun intinya harus lapor ke dewan redaksi. Nanti mereka yang kasih jalan keluar. Kalau mereka bilang lanjutkan ya kita lanjutkan gugatan, misalnya seperti itu (Damianus, Sabtu 18 Januari 2020. Wawancara pribadi penulis).

Patut dicatat, dibandingkan dua surat kabar besar yaitu *Pos Kupang* dan *Timor Express*, *Victory News* menjadi satu-satunya media yang memasukan politisi dalam jajaran dewan redaksinya. Mereka yang menduduki jabatan itu semua adalah politisi Partai NasDem.

Tabel 2 Dewan Redaksi Victory News

Viktor Laiskodat	Ketua Bidang Pertanian dan Maritim DPP Partai NasDem
Daniel Kameo	Dewan Pakar DPP Partai NasDem
Chris Mboeik	Wakil Ketua DPRD NTT fraksi NasDem
Saur Hutabarat	Ketua Mahkamah Partai NasDem

Selain menduduki posisi dewan redaksi, Viktor dalam struktur organisasi juga memegang kendali pemimpin perusahaan dan Chris Mboeik sebagai pemimpin umum. Empat nama yang ditunjukkan tabel 1, hanya Chris Mboeik dan Saur Hutabarat yang merupakan mantan wartawan. Dominasi petinggi elite NasDem ini praktis membuat *Victory News* menjadi sarana penyebaran ide yang mendukung kepentingan kelas yang mengontrolnya. Artinya, menjadi hal yang lumrah bahwa media menyampaikan nilai-nilai hegemonik kelompok dominan. Fakta ini juga menunjukkan bagaimana bentuk pembiayaan atau struktur kepemilikan memiliki konsekuensi terhadap wacana dan representasi konten media untuk ditampilkan kepada khalayak (Khan, 2020). Hal ini tercermin dalam pernyataan berikut:

Pak Viktor kampanye dengan gencar saya rasa wajar dong karena mereka sudah terlambat start. Orang-orang yang punya sentiment ke Victory News tidak memperhatikan itu, ada informasi yang terputus. Orang selalu menilai kampanye Victory-Joss gila-gilaan karena selalu kampanye dalam kapasitas besar dan selalu muncul di headline VN, kan wajar karena mereka terlambat. Intinya, kalau masalah sumber daya bisa dibilang Pak Viktor lebih banyak dibanding paslon lain. Uang bisa

dibilang jadi modal politik yang sangat penting di Pilgub NTT (Stevie, Senin 14 Januari 2020. Wawancara pribadi penulis).

Industri media membutuhkan pemodal besar untuk berinvestasi dibidang ini. Dengan modal politik dan ekonomi yang besar, Viktor memiliki akses istimewa ke sistem media. Singkatnya, pernyataan Pimred *Victory News* membenarkan tesis bahwa struktur kepemilikan media memiliki implikasi politik mempropagandakan kepentingan pencalonan Viktor dalam Pilgub NTT 2018 (Yaylagul, 2020).

Ini adalah realitas yang terjadi, saya tahu persis karena saya adalah analisis dan pengamat yang diminta mereka untuk diwawancarai. Saat ada komentar saya yang mengkritik itu pasti tidak akan dinaikan oleh mereka sebaliknya kalau mendukung itu akan dinaikan. Ini terjadi berulang-ulang saya saya diminta keterangan sebagai pengamat (Bataona, Kamis 30 Januari 2020. Wawancara pribadi penulis).

Pernyataan diatas menunjukkan bagaimana kepemilikan membatasi pesan media, yang pada akhirnya berdampak pada proses politik. *Victory News* pada konteks ini menjadi salah satu senjata utama Viktor dalam menggencarkan propaganda dalam liputan peristiwa politik di NTT. Walhasil, wacana politik selama masa kampanye Pilgub NTT 2018 akan miskin perdebatan antara elite politik (Abubakre, 2017).

Miskinya perdebatan dalam kasus media lokal di NTT, membuat kontrol publik menjadi lemah karena ketiadaan ruang untuk mengekspresikan kritik. Disadari atau tidak, kecenderungan ini bisa menciptakan dominasi atau penundukan oleh pihak yang kuat terhadap pihak yang lemah. Para aktor atau rezim politik lokal selalu mencoba masuk ke 'dapur' media dengan modal kekuasaan untuk mengendalikan pengetahuan khalayak. Hasilnya, terjadi pembungkaman terhadap suara-suara yang dianggap menyimpang.

Kalau dalam Pilgub kemarin ada yang menjadi corong kandidat, ada yang juga sekedar memberitakan begitu saja. Tetapi setelah pemilu selesai dengan suasana politik yang sangat ekstrim, semua media kemudian mengambil posisi cari aman. Saya pernah mengkritik bahwa rakyat belum merasakan apa-apa setelah satu tahun kepemimpinan Victory-Joss, lalu dipertajam oleh Pak Jack Malelak bahwa Gubernur itu hanya jago janji. Lalu Lasarus Jehamat juga dengan pernyataan yang agak kasar, kalau Gubernur hanya omong besar saja. Kita sampai di telepon oleh Kabag Humas Pemprov, setelah itu pernyataan-pernyataan kami yang tajam ke Gubernur tidak lagi dimuat di media, pasti akan dipotong bagian yang sentil Pak Gubernur, media kan juga tidak berani (Atang, Selasa 28 Januari 2020. Wawancara pribadi penulis).

Mengambil posisi aman sebagaimana pernyataan Atang, membuat media cenderung menonjolkan pernyataan yang jauh dari unsur vulgar atau provokatif terhadap kebijakan pemerintah lokal. Kondisi ini membenarkan tesis Herman dan Chomsky yang mencontohkan media-media Amerika saat terjadi perang Vietnam. Tidak satupun media meliput tentang kebijakan Amerika yang merusak perjanjian Jenewa. Malahan, propaganda media saat itu memastikan khalayak memandang perang sebagai perjuangan antara komunisme melawan dunia bebas yang diperjuangkan Amerika. Praktik ini menjelaskan kekuatan institusional dominan dapat mengendalikan kinerja media massa dimana struktur kekuasaan dan aktor-aktor dominan mempengaruhi proses produksi pemberitaan (Pedro-Carañana et al., 2018a; Rai, 2018; Winter, 2018).

Ideologi Pancasila sebagai Mekanisme Kontrol Nasional

Ideologi secara kritis dapat dipahami sebagai proses manusia mempraktikkan produksi dan penyebaran informasi, makna, ide, kepercayaan, sistem, artefak, dan institusi yang membenarkan atau menaturalisasi dominasi. Ideologi dominan dapat menjadi faktor yang berpengaruh menentukan perilaku, kinerja dan konten produk media. Dalam konteks ekonomi politik media di Indonesia, ideologi yang dominan dan berpengaruh adalah Pancasila. Ideologi ini menentukan bukan hanya hukum politik dan pemerintahan, tetapi juga hukum media. Jika ideologi diterima sebagai perjuangan penentuan makna, maka perlu ditunjukkan bagaimana ideologi membatasi wacana dalam konteks proses produksi (Ahmad, 2020; Fuchs, 2018).

Hukum media di Indonesia sendiri utamanya diatur dalam Undang-Undang (UU) No.40/1999. Salah satu poin utamanya, meskipun media harus membangun nilai-nilai demokrasi, mendukung penegakan hukum serta Hak Asasi Manusia di Indonesia, mereka harus mengikuti satu elemen ideologis utama dari negara dan Pemerintah Indonesia, yaitu Bhineka Tunggal Ika atau persatuan dalam keanekaragaman. Ini adalah salah satu elemen yang membentuk negara kesatuan dan ideologi pemerintah Indonesia, yaitu Pancasila (Lima Prinsip) (Ahmad, 2020).

Kewajiban yang diatur dalam UU tersebut secara jelas menunjukkan media di Indonesia telah dipaksa mengikuti Pancasila sebagai ideologi NKRI. Hal ini akan membatasi cara media memilih, memproduksi, dan menerbitkan berita atau peristiwa. Pada konteks ini, *Victory News* mewanti-wanti wartawannya untuk menghindari penulisan dengan kecenderungan politisasi SARA.

Harus hindari yang namanya politisasi SARA dan mengedepankan liputan yang sarat akan adu gagasan. Susahnya elite-elite kita ini banyak yang berpolitik tanpa gagasan (Yess, Sabtu 18 Januari 2020. Wawancara pribadi penulis).

Meskipun sulit karena faktor identitas dalam Pilgub NTT sangat kental sebab tidak ada kultur politik baru yang dibangun oleh partai politik. Meminimalisir politik SARA dalam konten media, Redpel menjelaskan pihak Bawaslu turut mengawasi seluruh media mainstream di NTT. Disatu sisi Pemred mempersoalkan himbauan Bawaslu untuk memberikan berita dengan porsi yang sama bagi setiap pasangan calon. Hal ini menurutnya sulit dilakukan karena keterbatasan SDM yang harus meliput kegiatan deklarasi dan kampanye di seluruh kabupaten NTT yang merupakan daerah kepulauan. Kendala lain adalah saat tim sukses pasangan calon tertentu tidak memberikan undangan untuk meliput.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pemaparan dan penjelasan terkait internet meme Ahok yang menjadi subyek dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa penggambaran Ahok sebagai Gubernur DKI Jakarta dalam internet meme adalah sosok yang kontroversial. Pasalnya stigma/ *stereotype* mengenai karakter dan kepribadian Ahok masih sangat kental dan melekat pada setiap tanda yang ada di internet meme tentang Ahok. Ahok sang Gubernur yang terbiasa bertutur kasar tanpa tata karma, Ahok sang Gubernur sukar menghargai perasaan orang lain, bahkan Ahok sang Gubernur Tionghoa dan Kristen yang tak cukup pantas memimpin DKI Jakarta, masih menempel pada makna tanda di beberapa internet meme yang telah dianalisis. Namun disisi lain, pada kumpulan teks di internet meme lainnya, Ahok digambarkan sebagai sosok yang berani, berkarisma, bertekad kuat, jujur, dan pantang mundur. Bahkan Ahok ditampilkan sebagai Gubernur yang sempat dirindukan karena prestasi kinerja dan keberhasilannya dalam memimpin DKI Jakarta. Terlepas dari semua stigma negatif yang masih menempel pada diri dan karakter Ahok, sebagai Gubernur DKI Jakarta Ahok masih menjadi pemimpin yang diidolakan bagi sebagian masyarakat dalam teks dan konteks makna tanda-tanda di internet meme. Dalam keenam internet meme yang telah dianalisis dengan metode semiotika dalam penelitian ini, Ahok memang ditampilkan sebagai sosok yang kontroversial dengan kepribadian yang unik – membuatnya dibenci tapi juga disayang pada saat yang bersamaan.

Kajian mengenai internet meme sebagai media ekspresif untuk mengutarakan kritik sosial-politik tanpa batas-batas normatif kemudian juga menjadi temuan menarik dalam penelitian ini. Bagi publik sebagai pengguna tanda, internet meme adalah media yang mudah dipahami dengan konteks pesan yang sarat akan makna politis didalamnya. Arena debat dan diskusi publik menjadi sangat terbuka, siapa saja, dimana saja dengan cara yang sama (melalui internet meme) dapat menyebarkan opini subyektifnya dengan mudah dan cepat. Ruang demokrasi kemudian ditawarkan melalui teks yang disebut internet meme. Keterbukaan informasi dan keleluasaan aktivitas publik dalam menyalurkan aspirasinya secara viral menjadi sangat mungkin. Dalam konteks ini, internet meme hadir sebagai bagian dari media berpolitik dengan gaya humor *ala* internet meme. Ciri khas dan karakteristik internet meme sendiri menawarkan bentuk komunikasi yang bukan sekedar untuk menyampaikan informasi, melainkan untuk mengkonstruksi informasi itu sendiri sebagai suatu pesan dan makna baru sesuai dengan nilai-nilai yang dianut oleh sang pembuat teks. Tujuannya jelas adalah demi tercapainya kesamaan pemahaman mengenai konteks pesan yang dimaksud dalam internet meme dengan tanpa mengabaikan nilai-nilai simbolis yang terkandung di dalamnya.

REFERENSI

- Abubakre, F. I. (2017). Influencing the Message: The Role of Media Ownership on the Press Coverage of the 2015 Presidential Electoral Campaign in Nigeria. *Brazilian Journalism Research*, 13(3), 60–85. <https://doi.org/10.25200/BJR.v13n3.2017.1009>
- Ahmad, N. (2020). What Determine Indonesian Commercial News TV Channels' Political News Production and Publication in the Post-Soeharto Regime: A Critical Political Economy Perspective of the Media. In *Handbook of Research on the Political Economy of Communications and Media* (pp. 134–160). Pennsylvania: IGI Global Book Series in Wireless Technologies and Telecommunication.

- Apul, M. M. B. (2014). Bertarung Makna Ala Media (Analisis Framing Pemberitaan Konflik Pasca Pemilihan Umum Kepala Daerah Kabupaten Sumba Barat Daya Dalam Surat Kabar Harian Pos Kupang dan Harian Pagi Timor Express). *KOMUNIKATIF*, 3(1), 1–16.
- Bulut, S. (2020). The Political Economy of News Production. In S. Karlidag & S. Bulut (Eds.), *Handbook of Research on the Political Economy of Communications and Media* (pp. 98–114). Pennsylvania: IGI Global.
- Caballero, F. S. (2018). Imperialism and Hegemonic Information in Latin America: The Media Coup in Venezuela vs. the Criminalization of Protest in Mexico. In J. P. Carañana, D. Broudy, & J. Klaehn (Eds.), *The Propaganda Model Today: Filtering Perception and Awareness* (1st ed., pp. 237–247). London: University of Westminster Press.
- Cárdenas, P. J., Declercq, A., Lai, M. S., & Rasquinet, N. (2017). *The Political Economy of Media Capture*. London.
- Curran, J. (2019). Triple crisis of journalism. *Journalism*, 20(1), 190–193. <https://doi.org/10.1177/1464884918807034>
- Dosi, E. (2012). *Media Massa Dalam Jaringan Kekuasaan*. Maumere: Ledalero.
- Fairfield, T. (2015). Structural Power in Comparative Political Economy: Perspectives from policy formulation in Latin America. *De Gruyter*, 17(3), 411–441.
- Figueiredo, C. (2020). Working to Produce Consensus: Journalistic Work and Hegemonic Values in Mainstream Media. In S. Karlidag & S. Bulut (Eds.), *Handbook of Research on the Political Economy of Communications and Media* (pp. 18–36). Pennsylvania: IGI Global.
- Fuchs, C. (2018). Propaganda 2.0 : Herman and Chomsky's Propaganda Model in the Age of the Internet, Big Data and Social Media. In *The Propaganda Model Today: Filtering Perception and Awareness* (pp. 71–92). London: University of Westminster Press. <https://doi.org/doi:10.16997/book27.f>
- Godler, Y. (2018). Journalism Studies' Systematic Pursuit of Irrelevance: How Research Emphases Sabotage Critiques of Corporate-Run News Media. In J. P. Carañana, D. Broudy, & J. Klaehn (Eds.), *The Propaganda Model Today: Filtering Perception and Awareness* (pp. 37–54). London: University of Westminster Press.
- Gual, Y. A. (2013). *DINAMIKA EKONOMI POLITIK INDUSTRI PENERBITAN PERS LOKAL (Studi Kasus Praktek Komodifikasi dan Spasialisasi di Kota Kupang)*. Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Haryanto, I. (2011). *Menilik Pers Lokal 10 Tahun Setelah Reformasi* (No.5 Mei 2011; B. Nugroho, Ed.). Jakarta: Jurnal Dewan Pers.
- Hearn-Branaman, J. O. (2018). What the Propaganda Model Can Learn from the Sociology of Journalism. In J. P. Carañana, D. Broudy, & J. Klaehn (Eds.), *The Propaganda Model Today: Filtering Perception and Awareness* (1st ed., pp. 25–36). London: University of Westminster Press.
- Herman, E. S. (2018). The Propaganda Model Revisited. *Monthly Review*, 69(8), 42–54.
- Hill, D. T. (2011). *Pers di Masa Orde Baru*. Yogyakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Kaha, K. (2019). Gubernur Laikodot gagal pimpin NTT. Retrieved January 1, 2020, from Victory News website: <https://kupang.antaranews.com/berita/26160/gubernur-laikodot-gagal-pimpin-ntt>
- Karadimitriou, A., von Krogh, T., Ruggiero, C., Biancalana, C., Bomba, M., & Lo, W. H. (2022). Investigative journalism and the watchdog role of news media: Between acute challenges and exceptional counterbalances. In J. Trappel & T. Tomaz (Eds.), *Success and failure in news media performance: Comparative analysis in the Media for Democracy Monitor 2021* (pp. 101–125). Göteborg: Nordicom, University of Gothenburg. <https://doi.org/https://doi.org/10.48335/9789188855589-5>
- Khan, A. R. (2020). Political Economy of the Relationship Between Crony Capitalism and the Private Television Channel Boom in Bangladesh. In S. Karlidag & S. Bulut (Eds.), *Handbook of Research on the Political Economy of Communications and Media* (Series in, pp. 161–181). Pennsylvania: IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-3270-6>
- Klaehn, J., Pedro-Carañana, J., Alford, M., & Godler, Y. (2018). Interview with Edward S. Herman: Ideological Hegemony in Contemporary Societies. In J. Pedro-Carañana, D. Broudy, & J. Klaehn (Eds.), *The Propaganda Model Today: Filtering Perception and Awareness* (1st ed., pp. 21–24). London: University of Westminster Press.
- Kperogi, F. (2015). Marxist theory of the media or theory of the media by Marxists? Reconciling Adorno with other Marxist media theorists. *Journal of Communications Media Studies*, 7(1), 61–78.
- Li, K., & Sparks, C. (2018). Chinese Newspapers and Investigative Reporting in the New Media Age. *Journalism Studies*, 19(3), 415–431. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1192955>
- Miroshnichenko, A. (2021). Media and Responsibility for Their Effects: Instrumental vs. Environmental Views. *Laws*, 10(2), 1–19. <https://doi.org/10.3390/laws10020048>
- Mullen, A. (2018). The 2008 Financial Crisis, the Great Recession and Austerity in Britain: Analysing Media

- Coverage Using the Herman-Chomsky Propaganda Model. In J. Pedro-Carañana, D. Broudy, & J. Klaehn (Eds.), *The Propaganda Model Today: Filtering Perception and Awareness* (First, pp. 193–221). London: University of Westminster Press.
- Nugroho, Y., Nugraha, L. K., Laksmi, S., Amalia, M., Putri, D. A., & Amalia, D. (2012). *Media dan Kelompok Rentan di Indonesia: Empat Kisah*. Jakarta.
- Pedro-Carañana, J., Broudy, D., & Klaehn, J. (2018a). Introduction. In *The Propaganda Model Today: Filtering Perception and Awareness* (pp. 1–18). London: University of Westminster Press.
- Pedro-Carañana, J., Broudy, D., & Klaehn, J. (2018b). *The Propaganda Model Today: Filtering Perception and Awareness* (1st ed.). London: University of Westminster Press.
- Rai, M. (2018). Thinking the Unthinkable about the Unthinkable – The Use of Nuclear Weapons and the Propaganda Model. In J. Pedro-Carañana, D. Broudy, & J. Klaehn (Eds.), *The Propaganda Model Today: Filtering Perception and Awareness* (pp. 263–277). London: University of Westminster Press. <https://doi.org/https://doi.org/10.16997/book27.q>.
- Raza, M. R., Saeed, M. U., & Ali, Z. (2022). Media Concentration and Journalistic Independence in Pakistan Audience and Journalists' Perspectives. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 12(1), e202205. <https://doi.org/10.30935/ojcm/11462>
- Richter, C., & Gräf, B. (2015). The Political Economy of Media: An Introduction. In *New Media Configurations and Socio-Cultural Dynamics in Asia and the Arab World* (pp. 22–35). Nomos. <https://doi.org/10.5771/9783845253923-22>
- Robinson, P. (2018). Does the Propaganda Model Actually Theorise Propaganda? In J. P. Carañana, D. Broudy, & J. Klaehn (Eds.), *The Propaganda Model Today: Filtering Perception and Awareness* (1st ed., pp. 53–67). London: University of Westminster Press.
- Robison, R., & Hadiz, V. R. (2013). *Reorganising Power in Indonesia: The politics of oligarchy in an age of markets*. London: Routledge.
- Saldaña, M., & Mourão, R. R. (2018). Reporting in Latin America: Issues and Perspectives on Investigative Journalism in the Region. *The International Journal of Press/Politics*, 23(3), 299–323. <https://doi.org/10.1177/1940161218782397>
- Sape, A. (2007). Perjalanan Pers di NTT. In T. Kleden, M. B. Banda, & D. D. Putra (Eds.), *Pos Kupang Suara Nusa Tenggara Timur*. Kupang: PT. Timor Media Grafika.
- Trappel, J., & Meier, W. A. (2022). Soaring media ownership concentration: Comparing the effects of digitalisation on media pluralism and diversity. In J. Trappel & T. Tomaz (Eds.), *Success and failure in news media performance: Comparative analysis in the Media for Democracy Monitor 2021* (pp. 147–164). Gothenburg: Nordicom, University of Gothenburg.
- Van Dijk, T. A. (2017). Discourse, Power and Access. In T. A. Van Dijk (Ed.), *Discourse and Power* (pp. 85–101). London: Bloomsbury Publishing.
- Victory News. (2012, November). BLUD RSUD Kupang Sarat Kepentingan Proyek. *Victory News*, p. 1.
- Victory News. (2014a). Anggaran ke Jepang Misterius. *Victory News*, p. 1.
- Victory News. (2014b). Jargonisasi Jagung. *Victory News*, p. 3.
- Victory News. (2018, April). Terapkan Program Tanam Jagung Panen Sapi. *Victory News*, p. 1.
- Winter, J. (2018). 'Dynamic' Obama Lectures 'Bumbling' Castro on Race Relations in Cuba, While Wilfully Blind to Black Lives Matter Movement in the US. In *The Propaganda Model Today: Filtering Perception and Awareness* (pp. 249–262). London: University of Westminster Press. <https://doi.org/https://doi.org/10.16997/book27.p>.
- Wutun, M. (2013). *ANALISIS BERITA POLITIK TENTANG GUBERNUR NUSA TENGGARA TIMUR DI MEDIA MASSA CETAK (Studi Analisis Wacana Model Teun A. Van Dijk Pada Headline Pemberitaan Di Surat Kabar Harian Pos Kupang dan Harian Pagi Timor Express Dalam Perspektif Public Relations Politik Periode Agustus – September 2012)*. UNIVERSITAS PADJADJARAN, Bandung.
- Yaylagul, L. (2020). Political Economy of Communication. In S. Karlidag & S. Bulut (Eds.), *Handbook of Research on the Political Economy of Communications and Media* (pp. 1–17). Pennsylvania: IGI Global Book Series in Wireless Technologies and Telecommunication.
- Zendrato. (2018). PEMILIHAN GUBERNUR NTT 2018 DAN POLITIK MEDIA MASSA LOKAL.