

MEDIA LOKAL DALAM PROSES DEMOKRATISASI: AGEN POLITIK ATAU SALURAN KOMUNIKASI POLITIK ?

**Wahyu Hamdani Haerudin
Guntur Freddy Prisanto
Niken Febrina Ernungtyas
Syahrul Hidayanto***

ABSTRACT

The issue of neutrality and professionalism is still attached to the local media. On the one hand, many local media claim to position themselves as channels of political communication. However, on the other hand, the local media are suspected of being political agents of regional leaders. This study aims to describe the position of local media in the democratization process. The paradigm used in this research is constructivism with a qualitative – dialectical approach. Data collection techniques are in – depth interviews, observation, and literature study. There were four informants consisting of two local politicians and two local media editors. The research data were analyzed using thematic analysis. The results showed that the positioning of the local media as a channel of political communication for local political elites was still strong. Elements of proximity and local values make local media still exist. Then, of the four interests that influence media content, economic and political interests still dominate. Local media also have not fulfilled all the requirements for the creation of a pro-democracy media system. The conditions that are not met are tight supervision of the government, guaranteeing protection for weak groups, and the ability to represent group interests.

Keywords : *Democracy; Local Media; Media Agenda; Political Actor; Political Communication*

ABSTRAK

Isu netralitas dan profesionalisme masih melekat pada media lokal. Satu sisi, banyak media lokal yang mengklaim menempatkan diri sebagai saluran komunikasi politik. Namun, di sisi lain media lokal justru dicurigai sebagai agen politik para pemimpin daerah. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan posisi media lokal dalam proses demokratisasi. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif – dialektikal. Teknik pengumpulan data yaitu wawancara mendalam, observasi, dan studi literatur. Terdapat empat orang informan yang terdiri dari dua orang politisi lokal dan dua orang pimpinan redaksi media lokal. Data penelitian dianalisis menggunakan analisis tematik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *positioning* media lokal sebagai saluran komunikasi politik para elit politik daerah masih kuat. Unsur kedekatan dan nilai lokal membuat media lokal masih bisa eksis. Kemudian, dari empat kepentingan yang memengaruhi isi media, kepentingan ekonomi dan politik masih mendominasi. Media lokal juga belum memenuhi seluruh syarat terciptanya sistem media yang pro – demokrasi. Syarat yang tidak terpenuhi adalah pengawasan yang ketat kepada pemerintah, menjamin perlindungan untuk kelompok yang lemah, serta kemampuan merepresentasikan kepentingan kelompok.

Kata kunci : Agenda Media; Aktor Politik; Demokrasi; Komunikasi Politik; Media Lokal

Media Lokal Dalam Proses Demokratisasi: Agen Politik Atau Saluran Komunikasi Politik?

Wahyu Hamdani Haerudin, Guntur Freddy Prisanto, Niken Febrina Ernungtyas,
Syahrul Hidayanto

PENDAHULUAN

Peta keilmuan komunikasi politik di Indonesia yang dibuat (Gazali, 2004), terdapat 21 bidang kajian yang bisa dilakukan di Indonesia. Bidang kajian tersebut terbagi dalam tiga kelompok yaitu *traditional focuses (communication of politics)*, *new focuses (mostly non-mediated activities)* dan *politics of communications*. Meskipun terbagi dalam tiga kelompok, seluruh bidang kajian ini saling berkaitan.

Sejauh ini sudah cukup banyak penelitian beredar dalam peta Gazali tersebut, baik yang berkonteks nasional (Kulsum, 2000; Mahmud, 2000; Mentari, 2006; Nainggolan, 2002; Nasrullah, 2003; Riswandi, 2000; Saptoprabowo, 1999; Savitry, 2003; Setyawati, 2001; Watik, 2005) dan sedikit yang berkonteks lokal (Dachlan, 1999; Holik, 2004). Namun, pada umumnya penelitian-penelitian tersebut berada dalam kelompok *traditional focuses*, lebih banyak mengkaji tentang “...says what (the messages) in which channel to whom with what effects” dari frase ciptaan Lasswell (1948) dan sedikit menjelaskan tentang *the who* dari terma tersebut.

Riset-riset mengenai *the who*, khususnya, berkaitan erat dengan penguasaan seseorang atau sesuatu lembaga terhadap media (*the channel*) yang memengaruhi *content* media tersebut. Dalam konteks ini, siapa yang memengaruhi *political content* media. Di Indonesia, baru sedikit ilmuan yang melakukan riset di bidang ini (Bharata, 2003; D’Haenens et al., 1999; Dachlan, 1999; Gazali, 2004; Mufid, 2003; Muntaha, 2000; Sekundatmo, 2006; Sen & Hill, 2000). Kendati telah ada penelitian komunikasi politik di media baru (Hayat & Hasrullah, 2017); Susanto, 2017), namun perhatian pada media lokal belum cukup didalami. Dengan kata lain, wilayah *the politics of communication*—yang oleh (Chaffee, 2001) digambarkan dalam frase *who gets to say what to whom*—belum banyak ditelaah oleh para ilmuan Indonesia. Padahal kajian di area ini sedang menjadi tren baru dalam bidang kajian komunikasi politik.

Sementara itu, di medan politik Indonesia kontemporer, media menjadi faktor dan atau aktor penting serta berpengaruh kuat, utamanya dalam proses kontestasi politik seperti Pemilihan Umum (Pemilu), Pemilihan Presiden (Pilpres) maupun Pemilihan

Media Lokal Dalam Proses Demokratisasi: Agen Politik Atau Saluran Komunikasi Politik?

Wahyu Hamdani Haerudin, Guntur Freddy Prisanto, Niken Febrina Ernungtyas, Syahrul Hidayanto

Kepala Daerah (Pilkada). Itu adalah salah satu akibat dari berubahnya sistem dan budaya politik Indonesia dari yang bersifat otoritarian (Orde Baru) ke yang bersifat libertarian (pasca-reformasi). Rangkaian perundang – undangan Pemilu, Pilpres dan Pilkada yang diberlakukan dalam kurun waktu 2003 – 2005 memberikan hak penuh kepada rakyat untuk memilih langsung presiden, wakil presiden, gubernur, bupati, dan wali kotanya.

Peran penting untuk tidak mengatakan ‘sentral’ media dalam konteks politik pemilihan memang bukanlah satu-satunya indikator untuk mengukur kinerja media dalam proses demokratisasi. Sebab, Pemilu hanyalah salah satu aktifitas dalam proses demokratisasi. Di samping media televisi nasional, media yang berpengaruh kuat terhadap perilaku politik masyarakat adalah media-media lokal, baik media elektronik (Radio dan TV Lokal) maupun media cetak lokal. Ini terjadi karena adanya *proximity* (kedekatan) isi media dengan audiens. Demikian pula dengan kehidupan politik demokrasi di negara ini, dimana media-media lokal memiliki daya pengaruh yang cukup kuat, antara lain karena nilai lokal yang ada dalam *content* media lokal tersebut.

Menurut (Yusuf, 2011) selama ini ada dua isu yang melekat pada media lokal. Pertama, isu netralitas, misalnya dalam Pilkada. Kedua, mengedepankan fungsi ekonomi dan politis serta mengabaikan aspek informatif dan edukatif. Kedua isu ini rentan terus mengikis peran utama media lokal. Di satu sisi, banyak media lokal yang mengklaim sebagai saluran komunikasi politik pemimpin daerah. Namun, di sisi lain media lokal justru dicurigai sebagai agen politik para penguasa daerah.

Pentingnya media (termasuk pers) dalam demokrasi sudah disepakati oleh para ilmuwan komunikasi maupun ilmuwan politik di seluruh dunia. Ahli-ahli ilmu politik bahkan menyatakan kebebasan media/pers adalah salah satu prasyarat utama dalam perwujudan demokrasi, bukan hanya dalam proses pemilihan (*election*) tetapi juga dalam pembangunan budaya demokratis dalam segala konteks. (Urofsky, 2002) misalnya, menyatakan bahwa dalam demokrasi, media berfungsi untuk memberikan pengetahuan yang cukup bagi masyarakat agar masyarakat dapat bertindak berdasarkan pengetahuan itu.

Media Lokal Dalam Proses Demokratisasi: Agen Politik Atau Saluran Komunikasi Politik?

Wahyu Hamdani Haerudin, Guntur Freddy Prisanto, Niken Febrina Ernungtyas, Syahrul Hidayanto

Persoalannya, dalam konteks Indonesia masa kini, apakah peran media benar-benar mampu membangun budaya demokrasi di negara ini? Begitu banyak masalah yang melanda untuk tidak mengatakan ‘penyakit’ yang diidap media di Indonesia yang tidak mendorong terciptanya budaya demokrasi (Gazali, 2004; Harris, 2004). Misalnya masalah daya kekuatan media untuk bersikap independen, masalah *skill* para pekerja media, serta masalah etika media. Jika ditarik kepada konteks lokal, tampaknya masalah-masalah yang melanda media lokal lebih parah ketimbang media nasional. Padahal kualitas demokrasi nasional adalah akumulasi dari kualitas demokrasi lokal, dan kualitas demokrasi lokal itu cukup dipengaruhi oleh media lokal. Dengan kata lain, *political content* media-media lokal secara langsung maupun tak langsung turut memengaruhi kualitas demokrasi Indonesia.

Jalannya proses demokratisasi di Indonesia dan pentingnya posisi media lokal itulah yang menarik untuk diteliti. Penelitian akan mendapatkan hasil yang memuaskan apabila dibahas dalam paradigma konstruktivisme, yaitu dengan mempelajari bentuk interaksi-interaksi dan faktor-faktor yang melatari terjadinya interaksi-interaksi tersebut, antara media dengan aktor-aktor demokrasi lainnya.

(Djuarsa, 2005) mengatakan setidaknya terdapat empat premis tentang pengaruh media. Premis ini ia buat setelah mengkaji berbagai penelitian tentang komunikasi massa dalam konteks politik. Premis pertama adalah *all-powerfull media* yang eksis pada tahun 1920-Perang Dunia kedua. Premis ini memiliki asumsi bahwa media berpengaruh kuat secara langsung. Premis kedua adalah *powerfull media put to the test*. Asumsi premis kedua adalah pengaruh media terbatas dan berfungsi sebagai perantara. Premis kedua eksis pada Perang Dunia kedua sampai dengan tahun 1960. Premis ketiga adalah *powerfull media rediscovered*. Premis ini memiliki asumsi bahwa pengaruh media masih kuat. Premis ini populer pada tahun 1969-1970. Premis terakhir adalah *negotiated media influence* yang memiliki asumsi media memiliki pengaruh kuat secara khusus dalam mengonstruksi persepsi publik terkait realitas sosial. Premis keempat eksis pada tahun 1970-an hingga sekarang.

Media Lokal Dalam Proses Demokratisasi: Agen Politik Atau Saluran Komunikasi Politik?

Wahyu Hamdani Haerudin, Guntur Freddy Prisanto, Niken Febrina Ernungtyas, Syahrul Hidayanto

Penelitian komunikasi politik terbaru banyak yang memberikan bukti bahwa pengaruh media cenderung bersifat kondisional daripada universal (McLeod et al., 2002). Ini artinya, masyarakat punya perspektif berbeda-beda terhadap informasi yang mereka terima lewat media. Masyarakat yang paham kualitas sebuah berita dapat memilah informasi yang mereka terima. Dengan kata lain, media sebagai salah satu saluran komunikasi politik memiliki sifat tidak langsung karena hanya sekedar stimulan pengguna media dan belum mampu mendikte perilaku politik masyarakat.

Pertanyaan selanjutnya adalah, siapa yang memengaruhi *content* media? Assegaf (2006), secara umum mengelompokkan faktor atau aktor yang memengaruhi isi media/pers;

- a) Eksternal: Penguasa (Pemerintahan), pengiklan, masyarakat.
- b) Internal: Pemilik, pemimpin redaksi, redaktur, reporter.

Sedangkan kepentingan-kepentingan yang memengaruhi isi media/pers adalah;

- a) Kepentingan masyarakat, yakni apa yang diinginkan oleh masyarakat walaupun belum tentu kepentingan itu bernilai ideal.
- b) Kepentingan politik (kekuasaan)
- c) Kepentingan ekonomi (laba, uang)
- d) Kepentingan idealisme/moral (termasuk fungsi pers dalam membangun moral, pendidikan, dll)

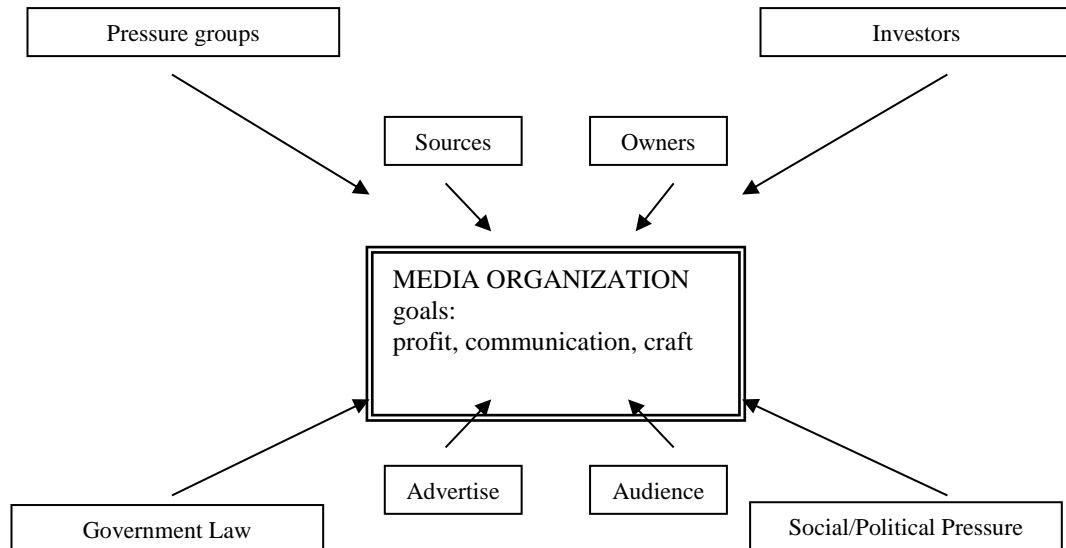
Masih menurut (Assegaf, 2006), pers Indonesia sekarang ini lebih banyak dipengaruhi oleh kepentingan ekonomi-politik pemilik/pemodal. Pengaruh rejim penguasa terhadap pers tidak lebih kuat dari pengaruh pemilik. Persoalannya, pengaruh pemilik tersebut tidak jarang berbenturan dengan idealisme redaksi dan akhirnya redaksi hampir tidak dapat melawan pengaruh tersebut.

Untuk meminimalkan pengaruh dari pemodal, Assegaf menyarankan agar di dalam sebuah media ditunjuk seseorang sebagai penyelia antara pemodal dengan redaksi. Penyelia ini baiknya merupakan orang dekat pemodal sehingga dapat memberikan argumentasi-argumentasi yang pro idealisme redaksi dan dapat diterima oleh pemodal.

Media Lokal Dalam Proses Demokratisasi: Agen Politik Atau Saluran Komunikasi Politik?

Wahyu Hamdani Haerudin, Guntur Freddy Prisanto, Niken Febrina Ernungtyas, Syahrul Hidayanto

Fungsi utama dari penyelia ini adalah untuk meminimalkan tekanan langsung dari pemodal terhadap redaksi. (McQuail, 1987) membuat sebuah model tentang bagaimana posisi media di antara kekuatan-kekuatan sosial di sekitarnya.



Gambar 1. Media di antara kekuatan sosial di sekitarnya
(Sumber: McQuail, 1987)

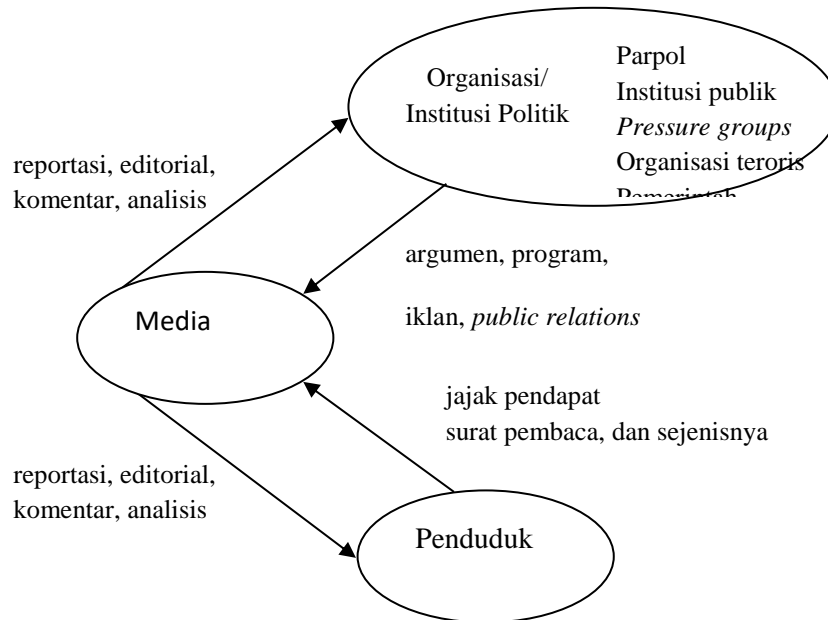
Model di atas menunjukkan terdapat tiga tujuan organisasi media yaitu keuntungan atau laba, berorientasi teknis atau *skill* (*craft*), dan saluran komunikasi. Namun, media dikelilingin oleh banyak pengaruh dari luar seperti kelompok penekan, sumber informasi, pemilik media, investor, pengiklan, audiens, dan negara (hukum dan kondisi sosial politik).

Sementara itu, (McNair, 1995) mengatakan bahwa semua saluran komunikasi politik telah termediasi dan menempatkan media pada posisi sentral. Artinya, media berperan sebagai *gatekeeper* semua pesan-pesan politik. Menurut (Gazali, 2004) saluran komunikasi politik dapat langsung terhubung ke *market* (investor, pengiklan, klien), pemerintah, dan masyarakat. Model yang dibuat (Gazali, 2004) menunjukkan bahwa saluran komunikasi bersifat fleksibel dan tidak selamanya termediasi oleh media. Meski

Media Lokal Dalam Proses Demokratisasi: Agen Politik Atau Saluran Komunikasi Politik?

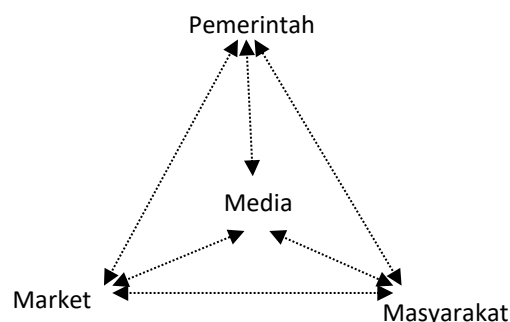
Wahyu Hamdani Haerudin, Guntur Freddy Prisanto, Niken Febrina Ernungtyas, Syahrul Hidayanto

begitu, dalam model tersebut, media tetap berada ditengah, karena media mampu meng-*amplify* efek pesan politik.



Gambar 2: Posisi media dalam komunikasi politik.
(Sumber McNair, 1995)

Model McNair memang cukup relevan di negara maju, mengingat media memang sudah menjangkau seluruh masyarakatnya. Namun, di negara seperti Indonesia, saluran komunikasi politik bukan hanya media. (Gazali, 2004) telah membuat hubungan antara unsur-unsur komunikasi politik di Indonesia.



Gambar 3: Interaksi antara media-pemerintah-pasar-masyarakat dalam komunikasi politik di Indonesia.
(Sumber: Gazali, 2004)

Media Lokal Dalam Proses Demokratisasi: Agen Politik Atau Saluran Komunikasi Politik?

Wahyu Hamdani Haerudin, Guntur Freddy Prisanto, Niken Febrina Ernungtyas, Syahrul Hidayanto

(McCombs & Shaw, 1991) mengatakan media massa menjadi salah satu aktor penting dalam demokrasi modern. *Agenda setting* media memiliki pengaruh yang kuat. Keputusan politik masyarakat dapat ditentukan dari informasi yang mereka terima lewat media. Ini berarti, *agenda setting* media dapat mendikte pemikiran dan sikap politik masyarakat. Fungsi media sebagai ruang publik lantas menjadi perhatian.

(Curran & Seaton, 2018) mengatakan ada beberapa persyaratan untuk terciptanya sistem media yang pro-demokrasi, yaitu (1) media harus bisa memberdayakan masyarakat dan mampu mengeksplorasi apa yang dianggap penting oleh masyarakat. (2) media harus mendukung identitas kelompok dan mampu merepresentasikan kepentingan kelompok. (3) media harus melakukan pengawasan yang ketat kepada pemerintah. (4) media mampu menjamin perlindungan untuk kelompok yang lemah (5) media bisa menjadi ruang publik untuk masyarakat berdiskusi secara terbuka terkait ketidaksetujuan atas konsensus yang disusun oleh dominasi elit.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah konstruktivisme. Paradigma ini dipilih dengan alasan bahwa secara ontologis, bentuk interaksi antara media dengan institusi-institusi politik di yang mengelilinginya bersifat relatif; berbeda antara suatu tempat dengan tempat yang lain. Realitas yang dikonstruksi atau di *co*-konstruksi oleh media sifatnya spesifik dan lokal. Kemudian, secara epistemologis, penelitian ini bersifat transaksional, yakni untuk menciptakan temuan-temuan berupa realitas yang merupakan produk dari interaksi antara peneliti dan objek yang diteliti (aktor-aktor demokrasi, terutama media lokal). Alasan terakhir yaitu metodologi yang dipakai untuk riset ini bersifat dialektikal, tidak mutlak.

Riset ini dilakukan dalam kerangka metodologi kualitatif-dialektikal (Guba & Lincoln, 2005). Peneliti menggunakan empati dan interaksi dialektis dengan informan untuk merekonstruksi realitas mengenai ke saling pengaruh antara media lokal dan aktor-aktor demokrasi lainnya di Provinsi Sulawesi Selatan. Teknik pengumpulan data yang dipakai adalah wawancara mendalam, observasi, dan studi literatur. Terdapat empat orang informan yang terdiri dari dua orang politisi lokal (WM dan IU) dan dua orang

Media Lokal Dalam Proses Demokratisasi: Agen Politik Atau Saluran Komunikasi Politik?

Wahyu Hamdani Haerudin, Guntur Freddy Prisanto, Niken Febrina Ernungtyas, Syahrul Hidayanto

pimpinan redaksi media lokal (AM dan NA). Data penelitian dianalisis menggunakan analisis tematik.

PEMBAHASAN

Agenda Media Lokal, Kebijakan Publik, dan Aktor Politik

Media hidup di tengah isu dan peristiwa yang beragam. Setiap harinya, media melakukan seleksi atas isu dan peristiwa yang beragam tersebut untuk diangkat menjadi berita. Sebelum berita dikonsumsi oleh masyarakat, tim redaksi media akan mengadakan rapat redaksi untuk menyusun agenda mereka. Dalam rapat inilah berbagai kepentingan kemudian bertemu, mulai dari kepentingan pengiklan, investor, urgensi isu, ideologi, politik, dan sebagainya.

Menurut AM, sebuah isu bisa diangkat oleh media lokal karena adanya dua faktor. Pertama, isu tersebut menarik sehingga ramai diperbincangkan oleh masyarakat. Kedua, menguntungkan dalam sisi ekonomi. AM menjelaskan, isu yang memenuhi kedua faktor tersebut adalah isu politik, sehingga isu ini menjadi menu wajib yang biasanya disajikan media lokal kepada publik.

“Isu politik menjadi pelengkap menu berita setiap media. Termasuk pemilihan kepala daerah, isunya akan menjadi perbincangan banyak orang. Dari sisi ekonomi, isu politik lokal menjadi sumber pendapatan media lokal, termasuk media online,” AM

Selain itu, AM mengatakan bahwa media lokal memang memiliki pengaruh terhadap pembentukan opini publik yang sejalan dengan keinginan para elit politik dan pemerintahan. AM juga menyebut media lokal tidak lagi bisa independen karena rentan dikendalikan oleh politisi.

“Industri media massa memang menjanjikan. Melalui media, dari hal personal hingga kelembagaan, mereka dapat menyalurkan ekspresi bahkan membangun citra. Karakter media yang seharusnya sebagai ajang menambah ilmu, menghibur dan menyalurkan segala informasi yang perlu diketahui masyarakat, kini dikendalikan oleh mereka yang terjun dalam dunia politik yang rumit dan sulit diketahui,” AM

Media Lokal Dalam Proses Demokratisasi: Agen Politik Atau Saluran Komunikasi Politik?

Wahyu Hamdani Haerudin, Guntur Freddy Prisanto, Niken Febrina Ernungtyas, Syahrul Hidayanto

Apa yang dikatakan oleh AM sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Yusuf, 2011) bahwa fungsi ekonomi dan politis masih melekat kuat pada media lokal sampai sekarang. Minimnya profesionalisme dan besarnya ongkos produksi yang harus dikeluarkan oleh pemilik media lokal serta sulitnya mencari sumber pendapatan menyebabkan media lokal rentan disalah gunakan (Yusuf, 2011). Pemilik media lokal bisa saja memberikan hak istimewa kepada elit politik daerah misalnya memberikan *space* iklan politik, meliput aktivitas pejabat daerah, hingga publikasi kampanye Pilkada yang berlebihan. Kondisi kian diperparah jika pemilik media lokal adalah salah satu kandidat peserta Pilkada. Jika hal tersebut terjadi, independensi media lokal patut dipertanyakan.

Sementara menurut NA, isu yang menarik dan berkaitan dengan kepentingan publik bisa menjadi pertimbangan media lokal untuk memasukkan isu tersebut ke dalam agenda media mereka.

“Media massa menjadi fungsi kontrol ketika ada kepentingan publik yang tidak berpihak kepada masyarakat. Substansinya adalah bagaimana kami sebagai pelaku media mengawal setiap peristiwa berimbang turun ke masyarakat pembaca,” NA

Terkait dengan aktor politik dalam agenda media lokal, NA dan AM mengatakan bahwa saat ini kepala daerah dan anggota legislatif merupakan sumber utama mereka.

“Ketika hal tersebut terkait dengan kebijakan publik, maka sumber signifikansinya adalah para pimpinan di pemerintahan dan pihak legislatif. Alasannya sangat sederhana, karena mereka pusat dari kebijakan itu sendiri yang nantinya dapat menjadi epicentrum,” NA

Berdasarkan hasil penelitian, apa yang dikatakan oleh (Assegaf, 2006) memang masih relevan. Penguasa, pengiklan, hingga internal media itu sendiri masih menjadi aktor yang memengaruhi isi media. Sementara itu, dari empat kepentingan yang memengaruhi isi media, kepentingan ekonomi dan politik masih mendominasi.

Media Lokal Dalam Proses Demokratisasi: Agen Politik Atau Saluran Komunikasi Politik?

Wahyu Hamdani Haerudin, Guntur Freddy Prisanto, Niken Febrina Ernungtyas, Syahrul Hidayanto

Agenda Media dan Dinamika Politik Lokal

Menurut AM, media lokal bisa mendapatkan perhatian pemerintah daerah jika terus menerus memuat berita terkait masalah publik yang sifatnya mendesak untuk diselesaikan. Ia juga mengatakan bahwa media lokal mempunyai kekuatan dalam memengaruhi publik. Sebab, jika media terus memberi tekanan pada suatu peristiwa, maka media lokal dapat memengaruhi khalayak untuk menganggapnya penting, termasuk terkait kebijakan pemerintah daerah.

“Media berperan penting dalam membentuk stigma dan mengubah persepsi masyarakat serta mengedukasi bagaimana memandang suatu permasalahan. Kebijakan media dalam memutuskan berita yang layak dipublikasikan juga berkontribusi membentuk perbincangan publik. Media dapat mengarahkan terhadap hal-hal apa saja yang sepatutnya menjadi perhatian bersama,” AM

Apa yang dikatakan oleh AM juga disetujui oleh WM. Ia menyebut kontinuitas dan tingkat frekuensi pemberitaan besar kemungkinan akan mendapatkan perhatian Politisi Lokal.

“Kecenderungan politisi lokal menyikapi satu isu yang dilempar media lokal itu lebih mudah mendapat respon ketika mengalami kontinuitas yang baik dan peningkatan pemberitaan signifikan cenderung akan cepat sampai ke politisi lokal.” WM

Kemudian, AM menambahkan, media lokal juga memainkan peran sebagai pengawas pemerintah daerah. Tak hanya itu, media lokal juga memberikan ruang untuk publik yang memperdebatkan sebuah kebijakan.

“Media lokal dapat memainkan berbagai macam peran, seperti melaksanakan peran pengawasan dengan cara menyiarkan berbagai macam bentuk penyimpangan, baik yang terjadi di tingkat masyarakat, DPRD, maupun di tingkatan birokrasi pemerintahan. Selain itu, memberikan ruang bagi munculnya perdebatan menyangkut kebijakan publik.” AM

Sementara, NA menyebut bahwa fungsi media lokal bukan hanya menyampaikan informasi, namun juga sebagai katalisator kebijakan pemerintah. NA juga mengklaim 70% kebijakan yang dibuat Pemerintah Daerah Sulawesi Selatan tidak terlepas dari peran media lokal.

Media Lokal Dalam Proses Demokratisasi: Agen Politik Atau Saluran Komunikasi Politik?

Wahyu Hamdani Haerudin, Guntur Freddy Prisanto, Niken Febrina Ernungtyas, Syahrul Hidayanto

“Media Massa adalah pilar demokrasi, penyambung lidah dan wadah aspirasi masyarakat pembaca. Artinya keberadaan media tidak sekedar menyampaikan informasi, tapi lebih pada katalisator kebijakan legislatif dan eksekutif dengan menghadirkan persuader (narasumber) yang memahami lahirnya sebuah kebijakan yang bersentuhan langsung dengan kepentingan publik. Dan kami bisa yakin sebagai pelaku media, bahwa hampir 70%, kebijakan yang terealisasi di Sulsel tidak terlepas dari peran media massa itu sendiri,” NA

Dalam menjamin proses demokratisasi, sebetulnya media lokal dapat menjalankan peran sebagai pendidik, pengidentifikasi masalah, penyedia forum untuk masyarakat, dan menjadi penguat sosiokultural bagi komunitasnya (Snyder, 2003). Namun, sayangnya menurut AM, sebagian media lokal yang ia tahu, masih mengabaikan peran-peran tersebut.

Politisi Lokal dan Agenda Media

Menurut WM dan IU, Politisi Lokal memang berperan membentuk agenda media. Menurut IU, tujuan Politisi Lokal membentuk agenda media adalah untuk menaikkan elektabilitas dan popularitas mereka di masyarakat.

“Politisi lokal bisa membentuk agenda media, lewat artikel yang kita tulis di media dan agenda-agenda ilmiah lainnya berupa turun ke masyarakat memberikan diskusi-diskusi dan program-program kemasyarakatan. Ketika ia aktual dan bersentuhan langsung, maka media lokal akan menjemputnya sebagai satu agenda media,” (WM)

Bagi NA, Politisi Lokal adalah sumber isu itu sendiri. Segala tindak tanduk mereka tidak akan terlepas dari pengawasan media.

“Tentu mereka memiliki peran dalam membentuk agenda-agenda perencanaan liputan di setiap media, meskipun setiap media mempunyai kebijakan redaksi sendiri,” (NA)

Adanya efek ambivalen karena primordialisme yang kuat pada media lokal serta kedekatan sosio-kultural antara pemilik media dan pemangku kepentingan di daerah, membuat media lokal berada dalam posisi dilematis (Snyder, 2003). Kedua faktor ini, lantas membuat media lokal sulit untuk menjaga jarak bahkan larut dalam dinamika sosial politik maupun konflik di daerah sehingga hasil liputan besar kemungkinan tidak

Media Lokal Dalam Proses Demokratisasi: Agen Politik Atau Saluran Komunikasi Politik?

Wahyu Hamdani Haerudin, Guntur Freddy Prisanto, Niken Febrina Ernungtyas, Syahrul Hidayanto

berimbang. Selain itu, mudahnya media lokal berdiri membuatnya rentan menjadi alat untuk menaikkan pamor para politisi lokal.

SIMPULAN

Positioning media lokal sebagai saluran komunikasi politik para elit politik daerah memang masih kuat. Adanya aspek kedekatan (*proximity*) dalam isi media dengan audiens serta nilai lokal yang terkandung membuat media lokal masih bisa eksis. Selain itu, penguasa, pengiklan, hingga internal media lokal, masih menjadi aktor yang memengaruhi isi media. Kemudian, dari empat kepentingan yang memengaruhi isi media, kepentingan ekonomi dan politik masih mendominasi. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa media lokal masih belum memenuhi seluruh syarat terciptanya sistem media yang pro-demokrasi. Syarat yang tidak terpenuhi adalah pengawasan yang ketat kepada pemerintah, menjamin perlindungan untuk kelompok yang lemah, serta kemampuan merepresentasikan kepentingan kelompok.

DAFTAR PUSTAKA

- Assegaf, D. (2006). *Kebebasan Pers Indonesia*.
- Bharata, B. (2003). *RUU Penyiaran 2002 Sebagai Realitas Media. Studi Atas Manajemen Redaksional Surat kabar Indonesia Dalam Merekonstruksi Realitas Penyusunan dan Pengesahan RUU Penyiaran 2002 (SKH Media Indonesia-Jakarta dan SKH Jawa Pos-Surabaya)*. Universitas Indonesia.
- Chaffee, S. (2001). Studying The New Communication of Politics. *Political Communication*, 18, 237–244.
- Curran, J., & Seaton, J. (2018). *Power Without Responsibility*. Routledge.
- D’Haenens, L., Gazali, E., & Verelst, C. (1999). Indonesia television news-making before and after Suharto. *Gazette*, 61, 127–152.
- Dachlan, D. (1999). *Strategi Komunikasi Memasyarakatkan Perda No. 5/1998 Tentang Kebersihan Lingkungan Dalam Wilayah DKI Jakarta (Studi Kasus pada Dinas Kebersihan DKI Jakarta)*. Universitas Indonesia.
- Djuarsa, S. (2005). *Empat Premis Pengaruh Media*.

Media Lokal Dalam Proses Demokratisasi: Agen Politik Atau Saluran Komunikasi Politik?

Wahyu Hamdani Haerudin, Guntur Freddy Prisanto, Niken Febrina Ernungtyas, Syahrul Hidayanto

- Gazali, E. (2004). *Communication of Politics and Politics of Communication in Indonesia: A Study on Media Performance, Responsibility and Accountability*. Radboud Universiteit Nijmegen.
- Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (2005). Paradigmatic Controversies, Contradictions, and Emerging Confluences. In *The Sage handbook of qualitative research, 3rd ed.* (pp. 191–215). Sage Publications Ltd.
- Harris, S. (2004). *Partai-Partai Politik, Pemilihan Umum dan Dilema Demokratisasi di Indonesia*.
- Hayat, N., & Hasrullah, H. (2017). Positioning Politik Kampanye Pemilihan Presiden 2014 dalam Iklan Video Musik Youtube. *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 192–209.
- Holik, I. (2004). *Strategi Komunikasi Partai Politik Peserta Pemilu 2004 (Evaluasi Strategi Komunikasi Politik Partai PKB Kabupaten Bekasi tentang Isu Keterwakilan Perempuan Pada Lembaga Legislatif)*. Universitas Indonesia.
- Kulsum, N. M. (2000). *Kampanye Politik Partai Amanat Nasional Dalam Pemilu 1999*. Universitas Indonesia.
- Lasswell, H. D. (1948). The structure and function of communication in society. In B. L. (Ed.), *The communication of ideas: A series of addresses* (pp. 37–51). Institute for Religious and Social Studies.
- Mahmud, Y. (2000). *Persepsi Media Cetak Dalam Masa Perubahan dan Orde Baru ke Era Reformasi: Suatu Analisa Isi Surat Kabar Kompas, Media Indonesia, dan Republika Terhadap Prabowo Subianto Dalam Kasus Penculikan Aktivis*. Universitas Indonesia.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. (1991). The agenda-setting function of mass media. In *Agenda setting: Readings on media, public opinion, and policymaking*. Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- McLeod, D. M., Kosicki, G. M., & McLeod, J. M. (2002). RESURVEYING THE BOUNDARIES OF POLITICAL COMMUNICATION EFFECTS. In J. Bryant & D. Zillmann (Eds.), *LEA's communication series. Media effects: Advances in theory and research*. Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- McNair, B. (1995). *An Introduction to Political Communication*. Routledge.
- McQuail, D. (1987). *Mass Communication Theory* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Mentari, D. (2006). *Konstruksi Citra Politisi Selebriti untuk Political Marketing Media Lokal Dalam Proses Demokratisasi: Agen Politik Atau Saluran Komunikasi Politik?*
- Wahyu Hamdani Haerudin, Guntur Freddy Prisanto, Niken Febrina Ernungtyas, Syahrul Hidayanto

Memfaatkan Weblog (Studi Kualitatif Weblogs Angelina Sondakh). Universitas Indonesia.

Mufid, M. (2003). *Interaksi Kekuasaan Seputar Regulasi Penyiaran: Studi Ekonomi Politik UU N. 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran.* Universitas Indonesia.

Muntaha, A. (2000). *Manajemen Pemberitaan Pemilu 1999: Studi Ekonomi Media Tentang Manajemen Pemberitaan Pers Dalam Kampanye Pemilu 1999.* Universitas Indonesia.

Nainggolan, J. B. (2002). *Pers dan Kekuasaan Presiden (Studi Konstruksi Pemberitaan Surat Kabar Nasional Terhadap Pidato Kenegaraan Presiden 1994-2000.* Universitas Indonesia.

Nasrullah. (2003). *Liputan Media dan Perhatian Legislatif Pada Isu-isu Nasional; Studi Agenda Media Surat Kabar, Majalah, Televisi dan Agenda Publik Anggota DPR RI Tentang Isu-isu Nasional.* Universitas Indonesia.

Riswandi. (2000). *Isu-Isu Demokratisasi Pada Surat Kabar Indonesia Era Orde Baru dan Era Reformasi (Suatu Analisis Komunikasi Politik Dalam Harian Kompas, Merdeka dan Republika).* Universitas Indonesia.

Saptoprabowo, E. (1999). *Wacana Media Tentang Pemberitaan Sidang Istimewa MPR (SI-MPR) Tahun 1998 (Suatu Analisis Wacana di Harian Kompas, Media Indonesia dan Republika.* Universitas Indonesia.

Savitry, D. A. (2003). *Konflik Internal PPP Menjelang Pemilu 2004 (Suatu Analisis Isi Dalam Liputan Berita, Artikel dan Tajuk Surat Kabar Kompas, Media Indonesia dan Republika Periode Oktober 2001 s/d Januari 2002).* Universitas Indonesia.

Sekundatmo, B. (2006). *Kontestasi Negara, Industri dan Masyarakat Sipil dalam Kontroversi Peraturan Pemerintah Tentang Penyiaran (Participatory Action Research di Komisi Penyiaran Indonesia Pusat).* Universitas Indonesia.

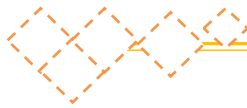
Sen, K., & Hill, D. (2000). *Media, culture and politics in Indonesia.* Oxford University Press.

Setyawati, S. A. (2001). *Perencanaan Iklan Kampanye Partai Politik : Studi Evaluasi Perencanaan Iklan Kampanye PDI-Perjuangan Pada Pemilu 1999.* Universitas Indonesia.

Snyder, J. (2003). *Dari pemungutan suara ke pertumpahan darah : demokratisasi dan konflik nasionalis* (M. Aleida, P. T. Simbolon, & M. U. Christina (eds.)). Kompas Gramedia.

Media Lokal Dalam Proses Demokratisasi: Agen Politik Atau Saluran Komunikasi Politik?

Wahyu Hamdani Haerudin, Guntur Freddy Prisanto, Niken Febrina Ernungtyas, Syahrul Hidayanto



- Susanto, E. H. (2017). MEDIA SOSIAL SEBAGAI PENDUKUNG JARINGAN KOMUNIKASI POLITIK. *Jurnal ASPIKOM*.
<https://doi.org/10.24329/aspikom.v3i3.123>
- Urofsky, M. (2002). Prinsip-Prinsip Dasar Demokrasi. In Suwardi (Ed.), *Politik, Demokrasi dan Manajemen Komunikasi*. Galang Press.
- Watik, U. A. (2005). *Strategi Kampanye Politik Untuk Jabatan Calon Presiden RI dari Partai Amanat Nasional (Kampanye Amien Rais Dalam Pilpres 2004)*. Universitas Indonesia.
- Yusuf, I. A. (2011). Media Lokal dalam Konstelasi Komunikasi Politik di Daerah. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 14, 297–316.