

## Relasi Media dan Kekuasaan Politik di Indonesia dari Perspektif Ekonomi Politik Komunikasi Vincent Mosco

\**Agus Rahmat*

\*\**Nani Nurani Muksin*

*Universitas Muhammadiyah Jakarta*

*Email: [agusmbojo@gmail.com](mailto:agusmbojo@gmail.com), [naninuranimuksin@umj.ac.id](mailto:naninuranimuksin@umj.ac.id)*

### Abstract

The relationship between the media and power in Indonesia has undergone a shift in the dominant actors exercising strict control. The Orde Baru and Orde Lama were dominated by the state. After the state weakened following the 1998 Reformation, researchers found that the desired freedom and independence of the press had been fully realized. The relationship between the media and power continues to exist, although it is no longer the state, but rather market or economic interests and media owners. This study examines this relationship pattern from Vincent Mosco's perspective on the political economy of communication.

Keyword: mass media, political power, political economy of communication, vincent mosco, Indonesian press.

### Abstrak

Relasi media dengan kekuasaan di Indonesia, mengalami pergeseran aktor dominan yang melakukan kontrol ketat. Orde Baru dan Orde Lama didominasi oleh negara. Setelah unsur negara melemah pasca Reformasi 1998 bergulir, peneliti menemukan ternyata kebebasan pers dan independensi pers yang didambakan sepenuhnya terwujud. Relasi media dengan kekuasaan tetap terjadi walau bukan negara, yaitu kepentingan pasar atau ekonomi dan pemilik media. Maka penelitian ini menemukan pola relasi itu dari perspektif Vincent Mosco tentang ekonomi politik komunikasi.

Kata kunci: media massa, kekuasaan politik, ekonomi politik komunikasi, vincent mosco, pers indonesia.

### Pendahuluan

Media massa menjadi bagian terpenting dalam sejarah peradaban manusia. Media tidak saja menjadi bagian dari kehidupan sosial masyarakatnya, tetapi dia juga bersinggungan erat dengan kekuasaan atau rezim. Media menjadi alat dalam penyampaian informasi. Tetapi di sisi lain, ia juga kadang digunakan untuk menggiring opini dan propaganda dalam rangka kepentingan tertentu.

Relasi atau hubungan media massa dengan penguasa, tidak konstan, ada pasang surutnya. Siapa yang mengendalikan, dan siapa yang menekan, adalah dua sisi yang sama-sama bisa terjadi. Di Indonesia, media pernah menjadi kelompok yang ikut melakukan perjuangan mencapai

kemerdekaan. Media juga pernah berada dalam posisi ditekan dan diatur oleh negara. Sampai pada keadaan di mana kontrol negara melemah tetapi kontrol pasar dan kepemilikan politik yang kuat.

Pasca kemerdekaan 1945, Orde Lama, Orde Baru, sampai rezim Presiden RI pasca Reformasi 1998, masing-masing punya relasi dengan media yang berbeda-beda. Gaya kepemimpinan memberi warna tersendiri dalam relasi tersebut. Di sinilah letak yang membuat penelitian tentang relasi media massa dengan rezim politik kekuasaan di Indonesia, layak untuk diteliti.

Ketika Indonesia masih dalam masa atau rezim kolonial (penjajahan), media massa mulai muncul terutama saat dipimpin oleh Gubernur Jenderal VOC, Jan Pieterszoon Coen. Saat itu, surat kabar pertama di Hindia Belanda (Indonesia) diterbitkan pada 1615, yakni *Mermoire der Nvelles* (Indah Sakina dan Doni Hendrik, 2025). Surat kabar tersebut terbit untuk membantu kepentingan kolonial ketika itu, dalam memberikan informasi tentang kondisi dan capaian kolonial di Indonesia kepada pejabat di Eropa. Media hanya difungsikan pada tataran elit saja.

Pada 1845, lahir surat kabar mingguan *Semarangsche Nieuws en Advertentiebald* yang diterbitkan Oliphant en Compagnie, lembaga media massa Belanda. Media itu berubah nama kemudian menjadi *De Locomotif* dan terbit harian. Tahun 1860 ada juga surat kabar bernama *Selompret Melayu*, yang diterbitkan oleh Dewan Gereja Protestan setiap Sabtu (Wijaya, 2012).

Media bertransformasi, tidak saja menjadi alat kekuasaan kolonial. Dalam perjalannya, masyarakat terdidik Indonesia bahkan memanfaatkan media massa untuk menjadi alat propaganda dalam perjuangan untuk menentang imperialisme di tanah air mereka. Media bukan lagi menjadi monopoli dari rezim penguasa atau kolonial. Tetapi masyarakat pribumi pun menggunakan media sebagai alat perjuangan, seiring dengan perkembangan keilmuan dan tingkat pendidikan masyarakat Indonesia saat itu.

Memasuki abad ke-20, seiring dengan lahirnya pergerakan-pergerakan intelektual kaum pribumi, memunculkan sikap kritis dari masyarakat. Sebab penjajahan yang dilakukan di Nusantara sudah sangat menyengsarakan rakyat. Lahirnya organisasi-organisasi seperti Budi Utomo adalah cikal bakal mulai dilakukannya perlawanan secara intelektual. Pers, termasuk di dalamnya memegang peranan juga. Sejumlah media surat kabar terutama yang lahir di era-era itu, mulai memunculkan wacana kesadaran berbangsa. Sebut saja seperti *Bintang Hindia* (1903-1907) dan *Medan Prijaji* (1907-1912). Kedua surat kabar tersebut bahkan disebut punya peranan yang sangat mencolok dalam menyebarkan gagasan kemajuan kaum pribumi serta keduanya menjadi pemantik dari terbangunnya kesadaran nasional (Habib F, 2017).

Capaian kemerdekaan Indonesia, tidak terlepas juga dari peranan pers terutama dalam menyiaran informasi tersebut ke penjuru tanah air. Saat pemerintahan Republik Indonesia terbentuk masa Presiden Soekarno, salah satu kementerian/ departemen yang pertama dibentuk adalah Kementerian/Departemen Penerangan. Ini dimaksudkan agar negara yang baru lahir tersebut bisa menyiaran dan mempublikasikan bahwa Indonesia sudah merdeka. Kementerian/Departemen Penerangan pasca Proklamasi 17 Agustus 1945, diharapkan menjadi corong informasi ke luar (negara), dan corong ke dalam sebagai badan propaganda (Adiprasetio, 2023).

Harapan kalau Kementerian/Departemen Penerangan sebagai corong tersebut, mulai berbelok. Seiring dengan perkembangan situasi politik dalam negeri, dan tujuan politik penguasa saat itu. Kementerian/Departemen Penerangan tidak saja berperan seperti awal dibentuknya, tetapi juga menjadi instrumen negara untuk ikut mengawasi secara ketat institusi pers atau media saat itu. Situasi politik dalam negeri saat itu sekira 1956 bergejolak. Demokrasi Terpimpin yang digulirkan Presiden Soekarno pasca berakhirnya demokrasi parlementer, diterapkan. Memanasnya situasi politik, berdampak pada pempredelan terhadap pers. Yakni, *Harian Rakjat, Pedoman, Indonesia Raya, Bintang Timur, Keng Po, Djiwa Baru, Merdeka, Pemuda, Jaca Bode, Abadi, Antara INPS*, dan *Aneta*. Soekarno bertekad memberangus surat kabar yang beda pandangan politik dengan dirinya saat itu yang mengusung Demokrasi Terpimpin (Haryanto dalam Adiprasetyo, 2023).

Lahirnya Orde Baru sejak 1965-1966 pasca peristiwa G30S/PKI, juga memicu perubahan pada ranah pers. Ada pers atau surat kabar yang mendukung lahirnya Orde Baru dan memang rezim tersebut yang memprakarsainya. Ishadi S.K, salah satu tokoh pers Indonesia, menyebut seperti *Harian AB, Berita Yudha, dan Harian KAMI* (Hidayat et al., 2000). Pada sisi lain penguasa saat itu melakukan pempredelan terhadap surat kabar yang punya afiliasi dengan kelompok PKI. Bahkan pembersihan terhadap jurnalis atau pekerja di institusi media yang disinyalir punya hubungan dengan komunis, dilakukan rezim penguasa baru saat itu.

Pada perjalanan Orde Baru, liku kehidupan dan relasi media dengan penguasa berdinamika seiring dengan kebijakan rezim. Awal rezim ini berdiri, relasi yang cukup mesra, terlihat. Dukungan rezim terhadap perkembangan media massa yang saat itu berkembang adalah surat kabar, dengan berbagai fasilitas. Seperti yang dituliskan oleh Ishadi S.K, fasilitas itu seperti subsidi pengurangan harga kertas koran, dan pengurangan ongkos angkutan udara ke daerah. Sarana telekomunikasi oleh PTT (Perusahaan Negara Pos Telpon dan Telekomunikasi), Jawatan Pos, Garuda dan kereta api, mempermudah surat kabar untuk melebarkan sayapnya ke seluruh penjuru tanah air. Wartawan dapat subsidi menggunakan fasilitas tersebut saat melakukan peliputan ke daerah, atau dalam rangka liputan peresmian sebuah proyek.

Dalam situasi seperti itu, media massa cenderung sebagai *agent of goverment*. Perusahaan dan juga kantor pemerintahan, diharuskan untuk berlanggaran sejumlah surat kabar. Fasilitas-fasilitas itu memang menunjukkan relasi kuat penguasa dengan media. Tetapi di balik itu sebenarnya adalah pengendalian media oleh rezim. Perusahaan pers diharuskan memiliki Surat Izin Terbit (SIT) atau Surat Izin Usaha Percetakan dan Penerbitan (SIUPP). Pimpinan media bisa sewaktu-waktu mendapat telepon dari Departemen Penerangan atau yang ada di daerah, bila terkait suatu berita atau informasi tertentu sehingga tidak bisa ditayangkan oleh media tersebut. Briefing dengan memimpin redaksi media rutin dilakukan, atau bahkan bisa sewaktu-waktu. Tujuannya agar setiap kebijakan pemerintah bisa dipahami dengan jelas. Aturan hukum seperti perundang-undangan yang sebenarnya mengatur soal pers, diabaikan.

Pembatasan media, pemberlakuan bredel, pembatasan media asing, menjadi kebijakan yang diterapkan. Pada tahun 1980-an, seiring dengan mulai perkembangan teknologi informasi, berimbang juga pada rezim dalam melihat perkembangan media massa. Rezim mulai terbuka dengan kehadiran media-media baru seperti televisi, tidak lagi hanya TVRI. Muncul televisi-television swasta. Tetapi relasi dengan kekuasaan tidak saja pada regulasi yang diatur oleh negara, melainkan kapitalisme dan monopoli kepemilikan. Media-media televisi swasta yang awal kemunculan saat itu seperti RCTI, TPI, maupun SCTV, dimiliki atau dipegang oleh keluarga rezim Orde Baru baik itu anak-anak Presiden Soeharto dan atau keluarga atau krontinya (Hidayat et al., 2000).

Perkembangan teknologi hingga melahirkan ruang-ruang informasi yang tidak bisa dibendung dengan cara monopoli oleh rezim, membantu lahirnya sikap kritis insan media terhadap rezim Orde Baru. Relasi media dengan penguasa mengarah ke kritis. Sosiolog Thamrin Amal Tomagola (1999) menyampaikan pandangan yang menarik, tentang awal mula sikap kritis media dan jurnalis terhadap rezim penguasa. Kondisi ekonomi yang tidak stabil dengan merosotnya nilai tukar rupiah, melahirkan suara-suara kritis dari mahasiswa yang menggunakan media underground untuk meluangkan sikap-sikap kritis mereka yang menyebar ke banyak pihak. Aktivisme muncul bahkan di lingkungan media. Lahir jurnalis kritis, lalu munculnya organisasi wartawan lain selain PWI, yakni Aliansi Jurnalis Independen (AJI) dengan sikap kritisnya ke rezim. Sedangkan organisasi pers mahasiswa juga ikut turun ke jalan (Masduki, 2024).

Kebebasan media semakin terbuka lebar setelah kekuasaan Orde Baru runtuh pada 1998. Media massa bermunculan yang ikut menandai lahirnya kebebasan masyarakat dari pembatasan-pembatasan yang dilakukan selama Orde Baru berkuasa. Undang-undang Nomor 40 tahun 1999 tentang Pers, dibuat dengan perspektif kebebasan. Surat Izin Usaha Penerbitan Pers (SIUPP) tidak lagi menakutkan seperti sebelumnya. Berdasar Peraturan Menteri Penerangan Nomor 1 Tahun 1998, izin mendirikan media tidak lagi dengan 14 syarat, tetapi cukup 4 saja. Yakni akta notaris, izin pendirian perusahaan, nama jajaran pengelola media, dan permohonan mendirikan usaha

penerbitan. Masa awal Reformasi yang ikut membuka keran kebebasan pers adalah era Presiden RI ke-3, B.J Habibie. Setahun pemerintahannya, ada 1.700 SIUPP baru. Tidak semua yang dapat izin benar-benar terbit. Keinginan membangun jurnalisme yang bebas dalam melakukan kritik terhadap kekuasaan, terbentur potensi ekonomi (Sudibjo, 2022).

Hingga Reformasi bergulir, kepemimpinan rezim berganti-ganti, relasi dengan media juga berdinamika. Manusia tidak pernah akan bisa lari dari media, sebab pola pikir dan persepsi manusia akan senantiasa dibentuk oleh media. Tetapi perubahan media juga terjadi, selain faktor perkembangan teknologi, juga perubahan masyarakat.

Disaat media tidak lagi dikekang dengan peraturan yang membelenggu dan melanggar kebebasan media, maka tantangannya adalah ekonomi politik media dan faktor kepemilikan. Media terutama di Indonesia, pasca Reformasi harus menghadapi munculnya media baru seperti media sosial dengan beragam platform dan rupanya sangat diminati masyarakat. Sedangkan terkait kepemilikan media, turut mempengaruhi ruang gerak media tersebut dalam melakukan kontrol sosial dan kontrol politik karena keterlibatan pemilik media pada kelompok politik tertentu.

Fakta-fakta sejak Pemilu 2024, berlanjut 2009, 2014, 2019 dan 2024, media massa ikut serta dalam hiruk pikuk kontestasi para calon presiden dan calon wakil presiden. Media dengan kepemilikan oleh aktor politik dan mendukung pasangan calon tertentu, maka framing dan arah pemberitaannya tentu saja berbeda dengan calon lainnya. Bahkan media internasional pun, seperti The Straits Times, menyoroti aktivitas Pemilu 2024, terutama keberadaan Gibran Rakabuming Raka sebagai anak Joko Widodo yang saat itu masih menjabat Presiden RI, yang mana pencalonannya dalam rangka menarik dukungan konstituennya Joko Widodo (Damayanti, at el., 2025).

Relasi media dengan rezim penguasa, lalu muncul tantangan ekonomi politik media dan keberpihakan politik pemilik media, inilah yang perlu untuk diteliti lebih dalam. Vincent Mosco dalam teorinya ekonomi politik komunikasi, juga menggambarkan relasi ini. Pada penelitian ini yang difokuskan adalah khusus di Indonesia. Kondisi relasi media di Indoensia dengan kekuasaan, ekonomi politik dan kepemilikan media ini yang diangkat sehingga diambil judul “*Relasi Media dan Kekuasaan Politik di Indonesia dari Perspektif Ekonomi Politik Komunikasi Vincent Mosco*”.

## Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan metode studi literatur. Literature review digunakan dalam rangka menelaah secara sistemis dan kritis, berbagai karya ilmiah yang membahas terkait dengan penelitian yakni relasi media massa dan kekuasaan, terutama di

Indonesia. Dengan metode ini, membuat peneliti dapat memahami dinamika relasi media dengan kekuasaan atau rezim dalam sejarah Indonesia.

Given (2008), menjelaskan bahwa studi literatur dalam penelitian kualitatif, punya fungsi sebagai sarana dalam melakukan analisis secara kritis terhadap konsep, temuan dan juga perdebatan teoritis dalam bidang tertentu yang dikaji. Tidak saja dalam rangka pemetaan terhadap pengetahuan yang sudah ada.

Sumber data penelitian ini lebih banyak berasal dari data sekunder. Baik itu dari artikel jurnal ilmiah yang terutama membahas tentang media massa, komunikasi politik, maupun yang khusus tentang ekonomi politik media. Sumber juga diperoleh dari berbagai buku yang relevan terkait dengan media massa dan komunikasi, yang mengkaji dan mengupas terkait dengan pers di Indonesia. Regulasi-regulasi terkait media dan kekuasaan, juga menjadi sumber data. Untuk itu, literatur yang dipilih adalah yang sesuai dengan tema penelitian ini.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Penelusuran secara sistematis dilakukan dalam pengumpulan data dari berbagai sumber literatur. Given (2008), menekankan seleksi literatur harus dilakukan secara transparan dan sistematis untuk penelitian studi kualitatif. Tahapan-tahapannya adalah:

1. Identifikasi kata kunci, yakni media massa, ekonomi politik komunikasi, pers di Indonesia, dan kekuasaan politik
2. Penelusuran basis data akademik
3. Seleksi literatur, terutama kesesuaian tema, periode kajian hingga kredibilitas
4. Klasifikasi literatur, yakni era Orde Lama, Orde Baru, Reformasi dan pasca-Reformasi.

### **Teknik Analisa Data**

Ada tahapan-tahapan yang dilakukan dalam analisa data kualitatif, yakni:

1. Reduksi data, melakukan penyaringan literatur yang relevan pada penelitian
2. Kategorisasi tematik, dilakukan pengelompokan temuan
3. Analisis komparatif historis. Ini dilakukan untuk melihat kesinambungan relasi media dengan kekuasaan pada rezim politik
4. Interpretasi teoritis. Yaitu dengan menggunakan kerangka ekonomi politik yang dirumuskan Vincent Mosco, apakah komodifikasi, spasialisasi, dan strukturisasi.

### **Kajian Teori**

Penelitian ini mengkaji relasi media dengan kekuasaan, yang dikaitkan dari perspektif teori Vincent Mosco tentang ekonomi politik komunikasi. Maka dari itu, kajian tersebut punya asumsi

bahwa media massa itu tidak netral, bukan saja menjadi institusi yang hanya menyampaikan dan menyebarkan informasi. Pemahaman teori ini, bahwa media adalah bagian yang tidak terpisahkan dari struktur sosial, ekonomi, dan juga politik. Di mana hal ini punya keterkaitan atau relasi kuat dengan kekuasaan. Maka dari itu, media massa dalam perspektif ini adalah setiap produksi, distribusi hingga konsumsi pesan yang disampaikan media berada dalam sisi kepentingan yang materialistik dan juga ideologis.

Mosco menempatkan teori ini dalam ruang kritis. Melihat bagaimana kekuasaan bekerja dalam sistem komunikasi, terutama melalui kontrol yang dilakukannya terhadap sumber daya yang ada, institusi serta praktik media. Fokus yang dilakukan Mosco dalam ekonomi politik komunikasi adalah menyangkut relasi kekuasaan yang secara bersamaan membentuk produksi, distribusi serta konsumsi sumber daya komunikasi. Maka pandangan bahwa media adalah institusi yang otonom atau berdiri sendiri, ditolak. Media akan selalu berada dalam wilayah kepentingan negara, selalu berada di tengah-tengah pasar, dan juga diantara aktor sosial yang lainnya. Ekonomi politik yang ditekankan oleh Mosco adalah keterkaitan antara struktur ekonomi, proses politik dan juga praktik budaya dalam sistem media.

### **Komodifikasi, Spasialisasi, dan Strukturalisasi**

Tiga konsep utama inilah yang dikembangkan oleh Mosco, dalam menganalisa dan memahami relasi antara media massa dengan kekuasaan.

Pertama komodifikasi. Dalam pengertian ini, adalah pengubahan terhadap sesuatu yang memiliki nilai guna untuk menjadi bernilai tukar. Terkait dengan media massa, Mosco menyebut paling tidak ada tiga hal yang perlu diperhatikan dari komodifikasi ini. Yaitu komodifikasi isi atau content, di mana maksud dari ini adalah setiap konten media tidak semata-mata dalam rangka kepentingan publik. Tetapi dia juga dikomodifikasi untuk kepentingan pasar dan atau iklan. Selanjutnya adalah komodifikasi khalayak (audience), yang erat kaitannya dengan rating dan sejenisnya. Ini dikomodifikasi dalam rangka kepentingan iklan. Sebab rating menjadi patokan bagi masuknya iklan pada konten atau tayangan media massa. Berikutnya adalah komodifikasi pekerja media. Bahwa pekerja media akan selalu berada dalam tekanan produksi industri media, sehingga rasionalisasi kerja yang dibangun adalah seperti itu.

Komodifikasi ini bila dilihat dari sisi relasi media dan kekuasaan, erat kaitannya dengan kontrol media. Siapa yang mengontrol media maka komodifikasi (isi, audience, dan pekerja media) dilakukan untuk kepentingan pengontrol. Dominasi negara pernah terjadi di era Orde Lama, lalu Orde Baru sebelum akhirnya masuk dominasi pasar, dan sejak Reformasi 1998 hingga sekarang mulai terlihat dominasi dari pemilik modal pada media. Maka komodifikasi menyesuaikan siapa yang mendominasi tersebut.

Kedua, adalah spasialisasi media. Mosco memberi penjelasan tentang ini, di mana rujukannya adalah upaya media massa mengatasi persoalan terbatasnya ruang dan waktu, dengan cara penggunaan teknologi dan organisasi media. Tetapi Mosco melihat, spasialisasi sebenarnya lebih terkonsentrasi pada kepemilikan media dan ekspansi kekuasaan. Menurut Mosco, spasialisasi ini terlihat dari konsolidasi perusahaan media, kepemilikan silang, dan ekspansi jaringan nasional dan global. Maka tak heran bila kondisi ini memunculkan adanya oligarki media. Media hanya dimiliki oleh sekelompok orang yang punya kekuatan ekonomi-politik, menguasai bagian besar dari saluran informasi yang menjadi ranah publik.

Ketiga, adalah strukturisasi Media. Mosco melihat, bahwa kontrol terhadap media tidak saja oleh struktur kekuasaan, tapi media juga punya peran yang aktif untuk memproduksi hingga menegosiasikan kekuasaan itu. Kerangka Mosco dalam strukturisasi ini, menjelaskan kerangkanya bahwa media merupakan institusi yang terkait pada regulasi dan kepentingan ekonomi. Orang-orang di media apakah itu jurnalis, redaksi hingga pemiliknya, punya ruang yang terbatas dalam melakukan negosiasi. Sedangkan relasi media dengan kekuasaan lebih dinamis dan kontekstual. Negosiasi kekuasaan media dalam pandangan strukturisasi ini memungkinkan terjadi. Apalagi kontrol negara yang melemah, tapi di sisi lain kontrol oleh pasar dan politik justru menguat.

## Pembahasan

### 1. Relasi Media dengan Orde Lama

Negara memainkan peran pentingnya dalam relasi atau hubungan terhadap sistem komunikasi, termasuk media massa. Kementerian Penerangan menjadi institusi negara yang punya peran penting dan menjadi pemain utama dalam mengatur hubungan kekuasaan dengan media. Ketika Republik Indonesia resmi berdiri setelah pembacaan Teks Proklamasi oleh Bung Karno pada 17 Agustus 1945, Departemen (Kementerian) Penerangan adalah yang paling pertama dibentuk dari 12 lambaga lainnya, pada 19 Agustus 1945 (Adiprasetio, 2023).

Masa awal dibentuk, Departemen Penerangan ini punya tugas sebagai corong informasi ke dalam dan ke luar, *leader* propaganda, serta corong terkait hubungan luar negeri. Tentu saja konteks ini untuk membangun diplomasi yang kuat ke dunia internasional tentang berdirinya Indonesia sebagai negara, pasca penjajahan oleh Belanda dan Jepang. Penyebaran informasi pada saat itu juga masih sulit, sehingga tidak semua masyarakat Indonesia tahu dan cepat mendapatkan informasi kemerdekaan maupun upaya mempertahankan kemerdekaan ke depannya. Di sinilah Departemen Penerangan memainkan peran pentingnya. Maka mandat penting Departemen Penerangan saat itu adalah mempertahankan kemerdekaan, mengajak rakyat ikut serta mempertahankan kemerdekaan, serta memperkenalkan Indonesia ke dunia internasional. Walau

pada awal kemerdekaan peran departemen atau kementerian ini tidak bisa maksimal karena perang masih berlangsung, tetapi sejak awal memang terkait dengan informasi publik, ranahnya sudah dipercayakan ke Departemen (Kementerian) Penerangan.

Ketika Indonesia sudah mulai stabil dan terkonsolidasi dari upaya penjajah masuk kembali, fungsi awal Departemen Penerangan mulai bergeser. Media massa saat Orde Lama menjadi alat mobilisasi politik dan ideologis. Sehingga partai politik dengan ideologinya, punya media yang dijadikan alat mobilisasi politik mereka dan membangun ideologi mereka. Bahkan pengurus partai juga menjadi bagian dari jajaran redaksi media massa. Pada akhrinya, institusi media tidak bisa berkembang otonom. Tetapi menjadi bagian dari proyek ideologi negara, keinginan penguasa.

Departemen Penerangan menjadi kepanjangan tangan negara, penguasa, dalam relasi dengan media massa. Relasi yang dibangun lebih kepada dominasi negara atau penguasa terhadap isi dan arah kebijakan media. Konflik ideologis terutama di era Demokrasi Terpimpin, yang secara bersamaan menguatnya gesekan ideologis. Secara umum, Presiden Soekarno saat itu ingin haluan politik di Indonesia bersatu dan menciptakan musuh bersama seperti “imperialisme”, “barat” dan “kapitalisme”, dan memadukan tiga ideologi yakni nasionalis, agama dan komunis (Nasakom) (adiprasetio, 2023). Fungsi Departemen Penerangan ikut bergeser dari penyebaran informasi menjadi pengawasan terhadap sistem komunikasi yakni media atau pers. Imbasnya, media yang tidak sejalan dengan pandangan politik penguasa dan melakukan kritik terhadap kebijakan ideologi penguasa, dilakukan pembredelan. Kebebasan pers tunduk pada kepentingan ideologi negara (Haryanto, 2011).

Maka bila dilihat dari perspektif Vincent Mosco, situasi pada Orde Lama itu memperlihatkan strukturisasi media sepenuhnya dalam dominasi negara dan ideologi politik. Relasi kekuasaan yang vertikal dan koersif, membuat ruang negosiasi media tidak signifikan. Sedangkan komodifikasi media masih lemah, karena realitas pasar belum tercipta saat itu, masih sepenuhnya didominasi oleh politik dan ideologi. Spasialisasi media pun tidak bisa terjadi, terhadang oleh struktur negara serta distribusi informasi yang dikontrol ketat oleh kekuasaan.

## 2. Relasi Media Era Orde Baru

Kelahiran Orde Baru tidak terlepas dari peristiwa G30S/PKI pada 1965. Konflik ideologi terutama komunisme yang dianggap sebagai dalang terjadinya peristiwa pembunuhan 7 jenderal TNI AD itu, membuat penguasa membredel surat kabar berideologi komunisme. Surat kabar *Harian Rakjat* termasuk, yang saat itu menjadi corong dari komunisme di Indonesia. Kemudian penguasa memprakarsai terbitnya surat kabar pendukung rezim seperti *Harian AB*, *Berita Yudha*, dan *Harian KAMI* (Ishadi S.K et al, 2000). Kemudian muncul lagi beberapa media terutama surat kabar lainnya.

Relasi media dan rezim di awal-awal tersebut, terbilang mesra. Negara ikut mendukung jalannya media massa dan segala infrastukturnya untuk menunjang kelancaran dalam penyebaran informasi. Ishadi S.K menyebut awal-awal Orde Baru memberikan beragam fasilitas terhadap media massa, dalam bentuk subsidi. Seperti subsidi pengurangan harga kertas koran, wartawannya dapat subsidi setiap melakukan peliputan ke daerah, pengurangan ongkos angkutan udara ke daerah. Kepada departemen yang ada di pemerintah dan perusahaan, diwajibkan bagi mereka untuk berlangganan beragam surat kabar. Maka pada awal-awal Orde Baru, relasi media dengan kekuasaan cukup mesra dan media menjadi *agent of government*.

Perlahan, dilakukan pengendalian terhadap media. Institusi negara yang digunakan adalah Departemen Penerangan, yang mengharuskan media massa untuk memiliki Surat Izin Usaha Penerbitan Pers (SIUPP). Negara melalui Departemen Penerangan, tidak saja sebagai regulator tetapi juga sebagai “pemain” di dalam institusi pers, media massa. Menteri Penerangan dan Dirjen Pembinaan Pers dan Grafika adalah ketua kehormatan atau pengurus pusat organisasi pers yakni PWI (Persatuan Wartawan Indonesia), SPS (Serikat Penerbitan Pers) dan Dewan Kehormatan Pers. Ketika Menteri Penerangan dijabat oleh Ali Murtopo (1977-1982), Departemen Penerangan juga memiliki fungsi sebagai “departemen politik” (Ishadi S.K et al, 2000).

Pada Orde Baru ini juga, spasialisasi seperti yang diutarakan Mosco, terjadi. Ini seiring dengan perkembangan ekonomi Indonesia. Spasialisasi dalam perkembangan industri media, mengarah pada konsentrasi modal dan pemilikan. Sementara penguasa masih sangat dominan dalam mengatur media. Proses transisi dari pers politik ke pers industri, terjadi ketika penguasa mulai menerapkan Pembangunan Lima Tahun atau Pelita (Hidayat et al, 2000). Bila sebelumnya usaha pers hanya berisi staf redaksi yang mengurus isi berita dan sirkulasi iklan terbatas, tapi setelah Pelita diterapkan dan pertumbuhan ekonomi terjadi, banyak usaha pers yang menjadi bagian dalam kontrol redaksional juga.

Ciri dari Orde Baru adalah pusat kekuasaan terpusat yakni pada Presiden. Perkembangan ekonomi yang naik, dan beralihnya media ke pasar, membuat pengelolaan media juga mementingkan komersialisasi. Sedangkan kontrol negara juga terjadi dengan kepemilikan media oleh orang-orang terdekat penguasa. Kebijakan liberalisasi tetapi diterapkan dengan selektif, menguntungkan pihak-pihak yang berada pada elit penguasa khususnya kroni dan keluarga dekat Presiden. Maka media-media baru yang bermunculan saat itu baik itu surat kabar maupun televisi swasta, dimiliki oleh mereka.

Komodifikasi media saat Orde Baru benar-benar dikendalikan oleh negara. Negara melalui institusi-institusinya, bisa mengintervensi ruang redaksi bila ada suatu hal menyangkut isu tertentu. Mereka bisa menekan sehingga gagal dinaikkan sebagai sebuah berita. Ketika industri media mulai menggeliat, orientasi ekonomi tidak berjalan dengan bebas karena kepentingan politik dan

penguasaan kepemilikan oleh kelompok elit tertentu. Terjadi kapitalisme kroni di mana kekuasaan politik dan kepemilikan modal saling menopang. Sedangkan strukturasi media sudah pasti hirarkis dan represif. Semua menyangkut isi media dalam kontrol ketat negara atau penguasa.

### **3. Reformasi dan Liberalisasi Media**

Reformasi 1998 yang membuat runtuhnya Orde Baru, memberi angin segar bagi kebebasan pers di Indonesia. Surat Izin Usaha Penerbitan Pers (SIUPP) yang menjadi senjata mematikan bagi media, dipangkas habis. Pada era Presiden B.J Habibie, SIUPP tidak lagi seperti era Orde Baru yang bisa membredel media karena persyaratannya semakin mudah dan ringan. Sampai pada era Presiden KH Abdurrahman Wahid, SIUPP benar-benar dihapuskan dan Departemen Penerangan juga dibubarkan.

Pada masa ini, terjadi pergeseran relasi media dengan kekuasaan. Media di awal-awal Reformasi, lebih otonom dan melakukan perannya sebagai pengawas dari praktik kekuasaan dan menjadi wadah masyarakat untuk diskursus. Tapi idealisme media ketika itu tidak berlangsung lama. Keterbatasan struktural yang paling besar adalah ekonomi. Kemunculan banyak media baru pasca SIUPP dihapuskan, membuat media menghadapi persoalan finansial. Tidak semua media yang muncul setelah Reformasi bergulir, terakomodasi dalam pasar media nasional. Pemilu 1999 menjadikan pendirian media baru sebagai trend, bahkan dilakukan oleh partai politik juga. Tetapi terjadi titik balik hingga menemukan titik jenuh karena potensi ekonomi tidak berkembang seperti bertambah banyaknya media. Akibatnya, banyak media yang harus gulung tikar, gugur (Sudibyo, 2022).

Komodifikasi media pada masa-masa ini sebenarnya menguat. Itu ditandai dengan komodifikasi dari konten dan juga khalayak. Sedangkan spasialisasi juga berkembang, dengan adanya ekspansi media cetak, penyiaran hingga lahirnya media digital. Strukturasi media lebih terbuka, negosiasi dengan kekuasaan lebih memungkinkan terjadi. Meskipun tekanan-tekanan masih ada terutama dari sisi politik dan ekonomi.

### **4. Relasi Media di Tengah Kekuasaan Politik**

Negara tidak lagi mendominasi dalam relasi media pasca bergulirnya Reformasi 1998. Namun pasca-Reformasi tersebut, muncul “kekuasaan” baru yakni lahirnya oligarki media dan logika pasar. Dalam kondisi ini, kepemilikan media oleh sejumlah konglomerat telah melahirkan relasi baru antara media dengan penguasa. Faktor kepemilikan media ini tidak saja terkait kepentingan ekonomi, tetapi juga ada kepentingan politik yang mengiringinya. Kedua kepentingan ini memberi relasi baru media dan penguasa.

Pemilik media yang juga aktor politik, membuat media menjadi arena negosiasi pada kepentingan ekonomi dan politik sekaligus. Dampak yang bisa terlihat dari terjadinya hal ini adalah framing pemberitaan dan keberpihakan media pada kelompok politik tertentu. Dimulai dari Pemilu 2004 dan seterusnya, memperlihatkan media berada pada dua kepentingan tersebut, dan terjadi keberpihakan yang terang-terangan pada kepentingan politik tertentu sesuai dengan arah kepentingan pemilik media yang juga aktor politik atau berafiliasi dengan kelompok kekuasaan atau kelompok politik tertentu.

Maka pada era ini komodifikasi media seperti yang dipaparkan Mosco, mencakup beberapa unsur seperti konten, khalayak hingga pekerja media. Berita sudah menjadi komoditas, audiens dijual untuk kepentingan iklan dan tekanan kepada pekerja media untuk meningkatkan produktivitas industri. Spasialisasi media bisa terlihat dengan terjadinya kepemilikan silang dan ekspansi korporasi. Maka tak heran walau banyak media yang ada, tetapi pemiliknya jauh lebih sedikit. Sedangkan strukturasi media ditempatkan pada logika kapitalisme politik, di mana ekonomi dan politik saling memperkuat.

## Simpulan

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah menganalisa relasi atau hubungan media dan kekuasaan politik di Indonesia dengan menggunakan perspektif ekonomi politik komunikasi yang dikemukakan Vincent Mosco. Dari analisis yang dilakukan berdasar pada kajian literatur, dapat ditarik kesimpulan bahwa relasi media dan kekuasaan cenderung tidak netral, tidak linier, dan selalu mengalami perubahan mengikuti gaya kekuasaan pada masa tertentu.

Pertama, relasi media dan kekuasaan politik di Indonesia menunjukkan adanya sebuah pergeseran aktor dominan yang melakukan kontrol terhadap media. Orde Lama dan Orde Baru, memperlihatkan dominasi negara sebagai aktor utama dalam melakukan kontrol baik itu secara ideologis, regulasi, dan cenderung represif. Media menjadi instrumen dalam legitimasi kekuasaan dan juga untuk kepentingan mobilisasi politik. Dalam situasi seperti itu, ruang-ruang kebebasan pers menjadi sempit, sangat terbatas. Kerangka Mosco mengidentifikasi sebagai dominasi negara dalam strukturasi media, komodifikasi yang dikendalikan oleh negara, dan spasialisasi yang sentralistik.

Kedua, pada periode terjadinya Reformasi 1998, memberi ruang yang terbuka bagi lahirnya kebebasan pers, juga sebagai tanda berakhirnya kontrol langsung negara terhadap media. Tetapi terjadinya liberalisasi media pada masa itu, tidak sepenuhnya menciptakan media yang

independen. Kontrol negara memang melemah, tetapi muncul faktor pengontrol yang baru yakni pasar dan kepemilikan media. Keduanya justru mendominasi dan menguat pasca runtuhnya dominasi negara. Maka dapat dikatakan, relasi media dengan kekuasaan tidak hilang tetapi bertransformasi. Yakni dari kontrol yang dilakukan negara menjadi dominasi pasar atau ekonomi dan oligarki media.

Ketiga, pasca-Reformasi, terjadi situasi yang kompleks. Di mana relasi media dan kekuasaan mengalami negosiasi antara kepentingan ekonomi, kepentingan politik dan ideologi. Pemilik media juga terlibat dalam politik elektoral sehingga menggiring media menjadi bagian dari kapitalisme politik. Bila dilihat dari perspektifnya Mosco, maka komodifikasi terlihat pada konten atau isi, khayalak dan pekerja media. Sedangkan spasialisasi terjadi lewat ekspansi serta kepemilikan silang terhadap media. Sementara dari strukturalisasi membuat media dalam relasi kuasa oligarkis, tidak mampu sepenuhnya menjadi institusi yang otonom.

Maka dengan konsepsi Mosco tentang komodifikasi, spasialisasi, dan strukturalisasi, relevan dan efektif dalam melihat dinamika media massa di Indonesia. Bahwa media tidak bisa berada di luar struktur kekuasaan, apakah itu oleh negara dan atau pasar. Media menjadi arena yang hegemonik di mana kekuasaan itu direproduksi, dinegosiasikan hingga dipertahankan. Untuk itu dapat disimpulkan, bahwa media di Indonesia sebenarnya tidak pernah bisa bebas dan otonom, meskipun demokrasi dan kebebasan pers pada posisi yang normal. Kebebasan media selalu dibatasi struktur kekuasaan yang dominan pada periode tertentu. Maka penguatan demokrasi tidak saja menjamin kebebasan pers secara hukum, tapi juga kebebasan pers butuh adanya reformasi struktural dan kepemilikan media.

## Daftar Pustaka

Adiprasetio, J. (2023). *Komunikasi dan kuasa: Sejarah pengkajian dan ilmu komunikasi dalam diskursus epistemik Indonesia*. Yogyakarta, Indonesia: Cantrik Pustaka.

Baikuni, & Setiawan, A. (2024). Strategi kampanye politik Joko Widodo–Ma'ruf Amin pada kontestasi pemilihan presiden tahun 2019. *Sospol: Jurnal Sosial Politik*, 10(1), 1–14.

Damayanti, A., et al. (2025). Entman's framing of Gibran Rakabuming Raka's candidacy: A media analysis of *The Straits Times*. *Sospol: Jurnal Sosial Politik*, 11(2), 278–287.

Fuchs, C. (2024). Vincent Mosco's critical-humanist political economy of communication. *tripleC: Communication, Capitalism & Critique*, 22(1), 1–28.

Given, L. M. (2008). *The SAGE encyclopedia of qualitative research methods*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Habib, M. (2017). Pers dan bangkitnya kesadaran nasional Indonesia pada awal abad XX. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 12(2), 21–32.

Hidayat, D. N., Gazali, E., Suwardi, H., & Ishadi, S. K. (2000). *Pers dalam “Revolusi Mei”: Runtuhnya sebuah hegemoni*. Jakarta, Indonesia: Gramedia Pustaka Utama.

Hill, D. T. (1994). *The press in New Order Indonesia*. Perth, Australia: University of Western Australia Press.

Masduki. (2024). *Negara, media, dan jurnalisme di Indonesia pasca-Orde Baru*. Jakarta, Indonesia: Penerbit Buku Kompas.

Mosco, V. (2009). *The political economy of communication* (2nd ed.). London, UK: SAGE Publications.

Sakina, I., & Hendrik, D. (2025). Perkembangan media massa Indonesia: Analisis kekuatan politik dan pengaruhnya terhadap demokrasi. *Jurnal Politik Indonesia*, 11(1), 96–106.

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

Severin, W. J., & Tankard, J. W. (2011). *Teori komunikasi: Sejarah, metode, dan terapan di dalam media massa*. Jakarta, Indonesia: Kencana Prenada Media Group.

Sudibyo, A. (2022). *Media massa nasional menghadapi disrupti digital*. Jakarta, Indonesia: Kepustakaan Populer Gramedia.

Wijaya, W. (2012). Sejarah Radio Republik Indonesia wilayah Semarang tahun 1945–1998. *Journal of Indonesian History*, 1(1), 23–29.