

OLIGOPOLI DI NEGARA DEMOKRASI: PRAKTEK DAN KEPENTINGAN EKONOMI POLITIK MEDIA MASSA DI AUSTRALIA

¹Anna Yulia Hartati dan ²Yusmita Wahyuni

¹Dosen Program Studi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Wahid Hasyim Semarang. Email:annayulia@unwahas.ac.id

²Mahasiswa Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Wahid Hasyim Semarang.

Abstract

This article discusses the practice of Australian mass media oligopoly. The mass media in Australia is only controlled by a handful of wealthy businessmen, so it can be said that in the context of mass media ownership there is a very oligopolistic system. Media in Australia has developed in addition to economic factors, as well as political factors which make it difficult for interest groups and pressure groups in Australia to undermine their strength. the wall of the mass media oligopoly in Australia. This oligopoly is growing due to existing political factors, such as the granting of permits to make television stations to certain companies. Moreover, as longtime players, the media kings in Australia have established an establishment that is very difficult to disrupt, both in an economic context and in a political context. Monopoly is the main enemy of democracy. Even though the democratic life of the Australian people has been cultured, if the free choice is limited, then democracy is not a true form of democracy. A democracy whose continuity and products are directed by the holders of capital and power.

Keywords: *oligopoly practice, Australian mass media, king of media*

Abstrak

Artikel ini membahas tentang praktek oligopoli media massa Australia. Media massa di Australia hanya dikuasai oleh segelintir pengusaha kaya sehingga dapat dikatakan bahwa dalam konteks kepemilikan media massa berlaku sistem yang sangat oligopoli. Media di Australia berkembang selain karena faktor ekonomi, juga karena faktor politik mengakibatkan upaya kelompok kepentingan dan penekan di Australia cukup sulit merubuhkan kokohnya “tembok” oligopoli media massa di Australia. Oligopoli ini semakin berkembang karena faktor-faktor politik yang ada seperti pemberian izin membuat televisi ke beberapa perusahaan tertentu saja. Lebih jauh, pemain lama raja-raja media di Australia sudah mendapatkan kemapanan yang sangat sulit diganggu, baik dalam konteks ekonomi maupun dalam konteks politik. Monopoli memang musuh besar utama demokrasi. Meski kehidupan demokrasi masyarakat Australia telah membudaya, namun jika pilihan bebas yang dilakukan terbatas, maka demokrasi tersebut sebenarnya bukanlah wujud demokrasi sesungguhnya. Demokrasi yang kelangsungan dan produknya diarahkan oleh pemegang modal dan kekuasaan.

Kata Kunci: *praktek oligopoli, media massa, raja media*

A. PENDAHULUAN

Secara teritorial Australia adalah sebuah negara yang sangat besar, hal yang kemudian menciptakan suatu kebutuhannya atas sarana *sharing* informasi yakni media massa. Akan tetapi hal ini tentunya berimbang sehingga pertanyaan tentang siapa mengontrol siapa dalam media dapat dipahami bahwa hal ini adalah bentuk saling interaksi dalam upaya pembangunan bukan dalam bentuk hegemoni global yang selalu

berujung pada penindasan global¹ Media massa dewasa ini menjadi sebuah barang hebat dalam dunia globalisasi, persaingan informasi dan teknologi membawa media massa menduduki poin penting dalam hal ini, media massa seakan menjadi bisnis ataupun sebuah hal baru dengan sejuta potensi yang ada di dalamnya sehingga tak mengherankan ketika muncul nama-nama orang yang berada di belakang wacana media.

Media massa adalah pilar dari demokrasi, maka dari itu kesucian media massa dari sentuhan monopoli sangat perlu untuk dihindari, karena apabila media telah dikuasai kita selaku masyarakat tidak akan pernah tahu dan hanya digiring opini yang berisi kepentingan untuk siapa dia (media) berdiri. Peran media massa sebagai bagian dari pilar negara-negara demokrasi di dunia, termasuk Australia. Media masa dalam politik Australia, selain sebagai sumber informasi, juga terkait dengan kemampuan untuk menggiring dan menciptakan opini publik terhadap isu politik tertentu²

Media masa dalam politik Australia, selain sebagai sumber informasi, juga terkait dengan kemampuan untuk menggiring dan menciptakan opini publik terhadap isu politik tertentu. Namun, perlu dicatat bahwa terdapat hal menarik dari media massa di Australia yaitu korelasi antara media massa terhadap politik dan pemerintahan lebih erat lagi bahwa

¹ Abdurrachman Surjomihardjo.1980. *Beberapa Segi Perkembangan Sejarah Pers di Indonesia*. Jakarta: LEKNAS-LIPI, hal 34

² Dean Janesch.1984. *An Introduction to Australia Politics Second Edition: Mass Media in Australia Politics*. Melbourne: Longman Cheshire, Chapter 6.

terdapat praktek oligopol yang berlangsung di sana. Beberapa kritikus berargumen bahwa dalam konteks Australia kekuatan media berkorelasi erat dengan siapa pemilik media tersebut. Media massa di Australia hanya dikuasai oleh segelintir pengusaha kaya sehingga dapat dikatakan bahwa dalam konteks kepemilikan media massa berlaku sistem yang sangat oligopoli. Oleh karena itu, tidak dapat disangkal bahwa sebanyak 12 koran terbesar di Australia 11 dari jumlah tersebut milik satu orang konglomerat Rupert Murdoch³. Jadi masyarakat makin kekurangan untuk mendapatkan berita beda dari media utama.

Ketika media massa justru dikuasai oleh segelintir orang, dapatkah media massa dikatakan sebagai pilar dari implementasi demokrasi di Australia? Monopoli memang musuh besar utama demokrasi. Meski kehidupan demokrasi masyarakat Australia telah membudaya, namun jika pilihan bebas yang dilakukan terbatas, maka demokrasi tersebut sebenarnya bukanlah wujud demokrasi sesungguhnya. Demokrasi yang kelangsungan dan produknya diarahkan oleh pemegang modal dan kekuasaan. Dari fenomena diatas, pertanyaan penelitian dalam artikel ini adalah mengapa oligopoly media massa terjadi di Australia?

Untuk menjawab permasalahan sebab sebab oligopoli media massa di Australia, penulis menggunakan kerangka konseptual Manufacturing Consent. Perkembangan teknologi komunikasi, globalisasi, liberalisasi dan komersialisasi telah memunculkan pergeseran. Media massa tumbuh tidak hanya menjadi kekuatan pengontrol kekuasaan, tetapi telah menjadi kekuatan politik, ekonomi dan budaya. Media telah menjadi “power” baru, yang apabila dibiarkan tidak terkendali justru bisa menjadi ancaman bagi proses demokratisasi, karena kehilangan tanggung jawab sosialnya. Herman & Chomsky menganalisis adanya konspirasi para elit yang melakukan kontrol pemberitaan dan informasi. Dengan

³ Sancoko, Herry B. *Demokrasi Australia Hanya Euphoria Digiring Media*
<http://luar-negeri.kompasiana.com/2013/09/09/demokrasi-australia-hanya-euphoria-digiring-media-590951.html> diakses pada Sabtu, 29 Agustus 2020; Pukul 19.27 WIB.

menggunakan istilah Manufacturing Consent, tokoh kritis ini melihat media menjadi alat kepentingan politik, ekonomi, dan kultur kalangan eksklusif. Menurutnya para gate keeper menjadi pion politisi dan industriawan untuk mencari keuntungan. Dengan kata lain atas nama kepentingan bangsa, para pejabat mengatur pemberitaan sesuai keinginan mereka. Adapun atas nama pertumbuhan ekonomi, para pebisnis atau pedagang melakukan hal yang sama sesuai kepentingan ekonomi mereka.⁴

Dalam bukunya Manufacturing Consent, Herman & Chomsky menyatakan bahwa: ⁵

“Propaganda is to democracy what violence is to a dictatorship; Ordinary people have remarkable creativity; People have a fundamental need for creative work, which is not being met in systems where people are like cogs in a machine; What would make more sense as a way to govern is a form of rationalist libertarian socialism -- not one that increasingly functions without public input. Chomsky advocates a system where a community and its members run things in a democratic fashion and whose people do not function as some sort of wage slaves; People need to be able to detect forms of authority and coercion and challenge those that are not legitimate; The major form of authority that needs challenging is the system of private control over public resources; The First Amendment means that democracy requires free access to ideas and opinions; Democracy in America is not functioning in an ideal sense but more in the sense that Lippmann noted in Public Opinion (where a specialized class of about 20 percent of the people -- but who are also a target of propaganda -- manages democratic functioning) and, in effect, are under control of a power elite, who more or less own the institutions. The masses of people (80 percent) are marginalized, diverted and controlled by what he calls Necessary Illusions; Manufacturing consent is related to the understanding that indoctrination is the essence of propaganda. In a "democratic" society indoctrination occurs when the techniques of control of a propaganda model are imposed -- which means imposing Necessary Illusions. Chomsky's Propaganda Model says American media have "filters" -- ownership, advertising, news makers, news shapers -- which together emphasize institutional memory, limited debate and media content emphasizing the interests of those in control.”

⁴ Engstrom, Erika (2008) Unraveling The Knot: Political Economy and Cultural Hegemony in Wedding Media. *Journal of Communication Inquiry* 32: 60-82

⁵ Edward S. Herman and Noam Chomsky .1988. *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*, (US: Pantheon Books), hal. 45

Apa yang diungkapkan Herman dan Chomsky diatas sering dikenal sebagai analisis instrumental⁶ Fokusnya pada penggunaan media sebagai instrumen para kapitalis untuk membuat komoditas informasi yang diproduksi oleh industri media menjadi sesuai dengan kepentingan mereka. Chomsky menggambarkan model propaganda yang diterapkan dalam industri media Amerika Serikat oleh kelompok pemilik modal yang membuat kelompok ini mampu menetapkan premis-premis wacana publik, menentukan informasi apa yang boleh dikonsumsi publik, dan terus menerus mengelola pendapat publik melalui propaganda .⁷ Ekonomi politik memiliki cara pandang tersendiri terhadap media yang tertarik pada bentuk-bentuk perluasan konsentrasi perusahaan media, terutama sangat tertarik dengan kepemilikan yang merupakan elemen utama dalam definisi konsentrasi media, karena perhatian konsentrasi kepemilikan dapat membatasi arus informasi dengan membatasi keberagaman produksi dan distribusi. Konglomerasi dapat melemahkan fungsi kontrol media, terutama yang terkait dengan kepentingan pemilik.⁸

B. METODE

Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif, dengan menggunakan metode kepustakaan dan studi pustaka/riset Pustaka. Studi pustaka adalah istilah lain dari kajian pustaka, tinjauan pustaka, kajian teoritis, landasan teori, telaah pustaka (literature review), dan tinjauan teoritis. Yang dimaksud penelitian kepustakaan adalah

⁶ Ferrante, Pamela (2010) Risk and Crisis Communication. *Journal of Professional Safety*, June 2010, p. 38-45.

⁷ Manuel Castells,.2007 'Communication, Power and Counter-Power in the Network Society'. *International journal of Communication* 1: 238–66

⁸ M .D.Boyd, &. B. N Ellison. 2007. Social network sites: Definition, history, and scholarship, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210- 230.

penelitian yang dilakukan hanya berdasarkan atas karya tertulis, termasuk hasil penelitian baik yang telah maupun yang belum dipublikasikan.⁹

Meskipun merupakan sebuah penelitian, penelitian dengan studi literatur tidak harus turun ke lapangan dan bertemu dengan responden. Data-data yang dibutuhkan dalam penelitian dapat diperoleh dari sumber pustaka atau dokumen. Riset pustaka (*library research*), penelusuran pustaka tidak hanya untuk langkah awal menyiapkan kerangka penelitian (*research design*) akan tetapi sekaligus memanfaatkan sumber-sumber perpustakaan untuk memperoleh data penelitian. Selain data, beberapa hal yang harus ada dalam sebuah penelitian supaya dapat dikatakan ilmiah, juga memerlukan hal lain seperti rumusan masalah, landasan teori, analisis data, dan pengambilan kesimpulan. penelitian dengan studi literatur adalah penelitian yang persiapannya sama dengan penelitian lainnya akan tetapi sumber dan metode pengumpulan data dengan mengambil data di pustaka, membaca, mencatat, dan mengolah bahan penelitian.

Pengumpulan data diambil dengan pendekatan kualitatif, yaitu peneliti sebagai instrument utama untuk pengumpulan data dan pengolahan atau analisis data, serta sangat memfokuskan perhatian pada proses dan arti dari suatu peristiwa yang diteliti. Dalam pendekatan kualitatif, penelitian dapat dilakukan dalam tiga tahapan utama, yaitu (1) Pengumpulan Data (*Data Collective*); (2) Pengolahan Data (*Data Analysis*); dan (3) Laporan Penelitian (*Report Writing*).¹⁰

⁹ G.A. Bowen, Grounded theory and sensitizing concepts. *International Journal of Qualitative Methods*, 5(3), Article 2. Retrieved [date] from http://www.ualberta.ca/~iiqm/backissues/5_3/pdf/bowen.pdf, diakses tanggal 21 Maret 2020, pukul 04.00 Wib

¹⁰ John W. Creswell. 2007 *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*, Sage, hal. 46

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

C.1. Praktek oligopoli Media Massa di Australia

Pers bebas (libertarian) pada dasarnya menunjuk dan mengindikasikan tidak adanya campur tangan penguasa (pemerintah), maupun setiap elemen masyarakat lain, baik perorangan maupun kolektif dalam menyampaikan informasi kepada publik. Hal ini merupakan implikasi praktis dari prinsip-prinsip dasar demokrasi. Memang secara historis, pers libertarian tumbuh dan berkembang dari rahim demokrasi. Dalam lingkaran media massa, demokrasi selalu dikaitkan dengan pembentukan opini publik. Keterkaitan antara demokrasi dan peran media ini memang tidak diikat oleh aturan hukum sehingga konsekuensinya tidak dapat ditegakkan. Namun, bukan berarti ini adalah sebuah pilihan. Sumber lain mengenai peran media dalam kaitannya antara demokrasi dan media massa dapat merujuk teori sosial dan teori politik, orientasi media terhadap masyarakat baik nasional maupun internasional, serta klaim-klaim profesionalisme yang menjadi konvensi, serta aspirasi.

Fakta bahwa media terikat oleh hubungan antara pasar dan klien (termasuk pengiklan) ini biasanya ada sikap saling mempengaruhi antar perilaku media. Ada sumber pengaruh yang lain, yaitu variabel kekuasaan (negara/ lembaga negara). Kondisi yang menentukan tingkat independensi media adalah pandangan pemerintah. Pengaruh ini bersumber dari banyak kepentingan seperti kepentingan ekonomi, politik, dan budaya yang dipengaruhi oleh media. Individu atau organisasi yang berpengaruh bisa dipengaruhi oleh media. Oleh karena itu, mereka mengawasi media karena memiliki kepentingan untuk melindungi diri mereka atau untuk memengaruhi media.

Seharusnya media mengedepankan prinsip *diversity of ownership* dan *plurality of content*.¹¹ Sehingga individu dan komunitas memiliki akses yang sama kepada media. Namun, praktik monopoli, oligopoli, konglomerasi menjadi penghambat bagi terlaksananya norma-norma oleh media. Jelasnya, Salah satu indikasi bahwa praktik oligopoli dan monopoli terhadap media massa dapat dilihat dari kepemilikan media yang hanya dimiliki oleh mereka yang memiliki banyak modal dan dikuasai oleh segelintir orang, serta mereka yang memiliki media lebih dari satu atau dua keatas. Indikasi lainnya adalah bahwa dengan munculnya satu surat kabar yang kuat di suatu kota, kemudian surat kabar tersebut menerbitkan lagi surat kabar-surat kabar lainnya dikota yang sama, baik harian maupun mingguan.

Dewan Pers Australia mengadopsi Piagam Pers Bebas untuk memberikan bobot pengertian kebebasan komunikasi. Piagam mengakui pengesahan Australia terhadap Pasal 19 Deklarasi Universal Hak Asasi Manusia, hak untuk mendukung arus bebas informasi demi memungkinkan berita dan opini terkait kepentingan publik agar dapat tersedia secara bebas bagi warga Australia. Piagam menyokong pendekatan tersendiri dari Dewan Pers untuk pengembangan kebijakan dengan tujuan menjaga kemerdekaan pers dari peraturan pemerintah. Hal ini juga menjadi dasar dukungan bagi Dewan Pers untuk memasukkan kebebasan berbicara, dan pers, dalam pengembangan *Bill of Rights* untuk Australia.¹²

Dalam konteks media massa di Australia, korelasi antara media massa terhadap politik dan pemerintahan lebih erat lagi karena praktek oligopoli yang berlangsung di sana. Beberapa kritikus berargumen bahwa kekuatan media berkorelasi erat dengan siapa pemilik media tersebut. Media massa di Australia hanya dikuasai oleh segelintir pengusaha kaya saja sehingga dapat dikatakan bahwa dalam konteks kepemilikan media massa berlaku sistem

¹¹ <https://koran.tempo.co/read/internasional/446908/pers-australia-menuntut-ekspos-rahasia-pemerintah?>, diakses 13 Maret 2020, pukul 06.00 Wib

¹² <https://dewanpers.or.id/berita/detail/1062/Dewan-Pers-dan-Hubungan-Luar-Negeri>, diakses 13 Maret 2020, pukul 7.00 Wib

yang sangat oligopoli. Oligopoli berkembang karena faktor ekonomi dan politik. Maka ketika ada suatu perusahaan media massa yang kekurangan finansial ketika berproduksi, maka para pengusaha kaya bisa menjadi donator atau terkait pemberian izin. Maka disinilah politik terjadi.

Dua penguasa media yang paling besar dan terkenal adalah Rupert Murdoch dan Kerry Packer. Tidak hanya raja media di Australia, mereka berdua termasuk penguasa-penguasa media di dunia ini. Dialah penguasa media massa dunia, dan selalu berusaha mengepahkan sayapnya di kancah global, News Corporation miliknya ke berbagai pelosok dunia, adalah pemilik saham di Fox Network, Star TV, Studio 20th Century Fox, surat kabar The Times dan The Sun di London, televisi kabel Fox News, Fox Sport dan lainnya. Dan di Australia sendiri, Murdoch memiliki 16 televisi lokal. Sementara Kerry Packer memiliki Australian Consolidated Press (ACP) dan Publishing and Broadcasting Limited (PBL). Dalam bidang media, PBL memiliki sembilan jaringan televisi di Australia dan Australian Consolidation Press. PBL memiliki jumlah investasi yang besar dalam berbagai televisi berbayar dan jaringan televisi digital, seperti Foxtel dan Sky News Australia. Australian Consolidation Press sendiri yang didirikan pada tahun 1933 memproduksi lebih dari 60 majalah di Australia seperti Australian Women's Weekly, Cleo, Harper's Bazaar, Australian House and Garden dan sebagainya.

Dengan demikian maka masyarakat Australia tidak lagi bisa memilik mana media yang independen dan terbebas dari lingkaran politik oligarki media massa. Karena jelas bahwa semua elemen yang memproduksi berita adalah mereka yang telah saling berintervensi untuk menerbitkan sebuah berita. Maka masyarakat harus benar-benar cerdas mencari sudut pandangan berita tersebut karena oligopoly media massa yang terjadi oleh para konglomerasi media massa. Media massa bukan hanya sebagai sumber informasi politik, namun juga menjadi faktor pendorong atau trigger yang dapat berimplikasi pada perubahan politik. Selain itu, masih banyak aspek dari media massa yang mengukuhkan dirinya menjadi pilar penting di politik dan pemerintahan Australia. Menurut Harsono Suwardi, seorang profesor

komunikasi Universitas Indonesia, terdapat empat faktor yang membuat media massa memiliki pengaruh yang begitu kuat dalam kehidupan politik, yakni :¹³

Pertama, media massa memiliki daya jangkau yang luas dalam menyebarkan informasi politik, bahkan mampu melewati batas wilayah, kelompok umur, jenis kelamin dan status sosial-ekonomi. Dengan begitu, status politik yang dimediasikan menjadi perhatian bersama di berbagai tempat dan kalangan. *Kedua*, media massa memiliki kemampuan untuk melipatgandakan pesan yang begitu mengagumkan. Dilipatgandakan atau tidaknya pesan memiliki korelasi yang begitu erat dengan respons masyarakat terhadap isu tersebut. Apabila responnya positif, kecenderungannya media massa akan melipatgandakan isu tersebut. Dampak pelipatgandaan ini tentu sangat besar di tengah masyarakat. *Ketiga*, setiap media dapat mewacanakan sebuah peristiwa politik sesuai dengan pandangannya masing-masing. Media massa memiliki kebijakan redaksional terkait dengan isi peristiwa politik yang ingin disampaikan. Kebijakan ini membuat media banyak diincar oleh pihak-pihak yang ingin memanfaatkannya dan sebaliknya, juga dijauhi oleh pihak-pihak yang tidak sepaham dengannya. *Keempat*, media massa memiliki fungsi agenda setting. Dengan begitu media massa memiliki hak untuk menyiarkan suatu peristiwa politik atau tidak menyiarkannya. Jadi media massa menggiring opini publik dalam suatu kuorum atau diskusi. Output dari diskusi inilah yang akan menentukan agenda-agenda dalam politik pemerintahan. *Kelima*, pemberitaan peristiwa oleh suatu media kecenderungannya akan berkaitan dengan media lainnya sehingga terbentuklah suatu rantai informasi (*media as links in other chains*) yang menambah kekuatan media massa dalam menyebarkan informasi politik dan otomatis juga memperbesar dampak yang dapat mereka berikan terhadap publik.

Dari kelima faktor tersebut, dapat dikerucutkan bahwa fungsi media dalam politik yang paling esensial adalah dengan kemampuannya menggiring opini publik dapat mempengaruhi perspektif masyarakat dalam memandang politik itu sendiri, apakah pro

¹³ Hidayat, Dedy. N. Gazali, Effendi, Suwandi, Harsono dan S.K Ishadi. 2000. *Pers dalam Revolusi Mei. Runtuhnya Sebuah Hegemoni*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, hal. 34

ataukah kontra. Hubungan antara media massa dengan politisi sendiri bagaikan hubungan “ayam” dengan telur”. Mereka saling membutuhkan dan tidak dapat dipisahkan. Tanpa berita, media massa tidak akan bisa berjalan dan politisilah yang menyediakan berita ini. Sedangkan politisi membutuhkan media massa agar pandangan-pandangan politiknya disebarkan ke masyarakat luas, terutama bagi daerah pemilihnya. Maka dari itu, bukanlah hal yang mengherankan apabila politisi di Australia sangat menghargai media massa karena pengaruhnya yang begitu besar terhadap masyarakat hingga secara tidak langsung mempengaruhi pemerintahan dan politik Australia.

Karena penduduk Australia tergolong cukup banyak, dan sebagian dari masyarakat tertarik pada isu politik. Ketika akan datang masa pemilu, maka peran media massa sangatlah penting guna menarik perhatian masyarakat. Peran media sangat krusial, melihat bahwa kampanye-kampanye di media massa akan menjadi sebuah ajang kompetisi bagi para calon pemimpin. Media massa dijadikan ajang untuk menampilkan citra yang baik dan sekaligus menjadi perpolitikan yang begitu amat penting bagi para calon pemimpin.¹⁴

C.2. Kepentingan Ekonomi Politik Oligopoli Media Massa Australia

“If you’re not carefull, the newspaper will have you hating the people who are being oppressed and loving the people who are doing the oppressing (Malcolm X)”

Sepenggal kutipan di atas secara tersirat menunjukkan bahwa media massa, pada dasarnya memiliki kekuatan yang begitu besar. Sedemikian besar *power* yang dimiliki hingga media massa dapat mempengaruhi suatu aktor untuk berperilaku atau berpikir sesuai dengan apa yang dikehendaki oleh media massa, sekalipun pada mulanya perilaku atau pikiran tersebut tidak sesuai dengan kehendak si Aktor. Dengan kata lain, media massa memiliki kemampuan untuk mempengaruhi *mindset* seseorang. Media massa dapat mempengaruhi perspektif kita dalam memandang dunia. Karena hal tersebut, banyak orang

¹⁴ Stuart.Hall. 1979. *Representation: Culture Representation and Signifying Practices*. London: Sage Publication Jewkes,

yang kemudian memanfaatkan media massa sebagai sarana untuk mencapai kepentingan yang ingin diraih. Seorang produsen makanan cenderung mengiklankan produknya di televisi, koran ataupun radio untuk mempengaruhi masyarakat agar mengkonsumsi produknya. Seorang penyanyi gencar mempromosikan album barunya di media massa untuk mempengaruhi masyarakat agar menyanyikan lagu-lagunya. Begitu juga untuk para politikus. Media massa, dapat menjadi alat yang sangat efektif untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat. Efektivitas media massa untuk suatu perubahan politik memerlukan situasi politik yang kondusif. Iklim demokrasi, sangat mempengaruhi mati atau hidupnya media massa di suatu negara. Media massa yang bebas adalah salah satu indikator adanya demokrasi di suatu negara. Bahkan dalam negara yang menjunjung tinggi prinsip-prinsip demokrasi, media massa bahkan dapat menjadi salah satu pilar penting di sana.

Australia adalah negara yang dibangun di atas tradisi demokrasi liberal. Karenanya negara persemakmuran Inggris ini mengakui adanya supremasi hukum, menghormati toleransi beragama, dan tentunya kebebasan berbicara serta berserikat. Ditopang dengan sistem pemerintahan yang demokrasi seperti itu, media massa kemudian menjadi salah satu pilar yang sangat esensial dalam sistem politik Australia.

Semakin berkembang zaman, semakin besar peran yang dipegang oleh media massa dalam kehidupan politik. Telah terjadi perluasan makna dalam konteks peranan yang dimainkan oleh media massa ini. Media massa bukan hanya sebagai sumber informasi politik, namun juga menjadi faktor pendorong atau *trigger* yang dapat berimplikasi pada perubahan politik. Selain itu, masih banyak aspek dari media massa yang mengukuhkan dirinya menjadi pilar penting di politik dan pemerintahan Australia. Media massa tidak bisa dipisahkan dengan politikus. Tanpa berita, media massa tidak akan bisa berjalan dan politisilah yang menyediakan berita ini. Sedangkan politisi membutuhkan media massa agar pandangan-pandangan politiknya disebarkan ke masyarakat luas, terutama bagi daerah pemilihnya. Maka dari itu, bukanlah hal yang mengherankan apabila politisi di Australia sangat menghargai media massa karena pengaruhnya yang begitu besar terhadap masyarakat hingga

secara tidak langsung mempengaruhi pemerintahan dan politik Australia. Sedemikian besar peran media, hingga Napoleon pernah berkata bahwa: ¹⁵

“I fear three newspapers more than a hundred thousand bayonets.”

Dalam konteks media massa di Australia, korelasi antara media massa terhadap politik dan pemerintahan lebih erat lagi karena praktek oligopoli yang berlangsung di sana. Beberapa kritikus berargumen bahwa kekuatan media berkorelasi erat dengan siapa pemilik media tersebut. Media massa di Australia hanya dikuasai oleh segelintir pengusaha kaya saja sehingga dapat dikatakan bahwa dalam konteks kepemilikan media massa berlaku sistem yang sangat oligopoli.

Oligopoli media di Australia berkembang selain karena faktor ekonomi, juga karena faktor politik. Telah diketahui bahwa untuk membentuk suatu media massa membutuhkan dana yang tidak sedikit. Setelah suatu media terbentuk, masih dibutuhkan dana yang tidak kalah besar untuk biaya-biaya produksi ketika menjalankannya. Banyak sekali surat kabar di Australia yang bangkrut karena masalah finansial, seperti *Daily Sun and Sunday Sun, Perth’s Western Mail, Brisbane’s Telegraph, Business Daily dan Sydney Mid-week News*. Oligopoli ini semakin berkembang karena faktor-faktor politik yang ada seperti pemberian izin membuat televisi ke beberapa perusahaan tertentu saja. Lagipula, sebagai pemain lama raja-raja media di Australia sudah mendapatkan keamanan yang sangat sulit diganggu, baik dalam konteks ekonomi maupun dalam konteks politik.

Dua penguasa media yang paling besar dan terkenal adalah Rupert Murdoch dan Kerry Packer. Tidak hanya raja media di Australia, mereka berdua termasuk penguasa-penguasa media di dunia ini. Murdoch, yang selama puluhan tahun mengembangkan sayap News Corporation miliknya ke berbagai pelosok dunia, adalah pemilik saham di Fox Network, Star TV, Studio 20th Century Fox, surat kabar The Times dan The Sun di London, televisi kabel

¹⁵ Zulkifli Hamid.1999, *Sistem Politik Australia* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset & LIP-FISIP-UI), h. 348.

Fox News, Fox Sport dan lainnya. Di Australia sendiri, Murdoch memiliki 16 televisi lokal. Walaupun Terkenal dan sangat berpengaruh bagi dunia, *banyak yang membenci Rupert murdoch* Dikarenakan, Ada banyak bukti bahwa ideologi Rupert Murdoch adalah profit dan pertumbuhan finansial saja, Banyak cerita tentang bagaimana Murdoch menolak suatu isi berita atau mendukung isi berita demi keuntungannya sendiri. Ini terbukti dalam sebuah *pidato* ia mengatakan : *teknologi komunikasi yang maju akan mengancam rezim totalitarian* (pernyataan ini kurang lebih terbukti dengan revolusi mesir 2011 yang dimulai di facebook), dia kaget ketika pernyataannya tersebut membuat pemerintah Cina berang, padahal dia tidak bermaksud menyinggung Cina. Cina lalu mengancam akan memutuskan transmisi StarTV ke Cina. Agar profit StarTV tak anjlok, Murdoch segera memerintahkan perusahaan penerbitnya untuk menerbitkan buku karangan putri Deng Xiaoping. Dia juga membatalkan penerbitan buku yang dianggap akan menyinggung pemerintah Cina. Setelah mengetahui bahwa pemerintah Cina tidak senang dengan berita independen yang dilaporkan melalui BBC World Service, Murdoch segera menghilangkan BBC dari acara StarTV untuk Cina. Hasilnya? Beberapa franchise media Murdoch di Cina berhasil diselamatkan. Dan di tahun 2005, Murdoch memasuki bisnis online dengan mengakuisisi My-Space.com- sebuah situs jaringan dengan harga 587 juta dolar. Pada saat yang sama ia juga mengakuisisi situs internet lokal maupun internasional. Lewat tangan dinginnya, setahun setelah, My-Space di akuisisi asetnya meningkat lima kali lipat menjadi tiga miliar dolar. ¹⁶ Saat ini My-Space merupakan salah satu situs paling populer di Amerika Serikat, selain Yahoo!, Google, MSN dan Ebay. Langkah Murdoch tidak salah karena My-Space yang didirikan oleh dua anak muda Tom Andersen dan Christ De Wolfe tiga tahun lalu merupakan situs yang sedang melejit, di karenakan banyak musisi muda yang mengekspresikan dan mempromosikan musiknya pada situs myspace ini, dengan pengaplikasian yang mudah dan murah. Keluarga Murdoch menguasai 30 persen saham News Corp senilai \$12 miliar pada 2003. Dinasti Murdoch dimulai dengan koran Australia

¹⁶ Ishadi, 2005, Tempo, 25 September 2005

yang didirikan oleh ayah Murdoch yang mewariskan bisnisnya kepada putranya pada tahun 1925. Murdoch mulai mengakuisisi beberapa koran Inggris dan kemudian beberapa koran Amerika. Dia membeli perusahaan penerbit Harper & Row, yang kemudian disesuaikan dengan kepentingan penerbitannya di Inggris. Agar bisa memiliki stasiun TV di AS, dia menjadi warganegara AS. Pada tahun 1980-an, Murdoch mendirikan Fox sebagai jaringan televisi AS yang keempat. Dia lalu menguasai studio film dan televisi 20th Century Fox. Dia membeli perusahaan induk **TV Guide**. Dia juga mendirikan televisi satelit Sky dan StarTV di Inggris dan Asia. Saat ini lebih dari 3 miliar orang menonton siaran StarTV yang menampilkan program acara yang dibuat atau dibeli oleh perusahaan Murdoch. Pada 2003 dia menguasai DirectTV, televisi satelit utama di AS.

Sementara Kerry Packer memiliki Australian Consolidated Press (ACP) dan Publishing and Broadcasting Limited (PBL). Dalam bidang media, PBL memiliki sembilan jaringan televisi di Australia dan Australian Consolidation Press. PBL memiliki jumlah investasi yang besar dalam berbagai televisi berbayar dan jaringan televisi digital, seperti Foxtel dan Sky News Australia. Australian Consolidation Press sendiri yang didirikan pada tahun 1933 memproduksi lebih dari 60 majalah di Australia seperti Australian Women's Weekly, Cleo, Harper's Bazaar, Australian House and Garden dan sebagainya.

Praktek oligopoli dalam kepemilikan media massa di Australia tersebut tentu memberikan dampak bagi masyarakat Australia. Yang paling terasa adalah, dengan pilihan yang begitu, mereka tidak bisa memilih sumber informasi lainnya apabila ingin mengetahui isu-isu politik. Selanjutnya, pemilik media dan manajer-manajernya memiliki kesempatan untuk mengintervensi berita yang diturunkan oleh media tersebut. Dan kecenderungan yang ada memang seperti itu. Seringkali mereka bertindak secara langsung untuk memastikan bahwa berita, editorial atau bahkan seluruh liputan berita tersebut merefleksikan sudut pandang tertentu atau melindungi kepentingan tertentu. Sedikit sekali pilihan yang tersedia bagi seorang staff di media yang tidak suka dengan perintah-perintah intervensi dari atasan. Karena praktek oligopoli, mereka tidak dapat bebas keluar-masuk perusahaan karena pada

dasarnya kepemilikan media massa di Australia hanya berada di tangan beberapa orang saja. Dampak yang terakhir adalah, bahwa pemilik dapat mengurangi biaya produksi tanpa takut akan kompetisi. Salah satu cara untuk mengurangi biaya produksi yang paling mudah ditempuh adalah dengan cara mengurangi biaya untuk pegawai. Artikel yang ditulis di salah satu surat kabar sering dimuat juga di surat kabar lain yang masih berdiri dalam satu perusahaan yang sama.

Implikasinya adalah, sudut pandang yang dapat digunakan masyarakat semakin terbatas apalagi dengan kemungkinan adanya monopoli pemberitaan karena konglomerasi media massa tersebut. Perlu diingat bahwa selain radio dan televisi ABC, semua media massa di Australia adalah media komersial yang dikuasai oleh perusahaan swasta. Karenanya, tidak ada ikatan-ikatan yang mengharuskan mereka memberitakan sesuatu secara adil. Orientasi politik pemilik, secara langsung atau tidak langsung dapat mempengaruhi arah pemberitaan.¹⁷

Peran media massa di Australia semakin terasa ketika masa-masa pemilihan umum. Sudah penulis sampaikan, bahwa mayoritas media massa di Australia berkonsentrasi pada masalah politik. Tingkat konsentrasi mereka ini semakin tinggi hingga hampir di seluruh halaman surat kabar, di televisi juga di radio mengenai berita kampanye, foto-foto para calon pemimpin yang baru, dan iklan dari partai-partai, organisasi, maupun individu. Dalam masa-masa ini dapat dikatakan mereka memainkan peran yang begitu krusial, walaupun bukan satu-satunya faktor yang mempengaruhi suara masyarakat dalam pemilu.

Akibatnya peserta kampanye betul-betul berusaha memanfaatkan media massa semaksimal mungkin. Dalam membangun citra mereka di depan masyarakat, para politisi juga memanfaatkan media sebagai sarana untuk penampilan foto profil mereka atau gambar-gambar mereka. Pesan lisan, yang dilengkapi dengan penayangan gambar dalam televisi atau

¹⁷ Rodney Smith. 1993. *Politics in Australia* (Australia: Allen&Unwin Pty Ltd), h.303-306.

surat kabar sangat penting bagi mereka. Dengan begitu, simpati publik akan semakin besar, terutama yang ada di daerah pemilihannya. Menyadari urgensi media itulah mereka kemudian membanjiri media dengan iklan-iklan kampanye mereka semasa kampanye.

Karena iklan-iklan dari peserta kampanye tersebut, dapat dikatakan masa kampanye adalah masa-masa panen bagi mereka. Dinamikanya, harga iklan-iklan tersebut pastilah mahal sedangkan di masa kampanye partai-partai politik tidak segan untuk mengeluarkan uang hingga jutaan dolar dalam rangka mengkampanyekan program-program mereka di berbagai media. Terlepas daripada itu, kecenderungannya masyarakat juga akan mengikuti perkembangan kampanye sehingga rating ataupun jumlah penjualan eksemplar mereka meningkat.

Ada satu contoh kasus menarik yang merefleksikan urgensi media dalam perpolitikan Australia, khususnya pada masa kampanye. Kasus ini terjadi pada dekade 1970-an di Australia, dan masih dikenang hingga sekarang sebagai salah satu tindakan media dalam memberitakan politik yang sudah sangat jauh melewati batasan yang seharusnya. Pada tahun 1975, semua surat kabar milik Murdoch mengecam Perdana Menteri Gough Whitlam, pemimpin Partai Buruh ketika itu. Serangan Murdoch terhadap Whitlam sungguh merupakan hal yang berkontradiksi dengan posisi Murdoch ketika pemilihan tahun 1972. Ketika itu Murdoch menggunakan salah satu surat kabar miliknya yaitu The Australian untuk menyokong Whitlam. Murdoch mendonasikan uangnya lebih dari \$74.000 (jumlah yang besar saat itu) untuk kampanye ALP. Hasilnya, slogan ‘It’s Time’ yang didengungkan oleh Whitlam memenuhi hampir semua surat kabar Murdoch dan Whitlam berhasil memenangkan kampanye.¹⁸ Ketika Murdoch ‘menyerang’ Whitlam, laporan berita dan tulisan-tulisan para reporter surat kabar miliknya telah diedit hingga akhirnya yang kemudian muncul dalam surat kabar adalah berita-berita yang mengecam Whitlam. Salah seorang staff Murdoch di The Australian pernah berkata bahwa, “*You literally could not get*

¹⁸ *Op. Cit*, hal 45

a favourable word about Whitlam in the paper. Copy would be cut, lines would be left out.”¹⁹

Sedemikian besar *back bench subeditor* yang dilakukan Murdoch, hingga para reporter politik surat kabar The Australian pernah mengirimkan surat protes kepada Murdoch. Karena tidak ada response dari Murdoch terkait dengan surat mereka, akhirnya wartawan The Australian melakukan aksi mogok bersama-sama dengan wartawan dua surat kabar Murdoch lainnya, The Sunday Mirror dan The Sunday Telegraph. Setelah perundingan panjang, Murdoch kemudian berjanji untuk berita-berita selanjutnya, *back bench* yang akan dia lakukan akan tunduk kepada kode etik. Sayangnya janji tersebut diberikan saat masa kampanye hampir selesai. Akhirnya, Whitlam kalah dan Malcolm Fraser dari Partai Liberal-lah yang memenangkan pemilu.

Setiap reaksi, tentu ada aksi yang melatarbelakanginya. Orientasi politik Murdoch yang berbeda (pada tahun 1972 mendukung Whitlam dan tahun 1975 justru menjatuhkannya), dilatarbelakangi oleh faktor-faktor tertentu. Salah satunya adalah fakta bahwa pemerintahan Whitlam telah kehilangan dukungan publik. Logikanya, media massa akan memberikan apa yang diinginkan oleh publik agar tingkat penjualan mereka meningkat. Dan itulah yang dilakukan oleh Murdoch. Akan tetapi, tentu ada unsur-unsur politis di dalam permainan tersebut. Hal itu semakin terlihat ketika Malcolm Fraser kemudian menawarkan jabatan duta besar di Jepang kepada mantan staff Murdoch, John Menedue.

Sosok Murdoch karena strategi-strateginya yang luar biasa cerdas hingga berhasil menghimpun kekuatan besar yang mampu mengontrol suatu negara (dalam perkembangannya, Murdoch bahkan mulai mengintervensi politik di Amerika Serikat dan Inggris). Menurut saya, dalam prakteknya bahkan Murdoch lebih licik daripada politikus-

¹⁹ Oxford University Press, *The Murdoch Papers and the 1975 'dismissal' Election*. Diakses darisitus http://www.oup.com.au/orc/extra_pages/higher_education/hirst_and_patching/murdoch_papers pada tanggal 11 April 2020, pukul 03.19 Wib

politus sendiri. Karena dengan politik yang dia lakukan, Murdoch hampir selalu dapat mencapai kepentingannya. Seorang presiden normalnya hanya dapat berkuasa selama empat tahun akan tetapi seorang Rupert Murdoch ini telah berkuasa selama puluhan tahun. Namun, rasa ngeri dan khawatir itu memang ada. Apa yang akan terjadi terhadap dunia ini apabila media massa sedemikian besar pengaruhnya? Yang lebih parah lagi, media massa itu hanya dikuasai oleh segelintir orang saja? *“I try to keep in touch with the details...I also look at the product daily. That doesn't mean you interfere, but it's important occasionally to show the ability to be involved. It shows you understand what's happening”* (Rupert Murdoch).

Pada dasarnya peran media masa di Australia dalam perspektif Mr. Kevin secara keseluruhan tidak berbeda jauh dengan apa yang terdapat dalam artikel yang berjudul *Mass Media in Australia Politics* karya Dean Janesch. Media masa dalam politik Australia, selain sebagai sumber informasi, juga terkait dengan kemampuan untuk menggiring dan menciptakan opini publik terhadap isu politik tertentu.

Namun, perlu dicatat bahwa terdapat hal menarik dari media massa di Australia yaitu korelasi antara media massa terhadap politik dan pemerintahan lebih erat lagi bahwa terdapat praktek oligopoli yang berlangsung di sana. Beberapa kritikus berargumen bahwa dalam konteks Australia kekuatan media berkorelasi erat dengan siapa pemilik media tersebut. Media massa di Australia hanya dikuasai oleh segelintir pengusaha kaya sehingga dapat dikatakan bahwa dalam konteks kepemilikan media massa berlaku sistem yang sangat oligopoli. Oleh karen itu, tidak dapat disangkal bahwa sebanyak 12 koran terbesar di Australia 11 dari jumlah tersebut milik satu orang konglomerat Rupert Murdoch. Jadi masyarakat makin kekurangan untuk mendapatkan berita beda dari media utama.

D. SIMPULAN

Dalam konteks media massa di Australia, korelasi antara media massa terhadap politik dan pemerintahan lebih erat lagi karena praktek oligopoli yang berlangsung di Australia. Beberapa kritikus berargumen bahwa kekuatan media berkorelasi erat dengan siapa pemilik

media tersebut. Media massa di Australia hanya dikuasai oleh segelintir pengusaha kaya saja sehingga dapat dikatakan bahwa dalam konteks kepemilikan media massa berlaku sistem yang sangat oligopoli.

Oligopoli media di Australia berkembang selain karena faktor ekonomi, juga karena faktor politik. Telah diketahui bahwa untuk membentuk suatu media massa membutuhkan dana yang tidak sedikit. Setelah suatu media terbentuk, masih dibutuhkan dana yang tidak kalah besar untuk biaya-biaya produksi ketika menjalankannya. Oligopoli ini semakin berkembang karena faktor-faktor politik yang ada seperti pemberian izin membuat televisi ke beberapa perusahaan tertentu saja. Lagi pula, sebagai pemain lama raja-raja media di Australia sudah mendapatkan keamanan yang sangat sulit diganggu, baik dalam konteks ekonomi maupun dalam konteks politik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrachman Surjomihardjo.1980. *Beberapa Segi Perkembangan Sejarah Pers di Indonesia*. Jakarta: LEKNAS-LIPI.
- Atmakusumah.1981. *Kebebasan Pers dan Informasi*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan
- Arsam. 2014. *Olygopoli, Kepemilikan Media dan Kebijakan Negara*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210- 230.
- Castells, Manuel .2007. ‘Communication, Power and Counter-Power in the Network Society’. *International journal of Communication* 1: 238–66
- Engstrom, Erika .2008. Unraveling The Knot: Political Economy and Cultural Hegemony in Wedding Media. *Journal of Communication Inquiry* 32: 60-82
- Ferrante, Pamela .2010. Risk and Crisis Communication. *Journal of Professional Safety*,

June 2010

- Hidayat, Dedy. N. Gazali, Effendi, Suwandi, Harsono dan S.K Ishadi. 2000. *Pers dalam Revolusi Mei. Runtuhnya Sebuah Hegemoni*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Hall, Stuart. 1979. *Representation: Culture Representation and Signifying Practices*. London: Sage Publication
- Hamid, Zulkifli .1999, *Sistem Politik Australia* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset & LIP-FISIP-UI
- Herman, Edward S. and Chomsky Noam .1988. *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*, (US: Pantheon Books),
- Jewkes, Jvonne, 2005. *Media & Crime*. Sage Publication, London, New Delhi
- Janesch, Dean. 1984. *An Introduction to Australia Politics Second Edition: Mass Media in Australia Politics*. Melbourne: Longman Cheshire, Chapter 6.
- Luwarso, Lukas. 1999. *The Liberation of the Indonesia Press*. The Southeast Asia Media: Philippine center for Investigative Journalism& Dag Hammarskjold Foundatio
- Surjomihardjo, Abdurrachman. 1980. *Beberapa Segi Perkembangan Sejarah Pers di Indonesia*. Jakarta: LEKNAS-LIPI.
- Smith, Rodney .1993. *Politics in Australia* (Australia: Allen&Unwin Pty Ltd,)
- <https://www.cnnindonesia.com/internasional/20191021113413-113-441454/protes-pembatasan-informasi-koran-australia-dihitamkan>, diakses 12 Maret 2020
- <https://kbbi.web.id/oligopoli>, diakses 12 Maret 2020
- <https://koran.tempo.co/read/internasional/446908/pers-australia-menuntut-ekspos-rahasia-pemerintah?>, diakses 13 Maret 2020
- <https://dewanpers.or.id/berita/detail/1062/Dewan-Pers-dan-Hubungan-Luar-Negeri>, diakses 13 Maret 2020
- Oxford University Press, *The Murdoch Papers and the 1975 'dismissal' Election*. Diakses dari situs http://www.oup.com.au/orc/extra_pages/higher_education/hirst_and_patching/murdoch_papers pada tanggal 11 April 2020
- Sancoko, Herry B. *Demokrasi Australia Hanya Euphoria Digiring Media*<http://luar-negeri.kompasiana.com/2013/09/09/demokrasi-australia-hanya-euphoria-digiring-media-590951.html> diakses pada Sabtu, 29 November 2013

