

# JURNAL KOMUNIKASI

---

---

Volume 4, Nomor 2, April 2010

ISSN 1907-848X

Halaman 103 - 205

---

---

## DAFTAR ISI

### Editorial

#### **Framing Media Merekam Feminisme Indonesia**

*Pratiwi Utami*

( 103 - 118 )

#### **Sinema Independen di Yogyakarta 1999-2008: Idealisme di Tengah Krisis Infrastruktur**

*Masduki*

( 119 - 130 )

#### **Banalitas Informasi Jurnalisme Infotainment dan Dampaknya terhadap Penonton**

*Tri Hastuti Nur R dan Fajar Junaedi*

( 131 - 142 )

#### **Facebook, Silaturahmi, dan Budaya Membaca: Studi Hubungan antara Penggunaan Situs Jejaring Sosial (Facebook) dengan Budaya Silaturahmi dan Membaca di Kalangan Mahasiswa FISHUM UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta**

*Fatma Dian Pratiwi*

( 143 - 154 )

#### **Kontestasi Politik dan Rezim Demokrasi Visual di Indonesia**

*Nyarwi*

( 155 - 166 )

#### **Potret Corporate Social Responsibility (CSR) di Media**

*Abdul Rohman*

( 167 - 182 )

#### **Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu pada Suratkabar Malaysia (Studi Deskriptif Harian Sinar Harian Selangor)**

*Razie Bin Nasarruddin dan Anang Hermawan*

( 183 - 196 )

### RESENSI BUKU:

#### **Studi Manajemen Media: Dari Mana Berangkat?**

*Puji Rianto*

( 197 - 205 )

## Kontestasi Politik dan Rezim Demokrasi Visual di Indonesia

Nyarwi<sup>1</sup>

### Abstract

*Currently the visual democratic regime has been growing as a mode of Indonesian political contestations. Political party, political institution, governance, civil society, and media industries subordinated by the visual democratic regime. This article will examine and reflect that phenomenon. First, this article will examine the visual democratic regime and its impact on practical democracy in Indonesia. Second, this article elaborates the political-economic logic of democracy based on visual democratic regimes. Third, the privatization and personalization of Indonesian political performance facing the national election 2009 will be discussed. Last, this article will explain the public sphere anomaly around the contestations of political performance.*

### Keywords:

*Visual democratic regime, media industries, political party, governance and civil society*

### Pengantar

Akhir-akhir ini, ruang publik dan media kian didominasi oleh rezim visual demokrasi. Rezim visual demokrasi ini terus berkembang, baik dalam perspektif *electronic democracy, cyber democracy*, maupun *teledemocracy* (Martin Hagen, 1999). Rezim demokrasi visual ini bekerja melalui sejumlah visualisasi aktivitas demokrasi berwujud atribut dan representasi realitas politik dalam ruang publik dan media.

Apakah yang dimaksud dengan rezim demokrasi visual? Rezim demokrasi visual merupakan pola kontestasi demokrasi yang berbasis pada visualisasi *performance* aktor politik melalui berbagai gelanggang media, nonmedia, dan *new media*. Politik dalam panggung republik pada mulanya merupakan kontestasi gagasan dan ideologi politik. Namun dalam rezim demokrasi visual, arena politik telah berubah menjadi kontestasi penampilan politik. Pola ini tampak kian menjadi sebuah model baru yang menguat dalam gelanggang politik di Indonesia, baik pada level lokal maupun nasional.

Berbeda dengan model demokrasi klasik, rezim demokrasi visual tidak lagi semata-mata bertumpu pada kontestasi gagasan dan ideologi politik. Ada sejumlah indikator menguatnya rezim demokrasi visual. *Pertama*, menguatnya kesadaran dan perilaku para aktor politik dan institusi politik di mana tidak lagi menempatkan gagasan dan ideologi politik sebagai basis kontestasi, namun menempatkan *performance* politik sebagai kekuatan utama dalam merebut suara publik.

---

<sup>1</sup> Dosen pada Program Ilmu Komunikasi Politik, Departemen Ilmu Komunikasi, FISIPOL UGM, Yogyakarta.

*Kedua*, arena politik tampak kian didominasi oleh industri politik pencitraan yang terpisah atau ahistoris dengan realitas sosiologis aktor politik dan institusi politik. Pencitraan politik pada dasarnya tetap penting dalam arena demokrasi moderen, namun bukan berarti strategi pencitraan politik tersebut berjarak atau terpisah jauh dengan realitas politik yang sebenarnya dari para pelaku politik dan kinerja institusi politik.

*Ketiga*, menguatnya arena politik sebagai teater politik dan drama politik. Layaknya dunia teater, arena politik tak ubahnya panggung pertunjukan yang harus disajikan secara memukau. Pola presentasi aktor politik di sini kian bersaing dengan model presentasi para artis di sejumlah media dan panggung publik.

Pada level mikro, kita dapat menyaksikan bagaimana penguatan rezim visual demokrasi ini kian kuat di sejumlah media. *Pertama*, pada arena media luar ruang. Di berbagai tempat di Indonesia, tampak semakin banyak pula atribut partai politik dipasang di jalan, mulai dari spanduk, bendera, sampai poster ukuran mini hingga raksasa. Berbagai atribut tersebut dipasang di segala penjuru, mulai dari dinding terowongan jalan bawah tanah, pagar pembatas jalan protokol, hingga tiang listrik (*Kompas*, 22 Desember 2008).

*Kedua*, pada sejumlah media cetak nasional dan media-media lokal, visualisasi demokrasi tampak melalui bentuk dominasi pemberitaan dan iklan kandidat partai maupun para kandidat capres/cawapres. Hal tersebut bisa saja wajar dan akan bernilai positif, jika para kandidat dan parpol mampu mengkomunikasikan program dan kinerjanya secara akuntabel, jujur, dan tidak manipulatif. Sebagai medium untuk pengenalan dan promosi kandidat dan parpol, hal ini tentu sah-sah saja dilakukan. Namun di sini potensi manipulasi pesan politik tentu cukup rawan dan perlu diperhatikan lebih serius.

*Ketiga*, pada sejumlah media penyiaran televisi, visualisasi demokrasi tampak melalui sejumlah iklan politik, program debat kandidat/uji kandidat, parodi politik dan sejumlah program lainnya. Sekilas, program-program ini sangat menarik, memiliki fungsi pendidikan politik, dan menghibur. Namun di sisi lain, program ini memiliki banyak keterbatasan terkait dengan dominasi mekanisme rezim visual dalam dunia televisi. Program ditayangkan sesuai dengan rutinitas kerja *programming* televisi dengan *rundown* acara yang begitu ketat. Semuanya disajikan dengan logika "panggung hiburan" semata dan tentu saja harus mengejar "profit". Sekali lagi, ada kecenderungan kuat di mana publik di sini hanya sekadar sebagai penonton yang pasif.

*Keempat*, pada arena *new media*, saat ini sejumlah kandidat, dan parpol terus menampilkan dirinya melalui medium internet, dengan membangun situs/*website*, blog, dan sejumlah format komunikasi lainnya di dunia maya. Presentasi parpol dan kandidat juga semakin diwarnai dengan arus persaingan tradisi visual. Menarik tidaknya sebuah situs atau blog seringkali bukan karena kualitas isinya namun karena *performance* yang disajikannya.

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi memang menjadi arena penting dalam proses demokrasi di Indonesia. Berbagai jenis media menjadi gelanggang baru berlangsungnya aktivitas politik. Secara normatif, ruang publik dalam berdemokrasi kian luas. Kendati demikian, kondisi ini tidak serta merta melahirkan

ruang partisipasi demokrasi yang mampu memberikan energi politik bagi perbaikan kenegaraan.

Yang terjadi, gelanggang baru demokrasi yang disediakan oleh perkembangan teknologi komunikasi dan informasi justru menjadi instrumen baru bagi menguatnya rezim demokrasi visual. Rezim ini menawarkan daya tarik luar biasa bagi pilar-pilar demokrasi di Indonesia. Parpol, *civil society*, dan media sendiri tampak tak berdaya di tengah menguatnya rezim demokrasi visual.

### **Logika Ekonomi-Politik Mengendalikan Demokrasi**

Ketika logika ekonomi-politik kian mendominasi sistem demokrasi, maka kontestasi pengaruh politik tampak kian bergeser dari arena pesan/gagasan politik, ke arah kontestasi *performance* politik. Rezim demokrasi visual di sini lahir dan terus menguat di tengah pertarungan logika ekonomi-politik demokrasi. Panggung politik dikendalikan oleh logika ekonomi-politik industri media dan kiprah modal yang bekerja di balik para politisi maupun institusi politik.

Pada mulanya rezim demokrasi visual ini tumbuh dengan memanfaatkan perkembangan *popular culture*, *mass culture*, dan media massa. Kebudayaan visual yang ditawarkan oleh mereka ini pun kemudian semakin melembaga dalam kesadaran publik. Dampaknya, demokrasi tidak lagi sekadar arena debat dalam merumuskan berbagai kebijakan publik. Sadar atau tidak, demokrasi kini cenderung dimaknai sebagai arena presentasi dan kontes untuk meningkatkan pengaruh pada publik.

Logika ekonomi-politik kemudian bekerja di balik proses ini. Demokrasi, tidak lagi sekadar kontes kepentingan antar entitas politik untuk mewujudkan tatanan kolektif dalam mencapai kesejahteraan dan kemakmuran bersama. Namun demokrasi telah menjadi arena pertarungan untuk memenangkan kepentingan. Di titik ini, besar kemungkinan entitas politik yang kuat akan mendominasi entitas politik lainnya.

Kekuatan ekonomi-politik pada akhirnya bermain di balik entitas-entitas politik yang menjadi aktor dalam demokrasi tersebut. Atas nama liberalisasi politik yang menjadi nilai unggul dalam demokrasi, berbagai tujuan dan substansi demokrasi terus terpinggirkan. Anis Baswedan (2009) berpendapat bahwa demokratisasi bukan sekadar liberalisasi partai politik. Namun karena salah satu simbol paling nyata dari otoritarianisme Orde Baru adalah restriksi partai, liberalisasi menjadi simbol utama dan penting dari demokratisasi.

Anis Baswedan (2009) berpendapat bahwa demokratisasi di Indonesia ekuivalen dengan liberalisasi partai. Konsekuensinya, ada ledakan jumlah partai. Awalnya, ledakan ini diduga cermin variasi aspirasi publik dan polarisasi politik rakyat. Dalam Pemilu 1999 dan 2004 dugaan itu terbukti keliru: partai yang mendapatkan suara di atas 1,0 persen bisa dihitung dengan jari. Jumlah partai adalah cermin polarisasi elite, bukan polarisasi politik rakyat. Kesenjangan antara elite politik dan rakyat ini bisa bermasalah bila liberalisasi tidak diiringi dengan pemilu bebas karena pemilu melegitimasi atau mendelegitimasi partai. Gerakan dan partai yang lantang bisa langsung ludes ketika terbukti minim dukungan pada pemilu.

Melalui pemilu, rakyat terlibat secara bebas dan langsung dalam menentukan konstelasi politik. Demokratisasi memang menawarkan metode dalam

mengartikulasikan aspirasi dan mengelola pemerintahan. Dalam demokrasi, rakyat memastikan bahwa partai dan politisi yang didukungnya bisa mendapatkan tempat di arena politik dan rakyat menuntut mereka untuk dapat menunaikan peran negara dengan baik.

Peran serta publik dalam beberapa *event* pemilu tampaknya tidak dengan serta merta berlangsung di atas interaksi gagasan dan ideologi politik. Lebih dari itu, ada kecenderungan kuat bahwa publik hanya dianggap sebagai penonton dari keseluruhan *performance* politik yang disajikan oleh para elite politik dan institusi politik, baik melalui arena media maupun non-media. Arena politik kian direduksi menjadi ajang kontes *performance* politik.

Padahal, demokrasi merupakan sistem politik yang mendudukan rakyat sebagai subjek. Demokrasi selalui bertitik tolak dari rakyat, oleh rakyat dan untuk rakyat. Namun, ternyata kini pengertian itu mengalami distorsi. "Rakyat" sebagai kata kunci, telah berganti menjadi "uang", sehingga bunyinya: dari uang, oleh uang, dan untuk uang. Maka menurut Indra Tranggono (2009), demokrasi yang terbangun pun adalah "demokrasi uang". Artinya, seluruh mekanisme demokrasi ditentukan, dikendalikan, dan digerakkan oleh kekuatan uang (baca: kekuatan kapital). Lalu, di manakah posisi rakyat sebagai pemilik sah kedaulatan?

Mengacu pada pendapat Indra Tranggono (2009), demokrasi uang tidak memberi ruang bagi rakyat. Ia memosisikan peran politik aktor-aktor kekuasaan negara—baik di level legislatif, eksekutif, maupun yudikatif—tidak memiliki relasi dengan rakyat melainkan berelasi dengan modal. Ini terjadi, karena mekanisme yang berlangsung adalah "jual beli" posisi atau peran politik. Sementara demokrasi yang terselenggara dalam mekanisme pemilihan, tidak lebih dari sekadar simbol yang menjadi tabir transaksi. Seorang calon legislatif, misalnya, harus menyetor uang ke parpol dan membuang puluhan bahkan ratusan juta untuk biaya kampanyenya guna menjadi anggota legislatif. Otomatis komitmennya bukan kepada rakyat pemilih, melainkan kepada dirinya sendiri dan partai yang mengusungnya. Orientasi kepada diri sendiri terkait dengan upaya untuk "balik modal" dan meraup keuntungan, sedangkan orientasi kepada partai terkait dengan posisinya sebagai bagian dari mesin uang partai.

Tesis Tranggono tampaknya tidak keliru. Ketika kekuatan kapital menjadi hegemoni, maka seluruh mekanisme politik yang terjadi cenderung menjadi bentuk-bentuk kapitalisasi peran dan fungsi aktor-aktor kekuasaan. Dan kapitalisasi itu selalu berlogika uang. Nada dasar ideologisnya juga uang. Karena uang menjadi orientasi paripurna, maka pendulum politik nasional pun lebih condong ke pragmatisme politik. Politik dipahami sebagai cara praktis untuk mendapatkan perolehan hasil uang yang sebesar-besarnya. Maka politik pun dieksploitasi. Dan salah satu wujud eksploitasi itu adalah korupsi, baik berupa korupsi uang maupun tindakan manipulatif yang terkait dengan regulasi. Inilah salah satu bahaya demokrasi uang.

Di sini kian tampak bahwa ada kecenderungan yang makin menguat ketika logika ekonomi-politik kian mendominasi politik representasi, dan *performance* politik dari para politisi dan institusi politik. Logika ekonomi-politik juga mengkonstruksi rakyat sebagai arena transaksi politik. Arena politik tidak lagi berbasis pada *res publica*

dan interaksi ide-ide kebangsaan dan kenegaraan, namun telah tereduksi menjadi arena "transaksi pasar legitimasi" suara publik.

### **Privatisasi dan Personalisasi Politik**

Selain menguatnya logika ekonomi-politik, salah satu tren yang kian fenomenal dari demokrasi di Indonesia adalah kecenderungan privatisasi dan personalisasi politik. Kita dapat melihat bagaimana kiprah sejumlah keluarga politisi nasional yang menjadi caleg di partai masing-masing. Bahkan muncul kecenderungan kuat sejumlah anak dan anggota keluarga politisi nasional dari zaman Orde Lama, Orde Baru, serta Pasca Reformasi diorbitkan untuk tampil sebagai calon pemimpin nasional. Fenomena ini semakin menunjukkan bahwa pasca Orde Baru, pembiakan dinasti politik kian subur dalam gelanggang politik Indonesia (Nyarwi, 2009).

Privatisasi politik berlangsung di balik dominasi dinasti politik di lingkungan partai. Personalisasi politik berlangsung dan mereduksi posisi partai politik. Personalisasi politik di sini juga mengkonstruksi pola pikiran dan budaya politik di lingkungan aktor politik dan institusi politik. Sehingga, pada akhirnya rakyat tidak lagi ditempatkan sebagai subjek dan konstituen politik dengan kepemilikan saham yang sama dalam politik. Kini rakyat cenderung menjadi anonim. Tampaknya para aktor dan institusi politik memiliki komitmen yang semakin lemah terhadap publik (Lukmantoro, 2009).

Di sini tampak ada beberapa alasan penting akan bahaya belenggu "sistem dinasti" terhadap sistem politik Indonesia. *Pertama*, dominasi dan belenggu dinasti politik di Indonesia akan menumpulkan fungsi sistem politik sebagai mekanisme demokratis dalam mengawal kepentingan publik. Dalam sistem politik, parpol diciptakan sebagai institusi politik modern yang diharapkan menjadi panggung terbuka bagi proses rekrutmen politik, penyerapan aspirasi politik, dan menyatunya kepentingan publik. Adanya dominasi dinasti politik dalam jangka panjang dapat dipastikan akan semakin mengerdilkan sistem politik. Sebab, sirkulasi elite dan kepemimpinan—yang mestinya bersifat terbuka—makin tertutup oleh dominasi kepentingan dinasti politik.

*Kedua*, dominasi dan belenggu dinasti politik akan menyeret sistem politik dan partai politik ke arah "*personalisasi dan privatisasi kepentingan politik*". Dalam sistem demokrasi kesejahteraan, arena politik merupakan arena yang terbuka. Adanya dominasi dinasti politik membuat "*personalisasi dan privatisasi kepentingan politik*" akan terus menerus terakumulasi pada keluarga sang dinasti tersebut. Hal ini tak lain karena keluarga dinasti akan terus dianggap (mengganggap dirinya) sebagai pemilih saham politik mayoritas di parpol tersebut. Hal ini tentu berbahaya. Sebab, sumber daya ekonomi-politik yang diperjuangkan, diperoleh dan dikelola oleh parpol pada akhirnya diprivatisasi oleh masing-masing keluarga. Padahal, sumber daya itu mestinya ditujukan untuk kepentingan publik. Personalisasi politik pun kemudian terus direproduksi untuk melanggengkan legitimasi masing-masing dinasti.

*Ketiga*, menguatnya dominasi dan belenggu dinasti politik akan semakin membusukkan budaya politik dan etika publik. Bagaimana tidak, adanya proses rekrutmen elite yang cenderung tertutup, dominasi penggunaan akses sumber daya

ekonomi-politik, dan hasrat akumulasi kekuasaan selama beberapa fase generasi menjadikan arena politik semata-mata sebagai gelanggang perebutan aset publik. Dunia politik akan kian runyam karena politik semata-mata dilihat sebagai perebutan sumber daya ekonomi negara, tanpa disertai dedikasi yang luar biasa untuk mengelola sumber daya tersebut bagi kesejahteraan rakyat.

*Keempat*, menguatnya dominasi dan belenggu dinasti politik ini dapat dipastikan merusak efektivitas kinerja sistem politik. Mengapa? Karena institusi politik dan sistem politik dihuni oleh para elite dengan mental ingin dilayani, bukan melayani. Padahal arena dan sistem politik dimaksudkan untuk melahirkan pelayanan publik dan kebijakan yang benar-benar mengedepankan kepentingan publik.

Hanta Yuda AR (2009) berpendapat bahwa fenomena kronisme dan nepotisme tidak akan mampu memberikan perubahan politik berarti. Menguatnya kecenderungan para petinggi partai dalam menempatkan keluarganya pada posisi strategis dalam daftar calon anggota legislatif (caleg) di DPR RI dan DPRD pada Pemilu 2009 justru akan menguatkan "dinastitokrasi" dan oligarkhi politik.

Privatisasi politik dan personalisasi politik di sini juga kian menempatkan arena politik sebagai objektivikasi ego dari para politisi. Bahkan partai politik di sini juga tertundukkan oleh ego dari para politisi. Menguatnya ego para politisi di sini bahkan menggiring pola marketing politik yang mereka lakukan melalui arena media dan non-media.

Suko Widodo (2008) memberikan analisis menarik terkait dengan cara politisi dan tim suksesnya melakukan marketing politik. Melalui iklan, baik di media massa maupun di media luar ruang (baliho dan spanduk), mereka lebih menawarkan dirinya (ego) ketimbang menawarkan program yang dipikirkannya bagi kepentingan rakyat. Menurutnya, para caleg beriklan lebih disebabkan harapan berlebuhnya bahwa dirinya menjadi sosok berpengaruh. Padahal, justru publiklah yang bakal memengaruhi caleg itu dipilih atau tidak. Bahkan Suko Widodo (2008) berpendapat bahwa fenomena iklan politik sekarang ini mengesankan caleg memaksa publik untuk melihat atau mendengar, serta mengikuti anjuran dirinya.

Pendapat yang serupa juga disampaikan oleh M. Alfian Alfian (2009). Menurutnya iklan-iklan partai di televisi dan media cetak hanya memperkuat merek politik para caleg. Persaingan simbolik (baik simbol agama maupun non-agama) dan mengemukanya berbagai jargon dan tema kampanye, tersembul ke dalam berbagai media dan ruang publik. Modal minimal para caleg "*demokrasi pilihlah aku*" untuk merebut publik adalah stiker dan spanduk. Ekspresi ketatnya kompetisi politik terpancar dari ribuan wajah caleg plus *vote-getter* masing-masing, terpampang di aneka stiker dan spanduk yang tersebar di mana-mana. Pemandangan ini amat berbeda dengan jalan-jalan Indonesia pada 1955 dan kampanye pada enam kali pemilu Orde Baru serta dua pemilu era reformasi (Alfian, 2009).

Alfian melihat bahwa tren "*demokrasi pilihlah aku*" memiliki sejumlah konsekuensi. Persaingan antar individu caleg, bahkan dalam masing-masing partai politik, amat ketat. Masing-masing berebut simpati untuk saling mengungguli. Siapa yang paling aktif mengampanyekan diri (tampil *ngepop*), merekalah yang berpeluang lebih besar daripada yang pasif. Diperlukan banyak modal, khususnya finansial, untuk

mendongkrak citra, terutama bagi yang kadar popularitasnya rendah. Pendekatan pragmatis akan banyak digunakan, sepaket dengan politik uang (*money politics*).

Fenomena privatitasi dan personalisasi politik menjadikan suara publik dalam demokrasi kian tak berdaya. Suara publik tereduksi dan diambil alih oleh kekuatan politik yang berbasis elektoral, tanpa pertanggungjawaban publik. Akuntabilitas suara publik tidak pernah berlangsung. Yang terjadi justru suara publik hanya menjadi titik tumpu piramida politik yang diduduki oleh para kroni politik berbasis nepotisme.

### **Menguatnya Anomali Ruang Publik**

Rezim demokrasi visual ini kian menguat seiring dengan adanya berbagai anomali ruang publik. Sebab, ruang publik dan media dalam proses demokrasi didominasi oleh rezim demokrasi visual. Jika kita perhatikan, saat ini rezim visual mewujud dalam empat hal. Padahal, keberadaan ruang publik (*public sphere*) dan media sangat penting bagi perkembangan demokrasi.

Konsepsi *public sphere* pertama kali diperkenalkan oleh Habermas dalam *Structural Transformations of the Public Sphere* (1989). Menurut Habermas (1989) secara ideal dalam *public sphere* masing-masing individu memiliki akses yang sama untuk berkomunikasi. Tidak ada batasan dari negara dan melalui proses permufakatan (*deliberative*), memiliki kapasitas untuk membangun konsensus, serta mampu melakukan kontrol atas agenda dan keputusan-keputusan pemerintah dalam kurun waktu tertentu.

Dominasi rezim visual memang merupakan hal yang tak terelakkan seiring menguatnya budaya visual (*visual culture*) dalam kehidupan masyarakat kita. Kendati demikian, bukan berarti dengan adanya dominasi rezim visual ini substansi dari demokrasi semakin terabaikan/terpinggirkan. Parpol dan kandidat serta para komunikator politik bisa saja dapat memanfaatkan *public sphere* dan media secara baik. Namun jika tidak hati-hati, ruang publik dan media kita setiap menjelang pemilu akan semakin dipenuhi dengan sampah-sampah iklan maupun hiburan politik yang jauh dari etika dan estetika.

Anomali ruang publik ini disinyalir kuat oleh Agus Sudibyo (2009). Mengutip McChesney, Sudibyo menyatakan bahwa ruang publik sebagai potensi demokratis media akan tenggelam saat rasionalitas birokrasi atau rasionalitas modal mendominasi fungsi, sistem kerja, dan orientasi produksi media. Menurutnya, reformasi sistem media nasional selama satu dekade terakhir tidak otomatis membuat praktik produksi, orientasi, dan kecenderungan politik media kian didasarkan pada prinsip-prinsip keutamaan publik. Reformasi itu juga belum berujung pada lahirnya ruang publik ideal yang relatif otonom dari dominasi rasionalitas modal maupun birokrasi dan mampu menggerakkan diskursus sosial yang berkualitas, deliberatif, dan mempunyai signifikansi bagi nilai kewargaan.

Bahkan reformasi sistem media belakangan mengalami anomali. Praktik bermedia dan perubahan kebijakan media kian menunjukkan gejala rekolonialisasi ranah media oleh imperatif-imperatif ekonomi atau birokrasi. Terutama pada media penyiaran, subsistem rasionalitas ekonomi pasar dan subsistem administratif negara



secara sistemik mendeterminasi hampir semua aspek media: perizinan, permodalan, orientasi produksi, distribusi, dan relasi dengan masyarakat (Sudiby, 2009).

Menurut Agus Sudiby, ada dua arus besar yang kian menguat di tengah dinamika kebebasan media. Matra komodifikasi tanpa batas tampak kian berlaku di media, terutama televisi, semua hal praktis diperlakukan sebagai komoditas. Tanpa peduli yang esensial maupun yang artifisial, yang *sacred* maupun profan, semua disajikan berdasarkan psikologi budaya populer. Di layar televisi, wilayah dunia kehidupan, budaya, seni, moralitas, bahkan agama, harus tunduk pada mekanisme pencitraan yang berorientasi pada tampilan serba populer, dramatis, dan sensasional.

Menurutnya, ada kecenderungan kuat di mana ruang media pertama-tama adalah ruang komersial, bukan ruang publik yang selalu menuntut kelayakan. Namun, rekomersialisasi ruang media ini mendapatkan legitimasi hukum. PP Penyiaran Nomor 49, 50, 51, 52 Tahun 2005 sebagai ketentuan pelaksana UU Penyiaran mengarahkan penyiaran Indonesia menuju sistem yang hampir sepenuhnya komersial. Regulasi kepemilikan media, permodalan, jaringan media, perizinan, dan isi siaran amat berpihak pada kepentingan penyiaran komersial. Tak terlihat lagi orientasi pelemagaan sistem penyiaran yang berpihak pada kepentingan berbasis komunitas atau publik, yang mengakomodasi pengembangan potensi lokal.

Reorganisasi rasionalitas modal dan rasionalitas birokrasi inilah kendala utama bagi upaya pengembalian karakter media sebagai institusi sosial saat ini. Praktik bermedia lebih ditentukan matra komodifikasi dan pengendalian, bukan matra pemberdayaan. Jika tren ini terus berlanjut, pembentukan watak kultural masyarakat melalui media kian tidak ditentukan oleh prinsip kewargaan, melainkan dominasi sistem ekonomi dan politik.

Anomali ruang publik juga ditandai dengan semakin menjauhnya media sebagai arena interaksi gagasan publik. Sebaliknya, media justru menjadi arena bagi siapapun yang memiliki modal popularitas, modal ekonomi dan modal politik. Presentasi gagasan politik melalui media seringkali dilihat bukan hal yang terpenting. Namun *performance* politik yang memiliki kekuatan pencitraan justru dianggap sebagai sesuatu yang lebih dominan. Anehnya, kesadaran publik pun seringkali berjalan di atas logika tersebut. Kesan dipandang lebih penting dibandingkan gagasan.

Anomali ruang publik di sini juga sejalan dengan kecenderungan tirani demokrasi. Boni Hargens (2009) berpendapat bahwa untuk konteks Indonesia, tirani demokrasi muncul dalam dua bentuk, yakni tirani legitimasi dan tirani popularitas. Tirani legitimasi mengacu pada sikap politik "kebal kritik" yang dipamerkan pemerintah atau wakil rakyat yang dipilih secara langsung. Sebagai implikasi, proses politik berlangsung secara monolitik. Selanjutnya, tirani popularitas mengacu pada penekanan berlebihan pada aspek citra sehingga kinerja dinomorsekiankan. Popularitas diutamakan sedemikian rupa sehingga implementasi politik hanyalah sebuah aksi tebar pesona. Indikasi lain tirani popularitas adalah ramainya para selebriti masuk dunia politik. Bahkan, pelaku politik yang tak dikenal pun sibuk memopulerkan diri (Hargens, 2009).

Menurutnya, ketika citra dijadikan tujuan, seluruh nilai luhur politik dikesampingkan dengan sendirinya. Integritas dan kualitas pun tak lagi diperhatikan demi sebuah popularitas. *Politics as popularity contest*, politik sekadar kontes popularitas, tulis Elie Friedman dari Netanya Academic College di Jerusalem Post (3/12/2008). Friedman selaras dengan Ken Black, seorang kolumnis di harian *Times-Republican* di Iowa, AS. Ada kecenderungan kuat bahwa arena politik merupakan peluang bagi siapa yang paling populer.

Menguatnya rezim demokrasi visual tumbuh seiring dengan menguatnya tirani demokrasi. Hal ini memperkuat konsep tirani demokrasi karena pada dirinya, prinsip demokrasi mengandung dilema. Anomali ini tentu semakin menjauhkan ruang publik sebagai arena pertukaran ide dan gagasan politik publik. Padahal W. Lance Bennett dan Robert M. Entman (2001) menegaskan pentingnya *public sphere* yang mampu menjadi arena pertukaran ide dan perasaan publik. Sementara itu, menurut John B. Thomson (2000), konsep ruang publik pada umumnya digunakan untuk merujuk pada diskursus dan debat umum. Dalam diskursus ini, setiap individu bisa mendiskusikan isu-isu yang menjadi perhatian bersama. Ruang publik pada umumnya dilawankan dengan ruang privat dalam hubungan personal dan aktivitas ekonomi yang sudah diswastakan.

David Croteau dan William Hoynes (2001) berpendapat bahwa saat ini ada dua arus kuat kecenderungan praktik komunikasi politik yang berkembang, yaitu adanya tren yang mengarah pada *Market Model* dan *Public Sphere Model*. Kedua model tersebut memiliki logika masing-masing dalam memandang, mendefinisikan, dan merepresentasikan realitas politik dan publik. Logika masing-masing model inilah yang kemudian berinteraksi, melakukan kontestasi dan negosiasi di dalam *public sphere*.

Ada kecenderungan kuat bahwa *Market Model* inilah yang berjaya mengendalikan *public sphere* dan media dalam praktik komunikasi politik. Dan, rezim visual yang berkembang melalui berbagai medium tersebut merupakan konsekuensi dari dominasi *Market Model* ini. Media, aktor politik, institusi politik dan rezim pemerintahan tampak kian tergiring pada rezim demokrasi visual. Presentasi visual mereka dipandang lebih penting dibandingkan ruang interaksi yang mereka lakukan terhadap publik. *Performance* politik dilihat sebagai segala-galanya dibandingkan interaksi politik. Dan juga transaksi politik dipandang sebagai kekuatan yang jauh lebih menentukan dibandingkan kontrak politik.

### **Memperkuat *Well-Informed Citizens***

Untuk menyikapi dominasi rezim demokrasi visual saat ini, hal yang terpenting adalah bagaimana menggerakkan kembali kecerdasan elite dan publik. Hal ini tentu saja tidak mudah. Institusi *civil society* dan institusi politik mestinya mampu melakukan pendidikan politik pada berbagai lapisan struktural masyarakat, sehingga publik menjadi cerdas dalam berpolitik. Publik memiliki hak untuk menjadi pemilih dan warga negara yang cerdas.

Individu yang memiliki informasi lebih (*more informed citizens*) menurut Michael X. Delli Carpini (1999) akan lebih mampu mengidentifikasi dirinya dengan partai politik—yang sesuai dengan keyakinannya, memiliki kecenderungan memilih kandidat yang memiliki kebijakan yang bersifat konsisten sesuai dengan pandangannya.

Selain itu, individu yang memiliki informasi moderat (*moderately-informed*) cenderung mampu membuat keputusan yang efektif dan rasional. Dalam hal ini, setiap individu diposisikan sebagai “*cognitive misers*” yang berpotensi mampu bertindak efisien, rasional—di tengah berbagai keterbatasannya dalam memperoleh informasi politik, dan kurangnya daya dukung untuk aktif dalam politik (Carpini, 1999).

Berdasarkan model *information processing*—atau yang lebih dikenal dengan “*impression driven*” atau juga “*on-line model*”, setiap individu memiliki kemampuan untuk melakukan evaluasi terhadap informasi politik, menyimpan informasi politik dalam ingatan, dan melupakan peristiwa politik yang tidak relevan dengan proses evaluasi politik. Individu juga memiliki potensi untuk menyimpan memori dalam jangka pendek (*short-term memory*) terkait dengan orang, kelompok-kelompok sosial, dan isu-isu politik (Carpini, 1999).

Lodge, McGraw, dan Stroh (1989) berpendapat bahwa dalam masyarakat modern akhir-akhir ini selalu melakukan proses secara online (*online processors*) terhadap semua informasi politik. Redlawsk (2002), serta Lodge dan Taber (2006) juga berpendapat bahwa para pemilih cenderung termotivasi untuk terus melakukan evaluasi. Marcus (et. al., 2000) juga berpendapat bahwa publik memiliki sistem emosi yang beroperasi secara independen dan mungkin juga melakukan perlawanan di dalam kesadaran kognitif mereka (dalam Redlawsk, 2007).

Menurut David P. Redlawsk, publik yang cerdas di dalam demokrasi elektoral terus melakukan proses mengenali berbagai hal melalui sejumlah evaluasi dari waktu ke waktu dan bertemu dengan informasi melalui arena kampanye politik. Publik di sini kemudian selalu mempertimbangkan informasi baru dengan semua informasi yang telah mereka peroleh, yang mereka kumpulkan, dan yang telah mereka evaluasi. Keberadaan isu-isu politik dalam hal ini seringkali berpengaruh dan kadangkala juga tidak berpengaruh (Redlawsk, 2007).

Kecerdasan politik publik ini kian diperlukan di tengah menguatnya rezim demokrasi visual. Elite yang cerdas akan mampu melakukan praktik komunikasi politik dengan mengedepankan substansi pesan-pesan politik yang bermakna bagi penguatan kualitas demokrasi di Indonesia. Sedangkan publik yang aktif dan cerdas akan mampu menjadi *well-informed voter*. Elite dan publik yang seperti ini jelas perlu didukung oleh tradisi penggunaan media dan akses media yang memiliki kualitas dan *performance* memadai dalam demokrasi.

Bagi elite, dominasi rezim demokrasi visual tidak akan dengan mudah menggiring mereka dalam penyajian pesan yang dangkal, tidak bermutu, manipulatif, bahkan penuh dengan sampah. Bagi publik, dominasi rezim visual demokrasi juga tidak akan dengan mudah menjadikan mereka sebagai publik yang bodoh dan gampang tertipu. Selain melalui regulasi pemilu dan media yang ada saat ini, tentu dibutuhkan pula kesadaran parpol, kandidat, para konsultan politik, dan para praktisi media. Mereka mesti memahami arti penting keberadaan elite dan publik yang cerdas dalam menjalankan komunikasi politiknya.

## Daftar Pustaka

- Alfian, M Alfian. "Demokrasi Pilihlah Aku". *KOMPAS* edisi Senin, 12 Januari 2009.
- Baswedan, Anies. "Masa Depan Demokrasi". *KOMPAS* edisi Senin, 9 Februari 2009.
- Bennett, W. Lance dan Robert M. Entman. 2001. *Mediated Politics: Communications in the Future of Democracy*. London: Cambridge University Press.
- Carpini, Michael X. Delli. *In Search of the Informed Citizen: What Americans Know About Politics and Why It Matters*. Paper dipresentasikan dalam seminar "The Conference of Civic Life", Middle Tennessee State University, Murfreesbo and Nashville, Tennessee. 12-13 November 1999.
- Croteau, David and William Hoynes. 2006. *The Business of Media: Corporate Media and The Public Interest*. London: Thousand Oaks.
- Hargens, Boni. "Tirani Ganda Demokrasi". *KOMPAS* edisi Rabu, 7 Januari 2009.
- Lukmantoro, Triyono. "Politik Tanpa Wajah". *KOMPAS* edisi Rabu, 25 Februari 2009.
- Nyarwi, Ahmad. "Dinasti Politik Membusukkan Pemilu". *Jawa Pos* edisi Senin, 19 Januari 2009.
- Redlawsk, David P. *Understanding Vs Prediction in Candidate Evaluation*. Makalah dipresentasikan dalam "The General Conference of The European Consortium for Political Research", Pisa, Italia. 6-8, September, 2007.
- Sudiby, Agus. "Anomali Ruang Publik Media". *KOMPAS* edisi Senin, 9 Februari 2009.
- Tranggono, Indra. "Demokrasi Uang". *Kedaulatan Rakyat* edisi Senin, 12 Januari 2009.
- Widodo, Suko. "Kecenderungan Narsisme Iklan Politik". *Jawa Pos* edisi Selasa, 09 Desember 2008.

