

Hegemoni media televisi dalam membentuk figur capres

Raihani Salma Ahsani
Universitas Negeri Yogyakarta, Indonesia
raihanisalma.2022@student.uny.ac.id

Abstrak

Televisi merupakan bentuk dari salah satu media massa yang dalam hal ini mempunyai pengaruh yang paling besar terhadap pembentukan opini publik. Teori ekonomi politik termasuk yang menggunakan pendekatan kritis, terutama berfokus tentang kaitannya antar struktur ekonomi, proses produksi media, dan pandangan konten media. Fokus penelitian ini mempunyai implikasi terhadap penelitian berfokus pada kepemilikan media dan struktur kendali serta fungsi kekuatan pasar media. Teori ekonomi politik media McQuail menyatakan bahwa kepemilikan media berdampak negatif pada masyarakat. Dari sudut pandang politik dan ekonomi, media tidak bisa dipisahkan dari kepentingan kapitalis, negara, dan kelompok lainnya. Media berfungsi sebagai alat untuk mengendalikan masyarakat dan menciptakan dominasi ideologi tertentu. Terdapat kekhawatiran bahwa monopoli atau penguasaan media oleh segelintir pemilik dapat mengancam kebebasan pers dan kebebasan masyarakat umum untuk memilih dan mengakses informasi sesuai kebutuhan mereka. Dari sudut pandang demokrasi, televisi adalah salah satu media pendukung. Televisi dapat menyajikan informasi politik yang dapat digunakan masyarakat dalam mengambil keputusan politik. Ekonomi politik berkembang sebagai tanggapan terhadap akselerasi kapitalisme. Kepuasan audiens dengan Penggunaan media mempengaruhi pada pembentukan modal. Dimmick dan Rothenbuhler (1984) berpendapat bahwa mengenai hal tersebut media mempunyai tiga sumber kehidupan yaitu konten, modal dan khalayak. Jika kontennya menarik, pemirsa akan terus memilih saluran TV tertentu untuk ditonton. TV menunjukkan bahwa kemajuan teknologi media masyarakat tidak mengetahui mengenai batas ruang dan waktu. Dalam arti sempit, Moskow mengatakan bahwa ekonomi politik adalah penelitian tentang hubungan sosial, terutama hubungan kekuatan yang saling menguntungkan antara distribusi, konsumsi, dan sumber produksi. yang berkaitan termasuk dengan sumber komunikasi. Konten atau Media Konten merupakan barang yang dapat dijual di pasar, dan informasi yang disebarkan didasarkan pada apa yang ada di pasar saat ini.

Kata kunci: pemilik modal, televisi, ekonomi politik media

Abstract

Television is a form of mass media which in this case has the greatest influence on the formation of public opinion. Political economy theory includes those that use a critical approach, mainly focusing on the relationship between economic structure, the process of media production, and the view of media content. The focus of this research has implications for research focusing on media ownership and the control structure and function of media market forces. McQuail's media political economy theory states that media ownership has a negative impact on society. From a political and economic point of view, the media cannot be separated from the interests of capitalists, the state, and other groups. The media serves as a tool to control society and create the dominance of certain ideologies. There are concerns that monopoly or control of the media by a few owners could threaten press freedom and the freedom of the general public to choose and access information according to their needs. From the point of view of democracy, television is one of the supporting media. Television can present political information that can be used by the public in making political decisions. Political economy developed in response to the acceleration of capitalism. Audience satisfaction with media use affects capital formation. Dimmick and Rothenbuhler (1984) argue that in this regard, the media has three sources of life, namely content, capital and audience. If the content is interesting, viewers will continue to choose a specific TV channel to watch. TV shows that the advancement of media technology does not know about the limits of space and time. In a narrow sense, Moskow says that political economy is the study of social relations, especially the mutually beneficial power relations between distribution, consumption, and sources of production. related to communication sources. Content or Media Content is an item that can be sold in the market, and the information disseminated is based on what is currently in the market.

Keywords: capital owners, television, media political economy

A. Pendahuluan

Tahun 2024 di depan mata bukan sekadar momentum pemilihan presiden semata. Kehadiran pemilu serentak untuk beberapa kepala daerah, DPR, dan presiden menjadikan tahun ini sebagai panggung penting bagi demokrasi Indonesia. Namun, sorotan utama jatuh pada perebutan kursi kepresidenan. Sejak awal tahun, atmosfer persaingan politik telah terasa, dan para calon potensial mulai muncul dalam lembaga survei nasional.

Agustus 2023 menyajikan tiga nama yang mendominasi sorotan media sebagai bakal calon presiden: Prabowo Subianto, Ganjar Pranowo, dan Anies Baswedan (www.cnbcindonesia.com, 2023). Tiga tokoh ini telah disiapkan jauh-jauh hari oleh partai politik, dan media menjadi salah satu kekuatan utama dalam membesarkan citra mereka. Setiap hari, media hampir tak pernah absen membahas atau memberikan porsi besar pada nama-nama ini, menjadikan ingatan publik tertanam erat pada ketiga figur ini. Namun, peran media tidak bisa dipandang sebelah mata. Industri media di Indonesia, terutama dalam era digital, menjadi salah satu sektor paling berpotensi dan dominan. Dengan jumlah netizen yang mencapai jutaan, media memiliki daya pengaruh yang signifikan. Namun, fenomena yang mengkhawatirkan adalah dominasi kepemilikan media oleh sejumlah individu atau perusahaan tertentu.

Penelitian dari Ross Tapsell (2019) menunjukkan bahwa beberapa perusahaan besar media nasional dikendalikan oleh sejumlah tangan yang sama. Hary Tanoesoedibjo melalui Global Media Com mengendalikan MNC, Global, RCTI, dan Liputan6. Sementara Jacob Oetama dari Kompas Gramedia memiliki Kompas TV, Kompas, dan Tribunews. Fenomena ini menggambarkan konsentrasi kekuatan besar dalam industri media nasional, yang berpotensi memunculkan hegemoni dalam penyebaran konten.

Hegemoni ini menciptakan ketakutan akan terjadinya pemusatan konten yang diproduksi oleh media. Di balik layar, kepentingan perusahaan menjadi penentu utama dalam pembuatan berita, menggantikan esensi jurnalisme yang seharusnya berpijak pada fakta dan

kepentingan umum. Akibatnya, konten yang disajikan kepada masyarakat atau netizen tidak selalu mencerminkan realitas lapangan, melainkan kepentingan pemilik media (Laksono, 2019).

Dalam konteks persiapan pemilihan presiden, fenomena ini semakin nyata. Media besar cenderung memberikan porsi besar pada ketiga nama calon utama. TVOne, di bawah pengaruh Rizal Bakrie, cenderung mengangkat Prabowo, yang merupakan bagian dari partai koalisinya. Di sisi lain, Metro TV yang terkait dengan Surya Paloh menjadi tempat ekspos Anies Baswedan. Namun, efek dominasi ini lebih dalam dari sekadar paparan informasi. Pengaruh media ini membuat masyarakat atau netizen tidak memiliki pilihan lain selain tiga tokoh yang digaungkan. Ketika ada figur baru yang muncul di panggung politik, sulit bagi mereka untuk diterima oleh publik yang sudah terbiasa dengan ketiga calon tersebut. Media telah membentuk preferensi publik secara implisit, bahkan sebelum proses pemilihan dimulai.

Pemberitaan yang intens terhadap ketiga nama ini menggambarkan seberapa besar pengaruh media dalam membentuk pandangan publik. Kekuatan mereka tidak hanya mengarahkan perhatian publik, tetapi juga meredam keinginan untuk mencari informasi di luar konten yang mereka produksi. Dalam esensinya, hegemoni konten ini menjadi saluran utama ideologi dan wacana yang dipilihkan oleh media, tanpa kesadaran penuh dari masyarakat yang menerimanya (Laksono, 2019). Konsentrasi media dalam genggamannya segelintir individu atau perusahaan memberikan pengaruh persuasif yang tak terelakkan. Masyarakat yang menjadi konsumen konten ini secara sukarela menerima pandangan dan pemikiran yang dipoles oleh penguasa media. Dalam konteks politik, hal ini tidak menjamin proses demokrasi yang sehat, karena terbatasnya akses informasi tentang calon lainnya mempersempit pilihan publik. Pemahaman tentang hal ini menjadi krusial untuk memahami dampak dan implikasi dari hegemoni media televisi dalam pembentukan figur calon presiden. Ini bukan sekadar perihal pemilihan, tetapi juga mencakup bagaimana proses demokrasi dan

partisipasi publik kita diarahkan oleh kekuatan media yang terkonsentrasi.

B. TEORI

1. Teori Hegemoni Gramsci

Teori Hegemoni Antonio Gramsci membawa gagasan penting tentang dominasi politik, ekonomi, dan budaya dalam sebuah masyarakat. Hegemoni, menurutnya adalah dominasi yang tidak hanya terbatas pada kekuatan fisik atau kekerasan, tetapi juga merambah ke ideologi dan kesadaran kolektif (Siswati, 2017). Ini bukan sekadar penguasaan fisik, tetapi juga kendali atas gagasan dan nilai-nilai yang diterima oleh masyarakat. Pemisahan masyarakat menjadi dua bagian, yakni masyarakat sipil dan politik, menjadi titik kunci dalam pemikiran Gramsci. Masyarakat sipil, yang meliputi lembaga-lembaga sosial seperti keluarga, gereja, sekolah, dan media massa, memainkan peran krusial dalam penyebaran ideologi yang mendukung hegemoni. Pengaruh ideologi ini kemudian memengaruhi masyarakat politik, termasuk negara dan institusi politik lainnya.

Salah satu konsep penting yang diperkenalkan oleh Gramsci adalah peran intelektual organik. Mereka adalah individu atau kelompok yang memiliki pemahaman mendalam tentang kondisi sosial dan mampu mempengaruhi perubahan sosial. Kontras dengan pandangan elitisme, intelektual organik dapat berasal dari berbagai lapisan masyarakat dan memiliki peran krusial dalam membangun kesadaran kolektif serta memobilisasi massa untuk perubahan sosial. Gramsci juga menekankan peran kesadaran kolektif dan menolak pandangan Marx yang hanya fokus pada faktor ekonomi dalam perubahan sosial. Baginya, kesadaran kolektif dan hubungan dialektis antara pikiran dan tubuh memainkan peran penting dalam dinamika sosial.

Konsep hegemoni yang diperkenalkan oleh Gramsci memiliki implikasi yang mendalam dalam konteks sosial dan politik. Gramsci menyatakan bahwa kelompok yang berkuasa tidak hanya mempertahankan kekuasaannya

melalui kekerasan atau kontrol fisik semata, tetapi juga dengan mengendalikan ideologi dan budaya. Ini berarti penguasaan tidak hanya terjadi di ranah politik dan ekonomi, tetapi juga dalam hal bagaimana gagasan-gagasan, nilai-nilai, dan keyakinan diterima dan diinternalisasi oleh masyarakat.

Pemisahan masyarakat menjadi masyarakat sipil dan politik membantu kita memahami bagaimana hegemoni bekerja di dalam masyarakat. Masyarakat sipil, yang mencakup institusi-institusi seperti keluarga, gereja, media massa, dan sekolah, adalah tempat di mana hegemoni dikonstruksi dan dipertahankan. Ini adalah tempat di mana nilai-nilai yang mendukung kekuasaan yang ada disebar, digalakkan, dan dipertahankan. Masyarakat politik, yang mencakup negara dan lembaga-lembaga politik, dipengaruhi oleh hegemoni yang terbentuk di masyarakat sipil (Suyanto & Amal, 2010).

Pentingnya intelektual organik dalam pemikiran Gramsci adalah bahwa mereka adalah agen perubahan sosial yang tidak harus berasal dari golongan elit. Mereka bisa muncul dari berbagai lapisan masyarakat dan memiliki pemahaman mendalam tentang kondisi sosial yang memungkinkan mereka mempengaruhi perubahan sosial. Intelektual organik berperan dalam membangun kesadaran kolektif di antara rakyat serta memobilisasi massa untuk tujuan perubahan sosial yang lebih besar.

Bagi Gramsci, perubahan sosial tidak hanya didorong oleh faktor ekonomi. Dia menolak pandangan ini dari Marx yang memandang struktur ekonomi sebagai faktor tunggal yang menentukan perubahan sosial. Sebaliknya, Gramsci menekankan bahwa selain faktor materi, faktor kesadaran dan ideologi, yang termasuk dalam apa yang ia sebut sebagai "superstruktur," juga memiliki peran yang signifikan. Kesadaran kolektif, pemahaman akan kondisi sosial, dan bagaimana ideologi dapat memengaruhi tindakan individu dan kelompok adalah elemen-elemen kunci yang terlibat dalam perubahan sosial.

2. Media Televisi

Media televisi merupakan salah satu bentuk media massa elektronik yang berperan penting dalam menyampaikan informasi, hiburan, pendidikan, dan lain sebagainya kepada masyarakat. Menurut undang-undang penyiaran nomor 24 tahun 1997, media televisi memiliki beberapa fungsi, yakni sebagai media informasi dan penerangan, pendidikan, hiburan, serta dalam memperkuat ideologi, politik, ekonomi, sosial budaya, pertahanan, dan keamanan. Konten media televisi adalah segala bentuk isi yang disampaikan melalui saluran televisi. Seorang produser profesional dalam merencanakan produksi konten televisi mempertimbangkan beberapa hal, termasuk materi produksi, sarana produksi, biaya produksi, organisasi pelaksanaan produksi, dan tahapan pelaksanaan produksi.

Tahapan produksi konten televisi terbagi menjadi tiga, yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi (jika proses taping dilakukan). Tahapan pra produksi merupakan fase awal perencanaan dan persiapan produksi, termasuk pengembangan ide dan gagasan, pembuatan naskah, riset, perencanaan teknis, pemilihan peralatan, grafis, penganggaran biaya, pemilihan pemeran, penyempurnaan naskah, pembuatan skenario latihan, dan *run-through*.

Produksi adalah tahapan di mana naskah yang telah disiapkan diubah menjadi bentuk audio visual. Ini melibatkan semua proses kreatif yang telah dipersiapkan dan dipikirkan secara matang selama tahap pra produksi. Pasca produksi (jika proses taping dilakukan) adalah tahap akhir yang melibatkan proses editing untuk menyusun gambar sehingga cerita dapat dipadukan dan sesuai dengan konsep naskah yang telah ditetapkan sebelumnya.

Fungsi media televisi sangat beragam. Selain sebagai sumber informasi, hiburan, dan pendidikan, media televisi juga memiliki peran penting dalam mempengaruhi ideologi, politik, ekonomi, sosial budaya, serta dalam konteks pertahanan dan keamanan. Dengan demikian, produksi

konten televisi melibatkan serangkaian proses yang kompleks mulai dari perencanaan awal hingga tahap akhir penyuntingan, dengan tujuan menyampaikan pesan dan konten yang sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.

C. METODE

Penelitian kepustakaan melibatkan proses pengumpulan informasi dan data dari beragam sumber di perpustakaan, seperti buku referensi, riset sebelumnya yang relevan, artikel, catatan, dan jurnal terkait dengan isu yang ingin diselesaikan. Langkah-langkah ini dilakukan secara teratur untuk merangkum, memproses, dan menarik kesimpulan dari data menggunakan metode atau teknik tertentu guna menjawab masalah yang dihadapi (Mirzaqon. T, dan Purwoko, dalam Sari, 2020).

Penelitian kepustakaan membutuhkan ketelitian dalam menyeleksi sumber informasi yang relevan dan dapat dipercaya untuk memastikan validitas hasilnya. Selain itu, proses ini memerlukan keterampilan analitis yang kuat untuk mengaitkan berbagai konsep dan informasi yang ditemukan dari berbagai sumber. Lebih lanjut, tahapan pengumpulan dan penelaahan informasi ini membantu mengidentifikasi kesenjangan pengetahuan yang mungkin dapat diisi melalui kontribusi penelitian baru.

D. HASIL DAN DISKUSI

Pemilihan presiden adalah momen krusial bagi sebuah negara, dan Indonesia bukan pengecualian. Di era di mana informasi dan opini masyarakat diatur oleh berbagai platform media. Kekuatan televisi sebagai media utama memiliki peran signifikan dalam membentuk persepsi publik terhadap calon presiden. Fenomena ini menciptakan sebuah pola yang mencengangkan, di mana dominasi media televisi dalam tangan beberapa entitas besar dapat mengarah pada hegemoni dalam pembentukan figur calon presiden di hadapan publik. Hegemoni media televisi tercermin dalam berbagai aspek, mulai dari pemberitaan yang terfokus pada calon tertentu, kurangnya ruang bagi figur alternatif, hingga pengaruh pemilik media

terhadap narasi yang disampaikan. Pertama-tama, pengulangan berita tentang calon tertentu di stasiun televisi utama mengarah pada penanaman persepsi yang kuat di benak masyarakat. Dalam kasus ini, ketiga nama yang mendominasi pemberitaan secara konsisten menciptakan kesan bahwa opsi lain tak sepadan untuk menduduki kursi presiden.

Selain itu, kurangnya eksposur terhadap calon alternatif juga menjadi bagian dari hegemoni ini. Pemirsa televisi cenderung terpapar pada calon yang sama secara berulang, sementara figur lain jarang atau bahkan tidak diberikan ruang yang sama untuk diekspos. Akibatnya, masyarakat menjadi terbatas dalam pengetahuan dan pilihan mereka, cenderung memilih dari calon yang sudah familiar, tanpa eksplorasi yang cukup terhadap pilihan yang lebih luas. Faktor penting lainnya dalam hegemoni media ini adalah pengaruh pemilik media terhadap narasi yang disampaikan. Kepemilikan media yang terkonsentrasi dalam beberapa tangan memungkinkan pihak tersebut untuk mempengaruhi berita dan pandangan yang disampaikan kepada publik. Ini dapat mengarah pada penyampaian berita yang tidak netral atau tidak seimbang, yang pada gilirannya memengaruhi persepsi publik terhadap calon presiden.

Data dan penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa media televisi berperan sebagai pendorong utama dalam membentuk preferensi dan opini publik terhadap calon presiden. Sebuah studi survei dari lembaga independen menemukan bahwa lebih dari 70% masyarakat mengakui bahwa informasi yang mereka terima dari televisi menjadi faktor dominan dalam pembentukan pandangan mereka terhadap calon presiden. Selain itu, penelitian statistik menyimpulkan bahwa ketika satu nama mendominasi berita televisi, popularitasnya di antara pemilih cenderung meningkat secara signifikan dalam jangka waktu tertentu. Hal ini menggarisbawahi kekuatan media televisi dalam mempengaruhi arus opini publik (Sudjadi, Julia, & Ferry, 2014), bahkan sebelum pemilihan sesungguhnya berlangsung.

Penting untuk memahami bahwa hegemoni media televisi tidak hanya

mempengaruhi bagaimana publik melihat calon presiden, tetapi juga memiliki implikasi mendalam terhadap demokrasi dan partisipasi publik secara keseluruhan (Prasetya, 2018). Proses demokratisasi yang sehat memerlukan akses yang merata terhadap informasi tentang semua calon yang berpotensi, serta ruang yang adil bagi setiap figur untuk dikenal dan dievaluasi oleh masyarakat. Dalam konteks hegemoni media, hal ini sering kali terabaikan atau terdistorsi.

Implikasi dari hegemoni media televisi terhadap proses demokrasi dan pemilihan presiden adalah pembatasan akses informasi yang menyebabkan pembatasan pilihan. Ketika hanya beberapa nama yang mendominasi sorotan media, calon lainnya tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dikenal oleh publik secara luas. Hal ini tidak hanya merugikan bagi calon tersebut tetapi juga merampas hak demokratis masyarakat untuk membuat pilihan berdasarkan informasi yang merata dan komprehensif.

Di samping itu, hegemoni media televisi juga dapat memperkuat polarisasi dalam masyarakat. Ketika berita dan opini yang disampaikan cenderung mewakili kepentingan atau pandangan tertentu, hal ini dapat memperbesar kesenjangan antara pendukung calon yang berbeda, mengurangi kemungkinan dialog dan pemahaman yang lebih luas. Dalam sebuah survey yang dilakukan oleh lembaga riset independen pada tahun 2022, lebih dari 60% responden menyatakan bahwa mereka cenderung memilih berdasarkan apa yang mereka lihat atau dengar di media. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya peran media, terutama televisi, dalam membentuk pandangan masyarakat terhadap figur calon presiden.

Oleh karena itu, penting bagi masyarakat untuk mempertimbangkan informasi dari berbagai sumber dan melakukan evaluasi yang cermat terhadap berita yang diterima dari media televisi. Kesadaran akan pengaruh media dalam membentuk opini publik harus diimbangi dengan upaya untuk mencari informasi yang seimbang dan mendalam, serta memberikan ruang yang sama bagi semua calon untuk dievaluasi secara adil.

Dalam menyikapi masalah ini, regulasi yang lebih ketat terhadap

kepemilikan media dan pendekatan yang lebih transparan dalam penyampaian berita menjadi penting. Langkah-langkah untuk memastikan bahwa semua calon mendapat kesempatan yang sama dalam paparan media dan bahwa berita yang disajikan benar-benar netral dan seimbang menjadi kunci dalam memastikan proses demokratisasi yang adil dan sehat. Implikasi dari dominasi media televisi sangat dalam dalam konteks demokrasi. Ketika informasi yang disajikan oleh televisi memiliki kecenderungan tertentu, hal ini dapat mengubah pandangan masyarakat secara keseluruhan (Nimmo, dalam Prasetya, 2018). Pembentukan opini yang dipengaruhi oleh ketidaktepatan atau ketidakseimbangan informasi yang disampaikan dapat memengaruhi keseimbangan kekuatan dalam pemilihan presiden.

Penting untuk mengenali bahwa media televisi tidaklah homogen. Setiap saluran memiliki kepentingan dan orientasi yang berbeda, sering kali tergantung pada kepemilikan dan afiliasi politik. Dalam konteks inilah konsep regulasi media menjadi semakin penting. Regulasi yang ketat dan netral terhadap media adalah langkah krusial untuk memastikan keberagaman pendapat dan akses informasi yang seimbang.

Salah satu pendekatan yang dapat diambil untuk mengatasi dominasi media adalah dengan memperkuat peran media independen dan alternatif. Dukungan kepada media yang lebih independen dan adil dalam memberikan informasi tentang semua calon menjadi penting. Ini termasuk promosi sumber-sumber informasi yang mempunyai reputasi baik dalam memberikan liputan yang netral dan komprehensif. Transparansi dalam kepemilikan media juga menjadi faktor kunci. Ketika publik memiliki akses yang lebih baik terhadap informasi tentang siapa yang memiliki dan mengendalikan media, mereka dapat lebih kritis dalam menilai dan memproses informasi yang mereka terima. Langkah-langkah regulasi yang transparan dalam mengatur kepemilikan media dapat menjadi langkah positif dalam membangun sebuah landscape media yang lebih sehat.

Selain itu, pendekatan edukasi juga merupakan bagian penting dalam

menanggapi dampak hegemoni media televisi. Masyarakat perlu diberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana media bekerja dan bagaimana mereka dapat menjadi lebih cerdas dalam mengonsumsi informasi yang mereka terima dari televisi. Kampanye edukasi publik tentang kritisisme media dan pentingnya mendapatkan informasi dari berbagai sumber menjadi kunci dalam memperkuat literasi informasi masyarakat.

Dalam rangka melangkah maju, perlunya kerja sama antara pemerintah, lembaga pengaturan media, masyarakat sipil, dan lembaga media sendiri menjadi esensial. Kolaborasi dalam mengembangkan standar yang lebih tinggi untuk media, mendorong transparansi kepemilikan, dan memberikan pendidikan yang lebih baik kepada masyarakat adalah langkah penting untuk mengatasi dampak hegemoni media televisi dalam proses pemilihan presiden.

Demikianlah, memahami peran serta dampak hegemoni media televisi dalam pembentukan figur calon presiden adalah langkah pertama dalam memperbaiki proses demokrasi. Langkah-langkah untuk mempromosikan keberagaman informasi, transparansi dalam kepemilikan media, dan pendidikan publik akan menjadi bagian integral dalam mewujudkan proses pemilihan yang lebih sehat dan lebih adil di masa depan.

E. KESIMPULAN

Dalam penelitian yang dilakukan, sangat jelas terlihat bahwa hegemoni media televisi memiliki dampak signifikan dalam pembentukan figur calon presiden di mata publik. Pengaruh besar yang dimiliki oleh media televisi, terutama dalam konteks pemilihan presiden, tidak hanya mempengaruhi opini publik, tetapi juga proses demokrasi secara keseluruhan. Hegemoni media televisi tercermin dalam pola pemberitaan yang cenderung mendominasi opini dan preferensi masyarakat terhadap calon tertentu. Konsistensi dalam paparan terhadap beberapa nama tertentu mempengaruhi pemirsa untuk lebih mengenal dan mendukung calon tersebut. Hal ini memicu keterbatasan informasi tentang calon alternatif dan mempersempit pilihan

masyarakat, yang pada gilirannya mempengaruhi proses pemilihan presiden.

Tidak hanya itu, kepemilikan media yang terkonsentrasi pada beberapa entitas besar juga memungkinkan pemilik media untuk mengarahkan narasi yang disampaikan kepada publik. Ini berpotensi mengubah persepsi masyarakat terhadap calon presiden dengan cara yang tidak selalu netral atau seimbang. Dalam konteks ini, media televisi menjadi penentu utama dalam membentuk pandangan masyarakat terhadap calon presiden. Survei menunjukkan bahwa informasi yang diterima dari televisi memiliki pengaruh besar dalam pembentukan pandangan masyarakat terhadap calon presiden. Pengulangan berita dan opini yang disampaikan oleh media televisi cenderung memengaruhi popularitas calon dalam jangka waktu tertentu.

Implikasi dari dominasi media televisi dalam proses pemilihan presiden tidak hanya berhenti pada pembatasan akses informasi, tetapi juga memengaruhi keseimbangan kekuatan dalam demokrasi. Keterbatasan informasi tentang calon yang berbeda dan kurangnya ruang yang adil bagi setiap calon untuk dievaluasi oleh masyarakat merampas hak demokratis masyarakat untuk membuat pilihan berdasarkan informasi yang merata. Namun, terdapat solusi yang dapat diambil untuk mengatasi dampak negatif hegemoni media televisi. Regulasi yang ketat dan netral terhadap media, transparansi dalam kepemilikan media, serta pendekatan edukasi publik tentang pentingnya mendapatkan informasi dari berbagai sumber merupakan langkah yang penting dalam memperbaiki proses demokrasi.

Melalui pendekatan ini, diharapkan dapat tercipta suatu *landscape* media yang lebih sehat, di mana masyarakat memiliki akses yang lebih luas terhadap informasi yang seimbang dan akurat. Kolaborasi antara pemerintah, lembaga pengaturan media, masyarakat sipil, dan lembaga media menjadi kunci dalam mendorong perubahan positif dalam proses pemilihan presiden yang lebih transparan dan adil. Dalam rangka untuk mencapai demokrasi yang lebih kuat dan sehat di masa depan, penting bagi masyarakat untuk mengadopsi sikap yang lebih kritis terhadap informasi yang mereka terima, mencari informasi dari

sumber-sumber yang beragam, serta memahami peran serta dampak dari hegemoni media televisi dalam proses pemilihan presiden. Dengan kesadaran dan tindakan yang tepat, kita dapat menuju pada sistem demokrasi yang lebih inklusif, berimbang, dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Prasetya, Arif Budi. 2018. Televisi dan Politik Pencitraan. Universitas Brawijaya. Diakses melalui url <http://arifbudi.lecture.ub.ac.id/televisi-dan-politik-pencitraan/>.
- Siswati, Endah. 2017. Anatomi Teori Hegemoni Antonio Gramsci. *Jurnal Translitera*, Vol. 5. 11-33.
- Sudjadi, Farieda Angellya; Julia T Pantow; & Ferry V. I. A Koagouw. 2014. Peranan Televisi Dalam Pembentukan Opini pada Masyarakat Lingkungan I Kelurahan Tosuraya Selatan Kecamatan Ratahan (Studi tentang Opini Masyarakat terhadap calon Presiden Joko Widodo). *Acta Diurna*, Vol. 3. 12-6
- Suyanto, Bagong & Amal, Khusna, 2010. *Anatomi dan Perkembangan Teori Sosial*, Malang, Aditya Media Publisng
- Tim redaksi CNBC (2023, Agustus), 29 Hasil Survei Terbaru Capres: Anies vs Prabowo vs Ganjar. CNBC INDONESIA. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20230831011547-4-467668/29-hasil-survei-terbaru-capres-anies-vs-prabowo-vs-ganjar>
- Laksono, Puji (2019). Kuasa Media Dalam Komunikasi Massa. *Jurnal Al-Tsiqoh (Dakwah dan Ekonomi)*, Vol. 4. 55.
- Tapsell, Ross. 2019. *Kuasa Media di Indonesia : Kaum Oligarki, Warga, dan Revolusi Digital. Serpong: CV. Marjin Kiri.*