

## **BAB II**

### **EKONOMI POLITIK MEDIA MASSA DAN UU CIPTA KERJA**

Dalam bab ini, peneliti akan mengulas pengaruh ekonomi politik terhadap produksi konten media massa dan pembentukan kebijakan UU Cipta Kerja. Di sub-bab [\[2.1\]](#), peneliti akan mengulas faktor pengaruh ekonomi politik media massa di Indonesia dan bagaimana pengaruhnya terhadap produksi konten media di *Kompas*. Di sub-bab [\[2.2\]](#), peneliti akan menjelaskan analisis ekonomi politik pembentukan kebijakan publik, spesifiknya UU Cipta Kerja, dengan mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh dari rezim politik, aktor, koalisi, dan grup kepentingan, preferensi ideologi ekonomi dari aktor tersebut, dan sistem internasional. Ulasan dan analisis yang singkat dan superfisial ini merupakan kontekstualisasi penelitian berdasarkan tradisi ekonomi politik.

## **2.1. Ekonomi Politik Media Massa**

### **2.1.1. Ekonomi Politik Media Massa di Indonesia**

Ketimpangan kekayaan dan kekuasaan di masyarakat yang menjadikan eksklusifnya akses ke industri media massa merupakan salah satu fokus perhatian pada studi hubungan antara media massa dan masyarakat. Struktur dan kontrol di industri media massa yang dipengaruhi oleh ketimpangan tersebut, secara langsung maupun tidak langsung, mempengaruhi apa yang dapat muncul di media massa. Ekonomi politik kritis media menggarisbawahi ketimpangan kekayaan dan kekuasaan terhadap struktur dan kontrol media massa yang dapat membuat pemberitaan mengikuti kepentingan kelompok kelas yang berkuasa (Murdock & Golding, 1991).

Secara struktural, media massa secara umum merupakan korporasi yang kepemilikannya dimiliki oleh perseorangan atau berkelompok dan saling bersilangan dengan perusahaan lainnya. Logika akumulasi kapital mempengaruhi pengorganisasian industri media massa yang ditunjukkan dengan merger dan akuisisi antarperusahaan sehingga dapat menekan biaya dan meningkatkan profit (Fuchs, 2020a). Secara global, kepemilikan media massa semakin hari semakin terkonsentrasi – baik di tangan pemerintah, perusahaan, atau individu (Noam, 2016). Hubungan institusional yang stabil dan baik antara media massa, pengiklan, khalayak, dan pemilik kapital mempengaruhi rutinitas produksi konten media yang menyajikan konten sebagai komoditas untuk menarik khalayak kaya dan pengiklan sehingga produk yang ditampilkan dapat menghasilkan profit bagi media (Shoemaker & Reese, 2013; Sparrow, 1999).

Media massa juga merupakan bentuk komunikasi terkonsentrasi yang tertanam dalam struktur kekuasaan sehingga tidak serta merta menantang pola dan pengaruh dari otoritas yang mapan (Curran, 2002). Penguasa – dalam konteks ini adalah pemerintah atau negara – dan media massa memiliki hubungan mutualisme di mana penguasa membutuhkan publisitas yang terkontrol pada sebuah isu dan media massa membutuhkan legitimasi dan aliran informasi yang stabil dari sumber resmi (Shoemaker & Reese, 2013; Cook, 2005). Kontrol penguasa dalam produksi konten media massa itu dilakukan dengan beragam cara, seperti pemberian *press release*, informasi yang khusus hanya didapat oleh “orang dalam”, jurnalis berkelompok, dll (Bennet, 2003).

Faktor-faktor yang mempengaruhi media massa di atas sesuai dengan filter kepemilikan, iklan, narasumber, dan kritik (*flak*) dari PM. Filter kepemilikan dan iklan mempengaruhi secara langsung maupun tidak langsung produksi konten media massa sesuai dengan logika akumulasi kapital. Filter narasumber dan *flak* merupakan pengaruh yang berasal dari hubungan institusional antara media massa dan negara di mana negara mencoba untuk mengontrol dan mendapatkan legitimasi dari konten yang disebarkan; dan, pada saat yang sama, media massa diuntungkan dengan aliran informasi yang stabil dan informasi yang resmi sehingga memunculkan aura legitimasi.

Di Indonesia, kepentingan ekonomi politik secara struktural mempengaruhi pengorganisasian dan produksi konten media massa. Tapsell (2017), misalnya, menunjukkan hanya terdapat delapan perusahaan yang mendominasi industri media massa di Indonesia. Di industri media cetak, terdapat tiga perusahaan yang

mendominasi, yaitu Kompas Gramedia (*Harian Kompas*), Jawa Pos Group (*Harian Jawa Pos*), dan Media Group (*Media Indonesia*). Di Industri televisi, terdapat lima perusahaan, yaitu CT Corp (*Trans TV* dan *Trans 7*), Global Mediacom (*MNC*, *Global TV*, dan *RCTI*), EMTEK (*SCTV* dan *Indosiar*), Lippo (*Berita Satu*), dan Bakrie Group (*ANTV* dan *TVONE*). Tiap-tiap perusahaan yang dimiliki oleh para oligark tersebut beroperasi dipenuhi dengan kepentingan ekonomi dan politik dari pemilik media.

Kepemilikan Surya Paloh di *Media Indonesia* dan *Metro TV*, misalnya, secara langsung mempengaruhi apa yang dapat atau tidak dapat dipublikasi – bahkan ia mengakui bahwa media yang ia miliki memang digunakan untuk kepentingan politiknya (Haryanto, 2011). Hary Tanosoedibjo juga memanfaatkan kepemilikannya di *MNC* untuk mengiklankan partai politiknya (Tapsell, 2017: 75). Oligark pemilik media lainnya, seperti Aburizal Bakrie (*TVOne* dan *ANTV*) dan James Riady (*Berita Satu* dan *Suara Pembaruan*), menggunakan media yang mereka miliki untuk memberitakan peristiwa sesuai dengan kepentingan ekonomi politik mereka (Tapsell, 2012a; Haryanto, 2011). Meski Chairul Tanjung (*Trans TV* dan *Trans7*), Eddy Sariaatmadja (*SCTV* dan *Indosiar*), dan Dahlan Iskan (*Jawa Pos*) dilihat sebagai pemilik media yang tidak secara terang-terangan memiliki ambisi politik, tetapi mereka memiliki hubungan dekat dengan penguasa untuk memastikan keberlangsungan dari perusahaan mereka (Tapsell, 2017: 65-66; Ida, 2011). Selain kepentingan pemilik media, ketertarikan berupa “*clicks*” dan “*views*” dari khalayak pada sebuah isu pun menjadi logika peristiwa apa yang layak diberitakan. Seperti pada Pilpres 2004 dan 2009, Presiden Yudhoyono

sering diberitakan karena mengundang para pembaca (Tapsell, 2017: 61, 67). Pola yang sama juga terjadi pada Pilgub Jakarta 2012 dan Pilpres 2014 di mana kandidat Joko Widodo pada saat itu sering diberitakan karena menjadi “*people’s darling*” (Tapsell, 2015: 43-38).

Kepentingan instrumental dari pemilik media yang dekat dengan penguasa tak memberikan pilihan lain kepada jurnalis dan editor selain melakukan swasensor. Beberapa penelitian etnografis menunjukkan bahwa jurnalis dan editor di media massa memahami dan menginternalisasi kepentingan ekonomi politik pemilik media dalam produksi konten berita (Tapsell, 2012a, 2012b,; Ekayanti & Xiaoming, 2018; Hanizstch, 2006). Praktik swasensor yang telah dilakukan sejak era Orde Baru berubah bentuk di mana kepentingan pemilik media menjadi pedoman. Dari sisi pemberitaan, dependensi narasumber dari pemerintah yang merupakan mode pemberitaan pada era Orde Baru tetap menjadi struktur gaya pemberitaan pasca-Orde Baru (Steele, 2011). Inovasi media digital menciptakan cara baru untuk mengontrol, tidak hanya media, tetapi jurnalis secara langsung melalui *troll*, penyebaran informasi pribadi, dan *buzzer* dari sosial media (Masduki, 2021).

Maka, dapat dikatakan kepentingan ekonomi politik kelas yang dominan mempengaruhi produksi konten media massa. Logika akumulasi kapital dan hubungan simbiosis antara pemilik media dan penguasa mempengaruhi struktur dan kontrol media massa. Pengaruh struktur dan kontrol tersebut tak terelakkan menyentuh media cetak paling berpengaruh, prestisius, dan terbesar di Indonesia, yaitu *Kompas*.

### 2.1.2. Ekonomi Politik Produksi Konten Media di *Kompas*

Evolusi *Kompas* menjadi salah satu media cetak paling berpengaruh dan terbesar di Indonesia tidak lepas dari konteks ekonomi politik. Sejak awal berdirinya *Kompas*, latar belakang politik telah menjadi salah satu alasan dan motivasi. Untuk mengekang ideologi komunisme yang disebarkan melalui media massa yang langsung terafiliasi dengan Partai Komunis, salah satu petinggi militer dan grup Katolik bekerja sama untuk melahirkan *Kompas* sebagai perlawanan terhadap ideologi tersebut (Wijayanto, 2019: 49-56). Berselang satu tahun berdirinya *Kompas*, pergantian rezim yang kontra terhadap ideologi komunisme didukung oleh *Kompas*, ditunjukkan dalam editorial yang mengatakan “Orde Baru mencoba untuk meletakkan Pancasila dan UUD 1945 kembali ke tempat yang benar... ABRI merupakan inisiator dari Orde Baru” (Wijayanto, 2019: 57).

Pasang surut hubungan antara pemerintah dan *Kompas* mewarnai perkembangan *Kompas* pada era Orde Baru. Kontrol ketat pemerintah di media massa disertai ancaman pembredelan menyetir kebijakan *Kompas* yang dipandu oleh pemiliknya, Jakob Oetama, untuk hati-hati dan tidak langsung berhadapan dengan pemerintah. Karakteristik dan sifat Jakob Oetama yang merupakan keturunan orang Jawa, menganut agama Katolik, produk tempaan sekolah seminar, dan memiliki pelatihan formal jurnalistik mempengaruhi secara hirarkis nilai-nilai produksi konten media massa di *Kompas*. Karakteristik dan sifat tersebut membentuk pedoman berupa “rasa” yang menjadikan pemberitaan “tidak langsung, sopan, dan hati-hati ketika menyampaikan pesan kepada pembaca, terutama jika melaporkan tentang penguasa” (Wijayanto, 2019: 117).

Sikap hati-hati diikuti dengan diversifikasi dan reinvestasi mentransformasi Kompas Gramedia menjadi raksasa media di akhir era Orde Baru. Kompas Gramedia dicatat menaungi 38 anak perusahaan dari berbagai cabang bisnis serta kepemilikan media lokal di berbagai daerah (Hill, 2006: 84). Perluasan reinvestasi dilanjutkan pasca-Orde Baru dengan dibentuknya *Kompas TV*, dari sisi televisi, dan *Kompas.com* dan *Kompas.id*, dari sisi media digital, yang menjadikan *Kompas* media massa *multi-platform* (Tapsell, 2017: 38; Haq & Fadhila, 2018). *Harian Kompas* sendiri memiliki oplah sebesar 500 ribu eksemplar dan dibaca jutaan penduduk Indonesia. Tingginya sirkulasi dan pembaca tersebut berbanding lurus dengan pendapatan iklan yang tinggi, mengalahkan jauh media cetak lainnya (Andres, 2016).

Pertimbangan kepentingan ekonomi pun mempengaruhi pemberitaan di *Kompas* karena bentuk media *multi-platform* menjadikan berita harus dapat dibaca di semua wahana serta memperhitungkan bagaimana pengaruhnya kepada perusahaan Gramedia secara luas (Arif, 2018). Pemberitaan yang seimbang, dari kuantitas bukan kualitas, pada Pilpres 2014 juga dianggap dipengaruhi oleh kepentingan iklan karena kekhawatiran jika *Kompas* mendukung salah satu kandidat, pemasukan iklan akan hilang dari kandidat lainnya (Wijayanto, 2019). Hubungan institusional *Kompas* pasca-Orde Baru dengan pemerintah tidak antagonistik, tetapi juga tidak terang-terangan mendukung. Seperti pada skandal Bank Century, *Kompas* tidak mendukung spesifik individu di pemerintah, tetapi mendukung penyelesaian kasus untuk keberlangsungan pemerintah (Andres, 2016). Dependensi informasi pada sumber pemerintah, spesifiknya dalam

pemberitaan korupsi, masih menjadi mode pemberitaan pasca-Orde Baru yang berimplikasi tidak adanya jurnalisme investigasi. Hal tersebut dilihat supaya *Kompas* menghindari permasalahan dengan pejabat pemerintah dan diancam dituntut atas pencemaran nama baik (Wijayanto, 2019). Maka, dapat dikatakan, posisi ambivalen dari segi politik dan kehati-hati dalam pemberitaan merupakan warisan *habitus* “rasa” dari Jakob Oetama serta pengaruh kepentingan ekonomi dan politik yang mempengaruhi produksi konten di *Kompas*.

## **2.2. Ekonomi Politik UU Cipta Kerja**

### **2.2.1. Ekonomi Politik Kebijakan Publik**

Kebijakan publik adalah tindakan aktor publik untuk memecahkan masalah di masyarakat yang menunjukkan adanya dasar tata kelola pemerintahan (Knill & Tosun, 2020: 4). Tata kelola negara (*polities*) dan interaksi antara aktor dan institusi (politik) merupakan konteks dibentuknya kebijakan publik. Institusi tersebut terdiri dari konstitusi, pemisahan kekuasaan secara horisontal (eksekutif, legislatif, dan yudisial), bentuk sistem partai, partai politik, dan pemilu. Sedangkan aktor, secara kolektif maupun individual, dibedakan berdasarkan asosiasinya pada sebuah organisasi publik dan privat. Dari dua faktor tersebut, institusi internasional juga turut mempengaruhi kebijakan publik. Terdapat tiga model kerangka teori yang memberikan perspektif-masing-masing bagaimana interaksi dan pengaruh aktor dan institusi pada sebuah kebijakan: struktur, institusi, dan kepentingan (Knill & Tosun, 2020). Dalam analisis singkat ini, peneliti akan menggunakan model struktur, spesifiknya model kesenjangan (*cleavage*) untuk menjelaskan pembentukan kebijakan UU Cipta Kerja.

Model kesenjangan melihat bahwa permasalahan ketimpangan sosio-ekonomi di masyarakat mempengaruhi persepsi dan cara menyelesaikan masalah sebuah kebijakan yang dapat membentuk keberlangsungan dari ketimpangan tersebut (Knill & Tosun, 2020: 57). Pendekatan ekonomi politik, terutama pendekatan Mazhab Murdoch, merupakan pendekatan yang mencoba menjelaskan, sesuai dengan model kesenjangan, bahwa hasil proses politik, seperti kebijakan atau institusi dalam sebuah negara, merupakan bentuk dari *perebutan kekuasaan* oleh kelompok kelas sosial – atau etnik, agama, dan gender – dalam lingkup lokal, nasional, maupun global (Carrol et al, 2020: 15-28).

Terbatasnya tempat serta kompleksitas dan banyaknya dimensi ekonomi yang diatur dalam UU Cipta Kerja memerlukan analisis di luar kapabilitas peneliti. Karena itu, peneliti hanya akan fokus untuk menjelaskan satu klaster saja, yakni klaster ketenagakerjaan yang mendapatkan perhatian dan konflik yang paling tinggi dan merupakan “spirit utama” dari UU Cipta Kerja (Akhlas et al, 2020). Target dan instrumen kebijakan UU Cipta Kerja Klaster Ketenagakerjaan adalah deregulasi dan liberalisasi pasar kerja supaya mengikuti standar *Ease of Doing Business* (EoDB), spesifiknya pada peraturan Tenaga Kerja Asing (TKA), Perjanjian Kerja Waktu Tertentu (PKWT), alih daya, cuti, pengupahan, dan Pemutusan Hubungan Kerja (PHK). Untuk menjelaskan kenapa target dan instrumen itu dipilih, peneliti akan mengidentifikasi dan menganalisis bagaimana interaksi pengaruh antara rezim politik; aktor, koalisi, dan grup kepentingan; preferensi ideologi ekonomi dari aktor tersebut; dan sistem internasional dalam pembentukan kebijakan (Gourevitch, 1986; Knill & Tosun, 2020).

### 2.2.2. Ekonomi Politik Klaster Ketenagakerjaan

Secara retrospektif, pembentukan UU Ketenagakerjaan tidak lepas dari konteks ekonomi politik. Pada era Orde Baru, hubungan antara negara dan pekerja berbentuk korporatis dan bersifat represif (Hadiz, 1997). Negara mengadopsi kebijakan industri *Import Substitution Industrialization* (ISI) yang disokong dari pendapatan minyak (Robison, 2009). Turunnya harga minyak yang diikuti turunnya pendapatan negara mengalihkan perhatian Indonesia untuk mencari pendapatan lainnya. Skala besar-besaran deregulasi dan liberalisasi berbagai sektor ekonomi dikejar untuk menarik investasi sesuai dengan masukan dari institusi finansial internasional – meski deregulasi dan reformasi tidak menjadikan sepenuhnya liberal (Rosser, 2013). Kebijakan industri pun beralih ke *Export Oriented Industrialization* yang bertujuan membentuk Indonesia menjadi situs peralihan bagi manufaktur global dengan pekerja cadangan berlimpah dan upah murah (Felker, 2012; Carroll, 2020). Namun, deregulasi dan liberalisasi ekonomi yang diharapkan memacu pertumbuhan ekonomi malah menjadi salah satu penyebab Indonesia masuk dalam krisis finansial 1997 (Haggard, 2000). Krisis tersebut didorong dengan gelombang protes masyarakat tidak hanya membuka celah demokratisasi dan reformasi bagi pekerja, atau masyarakat secara umum, tetapi juga pengaruh aktor-aktor dengan kekayaan material berlimpah pada proses politik.

Tarik ulur kepentingan dua kelas sosial ini merupakan tema pembaruan kebijakan ketenagakerjaan pasca-Orde Baru. “Tekanan ganda” demokratisasi dan reformasi neoliberal (Cook, 1998) setelah era rezim otoriter mempengaruhi

pembentukan kebijakan ketenagakerjaan di Indonesia. Demokratisasi dilihat membuka kekuatan mobilisasi pekerja untuk menghilangkan aspek represif dari peraturan ketenagakerjaan pada era Orde Baru dan menyimpan sisi protektifnya (Caraway, 2004; Caraway & Ford, 2014). UU Ketenagakerjaan pasca-Orde Baru dilihat sebagai undang-undang ketenagakerjaan terbaik, dari sisi hak individual dan kolektif, di Asia Timur dan Asia Tenggara disertai dengan perkembangan serikat pekerja, meski dengan segala kelemahannya, yang dapat mempengaruhi proses politik di Indonesia (Caraway, 2009; Caraway, 2015; Caraway & Ford, 2018). Namun, lapangan permainan yang tak setara membuka peluang aktor elite dan oligark untuk mempengaruhi pembentukan aturan ketenagakerjaan yang pada hakikatnya fleksibel dan liberal; diikuti tidak implementasikannya aturan atau bahkan dilanggar oleh perusahaan (Tjandra, 2016). Seperti peraturan pengupahan dan alih daya yang tidak dipatuhi oleh banyak perusahaan menjadi salah satu contoh kesenjangan antara legislasi (*de facto*) dan bagaimana realita di lapangan (*de jure*) (Rejeki & Santini, 2019).

Revisi UU Ketenagakerjaan pada UU Cipta Kerja Klaster Ketenagakerjaan dapat dikatakan sebagai babak baru perebutan kekuasaan antara kapital dan buruh karena setelah digagalkan beberapa kali oleh kekuatan mobilisasi pekerja, pemerintah dan pengusaha akhirnya dapat merevisi UU yang mereka anggap kaku dan tidak fleksibel itu. Mobilisasi buruh yang lemah – dipengaruhi oleh pandemi – dikontraskan dengan kuatnya aktor dan koalisi pemerintah dan pebisnis yang mengikuti anjuran dan pengaruh institusi finansial internasional dan kekuatan kapital internasional akan menjadi fokus pembahasan.

### *Rezim Politik*

Tata kelola atau struktur negara (*polities*) yang dibentuk oleh konstitusi dan mahkamah konstitusi, pembagian kekuasaan, sistem partai dan pemilu membentuk aturan dan batasan dalam proses dan hasil dari pembentukan kebijakan (Knill & Tosun, 2020: 34-41; Gourevitch, 1986: 61-62). Sistem multi-partai di Indonesia menjadikan pembentukan kebijakan, atau secara umum jalannya pemerintah, dependen pada koalisi partai yang kuat (Datta et al, 2011; Mietzner, 2016). Pasca-Orde Baru, terutama era pemerintahan Joko Widodo, bergantungnya dana finansial partai dari taipan dan oligark, personalisasi politik dan mahalnnya biaya untuk menduduki kursi jabatan, dan eksklusif sebagian golongan masyarakat dalam sistem partai mempersulit pembentukan partai politik yang baru (Mietzner, 2020). Ditambah lagi, intervensi Presiden Jokowi dalam urusan internal beberapa partai dan tindakan “iliberalisme eksklusif” yang mempersempit arena perbedaan pendapat dari partai oposisi (Mietzner, 2016; Aspinall & Mietzner, 2019) menghasilkan partai koalisi pemerintah yang kuat setelah ajang Pilpres 2019 (Savarini, 2020)

Kuatnya partai koalisi pemerintahan Jokowi dan lemahnya partai oposisi memastikan jalan tol pembentukan UU Cipta Kerja. Partai koalisi menduduki 427 kursi – ditambah Partai Amanat Nasional 44 kursi – sehingga memastikan mulusnya pembentukan UU di DPR.<sup>8</sup> Ditambah lagi, ketimpangan representasi kelas (Warburton et al, 2021) dan terkoneksiya banyak wakil rakyat di DPR dengan para oligark dan berbagai cabang bisnis (Aidulsyah et al, 2020) mempengaruhi pembentukan kebijakan, seperti UU Cipta Kerja yang mengejar

pertumbuhan ekonomi dan disinyalir hanya menguntungkan elite dan oligark (Mudhoffir, 2020). Posisi jabatan eksekutif lainnya, seperti menteri, juga ditentukan melalui logika *power sharing* antara partai koalisi yang mendukung pemerintah; membentuk patronase dan neoliberalisme dalam proses politik (Aspinall, 2015). Aktor-aktor oligark tersebut mengisi pos-pos menteri dalam Kabinet Indonesia Maju yang beberapa menginisiasi dan mendukung UU Cipta Kerja. Pelemahan Mahkamah Konstitusi melalui revisi UU MK juga disinyalir untuk memastikan jika UU Cipta Kerja diuji ke MK, secara prosedur maupun substansi, UU tetap bisa lolos (Kustiasih, 2020c). Faktor-faktor di atas disertai melemahnya kekuatan organisasi masyarakat tidak hanya menandakan regresi demokrasi di Indonesia (Power & Warbuton, 2020), tetapi juga merupakan latar belakang struktural dalam pembentukan kebijakan UU Cipta Kerja. Bukan berarti faktor-faktor tersebut bersifat deterministik, tetapi aktor dan institusi, baik publik maupun privat, lokal maupun internasional, beroperasi di dalam arena yang *dibatasi* oleh kepentingan aktor-aktor elite dan oligark.

#### *Aktor dan Koalisi, Grup Kepentingan, dan Ideologi Ekonomi*

Aktor dalam pembentukan kebijakan dapat berbentuk individu, kolektif, maupun korporasi yang memiliki kapabilitas, persepsi, dan preferensi yang berbeda-beda. Mereka membentuk koalisi dan beroperasi melalui organisasi untuk mempengaruhi kebijakan (Knill & Tosun, 2020: 45-54; Gourevitch, 1986: 55-60, 62-63). Di Indonesia, pembentukan kebijakan bersifat politis dan berlangsung antara koalisi grup kepentingan atau antara pejabat dengan pejabat lainnya (Datta et al, 2011; Blomkamp et all, 2016). Antara pembagian kuasa eksekutif dan

legislatif, Presiden merupakan aktor yang memiliki pengaruh paling kuat pada digagalkan atau disukseskannya sebuah kebijakan (Datta et al, 2011). Maka, para aktor di dalam maupun di luar pemerintah, terutama antarkelas, berusaha mempersuasi Presiden untuk mengusung sebuah kebijakan sesuai dengan kepentingan mereka.

Para aktor elite dan oligark di sini memiliki pengaruh kuat dalam pembentukan kebijakan UU Cipta Kerja Klaster Ketenagakerjaan. Hal ini ditunjukkan dengan bertemunya tiga asosiasi pengusaha – Apindo, Kadin, dan HIPMI – dengan Presiden Jokowi, setelah ia dinyatakan menang Pilpres, yang membawa usulan untuk merevisi UU Ketenagakerjaan, terutama soal pengupahan, pesangon, alih daya, jam kerja, serikat kerja, dan TKA (Kusumawardhani, 2019). Usulan tersebut tidak tanpa modal: mereka merupakan penyumbang terbesar dalam kampanye Pilpres Jokowi dan berharap dapat mempengaruhi pembentukan kebijakan sesuai dengan kepentingan mereka (Theodora, 2020b). Pengaruh tersebut dikonfirmasi oleh pidato Presiden Jokowi yang menyatakan bahwa “dunia usaha menjadi prioritas pada periode kedua pemerintahannya” dan akan “berjanji mengevaluasi regulasi yang dianggap menghambat perkembangan dunia usaha” (Theodora, 2020b). Beberapa bulan berselang, Presiden Jokowi memperkenalkan *Omnibus Law* yang menaruh target pada GDP 7 Triliun dollar AS pada tahun 2045 dengan cara deregulasi, debirokratisasi, dan liberalisasi ekonomi supaya memudahkan bisnis dan memacu pertumbuhan ekonomi. Lane (2021) berpendapat GDP sebagai tujuan dan justifikasi secara abstrak dan absolut itu merupakan cara pandang *growthist* (pertumbuhan) ekonomi dalam arti yang

sangat sempit di mana pertumbuhan ekonomi dianggap dapat menyelesaikan masalah kemiskinan dan kurangnya lapangan kerja. Selain itu, Mietzner (2021) berpendapat instrumen deregulasi, debirokratisasi, dan liberalisasi ekonomi merupakan bentuk kebijakan neoliberal dan menunjukkan pendekatan pragmatik Presiden Jokowi.

Pengaruh oligark dan pebisnis turut mengiringi fase pembentukan UU Cipta Kerja, ditunjukkan dengan Satuan Tugas (Satgas) Omnibus Law yang didominasi oleh aktor pengusaha (*Tirto.id*, 2019; Syahrial, 2020). Para menteri dan legislator pun turut mendukung dan mensosialisasikan UU Cipta Kerja ke masyarakat (Ibrahim, 2019; Patricia, 2019; Kustiasih, 2020b). Meski begitu, pengaruh buruh tak lepas dari pembentukan UU Cipta Kerja. Demonstrasi buruh telah muncul sejak Januari 2020 saat naskah UU Cipta Kerja direncanakan dikirim ke DPR untuk dibahas (Irawan, 2020). Ancaman buruh untuk melakukan demonstrasi pada Hari Buruh, ditengah pandemi Covid-19, memaksa pemerintah untuk menunda pembahasan klaster ketenagakerjaan (Theodora, 2020a). Namun, penundaan tersebut hanyalah sementara, dilanjutkan dengan pembahasan tertutup (Kustiasih, 2020a) dan disahkannya UU berbeda dari apa yang telah didiskusikan antara pemerintah dan serikat pekerja (*CNNIndonesia*, 2020) menjadi indikasi lemahnya kekuatan politik buruh dalam mempengaruhi pembentukan kebijakan.

#### *Sistem Internasional*

Semakin terkoneksi hubungan dan permasalahan antarnegara menjadikan pembentukan kebijakan tak lepas dari pihak-pihak organisasi internasional. Organisasi tersebut, dalam konteks ekonomi politik atau militer,

membentuk kooperasi, perjanjian, dan regulasi antarnegara yang mengikat sehingga mempengaruhi kebijakan domestik – tentu dalam konteks faktor-faktor yang telah diungkapkan di atas (Knill & Tosun, 2020: 42-45, Bab 10; Gourevitch, 1986: 63-64). Organisasi-organisasi tersebut, dalam konteks perkembangan ekonomi di Asia Tenggara, membentuk perkembangan mode “*deep marketisation*” yang berarti pengintegrasian ekonomi domestik ke kancah global dengan tujuan akumulasi kapital (Carroll, 2012, 2015). Selain pengaruh organisasi internasional, mode pembangunan neoliberal ini juga merupakan hasil dari kekuatan pergerakan kapital yang lebih fleksibel dan meningkatnya kekuatan korporasi multinasional (Al-Fadhat, 2020) yang ditunjukkan dengan perjanjian ekonomi regional, PPP, penilaian ukuran kemudahan berbisnis, dll (Carroll, 2015; Jones & Hameiri, 2020).

Organisasi-organisasi tersebut tidak hanya berusaha mengadvokasi kebijakan untuk sesuai dengan kepentingan pebisnis, tetapi juga berusaha menjustifikasi dan mengintervensi kepentingan pebisnis pada kebijakan di dalam negeri (Carroll, 2012). Penggunaan instrumen EoDB, misalnya, yang ditempatkan sebagai acuan di UU Cipta Kerja merupakan cara untuk membentuk “tempat yang membolehkan” (*enabling enviroment*) supaya bisnis dapat berkembang di sebuah negara. Dalam konteks ketenagakerjaan, EoDB mencoba untuk memfleksibelkan lapangan kerja, spesifiknya dalam peraturan jam kerja, perekrutan dan pemecatan, biaya PHK, dll – regulasi yang coba direvisi oleh UU Cipta Kerja. Selain itu, Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) dan juga pakta perjanjian perdagangan lainnya menyaratkan pergerakan bebas barang dan jasa antarnegara, spesifiknya di

Asia Tenggara. Hal ini kenapa UU Cipta Kerja mencoba untuk memfleksibelkan peraturan TKA. Singkatnya, kekuatan organisasi-organisasi internasional yang membentuk kooperasi dan regulasi dapat mempengaruhi kebijakan di dalam negeri sesuai dengan mode perkembangan neoliberal yang mengutamakan akumulasi kapital.

### **2.3. Kesimpulan**

Ketimpangan kekayaan dan kekuasaan di masyarakat mempengaruhi pembentukan kebijakan dan tata kelola industri media massa. Kebijakan UU Cipta Kerja merupakan hasil dari pengaruh antara latar belakang kekuatan struktural oligark, aktor pebisnis, dan organisasi internasional yang mengejar pembangunan ekonomi mode neoliberal. Para oligark tersebut mendominasi kepemilikan media sehingga membentuk corak oligopoli di industri media massa. Jika mengikuti logika instrumental dalam produksi konten media massa, maka, memparafrase Marx & Engel (1998), ide-ide yang muncul dalam pemberitaan tentang UU Cipta Kerja akan mencerminkan ide-ide dari kelas yang berkuasa – pernyataan yang coba diselidiki dalam penelitian ini.

Meskipun begitu, hubungan antara mode produksi ekonomi (*base*) dengan formasi struktur sosial (*superstructure*), seperti wacana, di masyarakat tidaklah reduksionis maupun strukturalis, melainkan ekonomi politik kritis berpendapat bahwa wacana memiliki *hubungan* dengan struktur ekonomi sehingga usaha untuk memahami konten media perlu dikaitkan dengan bagaimana mereka diproduksi dan bagaimana hubungannya dengan struktur masyarakat secara luas (Hardy, 2014: 22-26).<sup>9</sup>