

PENGARUH KEKUATAN KELOMPOK KEPENTINGAN DI INDONESIA DALAM PROBLEMATIK FCTC WHO: AMTI DAN MEDIA

M. TAUFIQ MIRDATA FEBRIANTO
Drs. Vinsensio M.A. Dugis, MA, Ph.D
KKB KK 2 Fis.HI. 02/11 Feb p

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji sikap Indonesia dalam ratifikasi Framework Convention on Tobacco Control (FCTC). FCTC merupakan perjanjian internasional di bawah naungan WHO, yang dikembangkan sebagai bentuk responsitas terhadap dampak buruk tembakau. Indonesia merupakan negara yang ikut dalam proses pengagasan FCTC, namun sampai saat ini tidak ikut meratifikasi perjanjian tersebut. Permasalahan dalam penelitian ini adalah elemen kekuatan apakah yang dimiliki oleh kelompok kepentingan; Aliansi Masyarakat Tembakau Indonesia (AMTI) dan media, hingga dapat mempengaruhi Pemerintah Indonesia untuk tidak meratifikasi FCTC. Dalam penelitian ini, AMTI dan media merupakan refleksi dari kelompok kepentingan, yang kemudian menjadi salah satu latar belakang Pemerintah Indonesia tidak meratifikasi FCTC. Permasalahan dalam penelitian berjenis *explanatory research* ini kemudian dianalisis menggunakan teori sistem dan teori *policy influence system* serta konsep kebijakan luar negeri. Selanjutnya *thesis statement* yang disusun peneliti menjadi pondasi dalam pengumpulan data yang nantinya disimpulkan secara induktif.

Berdasarkan analisis kualitatif terhadap data-data yang telah didapatkan melalui studi literatur dan wawancara, dapat disimpulkan mengenai empat elemen kekuatan dalam AMTI dan media. Empat elemen kekuatan yang menciptakan pengaruh dan menjadi pertimbangan bagi Pemerintah Indonesia untuk tidak meratifikasi FCTC tersebut, yaitu; kekuatan persuasif dalam metode dialogis, kekuatan representatif massa, kekuatan rasionalitas efek, dan kekuatan konstruksi opini publik media. Tiga kekuatan pertama merupakan elemen kekuatan yang dimiliki oleh AMTI dan elemen kekuatan keempat merupakan kekuatan media. Namun temuan data tersebut menunjukkan, bahwa kekuatan AMTI merupakan kekuatan yang dimiliki dalam mempengaruhi sikap Pemerintah Indonesia. Sedangkan kekuatan media berbeda dengan AMTI, merupakan kekuatan yang dimiliki dalam mempengaruhi publik atau masyarakat, serta tidak memiliki kaitan dengan pemerintah.

Kata Kunci: *AMTI, FCTC, Media, Kekuatan, Tembakau*