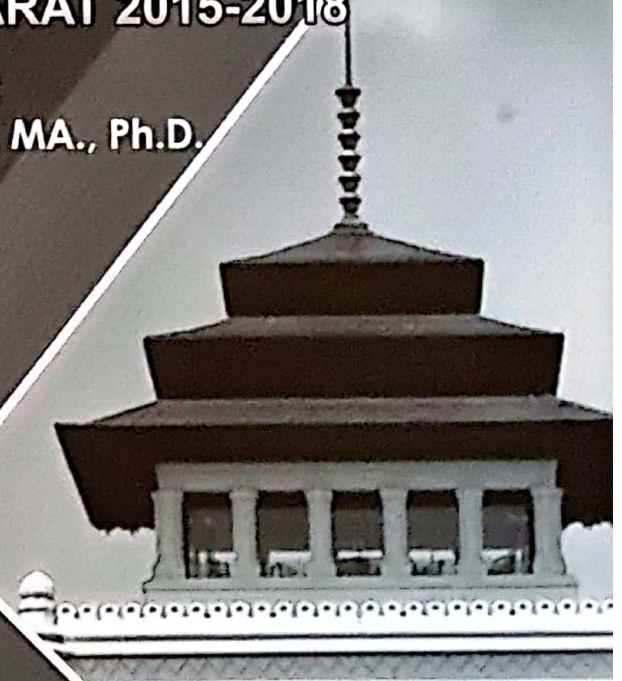


MENGAWAL PENYIARAN MENYELAMATKAN GENERASI MUDA

DALAM KPID JAWA BARAT 2015-2018

Pengantar:
Prof. Deddy Mulyana, MA., Ph.D.



Editor:
Dr. Mahi M. Hkikmat, M.Si
Dr. Aep Wahyudin, M.Si

P3 SPS
Pedoman Perilaku Penyiaran & Standar Program Siaran

Mengawal Penyiaran Menyelamatkan Generasi Muda

Editor:
Dr. Mahi M. Hikmat, M.Si
Dr. Aep Wahyudin, M.Si.

Tata Wajah:
Sumarno, S.Sos

Teta Letak:
Shinta Widyana, S.I.kom

Kreatif:
Hendra Prasetya, S.I.kom
Nadhifa Viannisa, S.I.kom

Penerbit:
Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) Jawa Barat

ISBN:
978-979-17558-3-2

Alamat:
Jl. Malabar No. 62 Bandung. 40263

Telp:
022-7308812, 022-7308813

Fax: 022-7308812

Email:
kpidjabar@gmail.com

Kata Pengantar



Lembaga penyiaran merupakan media komunikasi massa yang mempunyai peran penting dalam kehidupan sosial, budaya, politik, dan ekonomi masyarakat. Selain memiliki kebebasan, lembaga penyiaran pun harus bertanggung jawab dalam menjalankan fungsinya sebagai media informasi, pendidikan, hiburan, serta kontrol dan perekat sosial. Perkembangan dan pertumbuhan media penyiaran di Jawa Barat terus mengalami peningkatan signifikan karena secara ekonomi, politik, sosial dan budaya, Jawa Barat merupakan wilayah yang sangat strategis dan potensial. Bukan hanya karena Jawa Barat memiliki jumlah penduduk yang besar dan wilayah yang luas, tetapi banyak asset dan potensi local yang sangat kaya dan perlu digali. Jawa Barat menempatkan diri sebagai provinsi dengan jumlah lembaga penyiaran terbanyak (536 Lembaga Penyiaran).

Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran mengamanahkan pembentukan lembaga negara yang mandiri yang disebut KPI (Komisi Penyiaran Indonesia) yang berkedudukan di Pusat dan KPID (Komisi Penyiaran Indonesia Daerah) yang berkedudukan di wilayah provinsi.

KPI/KPID sebagai wujud peran serta masyarakat berfungsi mewedahi aspirasi serta mewakili kepentingan masyarakat akan penyiaran. Dalam menjalankan fungsinya, KPI/KPID mempunyai wewenang: a. menetapkan standar program siaran; b. menyusun peraturan dan menetapkan pedoman perilaku penyiaran; c. mengawasi pelaksanaan peraturan dan pedoman perilaku penyiaran serta standar program siaran; d. memberikan sanksi terhadap pelanggaran peraturan dan pedoman perilaku penyiaran serta standar program siaran; e. melakukan koordinasi dan/atau kerja sama dengan Pemerintah, lembaga penyiaran, dan masyarakat.

KPI/KPID pun mempunyai tugas dan kewajiban: a. menjamin masyarakat untuk memperoleh informasi yang layak dan benar sesuai dengan hak asasi manusia; b. ikut membantu pengaturan infrastruktur bidang penyiaran; c. ikut



Sekapur Sirih

Ketua DPRD Provinsi Jawa Barat

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji dan syukur kita panjatkan ke hadirat Illahi Robbi, karena atas perkenan-Nya Buku "Mengawal Penyiaran Menyelamatkan Generasi Muda" yang diterbitkan oleh Bidang Pengawasan Isi Siaran KPID Jabar dapat diwujudkan.

Tentunya DPRD Provinsi Jawa Barat mengapresiasi dan menyambut baik terbitnya buku ini. Sebuah buku yang berisikan tulisan buah karya para komisioner KPID Jabar, yang tentunya sangat memahami seluk beluk penyiaran khususnya di Jawa Barat sehingga layak untuk disampaikan kepada publik.

Di tengah keterbatasan kewenangan KPI, tentunya menjadi tantangan bagi KPID Jabar melihat kondisi penyiaran saat ini yang dari segi isi dan teknologi semakin gencar mempengaruhi sendi-sendi kehidupan masyarakat, bahkan sampai ke hal-hal yang sifatnya pribadi. Ini pula yang kiranya menjadi keprihatinan kita semua, karena ternyata isi siaran yang sangat mudah mempengaruhi masyarakat justru yang sifatnya destruktif atau negatif ketimbang hal yang baik-baik.

Sebagai lembaga yang turut membidani kelahiran KPID, DPRD Provinsi Jawa Barat berharap banyak dari KPID. Meskipun kami sangat memaklumi keterbatasan kewenangan KPID, namun setidaknya KPID bisa memaksimalkan semua potensi yang dimilikinya untuk menjalankan apa yang menjadi fungsi dan kewenangan KPID.

Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS) yang dibuat oleh KPI menjadi salah satu harapan pengawasan terhadap lembaga penyiaran. Namun ini pun ternyata belum cukup untuk memuaskan semua pihak terkait pengawasan yang dilakukan terhadap isi siaran. Tekanan pemilik media, pelaku industri bahkan penguasa seringkali menjadi tembok penghalang yang agak sulit ditembus oleh KPI. Di sisi inilah integritas dan keberpihakan komisioner KPI diuji.

Karenanya sebagai wakil masyarakat, penghargaan kami sampaikan kepada seluruh komisioner KPI yang dalam keterbatasan masih terus berupaya untuk menjalankan tugas dan fungsinya dengan baik. Kiranya kepercayaan ini tidak disia-



Sekapur Sirih

Gubernur Jawa Barat

Inna ba'dha al-byani lasihrun

(Sesungguhnya dalam kemampuan berbicara yang baik terdapat kekuatan sihir)

Prolog tulisan paling layak dalam situasi kebangsaan saat ini, terutama jika dikaitkan dengan dunia broadcasting. Salah satunya hadist Rasulullah SAW di atas, ada tiga konsideran utama yang melandasinya.

Pertama, sesungguhnya pidato yang menyihir audiens demikian banyak, sudah tidak selalu berbentuk orasi dalam lapangan luas di hadapan ummat massif. Pada hari ini, media massa adalah implementasi pidato yang mampu meraih komunikasi sangat banyak.

Industri *broadcasting* dengan merujuk sejumlah survey terpaan komunikasi mutakhir, adalah medium yang nyata paling luas menjangkau audiens dalam jumlah sangat besar di Indonesia umumnya dan Jawa Barat khususnya. Mereka yang "menyihir" hari ini adalah mereka yang membuat jutaan masyarakat yang tidak saling mengenal, tidak tahu satu sama lainnya, bisa digerakkan setelah mendengarkan berita radio dan televisi dan seketika membentuk sikap.

Kedua, masyarakat Indonesia yang kian lekat terlibat dalam korvengensi informasi, baik secara konten maupun *platform*, adalah lapisan ummat yang hidupnya sudah tak bisa lepas dari terpaan komunikasi massa. Pada hari ini, mengakses informasi dari media massa sudah bukan lagi kebutuhan, namun berkembang menjadi tuntutan tak terelakkan para pergaulan keseharian bahkan bagian dari aktualisasi individu dalam komunitas/lingkungannya.

Karena itulah, mencari sekaligus mengkomodifikasi "sihir" dari media massa terutama *broadcasting* adalah laku keseharian yang sulit dihindarkan. Inilah yang kemudian telah menciptakan masyarakat informasi (*information society*).

Ketiga, Jawa Barat adalah *manunggaling* dengan industri pers bahkan sejak zaman sebelum negeri kita berdaulat. Pemerintah Daerah dan insan pers adalah

Daftar Isi

Kata Pengantar

Ketua KPID Jawa Barat	iii
-----------------------------	-----

Sekapur Sirih

1. Ketua DPRD Jawa Barat	v
2. Gubernur Jawa Barat	vii

Pengantar Editor

KPID Jawa Barat dalam Mengawal Penyiaran	xi
--	----

Daftar Isi	xiii
------------------	------

Pengantar Akademis

Membangun Penyiaran di Indonesia	1
Oleh Prof. H. Deddy Mulyana, M.A., Ph.D.	
1. Media Cerdas; Cerdas Bermedia	7
Oleh Dr. Dedeh Fardiah, M.Si.	
2. Sistem Penyiaran Jawa Barat yang Demokratis & Berkeadilan	15
Oleh Dadan Saputra, S.Pd., M.Si.	
3. Aksesitas DPRD dalam Penyajian Konten Lokal	23
Oleh Dr. H. Mahi M. Hkikmat, M.Si.	
4. <i>Hoax</i> dalam Dunia Penyiaran	35
Oleh Ir. Irianto Edi Pramono	

5. Belantara Industri Radio Swasta	43
Oleh Moch. Syaifurohman, S.S.	
6. Representasi Ke'arifan Penyiaran Lokal di Tengah Oligopoli Industri <i>Mainstream</i> Dalam Pengarusutamaan <i>Diversity of Content</i>	49
Oleh Dr. Aep Wahyudin, M.Si.	
7. Quo Vadis Demokrasi Penyiaran Indonesia?	65
Oleh Hj. Neneng Athiatul Faiziyah, S.Ag., M.I.kom	
Profil Penulis	77
Peraturan Komisi Penyiasan Indonesia tentang Pedoman Perilaku Penyiaran	83
Peraturan Komisi Penyiasan Indonesia tentang Standar Program Siaran	101

Representasi Ke'arifan Penyiaran Lokal Di Tengah Oligopoli Industrialisme *Mainstream* dalam Pengarusutamaan *Diversity of Content*

Aep Wahyudin

Dunia penyiaran akan mengalami tantangan baru di era baru (*new era*), globalisme, totalitarianisme, dan kapitalisme absolut dalam sistem *free market* di berbagai belahan dunia seiring dengan terjadinya keniscayaan perkembangan teknologi, komunikasi dan informasi (*information, communication and technology*). Mengawali milenium ketiga bukanlah merupakan hal yang ringan bagi seluruh bangsa Indonesia setelah mengalami permasalahan global, regional dan krisis multidimensional dalam tatanan kehidupan berbangsa dan bernegara. Berbagai daya perlu diupayakan dalam mengatasi berbagai masalah, termasuk perbaikan dan penyempurnaan tatanan kehidupan masyarakat, termasuk di ranah penyiaran. Bertolak dari permasalahan tentang watak dan jati diri masyarakat, dari apa yang dialami berbagai komunitas lokal dan kelompok sosio-budaya masyarakat, disadari perlunya upaya yang sungguh-sungguh dalam mengangkat harkat dan martabat segenap insan Indonesia. Untuk itu, pengenalan dan pemahaman yang seksama tentang berbagai dimensi kehidupan masyarakat dan ke'arifan budaya juga sumber daya lokal merupakan suatu kebutuhan yang mendesak dan fundamental. Terutama, dalam era menyongsong globalisme dunia serta mendorong otonomi daerah dalam penguatan lokal dan sumber daya daerah.

Dalam konteks penyiaran, rangkaian panjang ranah frekuensi ini dalam sejarahnya tak terlepas dari banyaknya pula permasalahan yang mengirimnya. Berbagai permasalahan di ranah penyiaran dari persoalan-persoalan hilir hingga persoalan 'subtil' yang berada di 'pangkal' hulunya. Berbagai persoalan perlindungan kepentingan publik penghormatan terhadap hak *privacy*, perlindungan kepada anak, pelarangan dan pembatasan seks, pelarangan dan pembatasan kekerasan, pelarangan

dan pembatasan program siaran bermuatan mistik, horor, dan supranatural, penggolongan program siaran, program siaran jurnalistik, P3 dan SPS yang mengatur secara khusus tentang luberan konten Lembaga Penyiaran Berlangganan, siaran iklan (iklan niaga dan iklan layanan masyarakat), hukum acara siaran, termasuk juga persoalan Lembaga Penyiaran berjangkauan segera melaksanakan konten lokal minimal 10% dan menjadi bagian dari evaluasi tahunan Lembaga Penyiaran. Terkait dengan pemberitaan, penyiaran dan iklan kampanye politik di Lembaga Penyiaran, peraturan tentang pemberitaan, penyiaran dan iklan kampanye politik di Lembaga Penyiaran, optimalisasi gugus tugas dari tingkat pusat sampai tingkat daerah, ketersediaan tenaga pemantau dan infrastuktur pengawasan isi siaran KPID. Terkait dengan iklan rokok, kesehatan dan obat-obatan tradisional, penegakkan regulasi pembatasan siaran asing, siaran anak harus disulih suaranya dengan tidak melebihi ketentuan batasan waktu sulih suara asing. Termasuk juga tentang eksistensi dan survivabilitas pemberdayaan lembaga penyiaran lokal, sebagai bentuk persoalan fundamental dalam menyoal demokratisasi penyiaran, otonomisasi penyiaran, desentralisasi penyiaran, konglomerasi penyiaran, industrialisasi penyiaran, kapitalisme penyiaran, oligopoli penyiaran, hegemoni-dominasi penyiaran, spasialisasi dan strukturasi penyiaran, komodifikasi penyiaran, spasialisasi penyiaran, resistensi publik terhadap hegemoni dan industri privat, program siaran lokal dan siaran nasional, profesionalisme praktisi media, hingga regulasi penyiaran.

Sistem penyiaran yang tersentralisasi yang sudah berlangsung lama telah menyebabkan industri penyiaran menjadi tidak adil dan merata, tidak terwujudnya demokratisasi dan otonomisasi penyiaran serta pemberdayaan lokal di seluruh daerah di Indonesia. Lembaga penyiaran eksisting stasiun televisi di Jakarta yang dapat bersiaran secara nasional. Dalam sistem ini, siaran sepenuhnya dipersiapkan, dibuat dan dipancarkan secara terpusat dari Jakarta menuju rumah-rumah penduduk di seluruh daerah di Indonesia. Dengan demikian apa yang disaksikan oleh publik media televisi di seluruh daerah di Indonesia sepenuhnya ditentukan oleh stasiun yang berlokasi di Jakarta, tentunya hampir bisa dikatakan bentuk pemusatan media penyiaran tersebut telah mengabaikan konteks lokal dan kedaerahan yang ada di seluruh Indonesia.

Mengingat bahwa setiap masyarakat yang menetap di berbagai daerah berbeda akan memiliki konteks budaya, politik dan ekonomi yang berbeda, penunggalan siaran yang datang dari sebuah pusat pada dasarnya mengingkari keberagaman tersebut. Karena itu, dalam sistem jaringan ini, setiap televisi menjadi bagian dari jaringan nasional yang harus memuat program-program lokal, bahkan pemberdayaan lokal. Namun yang terpenting dari sistem ini, bukan hanya soal

muatan lokal, tapi juga harus memanfaatkan politik dan ekonominya. Dengan sistem siaran yang tersentralisasi, pemasukan hanya akan mengalir ke pusat. Seluruh keuntungan ekonomi akan menjadi terpusat di Jakarta, dan daerah di luar pusat Jakarta hanya akan menjadi penonton. Dalam sistem pertelevisian terpusat seperti sekarang ini, akan sulit ada stasiun televisi di luar Jakarta yang dapat berkembang dengan sehat. Akibatnya lapangan sumber daya manusia yang terkait dengan industri pertelevisian, tidak ada dorongan untuk menumbuhkan rumah produksi, biro iklan, lembaga pendidikan, ekonomi yang terkait dengan dunia penyiaran di daerah-daerah.

Media penyiaran tidak bisa disejajarkan dengan media cetak, media penyiaran beroperasi jumlahnya terbatas. Frekwensi siaran tersebut adalah ranah publik yang harus dimanfaatkan sebenar-benarnya untuk kesejahteraan masyarakat yang "berdaulat" atas frekwensi tersebut. Jadi bila menggunakan frekwensi siaran di Jawa Barat seharusnya dimanfaatkan untuk kepentingan publik Jawa Barat. Demikian pula dengan daerah-daerah lain di Indonesia. Apa yang terjadi di Indonesia saat ini mengingkari asas tersebut. Stasiun-stasiun televisi nasional Jakarta dapat menjangkau lebih dari ratusan juta rakyat Indonesia dengan memanfaatkan frekwensi siaran di berbagai wilayah tersebut, baik secara ekonomi, politik, budaya maupun sosial.

Secara politik, publik daerah di luar Jakarta tidak bisa melihat dirinya dan tidak bisa memperoleh informasi yang relevan dengan kepentingan di daerah mereka di layar televisi. *Agenda setting* (penetapan agenda) tentang apa yang disebut berita atau bukan berita ditentukan dari Jakarta. Penduduk di seluruh Indonesia harus menyaksikan berita tentang permasalahan Jakarta, sementara segenap persoalan ekonomi-politik-sosial kedaerahan tersimpan dalam-dalam. Lebih dari itu proses pemaknaan, pemberian penafsiran terhadap peristiwa-peristiwa tersebut ditentukan oleh kaum elit dari Jakarta. Tanpa Informasi politik lokal, televisi tidak akan dapat dimanfaatkan sebagai media komunikasi politik yang dibutuhkan dalam pembangunan demokrasi Indonesia. Sudah menjadi proporsi umum bahwa agar demokrasi tetap terjaga di setiap daerah, publik harus memperoleh informasi memadai tentang lingkungannya.

Dari aspek budaya, Indonesia adalah negara yang luas dengan keragaman budaya yang kaya. Karena itu, masyarakat daerah sangat berharap menyaksikan di layar televisi tentang budaya daerahnya serta beragam kreativitasnya, bukar standarisasi yang dibuat oleh pusat. Dari aspek sosial-ekonomi, muatan televis swasta diarahkan untuk menarik penonton yang kaya untuk membeli komoditi yang diiklankan di kota-kota besar, dan siaran ini pun dipancarluaskan secara nasional

Indonesia memiliki tingkat stratifikasi sosial ekonomi yang beragam. Jumlah masih tergolong sederhana pada kalangan menengah. Hal ini menyebabkan akses pada yang cukup tinggi di tingkat masyarakat termasuk di daerah. Dari sisi pemberdayaan ekonomi daerah pun tidak terkecuali secara baik dan merata sehingga publik dan swasta daerah hanya sebagai konsumen.

Sifat Remediasi Penyiaran Lokal

UU Penyiaran No. 32 Tahun 2002 merupakan regulasi induk yang mengatur tentang siaran dan radio yang berbasis daerah (lokal). Pengaturan tentang lembaga penyiaran lokal dalam UU No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran antara lain tertuang dalam pengaturan tentang Susunan Penyiaran dan Wilayah Penyiaran khususnya Pasal 33 yang menyatakan bahwa "Lembaga penyiaran yang menyelenggarakan jasa penyiaran radio atau jasa penyiaran televisi terdiri dari stasiun penyiaran jaringan dan stasiun penyiaran lokal." Konsep lembaga penyiaran lokal lebih lanjut dalam UU Penyiaran terbagi atas dua ranah yaitu lembaga penyiaran lokal yang merupakan lembaga penyiaran swasta dan lembaga penyiaran lokal sebagai sebuah lembaga penyiaran publik. Konsep lembaga penyiaran lokal sebagai lembaga penyiaran swasta diatur dalam Pasal 18 ayat (3) yang menyatakan: "Pengaturan jumlah dan cakupan wilayah siaran lokal, regional dan nasional, baik untuk jasa penyiaran radio maupun jasa penyiaran televisi, disusun oleh KPI bersama Pemerintah." Sedangkan konsep lembaga lokal sebagai lembaga penyiaran publik diatur dalam Pasal 14 ayat (3) yang menyatakan: "Di daerah provinsi, kabupaten, atau kota dapat didirikan lembaga penyiaran publik lokal."

Tahun 2002, menjadi titik balik dunia penyiaran di Indonesia ketika UU No.32 tentang Penyiaran diberlakukan. Undang-undang ini menjadi payung hukum bagi beroperasinya stasiun televisi dan radio yang berada di daerah dengan lingkup siaran di daerah. Stasiun televisi seperti ini dikenal sebagai televisi lokal juga televisi berjangkauan. Kebutuhan untuk mendirikan televisi dan radio tetap menjadi animo besar dan berbagai kalangan termasuk masyarakat itu sendiri, tidak terkecuali di kalangan praktisi penyiaran dan masyarakat daerah di Indonesia. Banyak faktor yang menyebabkan besarnya animo kalangan masyarakat untuk mendirikan media penyiaran televisi lokal atau televisi daerah. Pertama, Undang-Undang Penyiaran No 32 tahun 2002. Kedua, faktor otonomi daerah, adanya demokratisasi daerah menjadikan sentralisme kekuasaan dan kebijakan harus didistribusikan kepada daerah-daerah. Desentralisasi ini sudah barang tentu melahirkan peluang adanya kebijakan daerah untuk menentukan media penyiarannya sendiri. Ketiga, faktor kebutuhan informasi lokal, informasi sudah menjadi kebutuhan semua kalangan

menarik tanpa kecuali masyarakat daerah. Masyarakat daerah masih sangat membutuhkan informasi yang lebih luas lagi khususnya tentang kualitas informasi yang dimilikinya sendiri. Sifat informasi ini akan komutabel dan nonkomutabel. Artinya dia tidak dapat diperjual belikan. Komunitas lokal. Komunitas pemerintah daerah tidak bisa dianggap bahwa membangun dan mendirikan media penyiaran lokal tidak pernah merupakan kebutuhan dan adanya etnosentris dan desentralisasi yang sangat terjadi di seluruh daerah Indonesia, tetapi melakukan siaran investasi yang cukup menjanjikan bagi kalangan masyarakat sekitar.

Kebijakan media penyiaran lokal yang tersebar di 34 provinsi di Indonesia merupakan fenomena yang menarik dan penting dalam sistem penyiaran Indonesia. Oleh karena itu di balik gejala ini, nampak bahwa kekuasaan siaran mulai terdistribusikan ke daerah-daerah. Banyak pihak sudah menyadari bahwa budaya yang lebih luas, beragam dan unik untuk dihomogenkan dengan segala bentuknya yang tidak terkecuali pada lokalitas. Peluang ini juga menuju pada pengalihan di mana sistem penyiaran ke arah yang lebih demokratis.

Undang-Undang Penyiaran nomor 32 tahun 2002 memuatkan isi dan tujuan, dan radio harus berisi informasi - edukasi dan hiburan / hiburan, dan komposisi yang proporsional sesuai visi misi yang diarahkan sebelumnya ke media penyiaran. Konsistensi ini siaran dengan visi misi tersebut diberikan lebih tanggung jawab media dan penyiaran ketika mengalukan siaran. Oleh karena itu, sebagai menggunakan ranah publik yang dijamin negara kepada media, siaran ada hak-hak publik di dalamnya termasuk hak agar media memprioritaskan kepentingan, kebutuhan berbagai kelompok yang ada di masyarakat, isi siaran mengandung informasi, pendidikan, hiburan dan manfaat untuk pembantu aktualitas, watak, moral, kemajuan kekuatan bangsa, menjaga pemertuan kesatuan, serta mengamalkan nilai-nilai agama dan budaya Indonesia.

Hegemoni Media: Dominasi dan Kapitalisme

Hegemoni media dalam sistem kapitalisme menjadi kajian dalam penelitian di Eropa, Amerika, termasuk pengaruhnya ke Indonesia. Peneliti negara-negara Eropa dan Amerika kebanyakan lebih menekankan pada implikasi global daripada implikasi nasional, Marshall McLuhan memperkenalkan konsep Global atau Desa Buana tahun 1960. Karyanya dimulai dengan The Gutenberg

1. Permasalahan lain yang muncul antara lain berkaitan dengan peraturan lembaga media yang masih sangat penertapan frekuensi, standar perizinan, isi siaran dan lain sebagainya. Regulatorisasi dan sebagai lembaga, Indonesia mempunyai tugas untuk mengatur hal-hal yang berkaitan dengan siaran radio, memfasilitasi berbagai stakeholder pemertuan publik untuk memecahkan masalah-masalah tersebut, mengubah dominasi di Indonesia merupakan paradigma baru yang mencirikan bahwa pemerintah akan berorientasi pada layanan publik yang bersifat bottom up dan pada top down. Masalah mekanisme dan landasan perizinan di penyiaran publik sudah diatur dengan jelas dalam UU nomor 32, 32 dan 33 tahun 2002.

(1962) yang mengarahkan perhatian pada ciri-ciri intrinsik dari media termasuk percetakan, radio dan televisi. Karya-karyanya membahas tentang sejumlah media bukan pada pesan dan kandungannya dan tidak memberikan perhatian sedikitpun pada perbedaan-perbedaan nasional di Negara-negara yang langsung terpengaruh, struktur pendidikan, pola pengendalian, rentang isi dan gaya presentasinya. (Mc Luhan, 1968: 190)

Terdapat sebuah premis mengenai posisi media dalam sistem kapitalisme liberal, yaitu bahwa media massa adalah kelas yang mengatur. Media Massa diyakini sebagai medium lalu lintas pesan atau merupakan salah satu unsur sosial dalam suatu masyarakat. Disamping itu terdapat pula di dalamnya yang menggambarkan bahwa media juga sebagai alat untuk menundukkan dan memaksakan konsensus oleh kelompok yang secara ekonomi politik dominan. Media sebagai alat atau sebagai perangkat ideologis, melalui mana produk-produk disampaikan, dapat melanggengkan dominasi kelas pemodal terhadap publik yang diperlukan sebagai mata-mata konsumen, dan terhadap pemegang kekuasaan untuk memuluskan lahirnya regulasi-regulasi yang *market oriented*. (Golding dan Murdock, 1997: 197).

Prinsip utama yang diperhatikan adalah dalam sistem industri kapitalis, media massa harus diberi perhatian yang cukup sebagai mana industri dan distribusi lain. Keadaan yang ditemukan pada level kepemilikan media, praktik-praktik pembantaan, dinamika industri penyiaran dan sebagainya, mempunyai hubungan yang saling menentukan dengan kondisi ekonomi-politik spesifik yang berkembang di suatu Negara, serta pada gilirannya juga dipengaruhi oleh kondisi ekonomi politik global (Hidayat, 2000: 89).

Dalam konteks Indonesia, permasalahan seputar konsentrasi menjadi wacana. Pada zaman Orde Baru, bisnis media terkonsentrasi pada sekelompok kecil pengusaha dan aktor politik yang memiliki akses ke pusat kekuasaan. Perubahan yang diharapkan adalah dapat menciptakan sebuah ruang yang kondusif bagi terwujudnya peran media sebagai perangkat publik untuk melakukan pengawasan terhadap penyelenggara Negara, serta untuk mengawasi praktik-praktik yang terjadi dalam bisnis media. Bagaimanakah interaksi agen-agen dan struktur atau hubungan antaragen sosial dalam realitas industri media di Indonesia? Agen pelaku sosial mempunyai kapasitas untuk menentukan arah proses komersialisasi, liberalisasi dan internasionalisasi yang kemudian melahirkan kapitalisme kroni. Namun bersamaan dengan gejala ini, terdapat tekanan eksternal yang bersumber pada kaidah neoliberalisme yang akhirnya memaksa negara mengoreksi kebijakan liberalisasi selektif yang telah menimbulkan struktur kapitalisme kroni, termasuk dalam sektor industri media. Mengenai hal ini, mungkin pemikiran Gramsci sangat relevan

seperti yang tercantum dalam konsep *passive revolution* (revolusi pasif) dan telah diuji oleh Bern Rottgers dalam tulisannya "*Passive Revolution of Capitalism: Political Restructuration of the Market and the Neoliberal Expansion of the State*."

Menurut Golding & Murdock (dalam Barrett, 1995 : 201-214), telah terjadi industrialisasi komunikasi massa yang ditandai dengan perubahan dari bentuk pemisahan menuju pemusatan. Dengan kata lain, pendekatan ini mengemukakan bahwa ideologi, superstruktur atau lingkup/representasi wacana dalam domain publik serta akses khalayak terhadap wacana tergantung pada kekuatan domain cara pendanaan dan pengorganisasian produksi budaya. Karena itu penelitian lebih diarahkan pada analisis empiris terhadap struktur pemilikan dan mekanisme kerja kekuatan pasar media (lihat Shoemaker & Reese, 1991: 112).

Konglomerasi dan Oligopoli Media

Dari beberapa stasiun televisi yang dapat bersiaran nasional, melalui afiliasi jaringan, hanya sebagian saja yang berafiliasi dengan televisi lokal dan melakukan sumber daya *local content*. Hingga saat ini belum terlihat geliat memiliki kepanjangan tangan di daerah secara serius, utuh dan komprehensif, terutama untuk tujuan pemberdayaan sumberdaya lokal (*empowerment of local resources*). Kalau saja regulasi itu dijalankan dengan baik dan menyeluruh, akan menguntungkan lembaga penyiaran lokal dan tidak akan ada lagi pemisahan kluster yang memunculkan dikotomi "televisi dengan siaran nasional" sebagai yang utama dan televisi lokal dipandang sebelah mata.

Di satu sisi, terdapat euforia kebebasan media itu membawa perubahan yang sangat besar bagi tumbuhnya demokrasi di Indonesia. Publik mempunyai banyak pilihan sekaligus alternatif informasi. Untuk mengimbangi tuntutan publik yang haus informasi itu, media juga dihadapkan pada tantangan untuk meningkatkan mutu berita agar laku di pasaran. Media dituntut untuk terus kreatif agar mampu memenuhi ekspektasi publik yang semakin hari semakin kritis dan cerdas. Namun di sisi lain, euforia kebebasan ini ternyata juga membawa dampak yang kurang sehat bagi publik, termasuk dalam konteks demokrasi informasi. Salah satunya adalah adanya pemusatan kepemilikan media ke satu orang atau institusi (oligopoli).

Dalam konteks ini, media kerap kali telah dimanfaatkan untuk lebih memenuhi tuntutan pemilik media ketimbang memenuhi keinginan publik. Alih-alih melahirkan pers yang sehat dan independen, yang ada malah media menjadi institusi yang partisan, sehingga menggerus nilai-nilai independensi. Mari kita lihat konstelasi kepemilikan media saat ini. Dari data Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia, salah satu holding yang terbesar saat ini,

Media Nusantara Citra (MNC) yang menguasai 38 persen *market share* di Indonesia. Nomor dua dikuasai Trans Media yang menguasai 24,8 pasar di Indonesia. Sementara di bawahnya adalah Emtek Groups yang menguasai 23,8 persen pasar. MNC Group yang dimiliki pengusaha sekaligus politisi, Hary Tanusudibyo, menguasai pasar melalui media televisi, radio, koran dan media online. Di media televisi, Group ini memiliki RCTI, MNC dan Global TV. Group ini juga memiliki 14 Televisi lokal, 15 channel TV berbayar, 1 koran, 22 radio, 1 portal. Di luar ini, MNC Group masih memiliki usaha agensi artis, property, perusahaan penerbangan, perusahaan investasi dan lain-lain.

Posisi di bawahnya ditempati Trans Media. Trans Media memiliki 2 televisi, yaitu Trans TV dan Trans7, Detik TV (TV internet) dan Portal Detik. Com. Selain media juga memiliki bisnis perbankan, ritel, perkebunan, jasa asuransi, keuangan, hotel, pusat hiburan dan lain-lain. Selanjutnya adalah Emtek Group yang memiliki 2 televisi, yakni SCTV dan Indosiar, Radio Elshinta yang berjangkauan hampir dengan radio-radio di seluruh Indonesia. Group ini juga memiliki satu televisi lokal. Di luar media, mereka memiliki usaha perbankan, investasi, perkebunan dan lain-lain. Di bawahnya masih ada Viva Group, usaha media group ini memiliki 2 televisi, yakni TV One dan An teve dan juga portal Viva News. Di luar media, usaha ini menggurita di berbagai bidang, seperti pertambangan, properti, telekomunikasi, investasi dan sebagainya. Selain itu, masih ada lagi sejumlah group lainnya, yakni Mahaka Media. Group ini memiliki koran Republika, 1 televisi lokal (Alif TV), 1 televisi berbayar dan 19 stasiun radio. Selain media, Group ini memiliki usaha lain seperti periklanan, properti, industri batubara dan restaurant. Selain itu, masih ada beberapa kelompok usaha lain, seperti misalnya Jawa Pos Group yang menguasai 134 koran, baik nasional maupun lokal dan 21 televisi lokal. Ada pula kelompok usaha Kompas Gramedia Group yang memiliki content provider, Kompas TV, menguasai 2 koran nasional (*Kompas* dan *Jakarta Post*), 24 koran lokal, 1 portal, 13 tabloid, 61 majalah dan 12 televisi lokal. Masih ada lagi kelompok usaha Media group, kelompok usaha ini memiliki 1 televisi nasional (Metro TV), 3 koran dan 2 portal., belum termasuk kelompok usaha Lippo Group (berita Satu media Holdings) yang memiliki 3 koran, 3 majalah, 1 televisi berbayar, 1 portal dan 4 tabloid.

Dalam perspektif ekonomi politik media, pemusatan kepemilikan media ini selanjutnya berdampak pada banyak hal. Di antaranya adalah banyaknya konten media yang bias, muncul akibat kepentingan pemilik media itu sendiri. Teori ekonomi politik, dalam konteks media massa bahwa pers yang mandiri tidak mungkin terwujud dan karenanya media massa hanyalah alat pemegang kekuasaan ekonomi, politik dan semua kekuatan sosial dalam sistem apapun. Dalam semua

sistem pers, media berita mewakili pihak yang menjalankan kekuasaan politik dan ekonomi. Surat kabar, majalah dan outlet penyiaran bukanlah aktor independen, meski mereka mempunyai potensi untuk menjalankan kekuasaan independen. Hal ini, menunjukkan secara jelas terjadinya konglomerasi dan pemusatan kepemilikan media, yang permasalahan itu bertentangan dengan Undang-Undang Penyiaran yang menyiratkan harus adanya keberagaman kepemilikan (*diversity of ownership*) dan keberagaman isi (*diversity of content*).

Diversity of Media

Dalam sistem demokrasi, regulasi terhadap media pada dasarnya dipilah menjadi dua bagian besar, yakni media yang tidak menggunakan domain publik dan media yang menggunakan domain publik (Siregar: 40). Media yang tidak menggunakan ranah publik misalnya buku, majalah, surat kabar dan film (kecuali disiarkan melalui televisi) maka regulasinya menggunakan *self regulatory*. Sementara itu, regulasi media yang menggunakan *public domain* diberlakukan regulasi yang sangat ketat (*highly regulated*). Hal ini disebabkan faktor sumberdaya yang digunakan yakni spektrum frekuensi.

Terminologi media diversity mesti mendapat definisi yang jelas agar bisa dibedakan dengan "Media Pluralism" (pluralisme media). Hitchens (2006: 8-9) membedakan antara terminologi "diversity" dan "Pluralism". Dalam konteks regulasi dan pengaturan kepemilikan penyiaran, perbedaan ini bukanlah suatu hal yang memiliki makna alami. Terminologi ini bisa saja dimaknai sebagai; *pertama*, terminologi ini merujuk pada situasi dimana lingkungan media terstruktur dengan cara dimana terdapatnya kepastian bahwa adanya beberapa perbedaan bentuk dalam media outlets seperti jasa penyiaran publik dan penyiaran swasta. *Kedua*, terminologi ini merujuk pada lingkungan media yang terstruktur yang memastikan adanya perbedaan/keragaman dalam kepemilikan media outlet. *Ketiga*, merujuk pada keinginan akan keragaman opini yang disiarkan. *Keempat*, tersiarinya program-program yang memiliki tingkat keragaman termasuk di antaranya program-program berita dan hiburan. Dua terminologi pertama banyak berbicara bagaimana lingkungan media itu tersruktur. Hitchens menyebutnya "eksternal pluralism" dan sementara terminologi ketiga dan keempat lebih pada "internal pluralism" yang mengedepankan keragaman konten (isi siaran).

Dalam konsteks diversity masyarakat dan media di Indonesia, UU Penyiaran Indonesia No. 32/ 2002 lahir atas 3 prinsip: Prinsip keterbukaan akses, partisipasi, serta perlindungan dan kontrol publik. Prinsip keberagaman kepemilikan (*Diversity of ownership*), dan prinsip keberagaman isi (*diversity of content*). Dalam konteks

diversity keterbukaan akses, ada dalam peraturan dan perundang-undangan penyiaran, yaitu tentang *diversity* jangkauan siar: pasal 1, ayat 8, 11 dan 13, pasal 31 ayat 1 s/d 6.; *Diversity* siaran (*syndication*): pasal 40 ayat 1 s/d 4.; dan Etika moral menjadi multikultural Indonesia: Pasal 46 ayat 1 s/d poin a, b, c.

Dalam konteks *diversity of ownership*, sebenarnya sudah dijelaskan dan ditegaskan tentang kepemilikan pemusatan media, yaitu: Larangan monopoli dan mendukung perekonomian rakyat di era globalisasi : pasal 5 poin g dan h.; Jenis media dan lembaga penyelenggaraan: pasal 13 ayat 1 dan 2.; Diperbolehkan tumbuhnya Lembaga Penyiaran Publik (media lokal) tingkat kabupaten dan kota: pasal 14 ayat 14.; Kepemilikan modal dalam lembaga peyiaran nasional, lokal, komunitas dan berlangganan : pasal 31 ayat 1 s/d 6. Dalam konteks *diversity of content*, menajelaskan tentang isi siaran pada pasal 36 yang mengungkap bahwa Jenis isi siaran dan ragam efeknya, 60% wajib tayangan lokal, Perlindungan bagi khalayak khusus: anak-anak, remaja (waktu dan klasifikasi khalayak), dan Isi siaran netral, untuk kepentingan semua golongan.

Resistensi Diversity terhadap Privat

Tarik ulur regulasi penyiaran mengindikasikan sarat kepentingan berbagai pihak. Salah satu persoalannya, adanya klausul pembatasan siaran nasional, kepemilikan silang dan pemusatan kepemilikan media. Pembatasan ini dianggap mengancam kebebasan informasi, mematikan industri televisi, dan tak memberi rasa keadilan terhadap pengelola media. Filosofi dibalik pembatasan itu adalah untuk mewujudkan *diversity of ownership* dan *diversity of content*. Mungkin dua kata itu sudah kehilangan 'daya-tarik'-nya, karena sudah terlalu sering diucapkan. Akan tetapi jika mau mewujudkan demokratisasi ranah penyiaran, mau tak mau dua kata inilah kuncinya. Ditambah satu nilai lagi, desentralisasi industri penyiaran. Di era otonomi daerah, industri penyiaran seharusnya tidak hanya melihat daerah sebagai pasar. Daerah mesti dikembangkan sebagai sentra-sentra baru industri penyiaran, dan orang-orang daerah perlu diberi kesempatan pertama (namun bukan satu-satunya) untuk mengembangkannya.

Undang-Undang Penyiaran harus berpihak pada kepentingan publik, karena menggunakan frekwensi penyiran merupakan milik publik dan masyarakat luas Indonesia, tapi tetap mengindahkan tujuan menghidupkan industri penyiaran nasional yang sehat. Dengan demikian ranah frekuensi itu harus diperuntukan dan penggunaan sebaik-baiknya bagi Publik. Oleh karenanya, sentralisasi penyiaran yang terjadi selama ini, menunjukkan ketidakadilan dan ketidakmerataan dalam banyak aspek, termasuk pula aspek pemberdayaan kepentingan lokal dalam hal

ekonomi, informasi, program siaran dan lain sebagainya.

Sebuah UU pada dasarnya adalah representasi dari beragam kepentingan. Itulah sebabnya tarik-ulur berbagai kepentingan dalam perumusannya mustahil dihindari. Demikian juga dengan UU No.32 Tahun 2002. Selain perdebatan menyangkut kepentingan Negara dan kepentingan pemilik modal, UU Penyiaran juga mempersoalkan posisi dan kepentingan publik. Idealnya, sebuah UU menempatkan kepentingan publik di atas kepentingan-kepentingan yang lain. Namun, realitas menunjukkan bahwa sebuah UU acap kali menafikan kehendak publik bahkan meniadakan sama sekali partisipasi publik dalam proses penyusunannya. Apakah UU Penyiaran ini sudah mengakomodasi tuntutan publik dan benar-benar melindungi kepentingan publik? Jawaban atas pertanyaan ini sangat tergantung pada sudut pandang masing-masing kelompok yang punya kepentingan. Sebelum membahas lebih lanjut permasalahan ini, penting kiranya memahami terlebih dahulu konsepsi tentang publik dan siapa sebenarnya yang dimaksud dengan publik dalam kerangka UU Penyiaran.

Dalam pembahasan tentang UU Penyiaran, salah satu isu yang banyak dipersoalkan berkenaan dengan UU ini adalah masih besarnya peluang campur tangan pemerintah untuk mengatur dan menentukan gerak langkah media penyiaran (Pasal 33 ayat 4 dan 5, juga Pasal 62 ayat 1 dan 2). Intervensi pemerintah ini dikhawatirkan akan mengekang kebebasan pers. Leo Batubara (2002: 3) dengan tajam menyatakan bahwa "UU Penyiaran: Awal kematian kemerdekaan berekspres". Alasannya, berdasarkan UU ini DPR (yang merepresentasikan kepentingan rakyat) secara tidak langsung telah memberi kekuasaan kepada pemerintah sebagai yang berdaulat dan penentu kebijakan, pengaturan, pengawasan, dan pengendalian dalam penyelenggaraan penyiaran. Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) ditempatkan sebagai rekomendator dan pengusul saja. Sensor dan pengoperasian mata-mata penyiaran diberlakukan kembali (Pasal 47). Ketentuan pidana yang berwatak fasis diberlakukan (Pasal 36 ayat 6, juga Pasal 57). Pendek kata, UU tersebut menempatkan negara pada posisi yang kuat (*powerfull*) sementara publik pada posisi yang lemah (*powerless*). Semua pihak diharapkan bisa memahami bahwa gagasan untuk merevisi UU Penyiaran ini adalah dalam rangka mewujudkan dan menjaga momentum demokratisasi pada ranah penyiaran. Oleh karena itu, menjaga momentum demokrasi dengan mengesahkan UU Penyiaran adalah suatu keniscayaan. Persoalannya: Apakah yang dilakukan oleh DPR bersama Pemerintah ini sudah memadai atau hanya jagoan semata. Apakah isu demokratisasi hanya menjadi *lips service* untuk menarik simpati publik dan terhindar dari antipati publik, perdebatan tentang UU Penyiaran dan secara khusus pendefinisian publik

menyangkut kepentingan siapa yang hendak didahulukan: bagaimana kepentingan negara, kepentingan pemilik modal atau kepentingan siapa, tampaknya masih akan terus berlanjut.

Pengarusutamaan *Diversity of Content* : Penyiaran Berbasis 'Local Wisdom'

Di banyak negara, pengaturan penyiaran berdasarkan prinsip *diversity of ownership* dan *diversity of content* untuk kesejahteraan rakyat. Pengaturan tersebut berlangsung ketat karena: *Pertama*, lembaga penyiaran mempergunakan frekuensi yang menjadi milik publik. *Kedua*, frekuensi itu terbatas (*limited resources*). *Ketiga*, siaran televisi dapat memasuki dan menembus rumah kita secara serentak dan meluas tanpa kita undang (*pervasive presence theory*). Itu sebabnya mengapa industri penyiaran harus diatur ketat. Di Indonesia, pengaturan mengenai penyiaran diatur dalam Undang-Undang Penyiaran No. 32 tahun 2002. Prinsip penting yang terdapat dalam UU Penyiaran tersebut yakni mengenai *diversity of ownership* dan *diversity of content*. Jaminan terhadap *diversity* ini menuntut dan memerlukan pelaksanaan keadilan dalam kehidupan bermasyarakat dan penghargaan terhadap minoritas. Hitchens berpendapat bahwa konsep *pluralism* dan *diversity* memiliki beberapa arti,

First, they may refer to a situation in which the media environment is structured in a way which ensures that there are a number of different kinds of media outlets: for example, public broadcasting and private broadcasting services. Secondly, they may refer to a media environment which is structured so as to ensure that there is a diversity of owners of the media outlets. Thirdly, they may refer to the desirability of a diversity of opinion being broadcast, and, fourthly, to the broadcasting of a diverse range of programming including both information and entertainment programs (Hitchens, 2006: 8)

Diversity of content memberikan dorongan untuk membangun konten penyiaran berbasis 'kearifan lokal'. Istilah "kearifan lokal" (*local wisdom*) yang seringkali mengemuka dan cukup akrab di telinga masyarakat Indonesia. Bukan hanya di layar televisi, radio, melainkan juga dalam pidato dan bahkan dalam debat kusir di warung kopi kita mendengar istilah ini digunakan dengan bergairah, terlepas dari fakta apakah si pengguna benar-benar memahami makna di balik istilah keren tersebut. Tak dapat dipungkiri bahwa kadang-kadang muncul begitu banyak istilah 'mutakhir' yang digunakan dengan bangga tanpa peduli akan ketepatan maknanya, sesuai dengan konteks.

Kearifan lokal (*local wisdom*) dapat didefinisikan sebagai kebijaksanaan atau nilai-nilai luhur yang terkandung dalam kekayaan-kekayaan budaya lokal berupa

tradisi, petatah-petitih dan semboyan hidup, misalnya, ungkapan silih asih, asah tur asuh, amis budi (*hode budi*), teu weleh seuri ka batur, ayeum tengtrem (*senang hate, teu boga kasieun atawa kahariwang*) cueut ka hareup (*jelema nu geus kalot*), elmu wig (*mapatahan batur bari sorangan teu bener*), hampang birit (*babari ditatah, henteu kedul*), karwas gaang katincak (*jempe, teu ngomong*), leuleus awak (*resep barang gawe*), buruk-buruk papan jati (*najan gede dosana ari dulur mah sok hayang nulungan*), jati kasilih ku junti (*anu hade kasilih ku nu goreng*), dan berbagai falsafah juga kandungan nilai budaya yang lain.

Kandungan budaya lokal yang menyejarah dan menggenerasi berlangsung karena nilai-nilai budayanya yang mampu melindungi berbagai aspek kehidupan seperti kehidupan politik, sosial, ekonomi, religius, dan masih banyak lagi yang terkait. Di antara kandungan-kandungan yang sudah disepakati dalam budaya daerah antara lain adanya: 1. identifikasi daerah (*local identification*). Sudah disebut di atas bahwa budaya menjadi identifikasi suatu bangsa atau etnik; 2. kearifan daerah (*local wisdom*). Sikap arif dapat dipastikan dimiliki oleh setiap daerah karena walaupun berbeda daerah, tetapi ada hal-hal yang bersifat umum; 3. pencerdas daerah (*local genius*); 4. budaya kreatif (*creative culture*). Sebagai kelanjutan dari minoritas kreatif, tentunya mereka yang sudah ada dalam ranah budaya kreatif akan menghasilkan kreasi-kreasi baru. Kreasi inilah yang menyambung kehidupan budaya yang telah ada. Jadi, kreator baru seharusnya bermunculan di daerah-daerah; 5. kemandirian budaya (*cultural independence*). Keberadaan suatu budaya sejak dari awalnya adalah kreasi elite yang merupakan minoritas kreatif yang dalam kelangsungannya didukung oleh kekuasaan politik dan ekonomi; 6. iklim sosio-kultural (*socio-cultural sphere*). Lajunya modernisasi di semua bidang kehidupan diperlukan iklim sosio budaya yang mendukung agar masyarakat sebagai pemilik warisan budaya itu secara sadar melakukan pelestarian budaya.

Pengemasan Kembali 'Nature and Culture'

Kearifan lokal boleh jadi merupakan salah satu wujud nyata slogan "kembali ke alam" (*back to nature*) yang sering didengungkan di mana-mana. Mengamati istilah ini secara lebih saksama, secara kritis kita juga boleh berasumsi bahwa jika ada "kearifan lokal", maka mungkin juga ada 'kearifan nasional' dan 'kearifan internasional'. Orang boleh dengan ironis bertanya mengapa justru pada era globalisasi di mana dunia seakan-akan telah menjadi dusun global (*global village*) orang justru beramai-ramai kembali memperbincangkan hal-hal yang bercitra lokal. Apakah hal ini bukan suatu langkah mundur di era siber yang serba canggih ini? Apakah kaum cerdik pandai sudah jemu mengutak-atik konsep-konsep agung ya

berlevel mondial? Atau apakah konsep-konsep tersebut sudah tidak sanggup lagi mengobati berbagai penyakit sosial zaman ini? Agaknya masih ada sebaris panjang pertanyaan yang dapat kita ajukan sehubungan dengan munculnya "kampanye" kearifan lokal yang cukup gencar akhir-akhir ini.

Sebagai masyarakat yang beradab tentu kita tahu bahwa kita memiliki kekayaan budaya, terlepas dari perbedaan istilah yang digunakan untuk menyebutnya. Mutiara-mutiara budaya itu berserakan dan tersebar luas dalam segala aspek kehidupan masyarakat, terutama ditemukan dalam kosakata bahasa daerah/ibu. Setiap kelompok masyarakat memiliki cara yang khas dalam mengungkapkan kandungan kearifan lokalnya, yang mencerminkan cara pandangnya tentang dunia. Dalam kaitannya dengan hal ini, George Steiner, pakar sastra komparatif kampu, menyatakan, "*Chaque langue humaine constitue une expérience, une perception, une construction intégrales du monde*" (terjemahan bebas dari bahasa Prancis, Setiap bahasa manusia merupakan suatu pengalaman, persepsi, dan konstruksi integral tentang dunia; *Le Magazine littéraire*, Juni 2006: 41).

Kearifan Lokal sebagai 'Gatekeeper'

Dewasa ini, dengan adanya arus informasi global yang sangat deras, terlalu banyak tawaran nilai yang datang dari segala penjuru dunia hanya dalam hitungan detik. Membangkitkan kembali kearifan lokal di setiap daerah di tanah air boleh jadi diartikan secara keliru sebagai gerakan membangun benteng yang tangguh guna menangkis serangan nilai-nilai asing yang merupakan produk globalisasi. Hal ini dapat menimbulkan sikap dan pendirian apriori yang mendorong kita untuk serta merta menolak segala bentuk pengaruh global, termasuk yang baik dan berguna bagi kemaslahatan bangsa dan negara kita. Sebagai solusi, kita perlu bersikap kompromistis, yaitu memandang promosi kearifan lokal dewasa ini sebagai upaya menciptakan saringan yang bagus bagi nilai-nilai asing tersebut. Dengan demikian, kita semua dituntut untuk bersikap semakin selektif dalam menanggapi kehadiran nilai-nilai impor dan bersama-sama terus-menerus memupuk kesadaran akan betapa pentingnya pelestarian dan kelestarian lingkungan hidup, tradisi setempat, dan berbagai kekayaan budaya yang tak boleh sampai ditelan arus deras globalisasi.

Disadari ataupun tidak, bersama-sama dengan berlaksa manusia di planet ini kita sedang berada dalam gerbong kereta waktu yang terasa berjalan makin cepat. Kita memang perlu berubah, tetapi jangan sampai atas nama perubahan itu sendiri kita menjadi subjek yang buta bagi wujud perubahan yang memudahkan jati diri kita. Yang kiranya layak untuk direnungkan bersama adalah mencari format yang adaptif bagi pelestarian kearifan lokal yang kita miliki sebagai kekayaan budaya. Dalam arti,

kearifan lokal, bersama-sama dengan nilai-nilai keagamaan yang dianut, harus bisa turut melandasi perubahan (yang positif) itu sendiri. Dengan kata lain, kearifan lokal turut menjadi 'gatekeeper' sekaligus pula menjadi landasan perubahan global, paling kurang di lingkungan kita sendiri.

Penutup

Siaran televisi dan radio tidak hanya tersentral saja di Jakarta, berbagai daerah yang ada merupakan cerminan entitas daerahnya, bersamaan dengan spirit undang-undang penyiaran yang menjadikan sejatinya sistem penyiaran harus demokratis dengan manifestasi desentralisasi dan otonomisasi penyiaran. Karena itu, implementasi regulasi penyiaran harus menumbuhkan keadilan dan perberdayaan sistem penyiaran yang harmoni sesuai dengan prinsip *diversity of content* dan *diversity of ownership*. Monopoli informasi berarti memonopoli gelombang frekuensi, berarti memonopoli ranah publik yang terbatas.

Kearifan lokal yang digali, dipoles, dikemas dan dipelihara dengan baik bisa berfungsi sebagai alternatif pedoman hidup manusia Indonesia dewasa ini dan dapat digunakan untuk menyaring nilai-nilai baru/asing agar tidak bertentangan dengan kepribadian bangsa dan menjaga keharmonisan hubungan manusia dengan Sang Khalik, alam sekitar, dan sesamanya (*tripita cipta karana*). Sebagai bangsa yang besar pemilik dan pewaris sah kebudayaan yang adiluhung pula, bercermin pada kaca benggala kearifan para leluhur dapat menolong kita menemukan posisi yang kokoh di arena global ini.

Referensi

- Acemoglu and Robinson. 2006. *Path of Economic and Political Development* in Weingast and Wittman. Barry R. and Donald A. (Ed). *The Oxford Handbook of Political Economy*. New York, United States: Oxford University Press Inc.
- Boyd Barrett, Oliver and Chris Newbold (eds.). 1995. *Approaches to Media: a Reader*. London: Arnold.
- Bungin, Burhan. (2008). *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Curran, James. 1991. *Mass Media and Democracy: a Reappraisal*. In Curran, James and Gurevitch, Michael (eds.), *Mass Media and Society*, London: Edward Arnold.
- Chomsky (2005). *Imperial Ambitions: Conversations on the Post-9/11 World*. Metropolitan Books. (Bagian dari American Empire Project).
- Direktorat Jenderal Radio, Televisi dan Film, 1995. *Televisi dan Film dalam Era Tahun Indonesia Merdeka*, Departemen Penerangan RI.
- Feintuck, Mike. 1998. *Media Regulation, Public Interest and the Law*. Edinburgh

- University Press
- Golding, Peter and Murdock, Graham, Culture. 1992. *Political Economy of Mass Communication*, In Curran, James and Gurevitch, Michael (eds.) *Mass Media and society*, Edward Arnold : A Division of Holder & Stoughten
- Gazali, Effendi. 2002. *Penyiaran Alternatif tapi Mutlak Sebuah Acuan tentang Penyiaran Publik & Komunitas*, Jakarta: Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP-UI
- Hidayat, dedy N. (2002). *Don't Worry, Clinton is Megawati Brothers: The Mass Media, Rumours, Economis Stuctural Transformation and Delegitimazation of Soeharto's New Order*. *Gazatte*, 64 (2) 109-119.
- Hidayat, Dedy N. . et, al. (2000). *Pers dalam Revolusi Mei: Runtuhnya Sebuah Hegemoni*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Hoffman, Reudi.1999. *Dasar-dasar Apresiasi Program Televisi*. Jakarta: Grasindo
- Gazali, Effendy, 2002. *Penyiaran Alternatif tapi Mutlak*. Jakarta: Ilkom FISIP-UI
- Mufid, Muhamad. 2005. *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*. Jakarta: Kencana.
- Mulyana, Dedy dan Ibrahim, Idy Subandi (Ed.). 1997. *Bercinta dengan Televisi: Ilusi, Impresi, dan Imaji Sebuah Kotak Ajaib*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Dedy. 2008. *Komunikasi Massa: Kontroversi, Teori dan Aplikasi*. Bandung: Widya Padjadjaran
- Mosco, Vincent, 1996. *The Political Economi of Communication*. London: SAGE Publikation
- Mosco, Vincent, wasco, Janet.1988. *The Political of Information*. The Universiti of Wisconsin Press. London
- Sudibyo Agus. 2004. *Ekonomi Politik Media Penyiaran*. LKIS, Jakarta
- Shoemaker, Pamela J. and Stephen D. Reese. 1991. *Mediating the Message: Theories of Influence on Mass Media Content*, New York: Longman Publishing Group.
- Wahyuni, Hermin Indah. 2000. *Televisi dan Intervensi Negara Konteks Politik Kebijakan Publik Industri Penyiaran Televisi*, Yogyakarta : Media Pressindo

Dokumentasi

UU Penyiaran No 32 Tahun 2002

Media Policy, Media Industry (Hivos)

Seminar "Membangun Karakter Bangsa Melalui Penyiaran". (KPID, UPI, dll).2012