

Urgensi Televisi Publik di Tahun Politik

Frekuensi yang digunakan oleh berbagai stasiun televisi pada hakikatnya adalah milik publik, yang idealnya digunakan untuk melayani kepentingan publik.

SEBAGAIMANA yang terjadi dalam Pemilu 2014, stasiun televisi swasta kembali menunjukkan keberpihakannya kepada pasangan calon presiden dan wakil presiden yang berkompetisi di Pilpres 2019. Kemampuan televisi sebagai media yang bisa menjangkau audiens luas secara masif dan penetratif menjadikannya pilihan utama untuk kampanye politik. Kemampuan televisi itu tidak lepas dari penggunaan frekuensi sebagai medium penyiaran televisi.

Frekuensi yang digunakan berbagai stasiun televisi pada hakikatnya adalah milik publik, yang idealnya digunakan untuk melayani kepentingan publik. Secara kontradiktif, frekuensi milik publik justru digunakan para pemilik stasiun televisi untuk mengkampanyekan partai politiknya, pemiliknya, serta pasangan calon presiden dan wakil presiden yang didukungnya.

Kritik terhadap stasiun televisi politik yang menggunakan frekuensi publik untuk kepentingan politik praktisnya tidak pernah berhenti. Pada Pemilu 2014, Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) pernah memerintah stasiun televisi menghentikan penayangan hasil hitung cepat dan klaim kemenangan antar kandidat karena berpotensi menimbulkan konflik di masyarakat. Dalil yang

digunakan KPI adalah pasal 36 (5) huruf a Undang-Undang No 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran yang menyatakan isi siaran dilarang bersifat fitnah, menghasut, menyebarkan, dan berbohong.

Kalangan akademisi, lembaga swadaya masyarakat, dan terutama lembaga pemantau media juga tidak henti mengkritik kolonisasi frekuensi publik yang dilakukan stasiun televisi. Sebelum Pemilu 2014, sebuah film dokumenter berjudul *Di Balik Frekuensi* (2012) dirilis. Film itu menarasikan dua stasiun televisi yang digunakan pemiliknya untuk kepentingan politik, yaitu *MetroTV* yang menjadi media politik Surya Paloh dan *TVOne* yang diabdikan untuk Aburizal Bakrie.

Melalui figur Luviana, jurnalis *MetroTV*, film dokumenter itu menarasikan perjuangan Luviana untuk mendapatkan hak-haknya berhadapan dengan Surya Paloh, pemilik *MetroTV*. Di kemudian hari, Surya Paloh memanfaatkan frekuensi publik untuk kampanye Partai Nasional Demokrat yang diketuainya. Figur lain yang hadir secara antagonis dalam film dokumenter itu adalah sosok Hari Suwandi dan Harto Wiyono yang bergelora menempuh perjalanan dari Porong, Sidoarjo, ke Jakarta dengan berjalan kaki selama 25 hari.

Secara antikomik, Hari Suwandi



O l e h

FAJAR JUNAEDI *)

sesampai di Jakarta justru minta maaf kepada Aburizal Bakrie dalam sebuah tayangan di *TVOne*. Pada Pemilu 2014, Aburizal Bakrie secara vulgar menggunakan frekuensi publik untuk kampanye Partai Golongan Karya yang dipimpinnya saat itu.

Kritik yang disuarakan melalui film dokumenter *Di Balik Frekuensi* mengenai konglomerasi media, terutama media televisi, di Indonesia dan perselingkuhannya dengan kepentingan politik para pemiliknya menjadi selalu aktual di tahun politik. Bukannya peduli dengan kritik yang disuarakan berbagai kalangan mengenai politisasi frekuensi publik yang dimanfaatkan untuk kepentingan politik, para pemilik stasiun televisi masih saja menggunakan frekuensi untuk kepentingan politik.

Televisi Publik
Undang-Undang No 32 Tahun 2002 menyebutkan jenis lembaga penyiaran. Yaitu, lembaga penyiaran

Jawa Pos

SELASA 19 FEBRUARI 2019

3

publik, lembaga penyiaran komunitas, lembaga penyiaran berlangganan, dan lembaga penyiaran swasta. Dari keempat lembaga penyiaran ini, lembaga penyiaran publik dan lembaga penyiaran komunitas bisa diharapkan menjadi oase informasi yang akurat dan berimbang dalam kontestasi politik.

Mengharapkan stasiun televisi swasta untuk tidak partisan sepertinya hanya menggantang asap. Faktanya, imbauan KPI diabaikan, kritik akademisi disepelekan, dan protes lembaga pemantau media tidak dihiraukan para pemilik stasiun televisi swasta. Mereka tetap asyik menggunakan siarannya untuk kampanye politik, baik dengan terselubung maupun terang-terangan.

Masduki dan Darmanto dalam bukunya, *Penyiaran Publik: Regulasi dan Implementasi* (2016), menyebutkan bahwa belajar dari pengalaman pendirian lembaga penyiaran publik di Eropa dan Asia-Pasifik, untuk memastikan lembaga penyiaran publik mampu beroperasi dengan baik, diperlukan tiga prasyarat berikut ini. *Pertama*, ada konstitusi yang menjamin perlindungan hak publik untuk berekspresi dan mengelola media seperti yang ada di Jerman, yang selanjutnya diterjemahkan dalam undang-undang yang secara khusus mengatur penyiaran umum dan publik.

Kedua, adanya komitmen politik dari parlemen dan pemerintah untuk terus menjaga independensi lembaga penyiaran publik dan menempatkan diri secara proporsional dalam proses

pembuatan regulasi maupun seleksi/rekrutmen pimpinan lembaga penyiaran publik.

Ketiga, harus ada kelompok masyarakat sipil dan audiens yang kritis dan terliterasi dengan baik, sebagai jembatan penghubung lembaga penyiaran publik yang menjadi konstituen utamanya.

Di Indonesia, lembaga penyiaran publik sebenarnya telah memiliki modal kesiapan dan kesediaan. *TVRI*, juga *RRI*, sedang bertransformasi menuju lembaga penyiaran publik sesuai amanat undang-undang penyiaran. Jika *TVRI* telah mampu bersiaran dengan kualitas yang setara dengan stasiun televisi publik kelas dunia seperti *BBC* di Inggris dan *NHK* di Jepang, audiens akan punya pilihan lain dalam kultur menonton televisi. Siaran televisi swasta yang dikolonisasi pemiliknya untuk kampanye politik akan mendapatkan tantangannya ketika lembaga penyiaran publik kita berkualitas.

Hakikat frekuensi milik publik senyatanya dijumpai pada lembaga penyiaran publik. Sayang, dari dua pasang kandidat yang berkompetisi di Pilpres 2019 berikut dengan tim suksesnya, tidak ada yang menawarkan peta jalan yang terang benderang bagi penguatan kapasitas dan kualitas lembaga penyiaran publik kita menuju kelas dunia yang melayani publik. (*)

*) Dosen ilmu komunikasi
Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta