

PENYIARAN DAERAH, MILIK SIAPA?¹

Oleh: Twediana Budi Hapsari²

Pendahuluan

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi ditingkat daerah telah melahirkan masyarakat melek informasi yang semakin besar pula tuntutan akan hak untuk mengetahui dan hak untuk mendapatkan informasi. Informasi telah menjadi kebutuhan pokok bagi masyarakat dan telah menjadi komoditas strategis dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara. Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi tersebut telah membawa implikasi luas terhadap dunia penyiaran, termasuk penyiaran di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Penyiaran sebagai penyalur informasi dan pembentuk pendapat umum, perannya makin strategis, terutama dalam mengembangkan alam demokrasi di negara kita. Penyiaran telah menjadi salah satu sarana berkomunikasi bagi masyarakat, kelembagaan penyiaran sendiri, dunia bisnis, dan pemerintah. Kompleksitas perkembangan kegiatan penyiaran tersebut telah menyebabkan kurang tercukupinya landasan hukum dalam rangka menampung tuntutan standar minimal tata kelola penyelenggaraan penyiaran di daerah maupun tuntutan aspirasi nilai sosial budaya masyarakat lokal DIY.

Penyelenggaraan penyiaran di daerah harus tetap berpedoman pada ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku, sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran. Selain itu, penyiaran daerah juga harus memperhatikan nilai-nilai kearifan lokal yang ada, mengingat penyiaran di daerah merupakan media komunikasi dan informasi yang menyediakan berbagai isi pesan dalam bentuk audio visual gerak dan memiliki kemampuan dalam mengembangkan pribadi manusia dan lingkungan sosialnya. Singkatnya, era globalisasi yang membawa dampak semakin modern media komunikasi termasuk penyiaran harus memberi kontribusi signifikan bagi efektifitas pembangunan nasional dan daerah serta memberi dampak nyata bagi kesejahteraan seluruh lapisan masyarakat.

Sementara itu, berbagai potensi daerah di antaranya, nilai sejarah dan asal-usul kebudayaan, dan berbagai bentuk kreativitas daerah di DIY sangat strategis sebagai modal pembangunan. Hal ini menjadi kewajiban semua elemen pemerintahan dan masyarakat untuk bekerja keras menggali dan mengembangkannya, sehingga menjadi pilar keunggulan, kekhasan dan identitas kearifan daerah (local wisdom identity). Hal ini juga menjadi basis kebijakan maupun pelaksanaan program dan kegiatan-kegiatan penyiaran. Pemahaman, keterlibatan dan partisipasi aktif semua elemen pemerintahan dan masyarakat dalam hal ini juga akan menciptakan tata kelola penyelenggaraan penyiaran yang representative dan berkualitas (certainty and representative on

¹ Disampaikan dalam DISKUSI PUBLIK KPID DIY “Menyongsong Rancangan Peraturan Daerah (Raperda) tentang Penyiaran di Daerah Istimewa Yogyakarta”. Kamis, 17 Desember 2015.

² Dosen Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

broadcasting service quality). Karena itulah, pengaturan penyiaran di daerah yang lebih merepresentasikan nilai keunggulan sejarah dan budaya serta tuntutan kebutuhan masyarakat dalam rangka pembangunan yang berkemajuan dan berkesejahteraan perlu mendapat perhatian.

Permasalahan utama penyelenggaraan penyiaran di DIY adalah belum adanya ketercukupan hukum secara kuantitatif dan kualitatif yang mengatur pengakomodasian keunggulan daerah sebagai kota budaya, kota pendidikan dan kota pariwisata dalam kerangka pembangunan sosial dan ekonomi daerah. Selain itu belum ada kerangka hukum yang mengefektifkan kewenangan kelembagaan pemerintah daerah dan partisipasi masyarakat yang secara kolektif kolegial dengan pemerintah pusat mewujudkan penyelenggaraan penyiaran di daerah yang tertib dan profesional. Berbagai keunggulan yang dimiliki DIY sebagai daerah tujuan pendidikan, pariwisata, hingga lapangan pekerjaan, geliat kompleksitas kepentingan pelayanan publik dan ekonomi yang terus tumbuh di wilayah DIY, berdampak pada penggunaan urusan penyiaran yang kurang tertib, beretika dan tanggap budaya, serta monopoli urusan penyiaran dan tidak meratanya akses penyiaran di semua daerah di DIY.

Selain itu, berbagai keunggulan daerah yang bersifat potensial dan aktual sebagaimana terkristalkan dalam sebutan sebagai Daerah Istimewa dan sebutan sebagai kota budaya, pendidikan dan pariwisata. Keunikan DIY yang diakui secara nasional di bidang budaya, tata ruang, pertanahan dan kelembagaan pemerintah, serta berbagai kreativitas kebendaan dan non kebendaan (intangibile) masyarakat di DIY dari perkotaan sampai pelosok, kesemuanya adalah informasi yang berharga yang dapat menjadi modal dan sumber daya yang dapat dikomunikasikan secara produktif dengan dunia luar. Namun kurangnya kualitas dan kebijakan informasi dan penyiaran yang komprehensif, sehingga potensi tersebut kurang mendapatkan perhatian dan kekuatan aliansi strategis.

Begitu pula, dalam implementasinya belum terbangun sinergi secara maksimal dalam memanfaatkan sumber daya keunggulan kedaerahan dengan kebijakan pusat dalam konfigurasi kebijakan penyelenggaraan tata kelola penyiaran yang didasarkan prinsip keadilan, pemerataan, mendayagunakan keunggulan daerah, etika, efektivitas, keterbukaan, akuntabilitas, partisipatif, kesetaraan, penegakan hukum menjamin kebhineka-tunggal-ikaan yang berbasis modal strategis hak asal usul dan sejarah terbentuknya DIY.

Media Korporasi, Berpihak Kemana?

Media massa memiliki peran penting dalam memelihara demokrasi khususnya untuk memelihara kepentingan publik, ketika ketiga lembaga lainnya 'terjebak' pada kepentingan penguasa semata (Amien Rais, 2008).³

Oleh sebab itu, media massa juga berperan strategis dalam mewujudkan demokrasi dalam sistem politik di Indonesia; khususnya di wilayah Jogjakarta. Setidaknya ada tiga kontribusi media massa dalam mewujudkan sistem politik yang demokratis (Golding & Murdoch, 1992). Pertama, meniadakan ketimpangan sosial dalam masyarakat.

³ Mohammad, Amien Rais. "Agenda Mendesak Bangsa, Selamatkan Indonesia." (2008).

Perbedaan kaya – miskin yang terlalu mencolok tentu saja akan menghambat proses demokratisasi itu sendiri. Oleh sebab itu, setidaknya untuk meminimalisir ketimpangan ini maka perlu dipertimbangkan pembatasan kepemilikan media massa di daerah agar tidak terjadi monopoli kepemilikan media – khususnya bagi media swasta berjejaring - yang berakibat tidak langsung pada hegemoni isi media yang terpusat pada siaran pusat di Jakarta.

Kedua, pembentukan kesadaran bersama bahwa kepentingan umum itu lebih utama dibandingkan kepentingan pribadi. Kesadaran ini penting, khususnya untuk menjaga kerukunan dalam masyarakat dan dalam rangka mewujudkan masyarakat Jogja yang integratif. Kesadaran bersama ini bisa diawali dari kesadaran bahwa masyarakat Jogja juga memiliki akar budaya lokal yang luhur dan harus terus dipupuk dan diturunkan nilai –nilainya kepada anak keturunan nanti. Sedangkan seperti telah disebutkan diatas, salah satu sarana untuk meneruskan nilai dan norma budaya ini adalah melalui media massa.

Fungsi ketiga dari media massa dalam fungsi demokrasi adalah sebagai sistem komunikasi yang efektif. Setiap warga masyarakat mampu untuk berpartisipasi optimal dalam setiap tahap pembuatan kebijakan juga pelaksanaan program yang diupayakan oleh pemerintah setempat. Oleh sebab itu pemerintah daerah juga memiliki kepentingan untuk mensosialisasikan program-programnya melalui media massa.

Noam Chomsky dan Edward Herman (1988) yang menyatakan bahwa media massa saat ini pada dasarnya menyuarkan kepentingan korporasi besar atau pemilik modal.⁴ Hal ini merupakan kesimpulan dari pengamatan Chomsky & Herman selama 20 tahun terhadap isi media massa di Amerika yang sebenarnya hanyalah ‘propaganda’ untuk melindungi kepentingan korporasi dengan empat alasan. Alasan pertama adalah ukuran, kepemilikan dan orientasi profit dari media massa. Disebabkan oleh besarnya biaya operasional yang ditanggung korporasi yang diperlukan media massa, oleh sebab itu menjadi hal yang ‘wajar’ ketika semua tampilan media termasuk penataan headline, editorial, hingga pemasangan iklan diarahkan untuk kepentingan korporasi, yaitu mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya.

Alasan kedua adalah kekuatan korporasi terhadap pemasangan iklan. Pemasang iklan lebih kuat pengaruhnya daripada tekanan pemerintah. Hal ini disebabkan karena iklan berarti pemasukan bagi media massa, yang artinya keberlangsungan media sangat tergantung dari iklan. Akibatnya, media massa hanya terbatas sebagai ‘media promosi’ bagi pemasang iklan, dan media juga menyesuaikan isi medianya yang akan menarik ‘rating’ tinggi semata tanpa memperhatikan kualitas dan manfaatnya untuk masyarakat.

Alasan ketiga adalah adanya kepentingan media dengan pusat-pusat kekuatan birokrasi dan korporasi besar. Oleh sebab itu ada kecenderungan media massa untuk mempublikasikan pandangan, arahan dan pemberitaan sesuai dengan apa yang disampaikan oleh juru bicara dari berbagai birokrasi dan korporasi besar tersebut. Chomsky & Herman mencatat pada tahun 1971 bahwa organisasi nirlaba tidak mungkin menandingi berita-berita yang dipublikasikan oleh pusat-pusat kekuasaan dan birokrasi tersebut.

⁴Herman, Edward S., and Noam Chomsky. "The political economy of the mass media." *New York: Pantheon Books* (1988).

Masih berkaitan dengan pusat kekuasaan ekonomi dan politik, alasan keempat media cenderung kurang membela kepentingan masyarakat adalah ketakutan media akan adanya 'ancaman' dari para penguasa tersebut. Ketergantungan eksistensi media terhadap pemilik modal dan penguasa birokrasi 'membatasi' gerak media untuk mengungkapkan realitas sebenarnya yang terjadi khususnya yang berada disekitar pusat-pusat ekonomi dan politik tersebut.

Berdasarkan realitas media ini maka pembatasan kepemilikan media di wilayah Jogjakarta perlu dipertimbangkan untuk menghindari terjadinya monopoli informasi yang disampaikan agar tidak terpusat pada kepentingan beberapa korporasi besar saja, namun juga untuk membatasi 'banjir'nya informasi dari ibukota Jakarta - tempat dimana kantor pusat korporasi media berada - yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan oleh masyarakat Jogja. Sebagai contoh berita mengenai penggrebakan pabrik narkoba di kawasan elit Jakarta, atau berita tentang jalan-jalan rusak di ibukota akibat banjir. Kedua berita tersebut tentu saja kurang bermanfaat bagi warga Jogja. Namun sebaliknya, pemberitaan mengenai jalan-jalan rusak di Jogja sehingga mengganggu kelancaran perjalanan warga Jogja jauh lebih bermanfaat.

Terpusatnya kepemilikan media jika tidak diimbangi dengan bertambahnya content lokal dari isi media akan berakibat pada semakin melunturnya budaya lokal. McQuail (2000) menyatakan bahwa semakin isi media diproduksi untuk audience yang lebih luas, maka kandungan budaya didalamnya akan semakin inklusif. Hal ini terjadi karena media-media berjejaring yang terpusat di Jakarta harus mengemas isi media yang bisa diterima oleh audiencenya yang tersebar di seluruh Indonesia. Kenyataan ini berakibat semakin terbuka kemungkinan invasi budaya luar yang masuk ke ruang-ruang keluarga Indonesia khususnya keluarga di Jogjakarta melalui program berita, infotainment, film, sinetron, reality show, dan program lainnya. Oleh sebab itu, maka bukanlah kenyataan yang mengherankan jika generasi muda di Jogjakarta saat ini tidak mengenal jajan pasar dan tidak bisa membedakan antara batik khas Jogja dan batik dari daerah lainnya. Oleh sebab itu, membatasi program siaran dengan content nasional dan memperbesar content lokal menjadi sebuah kebutuhan untuk melindungi keistimewaan Jogja khususnya terkait transformasi budaya Jogja ke generasi muda.

Sedikitnya ada tiga manfaat penayangan content lokal pada media massa di Jogjakarta, yaitu pembentukan identitas budaya, sebagai sumber rujukan informasi dan pemberdayaan potensi sumber daya lokal yang akhirnya akan meningkatkan kualitas hidup masyarakat Jogjakarta secara umum.

Pertanyaan berikutnya adalah : siapa yang berhak mengontrol isi media? Pemerintah tentu saja berkewajiban untuk mengontrol isi media dengan harapan melindungi warganya dari informasi-informasi yang tidak bisa dipertanggungjawabkan, menyebabkan keresahan sosial, serta informasi diskriminatif yang menjauhkan dari semangat demokrasi itu sendiri. Namun demikian, disisi lain kontrol pemerintah ini dikhawatirkan akan membatasi masyarakat dari keterbukaan informasi, mempersempit kesempatan masyarakat memperoleh informasi yang sebenarnya dan 'bebas' dari kepentingan-kepentingan birokrasi penguasa seperti yang disinggung oleh Chomsky dan Herman diatas.

Oleh sebab itu, pengawasan isi media tetap harus didampingi pemerintah melalui lembaga yang telah ada yaitu Komisi penyiaran Indonesia (KPI) dengan memberdayakan masyarakat seoptimal mungkin. Kesadaran masyarakat dalam

mengonsumsi media juga dibutuhkan, agar masyarakat bisa lebih kritis ketika isi media terlalu 'condong' pada kepentingan beberapa golongan saja.

Raperda tentang Penyelenggaraan Penyiaran di DIY

Raperda tentang Penyelenggaraan penyiaran di DIY memiliki 9 bab, 33 pasal, dan 74 ayat. Kesembilan Bab tersebut meliputi : (I) Ketentuan Umum; (II) Asas, Basis wawasan Budaya dan Tujuan (3 ayat); (III) Jasa Penyiaran (5 bagian, 20 pasal, 38 ayat); (IV) Kepemilikan Lembaga Penyiaran Daerah (1 pasal, 3 ayat); (V) Komisi Penyiaran Daerah (KPID) (1 pasal, 3 ayat); (VI) Peran Serta Masyarakat (dua bagian, 5 pasal, 14 ayat); (VII) Sanksi Administrasi dan Pidana (2 pasal, 6 ayat); (VIII) Ketentuan Peralihan (1 pasal, 4 ayat) dan (IX) Ketentuan Penutup (1 pasal).

Raperda Penyiaran ini memberikan perhatian besar pada ciri keistimewaan Jogjakarta dan kepentingannya untuk menjaga dan melestarikan nilai-nilai budaya Jawa khususnya Jogja dengan memanfaatkan sebesar-besarnya media penyiaran daerah ini. Oleh sebab itu, Raperda ini mencantumkan asas dan basis wawasan budaya yang menjadi ciri keistimewaan Jogja (pasal 2). Selain itu untuk memastikan keberadaan konten lokal dalam siaran TV maupun Radio, Raperda ini mengatur komposisi konten lokal pada lembaga penyiaran swasta (LPS) berjangkaran (pasal 7), termasuk waktu tayang dan secara bertahap dalam 6 tahun komposisi konten lokal ditingkatkan hingga 50% (pasal 7 ayat (3) dan (4)). Secara khusus, Raperda ini juga memuat kriteria siaran berbasis budaya lokal (pasal 8 ayat (2)). Selain itu agar LPS berjangkaran mengakomodasi kepentingan daerah maka LPS harus memiliki kantor perwakilan dan studio di Jogja (pasal 9).

Raperda Penyiaran ini juga berupaya melindungi masyarakat Jogja dari monopoli content siaran yang terlalu sentralistik dari Jakarta maupun dari arus program dari luar negeri melalui Lembaga Penyiaran Berlangganan (LPB). Berkaitan dengan hal tersebut, Raperda ini tidak hanya mengatur komposisi siaran lokal, namun juga kepemilikan lembaga penyiaran dalam sisi jumlah lembaga yg dimiliki (pasal 23 ayat 1) maupun kepesertaan saham oleh warga lokal Jogja sejumlah minimal 10% dari modal mendirikan stasiun induk jaringan di Jogja (pasal 23 ayat 2). Sedangkan LPB wajib menyalurkan program siaran publik yaitu TVRI dan RRI (pasal 17 ayat (1)) dan minimal satu program siaran lokal tidak berjangkaran (pasal 17 ayat (2)).

Terkait pengawasan dan pengaduan konten siaran, Raperda ini melibatkan peran aktif masyarakat (pasal 25) serta mengoptimalkan fungsi dan peran Komisi Penyiaran Daerah (KPID) dengan memosisikan kedudukannya sebagai lembaga independen yang setara dengan Organisasi Perangkat Daerah (OPD) (Pasal 24). Selain itu, dalam menjalankan perannya, KPID memungkinkan untuk dibantu oleh tenaga ahli (pasal 27 ayat (1), (2) dan (3)). Selain itu, Raperda ini juga mendorong KPID untuk melakukan penegakan hukum terpadu dengan pihak-pihak terkait untuk menertibkan pengguna kanal / frekuensi yang tidak berijin (pasal 28).

Sehubungan dengan pemberian sanksi dan pidana, KPID diberi wewenang oleh Raperda ini untuk memberikan sanksi administratif kepada lembaga penyiaran yang melanggar ketentuan dengan mencabut dan / atau membatalkan rekomendasi kelayakan lembaga penyiaran (pasal 30 ayat (1a)) atau tidak memberikan rekomendasi kelayakan perpanjangan izin penyelenggaraan penyiaran (IPP) oleh KPID kepada lembaga penyiaran (pasal 30 ayat (1b)). Selain itu, jika sanksi administrasi yang

dilayangkan KPID tidak diindahkan oleh lembaga penyiaran tersebut, maka KPID dapat merekomendasikan ke Pemerintah Daerah untuk memberikan sanksi administratif lainnya seperti pencabutan izin gangguan (HO), izin tempat usaha, IMB tower, IMB bangunan dan tanda daftar perusahaan (pasal 30 ayat (2) & (3)).

Penutup

Demikian paparan singkat mengenai Rancangan Peraturan Daerah terkait Penyelenggaraan Penyiaran di DIY. Beberapa upaya dilakukan untuk melindungi memudarnya nilai-nilai budaya yang ada di tengah masyarakat agar tidak memudar, sedangkan media penyiaran memegang peran strategis untuk menjalankan peran tersebut. Semoga dengan diberlakukannya Perda Penyiaran Daerah ini masyarakat Jogja bisa 'memiliki' media yang menjadi cermin kehidupan berbudaya dan mempertahankan ciri khas keistimewaan Jogja itu sendiri.