

MASYARAKAT KEBUDAYAAN DAN POLITIK

Tahun XIV, Nomor 1, Januari 2001

ISSN 0216-2407

**Dilemma Sosiolinguistik Jawa:
Dampak Urbanisasi terhadap Kompetensi Komunikasi**
Herudjati Purwoko

**The Construction of Gender Identity in Indonesia: Between Cultural
Norms, Economic Implications, and State Formation**
Rachmah Ida

Uncover New Fields in Communications Studies
Yuyun W. I Surya

**Wacana Masyarakat Madani (*Civil-Society*)
Relevansi untuk Kasus Indonesia**
Muhammad Asfar

**Sistem Media yang Demokratis
untuk Indonesia Baru**
Henry Subiako

**Nasionalisme Bahasa Indonesia
dan Kompleksitas Persoalan Sosial dan Politik**
Moch Jalal

MASYARAKAT, KEBUDAYAAN DAN POLITIK diterbitkan oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga sebagai terbitan berkala empat bulan sekali yang menyajikan tulisan-tulisan untuk lebih mempopulerkan ilmu kemasyarakatan ke tengah khalayak peminat dan untuk membuka forum yang efektif bagi komunikasi belajar mengajar.

Pemimpin Umum
Sri Sanituti Hariadi

Penanggungjawab
I Basis Susilo

Dewan Redaksi
Soetandyo Wignjosebroto
A Ramlan Surbakti
Hotman M Siahaan
Dede Oetomo

Pemimpin Redaksi
Wahyudi Purnomo

Sekretaris Redaksi
Hariono

Redaksi Pelaksana
Priyatmoko
T Sumarnonugroho
Sutinah
Yusuf Ernawan

Produksi dan Marketing
Wisnu Pramutanto
Suyono

STT No 841/SK/Ditjen PPG/STT/1981
ISSN 0216-2407

Alamat Redaksi
FISIP Unair
Jl Airlangga 4-6
Surabaya 60286,
Indonesia
Tilpon 031-5034015
Fax 031-5022492
e-mail: mkp@sby.centrin.net.id

Ketentuan Minimal untuk Penulis

1. Tulisan orisinal dan belum pernah di media penerbitan lain.
2. Tulisan spasi rangkap pada kertas kuwarto yang diketik dengan Microsoft Word (MS) atau Word Star (WS).
3. Menyerahkan *printout* dan *copy* disketnya
4. Judul dibuat jelas, ringkas dan padat.
5. Isi tulisan mempunyai relevansi kuat dengan kebutuhan belajar-mengajar di lingkungan ilmu-ilmu sosial.
6. Isi tulisan berkaitan erat atau disesuaikan dengan bidang keilmuan yang selama ini dikuasai penulis.
7. Memperhatikan objektivitas substansi dan kaidah-kaidah umum keilmiah.
8. Pertanggungjawaban isi ada pada penulis.
9. Penulis mengirimkan riwayat hidupnya.
10. Menggunakan Bahasa Indonesia atau Bahasa Inggris secara benar dan baik dengan alur dan struktur kalimat yang jelas dan benar.
11. Kutipan ditulis secara *running notes*. Kutipan dan kepustakaan disusun menurut contoh berikut.
Kutipan:
..... (Kennedy, 1993:145-9).
Daftar Kepustakaan:
Kennedy, Paul, *Preparing for the Twenty-First Century* (London: Harper Collin Publisher, 1993).
McEachern, Dough, "Clash Analysis," in Andrew Parkin et al., (eds.), *Government, Politics, Power and Policy in Australia*, 5th ed. (Melbourne: Longman Cheshire, 1994).
12. Redaksi mengembalikan tulisan kepada penulis bila tulisannya dipandang belum layak muat dan memerlukan revisi.
13. Redaksi berwenang mengedit sebuah tulisan tanpa merubah isi dan pokok pikiran penulisnya.

PENGANTAR REDAKSI

Edisi Tahun XIV, Nomor 1, Januari 2001 ini memuat enam tulisan yang membahas berbagai bidang kajian, mencakup masalah yang berkaitan dengan soal-soal sosiolinguistik, gender, komunikasi, dan politik. Tulisan tentang sosiolinguistik diwakili tulisan Herudjati Purwoko dan tulisan Moc Jalal. Tulisan tentang gender bisa dilihat dari tulisan Rachmah Ida. Tulisan tentang komunikasi bisa dilihat dari tulisan Yuyun W I Surya dan tulisan Henry Subiakto. Sedangkan tulisan tentang politik diwakili tulisan Muhammad Asfar. Enam tulisan ini merupakan sebagian dari tulisan-tulisan yang telah masuk pada meja redaksi dan dianggap layak untuk dimuat dalam edisi ini.

Selain itu, dalam edisi ini kami menyertakan penulisan asal perguruan tinggi dan latarbelakang pendidikan dari para penulis di bawah nama penulis supaya pembaca bisa mengetahui secara segera siapa penulis makalah yang sedang atau akan dibaca. Kami menyadari informasi tentang penulis tidak selengkap sebelumnya, namun kami memilih cara ini. Adapun apabila para pembaca tetap menginginkan informasi lengkap seperti sebelum-sebelumnya, kami akan menerbitkan kembali "Penulis Edisi Ini" untuk edisi-edisi berikutnya.

Kami tetap mempertahankan keberadaan "Indeks Penulis dan Tulisan *Masyarakat, Kebudayaan dan Politik* sejak Edisi 1999", dengan harapan pembaca bisa mengetahui tulisan-tulisan apa saja yang sudah pernah dimuat di jurnal ini, dan bila memerlukan bisa menghubungi kami di alamat, tilpon atau e-mail yang tertera di sana.

Sekali lagi kami mohon maaf apabila terdapat beberapa kelemahan teknis seperti pemotongan kata yang dipaksakan untuk mengejar kerapian kolom. Di samping itu, kami mendapatkan banyak kiriman artikel dari para akademisi di Indonesia. Sebenarnya kami ingin sekali bisa memuat seluruhnya, akan tetapi kami terpaksa menyeleksi sesuai syarat yang ada dan keterbatasan ruang dalam jurnal ini.

Kami selalu mengharapkan masukan dari pembaca mengenai tulisan-tulisan yang dimuat dalam edisi ini. Masukan-masukan dapat berupa artikel ilmiah, kritik atau tanggapan ilmiah berupa artikel terhadap hasil pemikiran-pemikiran yang telah diajukan oleh penulis-penulis sebelumnya, dan resensi buku. Seperti edisi ini dan edisi-edisi sebelumnya, jurnal ini menerima juga tulisan-tulisan berbahasa Inggris.

Kami selalu berharap, jurnal *Masyarakat, Kebudayaan dan Politik* ini bisa menjadi salah satu media bagi para ilmuwan ilmu-ilmu sosial dalam rangka menciptakan suatu komunitas belajar yang kreatif dan produktif (*a productive and creative learning community*) di tengah-tengah masyarakat luas.

DAFTAR ISI

Pengantar Redaksi	iii
Daftar Isi	iv
Dilemma Sociolinguistik Jawa: Dampak Urbanisasi terhadap Kompetensi Komunikasi Herudjati Purwoko	1
The Construction of Gender Identity in Indonesia: Between Cultural Norms, Economic Implications, and State Formation Rachmah Ida	21
Uncover New Fields in Communications Studies Yuyun W. I Surya	35
Wacana Masyarakat Madani (Civil-Society): Relevansi untuk Kasus Indonesia Muhammad Asfar	49
Sistem Media yang Demokratis Untuk Indonesia Baru Henry Subiako	61
Nasionalisme Bahasa Indonesia dan Kompleksitas Persoalan Sosial dan Politik Moch Jalal	81
Indeks Penulis dan Tulisan	93

SISTEM MEDIA YANG DEMOKRATIS UNTUK INDONESIA BARU

Henry Subiakto

Dosen Ilmu Komunikasi Unair

Lulusan UGM (S-1), UII Yogya (S-1), dan UI (S-2)

Abstract

This paper unveils the thinkings of the ideal of Indonesia of the future, by proposing the concept of development of the Indonesian mass media system. The development of the mass media system is obviously important for the development of Indonesian nation in the future since mass media is not just a business institution by which people work and pursue their interests, but it also is social as well as political institution. It means that the mass media becomes a strategic arena that shapes the mind and opinion of its people.

Keywords: mass media, Indonesia, system, social institution, political institution.

Impian mewujudkan Indonesia yang maju, demokratis, adil, dan kokoh, merupakan obsesi gerakan reformasi yang bergulir di Indonesia selama ini. Namun sebagai sebuah impian dan juga harapan nampaknya memang masih jauh dari realitas. Kondisi transisi hingga tahun 2001, keadaannya masih "serba memprihatinkan". Krisis ekonomi belum sepenuhnya teratasi, sementara demokratisasi dalam sistem politik sedang dalam proses mencari bentuk. Penegakkan hukum dan pemberantasan KKN masih ditunggu efektifitasnya. Sedangkan penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi, secara kuantitatif juga sering ketinggalan dengan beberapa negara tetangga seperti Malaysia dan Singapura. Belum lagi, dengan seringnya muncul

kerusuhan SARA, ancaman separatisme, disintegrasi nasional, serta tak henti-hentinya pertikaian antar-elite nasional. Menambah pekerjaan rumah yang harus diselesaikan bagi bangsa Indonesia. Dengan demikian upaya mewujudkan cita-cita reformasi nampaknya masih memerlukan waktu dan perjuangan yang panjang. Bisa jadi nantinya tercapai keberhasilan, tapi dapat pula sebaliknya.

Apabila proses reformasi ini berhasil, maka Indonesia ke depan adalah Indonesia baru yang maju, demokratis, adil, dan kokoh. Namun jika gagal, tidak mustahil Indonesia akan mengalami kehancuran, baik secara politis, ekonomi, maupun sosial. Negeri ini bisa terpecah-pecah, dan diliputi konflik yang tidak berkesudahan. Mungkin

nasibnya akan lebih tragis dari bubarnya Uni Soviet ataupun Yugoslavia.

Tentu saja sebagai anak bangsa, tidak menginginkan kemungkinan kedua itu terjadi. Ke depan, Indonesia diharapkan bisa menjadi lebih baik. Karena itu upaya dan pemikiran ke arah sana perlu banyak dimunculkan. Hal itu bukan sekadar sebagai wacana demokrasi, tapi sekaligus untuk pasar ide yang bisa menjadi alternatif. Melalui tulisan ini penulis ingin mengungkapkan pemikiran tentang Indonesia ideal di masa depan, khususnya dalam "pembangunan" sistem media massa.

Mengapa media massa menjadi hal yang penting untuk pembentukan Indonesia masa depan? Karena media massa bukan sekadar institusi bisnis tempat orang cari kerja dan keuntungan, namun media massa merupakan institusi sosial, sekaligus politik, yang menyentuh alam pikiran masyarakat luas, yang prosesnya potensial mempengaruhi apa yang terjadi pada masyarakat di masa mendatang, baik dalam proses politik, kehidupan sosial, atau ekonomi.

Peran Media Massa

Peran media massa dalam kehidupan sosial ---menurut berbagai literatur--- tidak diragukan lagi. Walau kerap dipandang secara berbeda beda, namun tidak ada yang menyangkal atas perannya yang

signifikan dalam masyarakat modern. Mc Quail misalnya, dalam bukunya *Mass Communication Theories* (2000: 66), merangkum pandangan khalayak terhadap peran media massa. Setidaknya ada enam perspektif dalam hal melihat peran media. Pertama, melihat media massa sebagai *window on events and experience*. Media dipandang sebagai jendela yang memungkinkan khalayak "melihat" apa yang sedang terjadi di luar sana. Atau media merupakan sarana belajar untuk mengetahui berbagai peristiwa. Kedua, media juga sering dianggap sebagai *a mirror of events in society and the world, implying a faithful reflection*. Cermin berbagai peristiwa yang ada di masyarakat dan dunia, yang merefleksikan apa adanya. Karenanya para pengelola media sering merasa tidak "bersalah" jika isi media penuh dengan kekerasan, konflik dan berbagai keburukan lain, karena memang menurut mereka faktanya demikian, media hanya sebagai refleksi fakta, terlepas dari suka atau tidak suka. Padahal sesungguhnya, *angle*, arah, dan *framing* dari isi yang dianggap sebagai cermin realitas tersebut diputuskan oleh para profesional media, dan khalayak tidak sepenuhnya bebas untuk mengetahui apa yang mereka inginkan. Ketiga, memandang media massa sebagai *filter*, atau *gatekeeper* yang menyeleksi berbagai hal untuk diberi perhatian atau tidak. Media senantiasa memilih *issue*, informasi, atau bentuk *content* yang lain berdasar standard para

pengelolanya. Disini khalayak "dipilihkan" oleh media tentang apa-apa yang layak diketahui, dan mendapat perhatian. Keempat, media massa acapkali pula dipandang sebagai *guide*, penunjuk jalan atau *interpreter*, yang menerjemahkan, dan menunjukkan arah atas berbagai ketidakpastian, atau alternatif yang beragam. Sedangkan kelima, melihat media massa sebagai *forum* untuk mempresentasikan berbagai informasi dan ide-ide kepada khalayak, sehingga memungkinkan terjadinya tanggapan dan umpan balik. Yang terakhir, keenam media massa sebagai *interlocutor*, yang tidak hanya sekedar tempat berlalu lalangannya informasi, tetapi juga partner komunikasi yang memungkinkan terjadinya komunikasi yang interaktif.

Pendeknya, semua itu ingin menunjukkan, peran media dalam kehidupan sosial bukan sekedar sarana *diversion*, pelepas ketegangan atau hiburan, tetapi isi dan informasi yang disajikan, mempunyai peran yang signifikan dalam proses sosial. Isi media massa merupakan konsumsi otak bagi khalayaknya, sehingga apa yang ada di media massa akan mempengaruhi -- menurut istilah Peter Berger (1979:13)-- realitas subyektif pelaku interaksi sosial. Atau dengan istilah lain, media massa mampu menanamkan *the pictures in our heads* (istilah Walter Lippman, 1921) tentang realitas yang terjadi di dunia ini. Gambaran tentang realitas yang "dibentuk" oleh isi media massa inilah yang nantinya menda-

sari *respond* dan sikap khalayak terhadap berbagai obyek sosial. Informasi yang salah dari media massa akan memunculkan gambaran yang salah pula pada khalayak, sehingga akan memunculkan *respond* dan sikap yang salah juga terhadap obyek sosial itu. Karenanya media massa dituntut menyampaikan informasi secara akurat dan berkualitas. kualitas informasi inilah yang merupakan tuntutan etis, dan moral penyajian isi media.

Persoalannya dalam kehidupan empiris, sikap, dan perilaku manusia atas suatu obyek lebih ditentukan oleh gambaran yang ada di kepalanya atas obyek itu, daripada keadaan yang sesungguhnya atas obyek tersebut. Dengan demikian jika isi media sebagai realitas simbolik, banyak menyajikan realitas kekerasan politik, dan ini tertanam pada gambaran yang ada di kepala khalayak, maka khalayakpun akan beranggapan bahwa bahwa politik itu memang penuh kekerasan, dan pelakunya tidak bermoral. Dan respon mereka terhadap elite politik bisa negatif. Asumsi semacam inilah yang mendasari pemikiran *Cultivation Theory* (George Gerbner, 1972), *Spiral of Silence* (Noelle Neumann, 1974), ataupun juga *Agenda Setting* (McComb & Donald L. Shaw, 1969). Di sinilah pentingnya peran media massa sebagai realitas simbolik yang dianggap merepresentasikan realitas obyektif sosial, dan berpengaruh pada realitas subyektif yang

ada pada para pelaku interaksi sosial.

Impian Bersama

Bertolak dari besarnya peran media massa dalam mempengaruhi pemikiran khalayaknya, perkembangan media di masa mendatang perlu dipikirkan. Baik sebagai wacana, maupun harapan yang berbaur ideal. Menurut teori-teori normatif yang ada pada literatur komunikasi massa modern, kondisi ideal yang layak "diimpikan" untuk kehidupan media massa di suatu negara yang demokratis, sebagaimana halnya Indonesia di masa mendatang adalah terpenuhinya beberapa keadaan sebagai berikut:

Pertama, adanya *freedom of publication*. Hal ini merupakan dasar utama demokrasi, yang menjamin adanya kebebasan berpendapat, menyampaikan informasi, dan mengetahui kebenaran. Kebebasan pers memungkinkan adanya kontrol, kritik dan pendapat menjadi diskursus sehari-hari. Kebebasan publikasi ini penting untuk memunculkan pemerintahan, dan rakyat yang cerdas, serta bijaksana. Media secara sistematis menjadi lebih independen dalam perannya sebagai "*watchdog*" terhadap institusi kekuasaan dan masyarakat. Kondisi ini juga memungkinkan terpenuhinya ketersediaan informasi dari publik, karena adanya keberanian dan kreativitas. Di samping itu, juga mendorong munculnya pem-

baruan dan perubahan budaya masyarakat yang terus menerus.

Kedua, terjaminnya *plurality of ownership*. Pluralitas kepemilikan media merupakan hal penting untuk mengurangi bias kepentingan pemilik media. Semakin plural kepemilikan media, maka akan mendorong semakin beragam pula isi media yang ada. Memang persoalannya menyangkut seberapa jauh kekuasaan pemilik terhadap isi media, tapi dalam berbagai studi di beberapa negara maju, sebagaimana dilakukan oleh Altschull (1984) dalam *second law of journalism*-nya, dikatakan "*the content of the media always reflect the interest of those who finance them*" (McQuail, 2000 : 198). Dalam statemen ini terkandung pertanyaan yang lebih luas, yaitu siapa sebenarnya yang membiayai produk media (termasuk para pemasang iklan), apakah konglomerasi, anglomerasi, koperasi, publik, atau pemerintah? Setiap kepemilikan yang berbeda mempunyai pengaruh yang berbeda terhadap perspektif isi media. Karena itu perlu terjamin adanya pluralitas kepemilikan, dan yang penting lagi meniadakan *barrier to entry* bagi pendatang baru yang memang memiliki konsep yang lebih "baik" untuk memasuki dunia media massa. Dalam konteks inilah mengapa regulasi melalui Undang-Undang Anti Trust diperlukan eksistensinya. Tak lain untuk menjaga pluralitas dari kemungkinan konsentrasi, yakni terjadinya monopoli horizontal (kepemilikan di satu tangan terhadap berbagai media se-

jenis) ataupun monopoli vertikal (kepemilikan media dari hulu hingga hilir, misalnya menguasai pabrik kertas, media cetak, hingga perusahaan distributornya).

Ketiga, terjaminnya *diversity of information available to public*, yaitu keragaman informasi yang disediakan untuk khalayak. Keragaman informasi media massa selayaknya merefleksikan struktur dan isinya sesuai dengan keragaman realitas sosial, ekonomi dan budaya masyarakat Indonesia. Di masa depan media massa dituntut untuk memberikan perhatian pada khalayak spesifik, baik yang didasarkan pada kategori sosial berdasarkan aspek demografis, psikografis, teknografis, maupun geografis. Produk-produk massal yang bersifat nasional perlu dipikirkan kembali eksistensinya. Pada kondisi sekarang produk massal masih dominan mewarnai media massa di Indonesia, terutama dalam pertelevisian. Semua televisi di Indonesia baik pemerintah maupun swasta sifatnya nasional dan dengan format siaran yang *widcasting*, ingin menjangkau penonton seluas-luasnya dari berbagai kategori sosial. Walhasil *diversity of information* di dunia pertelevisian Indonesia masih mengecewakan. Apalagi semua stasiun televisi terkonsentrasi di Jakarta. Lalu apa artinya kebebasan media apabila ternyata terjadi bias terhadap pasar. Hanya pasar besar yang potensial yang "dilayani" media massa. Kemudian apa signifikansi kebebasan di bidang pertelevisian bagi orang

daerah? Jika ternyata perkembangan itu hanya terjadi di Jakarta. Lagi-lagi hegemony Jakarta, atau minimal Jawa tetap akan menjadi persoalan bagi Indonesia yang begitu besar dan luas. Untuk ke depan restrukturisasi pertelevisian perlu dipertimbangkan, supaya lebih menjamin *diversity* informasi secara geografis, demografis, maupun psikografis.

Keempat, terjaminnya *diversity of expression of opinion*. Yaitu sistem media massa memungkinkan memberikan kesempatan akses yang kurang lebih sama pada berbagai kelompok sosial, minoritas budaya yang ada pada masyarakat Indonesia. Dengan demikian terbuka kesempatan bagi minoritas untuk memelihara karakteristik khasnya dari budaya yang dominan. Dalam konteks inilah mengapa diversitas keberadaan dan isi media menjadi relevan. Keberagaman ini akan memungkinkan suara-suara minoritas tidak termarginalisasi. Konflik sosial akan lebih tereliminasi dengan meningkatnya kesempatan untuk saling memahami berbagai kelompok yang potensial mempunyai kepentingan yang bertentangan. Keberagaman isi juga meningkatkan kekayaan akan keberagaman budaya dan kehidupan sosial.

Kelima, tercapainya kondisi *extensive reach*, yaitu sistem media massa Indonesia mampu menjangkau secara luas berbagai khalayak yang ada di negeri ini. Tidak ada lagi daerah *blankspot*, atau wilayah yang tidak terlayani media massa.

Tuntutan ini perlu dipikirkan sebagai upaya mencegah adanya kelompok-kelompok masyarakat tertentu yang merasa "di anak tirikan" dalam sistem komunikasi massa. Sekaligus juga mencegah adanya ketertutupan kelompok-kelompok yang tidak terjangkau media dari informasi yang bermanfaat bagi mereka.

Keenam, terwujudnya *quality of information and culture available to public*. Maksudnya informasi dan budaya yang disampaikan pada publik terjamin kualitasnya. Tuntutan agar media massa menyajikan informasi yang dapat dipertanggungjawabkan kualitasnya, lebih didasarkan pada alasan praktis dibandingkan alasan filosofis atau normatif. Dalam pemikiran modern tentang isi media, setidaknya-tidaknya di dasarkan pada standard dan prinsip kebebasan dan keberagaman (*freedom and diversity*). Standard ini perlu termaktub ke dalam aturan kode etik (baik untuk media cetak maupun *broadcast*), yaitu antara lain: Dalam melaksanakan jurnalisme, media hendaknya menyajikan berita secara lengkap dan relevan, dengan disediakan latarbelakang informasi dari peristiwa yang diberitakan. Ini sesuai dengan jurnalisme mutakhir yang disebut *database journalism*, yaitu jurnalisme yang mengkaitkan pembuatan reportase dengan data yang ada *file-file* komputer dan internet (untuk lebih jauhnya lihat dalam Wimmer dan Dominick, *Mass media Research*, 2000, hal 313, juga Henry Subiakto, Jurnal ISKI, 2001).

Kedua, informasi hendaknya bersifat obyektif, maksudnya terdapat akurasi, jujur, cukup lengkap, sesuai dengan realitas, teruji, dan memisahkan fakta dan opini. Terakhir, informasi yang disajikan hendaknya imbang dan tidak memihak (*impartial*), melaporkan dengan lebih dari satu perspektif, dengan cara yang tidak sensasional dan bias.

Ketujuh, terciptanya komitmen Media Massa Indonesia untuk *support for the democratic political system*. Sebagaimana kita ketahui bahwa demokrasi di Indonesia sedang mencari bentuk, dengan *trial and error*. Dalam eksperimentasi politik yang demokratis ini, masa transisi acapkali membutuhkan waktu yang tidak sebentar untuk sampai pada bentuk sistem demokratis yang lebih solid.. Media massa dalam pemberitaannya mempunyai *moral obligation*, untuk mempertahankan dan mendorong semangat masyarakat menjalani masa transisi ke era demokratisasi. Karena sebagaimana kita ketahui, dalam masyarakat transisi acapkali terjadi apa yang disebut *cultural inertia*, yaitu kecenderungan masyarakat tidak suka dengan perubahan yang berlarut-larut, kecuali mereka yakin betul bahwa perubahan itu akan membawa perbaikan. Sebab itu masyarakat sering merindukan aspek-aspek positif keadaan masa lalu. Banyak orang yang mulai menganggap, keadaan sebelum reformasi dianggap lebih aman, lebih aman, lebih stabil, atau lebih normal, sehingga mereka cenderung tidak ta-

han terhadap masa transisi, dan setuju dengan bentuk pemerintahan represif seperti pada masa Orde Baru. Padahal kalau sampai *set back* pada bentuk sistem politik yang lama, itu berarti sebuah tragedi bagi Indonesia. Disinilah media perlu mendorong proses demokratisasi, termasuk mendorong perubahan-perubahan yang lebih reformatif.

Kedelapan, media massa Indonesia *respect for yudicial system*, menghargai sistem hukum, sekaligus mensosialisasikan pada masyarakat tentang pentingnya penegakan hukum. *Respect for yudicial system* termasuk tidak mempengaruhi jalannya peradilan, dan menjunjung azas praduga tak bersalah dalam isi medianya. Di sini media massa dituntut menegakkan *code of conduct* dalam melaksanakan kegiatannya, baik *code of conduct* yang berlaku secara spesifik, maupun yang berlaku universal (seperti misalnya kode etik yang disepakati UNESCO, 1978). Selain itu, media juga menyuarakan pentingnya *legal action*, untuk menyelesaikan sengketa-sengketa di masyarakat.

Yang terakhir media massa Indonesia *respect for individual and general human rights*. Artinya di dalam pengungkapan isi, media dituntut senantiasa menghargai privasi maupun hak asasi secara umum. Kendati media massa mengungkapkan berbagai hal "seakan-akan" di dasarnya pada *people's rights to know*, namun tidak semua aspek kehidupan layak diungkap di

media. Hak masyarakat untuk tahu hanya relevan untuk *public affairs* (peristiwa-peristiwa publik) yang memang jika diungkap memberikan *value added* bagi khalayak luas. Tapi bukan masalah individual (*privacy*) yang tidak relevan dengan kepentingan masyarakat.

Naturalisme atau Perlu Direncanakan?

Menggagas eksistensi media secara ideal, memang kadang-kadang terkesan bersifat utopia dan kental dengan gagasan yang normatif. Terlebih lagi jika dilihat dari pendekatan *media economics* (studi yang menggabungkan antara studi ekonomi dengan studi media), seperti yang dilakukan oleh Albar-ran (1996), atau juga Melody (1990). Menurut pandangan ini, media massa modern merupakan hasil persilangan dari kehendak pasar, produk, dan teknologi. Keberadaannya memerlukan biaya tetap yang amat tinggi, Merupakan bisnis yang melibatkan kreativitas dan ketidakpastian. Produknya dapat digandakan dan dipergunakan kembali (*recycled*). Secara alami (*natural*) media massa akan mengarah pada konsentrasi. Bisnis media itu sulit untuk dimasuki pendatang baru (McQuail, 2000: 203-204). Karena itu keberadaan dan karakteristik media massa tak pernah lepas dari persoalan modal, persaingan dan *profit oriented*. Namun, masih menurut kalangan ahli *media economics*, media massa tetaplah

bukan sekadar bisnis semata, tetapi ada aspek kepentingan publik. Disinilah masih adanya celah, perlunya pemikiran ideal tentang keberadaan media.

Persoalannya sekarang, apakah mewujudkan sistem media massa yang demokratis di Indonesia perlu "diatur-atur" dengan upaya perencanaan yang sungguh-sungguh (*concerted effort*), atau cukup dengan naturalisme, dibiarkan tumbuh secara alami? Pahami naturalisme yang tak lain berakar dari paham liberalisme ortodok, sebagaimana dirumuskan oleh filosof Karl Poper dalam *The open society and It's enemy* mengasumsikan, berbagai perkembangan sejarah dan proses-proses sosial akan berjalan secara alamiah dan tidak perlu diatur oleh campur tangan manusia secara sadar dan terencana (Kleden, Kompas 12 Agustus 2000). Jika paham ini yang dipakai, maka menurut kaum naturalistik, cukup diberi saja kebebasan, media massa dengan sendirinya akan berkembang sesuai dengan mekanisme pasar. Dan sistem media akan terbentuk secara alami sesuai dengan tuntutan dan keadaan pasar. Bisa jadi nantinya akan terbentuk sistem seperti apa yang kita idealkan di bagian muka. Atau bisa pula sebaliknya. Jika dengan naturalisme hasilnya ternyata menyimpang, tidak seperti yang diidealkan, "keuntungannya" semua komponen bangsa merasa terbebas dari tanggung jawab, karena tanggung jawab itu diserahkan pada proses alamiah.

Apa yang terjadi dalam perkembangan media cetak di Amerika Serikat, adalah sebuah contoh penggunaan aliran naturalisme dalam derajad tertentu. *Print media* di beberapa negara maju seperti Amerika Serikat memang tidak mengenal adanya pengaturan yang berkaitan dengan infrastrukturnya, maupun isi medianya (McQuail, 1994:173). Kebebasan pers dijamin oleh Amendemen pertama konstitusi Amerika Serikat. Yang terjadi adalah pertumbuhan alami, kompetisi alami, di mana para pelaku bisnis media belajar melalui proses yang alami juga. Hasilnya, media massa cetak di Amerika mengalami perkembangan sebagaimana yang kita lihat sekarang. Di kota-kota besar Amerika, surat kabar besar yang ada hanya satu atau dua buah saja, karena secara bisnis ada *barrier to entry*, hambatan memasuki pasar untuk bersaing bebas dengan media kuat yang sudah menguasai pasar. Dalam kondisi demikian yang berkembang adalah media dengan *audience* khusus. Menurut Marilynne Rudick, penulis lepas di Washington, dalam satu tahun, yaitu 1992 saja di Amerika tumbuh 700 majalah baru, yang bertemakan gaya hidup, seperti kebugaran, perumahan, pengasuhan anak, makanan, dan kesehatan laki-laki. Sementara surat kabar harian umum yang ada di Washington hanya ada dua *Washington Post* dan *Washington Times* (Rudick, 1997:47).

Di Indonesia, ketika SIUPP dibebaskan, pertumbuhan surat kabar-pun mencengangkan. Lihat saja angka pertumbuhan media yang terjadi di Indonesia sejak tahun 1997 hingga akhir tahun 1999. Surat kabar Harian pada tahun 1997 hanya ada sekitar 79 perusahaan, tahun 1999 telah menjadi 299 perusahaan. Tabloid dari 88 perusahaan menjadi 886. Majalah dari 144 menjadi 491. Buletin dari 8 menjadi 11 perusahaan. Jadi total ada penambahan 1398 SIUPP baru (sumber SPS Pusat). Ini belum termasuk media cetak yang terbit tanpa SIUPP. Sayangnya penambahan jumlah perusahaan itu tidak diimbangi oleh jumlah tiras. Surat Kabar Harian misalnya, kendati jumlah medianya bertambah, tirasnya justru turun. Tahun 1997 mempunyai total tiras 5 juta eksemplar, tahun 1999 malah menjadi 4,7 juta eksemplar. Majalah juga mengalami penurunan dari total tiras 4,3 juta, turun menjadi 4,1 juta. Hanya tabloid yang mengalami kenaikan tiras, yaitu dari 5,5 juta menjadi 7,7 juta. Tentu saja jumlah tiras berbagai media cetak ini tidak sebanding dengan kenaikan jumlah perusahaan media.

Akibatnya persaingan begitu ketat, hasilnya banyak media yang rontok tidak terbit lagi. Mereka yang *survive* banyak yang terjebak menjadi media-media cetak yang sensasional, sarat dengan kekerasan, mencampur-adukkan fakta dan fiksi, dan akrab dengan "pornography", pendeknya mengeksploitasi *low taste content* dalam

medianya. Kalau dikritik, para pengelola media yang demikian, akan mengembalikannya pada segmen, dan selera masyarakat, yang menyukainya. Ini tak ubahnya seperti pembelaan Leo Rosten --- seorang jurnalis di Amerika Serikat -- terhadap kritikan kaum intelektual di sana (Jacobs, 1992: 113). Menurut Rosten, kalangan intelektual banyak yang salah menilai, seakan-akan apa yang muncul di media, merupakan bualan yang mengerikan, berisi kebodohan, dangkal, kurang beralasan, penuh sentimen, vulgar, naif, dan sering menyerang pribadi. Memangnyanya apakah orang-orang yang menjalankan media massa itu hanyalah orang-orang sinis yang motivasinya semata-mata mencari keuntungan? Dan apakah media massa itu dikendalikan oleh orang-orang yang rendah derajat budayanya? Orang-orang yang bodoh, kasar, dan tidak bertanggungjawab? Ditambahkan oleh Rosten, intelektual yang berpikir demikian itu hanya dikarenakan tidak mampu menerima bukti, bahwa khalayak itu sebenarnya bebas memilih berbagai produk media, dari yang serius hingga yang "guyonan", dari nyata hingga yang khayal, dari yang tragis hingga yang menggembirakan. Kenyataannya, di masyarakat manapun kondisinya senantiasa beragam, ada yang mempunyai selera yang baik, tapi ada juga yang "ngeres". Jadi isi media tersebut tak lain merupakan fungsi memenuhi selera khalayak yang beragam. Makanya jangan dipersalahkan pengelola media, min-

talah tanggungjawab pada lembaga yang menghasilkan selera massa. Seperti sekolahan, orangtua, pemuka agama, dan institusi sosial lain yang berpengaruh. Kita boleh setuju pada Rosten, dan boleh juga menyangkalnya. Tapi yang jelas, pasar bebas dan naturalisme, secara empiris banyak memunculkan persoalan moral dalam isi media, maupun hingga masyarakat, munculnya konglomerasi telah menutup kesempatan bagi kekuatan kekuatan ekonomi yang kecil, dan akhirnya minoritas-pun semakin terpinggirkan, dan *plurality of ownerships* jelas-jelas terabaikan.

Dewasa ini paham liberalisme dengan naturalismenya kembali banyak dipertanyakan di beberapa negara demokrasi yang maju. Salah satunya dilakukan oleh James Curran, profesor komunikasi dari London University. Melalui tulisan yang berjudul *Rethinking Media and Democracy*, dalam buku yang ditulis bersama Michael Gurevitch *Mass Media and Society* (2000: 121-154), James Curran kembali mempertanyakan konsep-konsep *free market* dalam sistem media. Dikatakannya, dalam penerapan liberalisme dengan dihilangkannya regulasi, telah mendorong media untuk melakukan korupsi terhadap kebebasan pasar. Peran media sebagai *watch dog* terhadap kekuasaan negara, dalam liberalisme ternyata tidaklah memunculkan sikap independensi media untuk semata-mata melayani kepentingan publik, melainkan hanya untuk keuntungan perusahaannya saja.

Media menyesuaikan keingintahuan kritisnya (*critical scrutiny*) tak lain untuk mencapai tujuan pribadi mereka. Dalam tulisannya itu, James Curran menunjukkan bagaimana kegagalan sistem komunikasi liberal di berbagai negara maju seperti di Amerika Serikat, Inggris dan negara maju lainnya. Setidaknya ada empat kegagalan sistem media yang mendasarkan pada mekanisme pasar.

Pertama, mekanisme pasar telah menghambat *freedom to publish*. Dewasa ini untuk mendirikan sebuah media penyiaran nasional di Inggris misalnya, setidaknya membutuhkan dana sebesar 20 juta poundsterling, atau sekitar 15 juta pounds untuk TV cable yang baru. Kalau untuk memasuki pasar media dibutuhkan dana yang sangat tinggi, lalu siapa yang mampu? Dan mempunyai akses ke sana? Memang ada saluran komunikasi yang relatif murah, seperti pembuatan *website* di internet, tapi media yang murah ini cenderung termarginalisasi dan audiencenya-pun sangat sedikit.

Kedua, pasar bebas telah mereduksi perputaran informasi publik, dan meningkatkan jumlah masyarakat yang tidak *well informed*. Ditunjukkan dalam penelitian Curran, Douglass dan Whannel (1980) terhadap perkembangan pers di Inggris, selama periode 40 tahun menunjukkan bahwa cerita-cerita *human interest* secara konstan memperoleh skor tertinggi dibaca oleh publik yang berasal dari semua kategori pembaca, sementara untuk

public affairs (seperti persoalan pemerintahan, politik maupun ekonomi) hanya diikuti oleh minoritas pembaca yang terkonsentrasi pada kelompok sosial tertentu. Tekanan persaingan pasar semakin menempatkan isi *human interest* lebih menonjol dan meminggirkan liputan *public affairs*. Tercatat pada akhir tahun 1970-an liputan *public affairs* kurang dari 20 persen isi keseluruhan pers nasional di Inggris. Sementara setelah terjadi deregulasi pada bidang *broadcasting* (pada masa pemerintahan Margaret Thatcher) materi pemberitaan di televisi populer Inggris-pun cenderung dipinggirkan dari *prime time*, untuk memberikan tempat bagi cerita fiksi dan *human interest* yang lain. Fenomena yang sama juga terjadi di Amerika Serikat. Tentu saja kecenderungan ini mengurangi bobot demokrasi. Kontrol terhadap *public affair* menjadi semakin elitis, masyarakat yang aktif terlibat dalam proses politik menjadi semakin sedikit, padahal salah satu prasarat demokrasi adalah keterlibatan partisipasi publik ini.

Ketiga, pasar bebas telah menghambat partisipasi debat publik. Muncul suatu polarisasi, dimana media yang kaya informasi lebih ditujukan untuk elite, sementara media yang miskin informasi untuk publik umum. Terjadi polarisasi antara surat kabar prestis dan umum di banyak negara, sebagaimana yang muncul di kalangan elite Eropa. Hanya kelompok elite sajalah yang terlayani informasinya oleh surat kabar, majalah dan salu-

ran televisi tertentu (Schlesinger, 1999: 67). Yang terjadi adalah pengulangan pola yang merefleksikan ketidakadilan di masyarakat. Sementara pasar sendiri lebih memperkuat pengulangan pola ketidakadilan tadi dibandingkan melakukan perubahan.

Keempat, pasar bebas telah merongrong perdebaan yang rasional dan bermutu. Media yang berorientasi pasar cenderung memunculkan informasi yang disimplifikasi, bersifat personal, tidak kontekstual, lebih menekankan tindakan daripada proses, menekankan visualisasi daripada abstraksi, sering berdasar stereotype dari pada melihat kompleksitas kehidupan (Iyengar, 1991, Hallin, 1994; dan Liebes 1998).

Apakah naturalisme yang demikian ini juga akan digunakan di Indonesia untuk perkembangan media massa kita ke depan? Termasuk media elektronik? Harus diingat, televisi dan radio memiliki karakteristik yang berbeda dengan media cetak. Kedua media ini mengoperasionalkan medianya melalui gelombang frekuensi (AM, FM) yang bersifat terbatas, dan merupakan *public domain* (milik publik) bukan milik stasiun media yang bersangkutan. Karena itu untuk media elektronik di berbagai negara senantiasa ada aturannya, baik untuk infrastruktur penggunaan frekuensi maupun *content*-nya (McQuail, 1994: 173). Untuk masa ke depan memang ada kontroversi, beberapa pemikiran menuntut dihilangkannya regulasi yang meny-

angkutan radio dan TV. Karena nantinya radio dan TV akan bersifat digital ataupun cable, artinya tidak menggunakan *public domain* yang terbatas lagi.

Di negara maju seperti Amerika, Inggris, Canada, Jerman, maupun Jepang hingga sekarang TV dan Radio masih diatur secara berbeda-beda dalam sebuah sistem penyiaran nasional mereka. Di Amerika lembaga yang mengatur siaran TV dan radio adalah lembaga independen yang bernama *Federal Communication Commission* (FCC) yang anggotanya hanya 5 orang, diangkat oleh presiden atas persetujuan senat A.S. dan didukung oleh 1800 staf pegawai negeri yang terdiri atas ahli hukum, ekonomi dan teknik. Mereka dipekerjakan secara independen untuk mengatur telekomunikasi modern dengan anggaran tahunan sebesar 110 juta \$. Dari jumlah itu 300 orang bertugas mengawasi penyiaran. Fungsi utamanya ialah memberi izin kepada stasiun-stasiun siaran. Untuk radio ijin siaran diberikan selama 7 tahun, sedangkan televisi selama 5 tahun, dan izin ini bisa atau biasanya diperpanjang terus. Secara tegas FCC mempunyai kewenangan mengatur mengenai standard teknis bagi penggunaan frekuensi (Sterling, 1997: 62). Selama kondisi teknis membatasi jumlah frekuensi yang tersedia, tidak semua pemasang mendapat izin. Beberapa kriteria prioritas diberlakukan, pembagian frekuensi diarahkan untuk memperbesar pelayanan terhadap publik. Me-

ningkatkan pelayanan publik yang dilaksanakan oleh radio siaran dan televisi itulah yang menjadi urusan FCC. Karena itu semua pelamar izin frekuensi yang baru atau yang memperbarui harus menunjukkan bahwa mereka sesuai dengan "kepentingan, kesenangan dan kebutuhan masyarakat". FCC dilarang oleh hukum Amerika untuk sensor program-program, namun ia diberi tanggungjawab untuk memastikan apakah setiap stasiun radio atau televisi beroperasi sesuai dengan kepentingan, kesenangan, dan kebutuhan masyarakat. Salah satu standard yang diatur FCC adalah yang disebut "*Fairness Doctrine*", atau doktrin tidak memihak pada program berita, yang ditetapkan tahun 1974. FCC mensyaratkan bahwa pemberitaan yang menggunakan jalur frekuensi (yang notabene milik publik) harus memperhitungkan kepentingan publik secara keseluruhan, karena itu segala pemberitaan yang menyangkut isu kontroversial haruslah berimbang, atau mengikuti azas impar-sialitas dalam pemberitaan. Azas impar-sialitas ini juga dianut oleh komisi penyiaran beberapa negara lain, seperti Kanada dan juga Inggris. *Independent Broadcasting Authority* (IBA) lembaga pengatur penyiaran di Inggris bahkan pada bulan Maret tahun 2000 lalu, tidak memperpanjang ijin salah satu radio siaran di Inggris (Kurdistan Radio) karena dianggap melanggar azas *impartiality* dalam pemberitaannya. Nampaknya di beberapa contoh negara liberal di atas justru

memperlihatkan adanya semangat untuk menegakkan iklim pemberitaan yang berimbang. Karena itu tidaklah heran jika Toby Mendel, konsultan hukum komunikasi Unesco yang berasal dari Inggris mengusulkan agar Undang-Undang penyiaran Indonesia mendatang memuat aturan tidak diperkenankannya media partisan memperoleh izin siaran (Draft RUU Penyiaran dari tim Toby Mendel, pasal 14). Saya melihat larangan itu memang amat relevan dengan hakekat frekuensi sebagai *public domain*, yang dimiliki oleh semua rakyat, dari berbagai golongan, etnis, politik maupun sosial. Terlebih lagi media partisan memang cenderung membuat khalayaknya menjadi tidak kritis, namun semakin fanatis, sehingga cenderung membodohi. Frekuensi bukan milik pengelola media, mereka hanya "dipinjam" oleh publik, karena itu materinya harus untuk kepentingan publik yang luas, bukan sekadar kepentingan kelompoknya.

Dalam perkembangannya, azas impartialitas hanya diberlakukan untuk pemberitaan tentang fakta, tentang suatu kejadian. Tidak untuk opini. Fakta memang harus dilihat lebih dari satu perspektif dalam pemberitaan. Sebagaimana yang banyak dimuat dalam teori-teori kualitas pemberitaan, yang salah satunya dikemukakan oleh Westertahl ketika menerangkan derajat obyektivitas dalam sistem penyiaran di Swedia, *impartiality proposes a neutral attitude and has to be achieved through combination of*

balance (equal or proporsional time/space/ emphasis) as between oposing interpretations, point of or version of events, and neutrality in presentation. (McQuail, 1994: 147). Di Amerika dalam berbagai kasus di pengadilan dan Mahkamah Agung di sana, yang dituntut untuk *impartial* adalah tentang fakta, sementara opini itu bebas, sebagaimana dijamin dalam amandemen pertama Amerika. Fakta juga harus benar, (*telling the truth*), tidak boleh ada fakta yang dipalsukan, kalau ini terjadi maka media yang mengungkap fakta palsu bisa dikenakan sanksi melanggar undang-undang pencemaran nama baik, melakukan *libel* atau *slanders*. Namun tidak demikian untuk *content* media yang berupa opini, karena pada dasarnya tidak ada opini yang palsu, dan begitu pula orang berhak beropini walaupun dianggap salah oleh orang lain. Orang berpendapat itu dijamin kebebasannya, sepanjang tidak melanggar hak orang lain untuk berpendapat, namun dalam hal mengungkap fakta ada standard yang harus diikuti. Media partisan yang dilarang adalah media yang tidak menerapkan konsep *impartial* dalam mengungkap fakta, atau realitas, bukan dalam menyampaikan opininya sendiri. Karena pada hakekatnya opini itu diberi kebebasan. Termasuk dalam opini adalah pandangan media itu sendiri terhadap suatu peristiwa.

Penyiaran di Indonesia, hendaknya juga mencontoh beberapa hal yang baik dan cocok dari beberapa negara yang telah menerapkan

kan demokrasi secara lebih teruji, seperti Amerika, Inggris, Kanada atau juga Jepang. Indonesia perlu melakukan *concerted effort*, usaha yang sungguh-sungguh dan terencana, tidak menggantungkan pada naturalitas semata. Karena itu keberadaan Undang-Undang Penyiaran yang baru yang lebih demokratis, reformis dan mencerminkan pluralitas perlu mendapat dukungan, terutama untuk menggantikan UU no 24 tahun 1997 yang tidak demokratis, sekaligus juga mengisi kevakuman hukum dalam dunia penyiaran. Diinginkan dalam UU Penyiaran yang baru, penyiaran di Indonesia (TV dan Radio) perlu diatur oleh (*regulatory body*) yang independen (bukan pemerintah yang mengatur seperti pada masa Orde Baru) sebagaimana FCC di Amerika atau IBA di Inggris, atau CBA di Canada. Tentu saja tidak semua aspek diatur, dan secara tegas lembaga itu tidak punya hak untuk mensensor isi media. Yang jelas materi RUU penyiaran, maupun apa kewenangan Komite Penyiaran harus kita pikirkan secara serius untuk "pembangunan" sistem media massa Indonesia di masa mendatang sebagaimana yang kita impikan di bagian muka.

Sistem Media Alternatif

Sebagaimana yang dikemukakan bagian muka dalam impian bersama, jika diringkas sistem media yang demokratis pada dasarnya harus mewujudkan tiga karakteristik

(Cuilenberg & McQuail, 1998:67). Pertama, terdapat idependensi dari media yang ada. Sifat *idependence* atau kemerdekaan ini berarti tidak ada campur tangan baik dari pemerintah, maupun monopoli swasta, termasuk di sini kepentingan pasar. Selanjutnya, media yang ada harus mempunyai *accountability*, pertanggungjawaban secara profesional baik terhadap masyarakat secara umum, maupun kepada pengguna atau khalayaknya. Karakteristik terakhir, sistem media harus menjamin adanya keberagaman, *diversity*, baik keberagaman politik (*political diversity*), maupun keberagaman sosial (*social diversity*).

Upaya mewujudkan sistem yang demokratis tersebut tidak mungkin didasarkan pada liberalisme atau mekanisme pasar belaka. Harus ada perencanaan yang lebih komprehensif untuk itu. Namun ini tidak berarti harus mengabaikan begitu saja kekuatan mekanisme pasar. Mekanisme pasar tetap dipertahankan, namun di sisi lain untuk mengisi kelemahan yang dimunculkan mekanisme pasar, perlu dibentuk media yang bersifat *public service*. Dengan mengambil contoh pemikiran Antony Giddens dalam *the third way* (1999), sistem media alternatif-pun memerlukan suatu percampuran antara prinsip liberalisme dengan sosialisme. Dalam pemikiran ini, mekanisme pasar mendapatkan tempat yang terhormat, tetapi pasar tidak bisa menggantikan keseluruhan peran negara (Giddens, 1999: 55). Artinya masih

ada celah bagi negara melalui regulasinya untuk menjamin terciptanya kondisi yang demokratis. Hanya saja pengertian negara dalam konteks demokrasi, tidak identik dengan pemerintah, melainkan negara dalam arti luas, termasuk kesepakatan rakyat.

Sistem media alternatif yang demokratis dibangun atas landasan lima sektor jenis media, yakni dengan inti sektor media pelayanan publik (*public service media*), sektor *civic media*, sektor media swasta yang komersial, sektor media pemasaran sosial, dan media alternatif (*cyber media*).

Media pelayanan publik merupakan inti pengimbang bias mekanisme pasar. Media ini bekerja berdasarkan prinsip-prinsip *fairness* dan *imparsial*. Orientasi utamanya adalah melakukan pemberitaan yang obyektif, dan pelayanan terhadap publik yang beragam untuk menjamin *social diversity* maupun *political diversity*, sebagaimana kondisi riil Indonesia yang berbineka dalam berbagai hal. Isi media ini, bisa saja mengabaikan permintaan pasar yang tercermin dalam mekanisme *rating*. *Contentnya* lebih mengedepankan pada fungsionalisme media dalam proses demokrasi. Seperti fungsi *surveillance*, yaitu memberikan informasi pada warga negara tentang apa yang terjadi di sekitar mereka. Fungsi *education*, mengajarkan secara obyektif mengenai makna dan arti dari fakta-fakta yang terjadi. Fungsi pembentukan wacana atau menyediakan suatu *platform* untuk

wacana politik publik, dan memfasilitasi terbentuknya opini publik. Di dalamnya termasuk menyediakan *space* untuk pendapat yang berbeda. Berikutnya adalah fungsi *publicity* mengenai kerja institusi politik dan pemerintah, sekaligus menjalankan peran jurnalismenya sebagai *watchdog* terhadap institusi-institusi tersebut. Terakhir, media ini memberikan fungsi *advocacy* terhadap pandangan politik masyarakat melalui prinsip keterbukaan (McNair, 1999: 21-22).

Media pelayanan publik ini keberadaannya dilindungi dengan undang-undang sebagaimana model penyiaran publik di Britania Raya (BBC 1, BBC 2, BBC News, dan BBC Parliament), ---dalam bentuk pemilikan yang agak berbeda--- juga terjadi pada model televisi Jerman, Belanda, dan beberapa negara Scandinavia (Curran, 2000: 143-144). Di Indonesia sektor ini bisa diperankan oleh TVRI dan RRI, hanya saja perlu dilakukan pembenahan dan perubahan citra secara total pada kedua lembaga penyiaran ini. Penegakan prinsip *fairness*, *imparsialitas*, *independen* dan obyektif, serta akuntabilitas pada publik perlu dilakukan secara besar-besaran. Berperan sebagai *public service* tidak berarti isinya boleh tidak menarik, justru di sini media seperti itu dituntut untuk mengemas informasi yang bermakna pada publik tersebut dalam bentuk yang menarik oleh tangan-tangan yang benar-benar profesional. Nantinya media semacam ini diharapkan akan menjadi lambang

kualitas dan akurasi isi media, baik dalam pemberitaan maupun jenis informasi lainnya. Selain itu media ini pulalah yang *mengcover* wilayah-wilayah yang tidak mempunyai potensi pasar, serta menampung budaya-budaya minoritas, sehingga menjaga prinsip *diversity* dalam sistem komunikasi massa.

Selanjutnya melalui sistem *licence fee*, *charity*, iklan *corporate*, dan anggaran negara, media pelayanan publik ini dihidupi. Karena itu pengelolanya harus bertanggung-jawab secara profesional mengenai prinsip-prinsip demokrasi yang melandasi keberadaan media itu terhadap publik dan parlemen.

Jenis sektor media yang kedua adalah *civic media*, atau media warga. Media jenis ini merupakan media yang mendukung keberadaan organisasi yang ada pada alam demokrasi. Seperti media milik Ormas, LSM, kelompok kepentingan, pemerintah daerah, hingga partai politik. Media ini bertujuan untuk memperjuangkan visi dan misi organisasi yang membentuknya, termasuk dalam hal perjuangan politik, kesadaran lingkungan, keagamaan dan lain-lain. Untuk media cetak (*print media*), semua komponen sosial di atas boleh memiliki media untuk kepentingan organisasinya, dan bebas dalam pengelolaan. Tetapi untuk media elektronik (TV dan Radio) ---karena menggunakan sarana frekuensi milik publik (*public domein*), yang jumlahnya terbatas---dalam pemberitaannya mereka diberlakukan prinsip obyektifitas dan

imparsialitas atau *fairness doctrine*. Pelaksanaan prinsip ini bukan lagi sekadar etika, melainkan menjadi regulasi yang diawasi oleh lembaga independen penyiaran yang dipilih oleh parlemen sebagaimana FCC di AS, dan IBA di Inggris. *Civic media* yang berbentuk media cetak "diperlakukan berbeda", karena pada dasarnya media cetak itu seluruh komponen yang digunakan dalam proses komunikasi adalah menggunakan milik mereka sendiri, yaitu menggunakan kertas-kertas mereka sendiri. Sementara untuk penyiaran mereka harus "meminjam" dan menggunakan frekuensi milik publik yang jumlahnya amat terbatas. Belum lagi, penetrasi pengaruh penyiaran terhadap persepsi publik jauh lebih besar dibanding dalam media cetak (Gerbner, 1972). Karena itu media penyiaran yang mengabaikan kepentingan publik yang beragam, bisa tidak diberi ijin frekuensi, atau tidak diperpanjang penggunaannya oleh lembaga independen tersebut.

Media warga (*civic media*) bisa dibiayai melalui iklan, *charity*, maupun subsidi dari organisasi yang mendirikanannya. Media semacam ini bebas untuk masuk dalam mekanisme pasar, atau berubah menjadi media yang riil mencari keuntungan (*suasta*).

Jenis sektor media berikutnya adalah media dalam sektor perusahaan *suasta*. Jenis media ini murni mengikuti mekanisme pasar, mereka mempunyai kebebasan yang amat luas dalam hal isi media, dan terlepas sama sekali dari kewa-

jiban yang dipersyaratkan dalam pelayanan publik. Namun walaupun bersifat komersial etika jurnalistik tetap berlaku sebagai bagian dari akuntabilitas terhadap publik. Sedang untuk jenis media komersial yang berupa media elektronik, seperti radio dan TV, selain mengikuti etika, mereka juga dituntut untuk "tunduk" terhadap regulasi yang berkaitan dengan penggunaan frekuensi yang ditetapkan oleh komite nasional penyiaran yang independen. Jenis media swasta yang komersial ini dibiayai sepenuhnya dari penjualan *space* iklan, langganan, ataupun usaha komersial lainnya. TV swasta seperti RCTI, SCTV, Indosiar, TPI, Antevu, dan Metro TV bisa masuk dalam kategori media ini. Begitu pula radio-radio swasta yang tergabung dalam PRRSNI, dan media cetak yang murni perusahaan swasta.

Jenis sektor media yang keempat adalah media pemasaran sosial (*social market sector*). Bentuk media ini adalah media-media kecil, minoritas yang tumbuh dari kelompok-kelompok kecil masyarakat dan mempunyai *concern* terhadap eksistensi kelompok kecil tersebut. Media semacam ini dimungkinkan memperoleh kebijakan subsidi secara selektif baik oleh anggaran negara, maupun usaha *charity* di masyarakat. Media milik kelompok tani, koperasi, mahasiswa, atau juga kelompok minoritas yang lemah, atau *subculture* tertentu, merupakan contoh-contoh jenis media pemasaran sosial.

Kemudian sektor media yang terakhir, adalah media alternatif yakni *cybermedia*. Media jenis ini merupakan media yang menggunakan teknologi internet, ataupun teknologi digital untuk operasionalnya. *Cybermedia* bisa bersifat komersial atau swasta, dan juga bisa pula berupa *civic media* yang mempunyai tujuan persuasi dan berafiliasi terhadap kelompok sosial, politik atau kepentingan tertentu, ataupun juga merupakan media pemasaran sosial. Yang jelas karena sifatnya *cyber*, berada di dunia maya, tanpa batas yuridiksi suatu negara, media ini lebih bebas dari regulasi apapun. Media ini merupakan bagian dari *public space* yang memberikan berbagai alternatif wacana secara bebas, dan diharapkan akan memunculkan kecerdasan dan resistensi penggunaannya. Semua tanggungjawab terhadap isi media ini dikembalikan kepada etika para pelaku komunikasi, dan selektivitas pengguna. Karena media ini lebih bersifat interaktif, tidak massal, publiknya bersifat spesifik, pendanaannya murni dari usaha pengelolanya sendiri, apakah dengan cara komersial ataupun yang lain. Yang jelas negara tidak mempunyai kewajiban untuk mencari subsidi untuk sektor ini.

Namun sebagai perbandingan di United Kingdom (Inggris), mulai tahun 2001 jenis media digital, yang menggunakan internet, *sektoral mobile*, dan televisi khusus (*digital*) telah digunakan untuk publik service, maupun komersial.

Sir Christopher Bland, pimpinan BBC, menargetkan pada tahun 2005 sistem media digital akan digunakan secara besar-besaran untuk melengkapi peran broadcast konvensional, baik untuk televisi maupun radio. Tahun 2001 ini, BBC sedang sibuk mempersiapkan publik di negaranya mulai bisa menikmati era televisi digital dengan BBC Three, BBC Four, dan BBC Children Channel. Sementara untuk radio, sistem digital dipakai untuk BBC Network X, Network Y, Network Z, BBC Sport (BBC Radio 4 dan 5), serta BBC Asean Network. Sementara di luar BBC yang sudah menggunakan sistem digital adalah ITV, Channel 4, Chanel 5, dan S4C. Namun untuk Indonesia, jenis media ini masih amat terbatas, karena itu hanya merupakan media alternatif.

Penutup

Dalam makalah ini secara implisit menunjukkan kompleksitas suatu sistem media yang demokratis, sekaligus menunjukkan pula tidak mudahnya upaya proses untuk mewujudkan sistem itu. Ada banyak persoalan, baik berkaitan dengan tantangan ke depan dari teknologi komunikasi, kesiapan masyarakat, pemerintah, perangkat regulasi, maupun filosofi yang mendasari. Yang jelas upaya membangun sistem demokrasi tidak pernah lepas dari upaya memperkuat masyarakat, dan institusi-institusi sosialnya, yang kesemuanya harus

ditempuh melalui proses yang panjang, serta pendanaan yang tidak sedikit. Tentu saja dalam kondisi ekonomi yang tidak menentu, sebagaimana pada masa transisi, membangun sistem media menjadi sesuatu yang sulit. Namun bagaimanapun sistem komunikasi massa merupakan aspek yang amat penting, karenanya layak untuk dipikirkan. Makalah ini sebenarnya masih merupakan lontaran ide awal, yang tak lain hanya untuk memunculkan *respond* dari berbagai pihak, dengan maksud terjadinya diskursus mengenai pembangunan sistem media di Indonesia ke depan, yang lebih maju, dan demokratis.

Daftar Pustaka

- Albarran, Alan B., *Media Economics, Understanding Markets, Industries, and Concepts* (Ames: Iowa State University Press, 1996).
- Berger, Peter., & Lucman, Thomas., *The Social Construction of Reality* (New York: Penguin Press, 1979).
- Cuilenberg, J.J. van & McQuail, Denis., "Media Policy Paradigm Shifts, in Search of a New Communication Policy Paradigm," in G Picard (ed.), *Evolving Media Market, Effect of Economic and Policy Changes* (Turku, Finland: Economic Research Founda-

- tion for Mass Communication, 1998).
- Curran, James., & Gurevitch, Michel., 2000, *Mass Media and Society*, Third Edition, (London: Arnold Co., 2000).
- DeFleur, Melvin., & Ball Rokeach, Sandra, *Understanding of Mass Communication* (New York: Longman Inc, 1994).
- Giddens, Anthony, *The Third Way: The Renewel of Social Democracy* (Malden: Blackwell Publisher Ltd, 1999).
- Hallin, D., *We Keep American on Top of The World* (London: Routledge, 1994).
- Iyengar, S., *Is Anyone Responsible? How Television Frames Political Issues* (Chicago: University of Chicago Press, 1991).
- Liebes, T., "Television's Disaster Marathons: A Danger for Democratic Process?," in T Liebes and Curran (eds) *Media Ritual and Identity* (London: Routledge, 1998).
- Jacobs, Norman, ed., *Mass Media in Modern Society* (New Brunswick and London: Transaction Publishers, 1992).
- McNair, Brian, 1999, "Politics Democracy and the Media," dalam *An Introduction to Political Communication*. Second Edition (London: Routledge, 1999).
- McQuail, Denis, *Mass Communication Theories*. Fourth edition (London: Sage Publications, 2000).
- McQuail, Denis, *Mass Communication Theories*, Third edition (London: Sage Publications, 1994).
- Rudick, Merlin, "Menggaet Khala-yak," dalam *Pers Tak Terbelenggu* (Jakarta: Dinas Penerangan Amerika Serikat (USIS), 1997).
- Schlesinger, P., "Changing Space of Political Communication: The Case of the European Union," dalam *Political Communication* (London: Routledge, 1999).
- Wimer, Roger, D., & Dominick, Joseph, R., *Mass Media Research*, Six Edition (New York: Wadsworth Publishing Company, 2000).
- Kleden, Ignas, "Naturalisme dalam Politik Indonesia," *Kompas*, 12 Agustus 2000.
- Membangun Partisipasi Publik terhadap RUU Usul Inisiasi DPR RI tentang Penyiaran, tahun 2000, Internews Indonesia, Jakarta.
- New Services from BBC, 2000, Published by British Broadcasting Corporation, Broadcasting House London, UK (<http://www.bbc.co.uk/consul>)

"Switch to Free to view Digital Television, The Best Digital Programmes Without Subscriptions, Leaflet," produced by BBC, ITV, Channel 4, Channel 5 & S4C.