



Dr. H. Bachruddin Ali Akhmad, Msi.

KEBEBASAN MEDIA DI INDONESIA



KEBEBASAN MEDIA DI INDONESIA

Penulis :
Dr. H Bachruddin Ali Akhmad,MSi

Editor:
Husein Abdurrahman, S.Sos, MSi

Cetakan I : 2010
viii + 28 Halaman: 15,5 x 23 cm
ISBN : 978-602-7595-20-8

All right reserved

Dr. H Bachruddin Ali Akhmad,MSi

Di bawah ini terdapat daftar isi yang menunjukkan struktur dan isi dari buku ini dengan cara yang lebih mudah dan praktis

Ditampilkan oleh:
ASWAJA PRESSINDO
Anggota IKAPI No. 07.001.0011
Jl. Paschimany VWS Alimondhoni
Sleman, Yogyakarta
Telp. (0271) 4465377
E-mail : aswajapressindo@gmail.com
Website : www.aswajapressindo.com

Aswaja Pressindo

Kebebasan Media Di Indonesia

Penulis:

Dr. H Bachruddin Ali Akhmad, Msi

Editor:

Husein Abdurrahman, S.Sos, MSi

Cetakan I : 2020

viii+ 58 Halaman; 15,5 x 23 cm

ISBN : 978-623-7593-30-0

All right reserved

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang

Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini dengan cara apapun, tanpa izin tertulis dari penerbit

Diterbitkan oleh:

ASWAJA PRESSINDO

Anggota IKAPI No. 071/DIY/2011

Jl. Plosokuning V/73, Minomartani,

Sleman, Yogyakarta

Telp. (0274)4462377

E-mail : aswajapressindo@gmail.com

Website: www.aswajapressindo.co.id

LEMBAR PERSEMBAHAN

Persembahan untuk keluarga tercinta:

Dra. Hj Noor Baiti Bahar

M. Abqorie, S. Kom

A. Abrorie, SE

Aamalia Dini

Aqnia Dina

Al Mira

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT dan shalawat salam pada junjungan nabi Muhammad SAW atas segala limpahan berkah dan rahmatnya atas sekalian alam sehingga tanpa terasa penulis dapat menyelesaikan karya buku ini.

Buku ini merupakan hasil kajian penulis terhadap fenomena kebebasan media di Indonesia, yang mengalami pasang surut. Buku ini di elaborasi secara gamblang antara teori dan realitas yang terjadi dari waktu ke waktu. Semoga buku ini dapat memperkaya wawasan keilmuan komunikasi para mahasiswa dan pembaca pada umumnya.

Akhir kata penulis ucapkan terima kasih pada semua pihak yang membantu sehingga buku ini dapat hadir dihadapan pembaca.

Banjarmasin, Desember 2019

Dr. H. Bachruddin Ali Akhmad, MSi

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
Prinsip Kebebasan	1
Politik Media	7
Ekonomi Politik Media	13
Sistem Media Massa	21
Metodologi Media	29
Media & Budaya	37
Media Koran	43
Media Radio	47
Media Televisi	55
Daftar Pustaka	57

PRINSIP KEBEBASAN

Dalam pembahasannya tentang "prinsip kebebasan" (*freedom principle*) sebagai kinerja media, McQuail (2005) membaginya dalam dua konsepsi besar, yakni level struktur dan level *performance*. Pada dasarnya, konsep media *freedom* memberikan keuntungan tersendiri bagi publik, yaitu:

1. Kebebasan mengemukakan ide, keyakinan dan pandangan tentang dunia.
2. Terjadinya proses berkelanjutan dalam perubahan budaya dan masyarakat.
3. Sistematis dan kebebasan publik dalam mendapatkan informasi yang reliabel dengan aktivitas mereka.
4. Stimulus terhadap sistem demokrasi dan kehidupan sosial.

Pada tingkat struktural, kebebasan berkomunikasi memiliki dua aspek yaitu memberikan kebebasan berbicara dan menanggapi semua permintaan dan kebutuhan akan informasi. Kebebasan media ini akan efektif apabila memiliki struktur sebagai berikut, yaitu:

1. Hilangnya sensor atau bentuk larangan lainnya dari pemerintah sehingga media dapat dengan bebas mempublikasikan dan menyebarkan berita atau opini tanpa harus dipengaruhi pihak yang tidak menginginkan pesan tersebut di ketahui publik.
2. Persamaan hak atas warga negara dalam mendapatkan akses media untuk mengeluarkan pendapat dan tulisan mereka.
3. Kebebasan yang sebenar-benarnya tanpa ada campur tangan yang berlebihan dari pemilik maupun kepentingan politik dan ekonomi dari pihak luar.

4. Persaingan sistem, dengan batasan konsentrasi media dan *cross-ownership*.
5. Kebebasan media untuk mendapatkan informasi dari sumber yang relevan.

Realita yang ada menunjukkan bahwa media *freedom* belum sepenuhnya bisa berjalan sepenuhnya dikarenakan oleh beberapa faktor-faktor yang melekat di dalam industri media, sebagai berikut yaitu:

Pertama, aktivitas produksi informasi pada dasarnya tidak bisa dilepaskan dari campur tangan para pemilik modal/orang-orang yang memiliki kekuasaan. Dalam beberapa kondisi, campur tangan tersebut bisa berasal dari pemerintah ataupun pemilik kekuasaan yang lain.

Kedua, kemungkinan munculnya konflik kepentingan antara pengontrol media dengan pihak-pihak yang ingin mengakses sumber berita namun tidak memiliki kekuatan.

Ketiga, dalam memproduksi pesan, sering kali campur tangan dari orang yang bekerja di media (misal jurnalis, produser dan lain-lain) sama tidak mempunyai pengaruh yang berarti.

Keempat, munculnya ketimpangan antara apa yang diinginkan oleh audien dengan apa yang dikirimkan media massa. Sehingga terjadi ketidak seimbangan kebutuhan, artinya kebebasan audien untuk memilih pesan yang ia butuhkan menjadi terhambat.

Kelima, dalam beberapa waktu seolah menjadi penting bagi pemerintah atau kekuatan publik untuk melakukan intervensi kepada struktur media untuk menjaga kebebasan yang tidak disampaikan ke dalam sistem.

Condition Structural. Kondisi struktur di sini mengacu pada semua hal yang berkaitan dengan sistem media, yang terdiri dari: bentuk perusahaan dan keuangan, kepemilikan, bentuk peraturan, infrastruktur, fasilitas distribusi. Kondisi struktural merupakan suatu kondisi yang berkaitan dengan luasnya jejaring media dan respon atas kebutuhan dari

audien dengan melakukan analisis pasar. *Structural conditions* setidaknya dipengaruhi oleh factor sebagai berikut yaitu:

Pertama, *Independence Of Channels*. Karakteristik ini menjelaskan bahwa pada dasarnya, dalam melakukan tugasnya – mulai dari produksi serta distribusi pesan, media seharusnya sama sekali terbebas dari pengaruh siapapun, entah pemilik modal, pemerintah atau pihak yang secara struktur atau sosial mempunyai pengaruh. Sehingga media benar-benar menjadi *channel* yang independen.

Kedua, *Acces To Channels*. Adanya kebebasan dalam mengakses saluran media massa dimana tidak ada suatu intervensi yang menghalangi masyarakat untuk mengkonsumsi suatu berita atau informasi. Artinya terdapat kemudahan yang diberikan oleh penguasa kepada masyarakat untuk menentukan dan memilih informasi apa yang sebenarnya mereka inginkan.

Ketiga, *Deversity Of Contents* Adanya keberagaman isi dari suatu media massa merupakan hal yang sangat diutamakan dari bentuk kebebasan karena kemudian dari bervariasinya isi berita tersebut tidak menimbulkan suatu bentuk kebosanan dan membuat masyarakat menjadi tertarik. Kebebasan memvariasikan isi dari pesan media massa merupakan bentuk penolakan dari sebuah peraturan yang mengatur isi dari sebuah pesan atau isi media massa.

Leading To Performance Values. Tingkatan atau level ini merupakan bentuk dari kebebasan yang melihat dari produksi yang dihasilkan media massa dan didistribusikan kepada audience. *Performance* intinya mengacu pada isi berita: apa yang sebenarnya disampaikan kepada khalayak.

Di sini ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam menganalisis isi pesan, sebagai berikut, yaitu:

Pertama, *Reliability*. Nilai realibilitas menjadi karakteristik utama dalam performace media. Hal ini dikarenakan sebagai media yang menyampaikan informasi kepada publik, prinsip bisa dipercaya merupakan hal yang utama karena setiap pesan yang disampaikan mempunyai dampak kepada audience.

Kedua, *Critical Stance*. Prinsip utama dari konsep ini adalah bahwa media massa harus senantiasa menampilkan sisi yang merupakan kekritisannya terhadap fenomena yang berkembang. Akan tetapi tidak mengabaikan fakta yang sebenarnya terjadi.

Ketiga, *Originality*. Sering kali kita lihat, meskipun media massa menampilkan sebuah berita yang secara isi sama, akan tetapi nilai keaslian dari media itu sendiri tidak hilang. Dalam beberapa hal, media massa mempunyai ciri khas tersendiri didalam penyajiannya. Disamping itu, media massa juga secara jujur menyampaikan sumber dari produksi pesan tersebut.

Keempat, *Choice*. Media massa dalam hal ini dilihat sebagai suatu organisasi yang harus memilih suatu pilihan mengenai budaya organisasi yang akan selanjutnya membawa perusahaan itu sendiri di tengah-tengah masyarakat. Pilihan mengenai budaya organisasi ini bisa berupa ideologi, struktur organisasi bahkan sistem perekrutan karyawan yang nantinya menentukan juga pilihan berita dan pesan yang akan disampaikan kepada khalayak luas.

Kelima, *Change*. Perubahan adalah sebuah keniscayaan yang dilakukan sebagai upaya untuk mempertahankan posisi. Dalam beberapa hal, kita sering mengamati perubahan yang dilakukan oleh media massa, entah dalam bentuk nama, logo ataupun tampilan yang disajikan.

Keenam, *Relevance*. Prinsip yang tidak kalah penting dalam performance adalah bahwa setiap pesan yang diproduksi harus relevan dengan kebutuhan masyarakat. Artinya, media massa tidak bisa melepaskan asas kebutuhan dari masyarakat dan bukan hanya sekedar berdasarkan keinginan media semata.

Apa yang ditawarkan oleh McQuail sebagai media *freedom* adalah sesuatu yang sangat idealis. Media massa, menurut McQuail (2005), harus lepas dari pengaruh siapa pun (termasuk pemerintah, pemilik modal, kelompok berkuasa, dll). Di samping itu baik dalam sisi struktur maupun performa media harus menyajikan sebuah fakta yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, mudah dijangkau serta memberikan kebebasan

kepada audien untuk menentukan pesan apa yang mereka ingin dapatkan. Penulis melihat bahwa media *freedom* tersebut akan sangat berat untuk bisa diimplementasikan di dalam realitas, terlebih di Indonesia.

Sebagai contoh adalah stasiun TV ONE dalam beberapa kasus, misalnya korupsi, pelanggaran HAM, kemanusiaan, kekerasan berdasar agama dan banyak yang lain, TV ONE menjadi media massa yang benar-benar berupaya menyajikan fakta yang objektif dan mengulas dengan sangat dalam. Walaupun khusus untuk pemberitaan lainnya masih minim.

Hal ini disebabkan oleh perilaku dari pemilik media selaku pemilik perusahaan yang bergerak dalam bidang perminyakan. Dominasi dan pengaruh dari pemilik media tersebut kemudian berpengaruh terhadap *content* apa yang akan disajikan kepada masyarakat. Itulah sebabnya, pelaksanaan media *freedom* di Indonesia merupakan pekerjaan rumah yang sangat berat dan melibatkan struktur ekonomi-politik yang luas.

Kebebasan media dan juga individu semakin meningkat dengan penerapan teknologi media baru (utamanya internet) bagi masyarakat Indonesia khususnya dalam konteks dampak penggunaan internet terhadap peningkatan partisipasi politik dan kehidupan demokrasi secara umum.

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi berjalan dengan sangat cepat. Munculnya inovasi pada media-media konvensional menuju media kontemporer, secara tidak langsung, telah memajukan manusia dalam segala kehidupan. Kehadiran internet, sebagai bentuk *new media*, juga mampu mengubah pola komunikasi manusia dan berdampak simultan terhadap budaya, sosial, ekonomi dan politik sebuah bangsa. Internet kemudian memainkan peran yang sangat dominan dalam berbagai sektor kehidupan manusia.

Ada beberapa karakteristik yang dimiliki oleh *new media*, antara lain meliputi aspek: digital, interaktifitas, hipertekstual, dispersal, dan virtualitas. Aspek *digital* dimaksudkan bagaimana bentuk data digital ini dapat menjadi lebih baik

penggunaannya dari data analog dalam segi kecepatan dan ke-real-annya.

Aspek *interaktifitas* menjadi karakteristik favorit. Interaktif dapat memotong waktu, secara langsung dapat kita kendalikan dan komunikasi dua arah dapat terjadi hanya dengan media komputer saja. Pengaturan informasi yang kreatif dari karakter inilah yang juga menjadi pilihan pengguna dalam teknologi media ini. Meski sebenarnya interaksi tersebut terjadi antara manusia dan komputer.

Aspek *hypertextual*. Artinya, sebuah teks yang dapat memungkinkan kita mengakses teks-teks lain. Dengan hanya meng-klik satu teks saja yang sudah terdapat *link* didalamnya maka kita dapat terhubung dengan halaman lain dengan isi teks yang berbeda.

Aspek *dispersal*, yakni produksi, distribusi dan konsumsi tidak terpusat. Karena setiap pengguna internet dapat sesuka hati menjadi produsen, distributor atau hanya sekedar konsumen (*personal freedom*). Inilah yang dinilai new media merupakan media yang lebih bersifat pribadi (*individually*). Hingga dapat menjadi hal biasa dalam kehidupan sehari-hari penggunaannya.

Aspek *virtuality*, karakter unik yang dimiliki new media. Ini adalah persepsi kita terhadap objek-objek *immaterial*. Karena new media juga memiliki unsur *presence* atau kehadiran meski tidak secara fisik, sering kita menyebutnya dunia maya. Karakter ini juga yang mendorong terbentuknya salah satu budaya baru yakni budaya virtual.

POLITIK MEDIA

Membicarakan dampak perkembangan teknologi terhadap kehidupan politik, tidak bisa dilepaskan dengan konsep demokrasi. Demokrasi sering di anggap sebagai sebuah parameter untuk mengukur kemajuan sebuah negara. Untuk itulah, setidaknya terdapat 3 tipe hubungan demokrasi dengan teknologi, sebagai berikut, yaitu:

Pertama, tele-demokrasi dimana penggunaan komputer dianggap mampu meningkatkan partisipasi politik warga. Partisipasi politik dapat didefinisikan sebagai tindakan-tindakan masyarakat yang bertujuan untuk mempengaruhi pemilihan dan perilaku dari para pembuat keputusan politik. Partisipasi adalah upaya merancang sekelompok prosedur yang melibatkan, dan menginformasikan publik sehingga masyarakat dan tuntutananya dapat dijadikan sebagai input pembuatan keputusan.

Kedua, *cyber* demokrasi, ketika internet menjadi primadona dan komunitas *cyber* mulai menjamur dan menjadi salah satu kekuatan penggerak massa yang cukup kuat. Karena tidak adanya batasan demografis antara pengguna internet, mereka dapat melakukan interaksi satu dengan yang lain. Dalam perkembangannya, internet mampu membentuk sebuah komunitas dan menjadi penggerak massa atas semua isu yang ada. Misalkan saja dukungan *cyber-society* atas pembebasan dua pimpinan KPK Indonesia beberapa waktu yang lalu melalui komunitas facebook.

Ketiga, demokratisasi elektronik, sebuah fase dimana pemilih dan wakilnya dapat bertemu dan berinteraksi. Meskipun dalam ranah virtual, sering kali, pemilih yang mempunyai akses terhadap internet dan juga wakil rakyat yang tidak *gaptek* bisa saling berinteraksi secara langsung. Misalkan saja kegiatan beberapa wakil rakyat yang menggunakan media

blog, facebook ataupun tweeter sebagai saluran berkomunikasi dengan khalayaknya untuk mendapatkan informasi, saran maupun kritik atas kebijakan yang telah dilakukan. Kelebihan dari demokrasi elektronik adalah meningkatkan transparansi proses politik, meningkatkan partisipasi dan keterlibatan warga secara langsung serta, meningkatkan kualitas dari pembentukan opini melalui ruang informasi baru.

Bentivegna (2002) telah merangkum keuntungan potensial penggunaan internet dalam ranah politik sebagai berikut, yaitu:

Pertama, interaktif. Dengan konsep demokrasi elektronik, internet mampu menciptakan komunikasi dua arah antara komunikator dan komunikan (pemimpin dan rakyatnya). Bahkan dalam kesempatan tertentu, pemanfaatan internet yang optimal dapat menjadikan seseorang menjadi berhasil menjadi pemimpin seperti yang ditunjukkan oleh keberhasilan Obama dalam pemilu di Amerika Serikat.

Kedua, komunikasi yang setara. Dalam komunikasi nyata, hierarki antara pemimpin dan rakyat (anggota partai) terlihat jelas. Bahkan untuk melakukan komunikasi tatap muka pun harus melalui sekian banyak prosedur, akan tetapi berbeda dengan internet. Teknologi maya tersebut menghilangkan hierarki yang dibangun dalam kenyataan. Orang dapat berkomunikasi bebas dengan pemimpinnya tanpa dibatasi sekat sosial, begitu juga sebaliknya.

Ketiga, efisiensi kerja jurnalis. Karena komunikasi secara langsung antara pemerintah dan masyarakat dapat berlangsung maka kerja jurnalis sebagai media perantara (dengan berkomunikasi langsung antara pemimpin dan rakyatnya) agak berkurang dengan keberadaan internet.

Keempat, *low cost*. Dibandingkan dengan pertemuan secara langsung –tatap muka– yang harus melalui prosedur dan tentunya memakan biaya yang tidak sedikit, internet menawarkan biaya yang murah baik pengirim maupun penerima. Sehingga komunikasi dapat dilakukan dengan massal.

Kelima, kecepatan .Kecepatan yang luas (kebijakan baru atau informasi baru dengan cepat akan diterima oleh masyarakat dengan media ini). Keenam, hilangnya batasan. Dibandingkan dengan media tradisional yang sangat terbatas oleh halangan geografis, internet mampu menembus batas-batas geografis kewilayahan, pesan yang dikirimkan dapat diterima diterima dalam waktu dan tempat yang jauh dengan cepat

Akan tetapi, dalam penerapannya di Indonesia, terdapat beberapa kelemahan yang bisa menghambat perkembangan partisipasi politik dan demokrasi, yaitu:

Pertama, demokrasi elektronik ini sangat sistemik, sehingga jika ada yang tak sesuai dengan sistem, maka secara otomatis akan di tolak. Di samping itu penggunaannya juga bergantung pada kemampuan dan keahlian individu dalam penggunaan internet dan aplikasinya.

Kedua, faktor geografis dan sosiologis yang belum merata. Geografis yang tidak merata diantara wilayah di Indonesia menyebabkan perkembangan new media terasa berat. Kesenjangan infrastruktur yang sangat besar, menjadi permasalahan tersendiri. Secara sosiologis, masih besarnya jumlah warga kita yang *gaptek* (gagap teknologi). Sehingga penggunaannya juga bergantung pada kemampuan dan keahlian individu dalam penggunaan internet dan aplikasinya. Menurut data dari www.internetworldstats.com tahun 2009, bahwa Indonesia kini menempati peringkat kelima di Asia dengan jumlah user 25 juta dari 220 juta penduduk di Indonesia. Konsumsi internet kita masih berada di bawah Cina, Jepang, India, Korea Selatan dan ebagian besar penggerak jejaring sosial berasal dari generasi muda terdidik (*well-educated*).

Ketiga, konvergensi teknologi media menyulitkan dalam menentukan regulasi, dan tidak bisa menggunakan regulasi satu medium saja. Internet memiliki kapasitas yang luas dengan tidak adanya struktur dan organisasi yang mengelolanya. Sehingga dalam hal ini dibutuhkan gerakan yang sinergis antara pemerintah, Dewan Pers, KPI beserta LSM yang ada

untuk membuat sebuah regulasi yang menguntungkan semua pihak dan tidak mengancam kehidupan demokrasi.

Keempat, *new media* telah membuat hubungan-hubungan sosial menjadi dangkal, seperti dalam sosial media. Informasi hanya didapat dari pertukaran lewat akun dengan akun yang lain, sedangkan sudah jelas isi didalamnya juga belum tentu merupakan sebuah fakta yang sesuai dengan realitas didunia nyata. Karena kita sendiri selaku pengguna tidak dapat secara langsung membuktikan semua data yang kita lihat atau dapatkan dalam sosial media tersebut. Dalam beberapa kasus, informasi yang tidak *valid* kita terima dan kemudian kita distribusikan dan sikap skeptisme akan informasi yang kita terima hilang dan menganggapnya sebagai sebuah kebenaran. Apabila proses seperti ini berjalan terus menerus, maka dapat mengancam perkembangan demokrasi dan partisipasi politik masyarakat.

Akan tetapi, perkembangan teknologi adalah sesuatu yang tidak terhindarkan dalam kehidupan. Sekali kemudian kita berhenti, maka kita tentunya akan tertinggal dibandingkan dengan negara-negara lain. Sehingga yang perlu dilakukan sekarang melakukan gerakan sinergis yang melibatkan semua elemen untuk merumuskan kebijakan yang tepat dalam mengatasi permasalahan tersebut.

Empat dimensi analitis tentang hubungan internet dengan demokrasi berikut bisa memberikan gambaran tentang apa dan bagaimana yang harus dilakukan, yaitu:

1. Ketersediaan teknologi untuk berinteraksi antara wakil di dewan dengan warga yang telah memilihnya.
2. Analisa praktek dan keterwakilan dari para wakil yang telah terpilih.
3. Kepentingan dan kecenderungan warga untuk berpartisipasi, memanfaatkan alat-alat teknologi.

4. Bagaimana media massa yang konvensional yaitu TV, radio, koran menempatkan diri mereka sebagai promotor sekaligus *connector* atau juga penghambat dalam menghubungkan masyarakat dengan para wakilnya di dewan.

EKONOMI POLITIK MEDIA

Pendekatan ekonomi politik memfokuskan pada kajian utama tentang hubungan antara struktur ekonomi-politik, dinamika industri media, dan ideologi media itu sendiri. Perhatian penelitian ekonomi politik diarahkan pada kepemilikan, kontrol serta kekuatan operasional pasar media. Dari titik pandang ini, institusi media massa dianggap sebagai sistem ekonomi yang berhubungan erat dengan sistem politik.

Secara umum, menurut Mosco (1996), teori ekonomi politik adalah sebuah studi yang mengkaji tentang hubungan sosial, terutama kekuatan dari hubungan tersebut yang secara timbal balik meliputi proses produksi, distribusi dan konsumsi dari produk yang telah dihasilkan. Awal kemunculan dari teori ini didasari pada besarnya pengaruh media massa terhadap perubahan kehidupan masyarakat.

Dengan kekuatan penyebarannya yang begitu luas, media massa kemudian dianggap tidak hanya mampu menentukan dinamika sosial, politik dan budaya baik dalam tingkat lokal, maupun global, akan tetapi media massa juga mempunyai peran yang sangat signifikan dalam peningkatan surplus secara ekonomi.

Hal ini berangkat dari asumsi bahwa media massa berperan sebagai penghubung antara dunia produksi dan konsumsi. Melalui pesan-pesan yang disebarkan lewat iklan di media massa, peningkatan penjualan produk dan jasa sangat memungkinkan untuk terjadi ketika audiences terpengaruh terhadap pesan yang ditampilkan melalui media massa tersebut.

Dalam sektor ekonomi dan politik, media massa mampu menyebarkan dan memperkuat sistem ekonomi dan politik tertentu dan tidak jarang melakukan negasi atas sistem ekonomi dan politik yang lain. Meskipun demikian, satu hal yang tidak bisa kita abaikan adalah bahwa media massa secara

tidak langsung menjalankan fungsi ideologis tertentu seperti yang dianut oleh pemilik media. Berdasarkan hal tersebut, upaya melihat media secara integratif tidak bisa hanya dilakukan dengan pendekatan ekonomi semata, akan tetapi juga melibatkan pendekatan politik. Untuk itulah, kemudian, kajian ekonomi politik menjadi suatu kajian yang penting.

Golding and Murdock (1997) menjelaskan bahwa ekonomi politik menekankan pada kajian tentang kelompok yang mempunyai kontrol atas institusi ekonomi seperti bank dan pangsa pasar dan kemudian mencoba untuk menunjukkan dampak dari kontrol tersebut terhadap institusi sosial lainnya, termasuk didalamnya adalah mass media

Untuk dapat memahami konsep ekonomi politik media secara keseluruhan, Mosco (1996) menawarkan 3 konsep dasar yang harus dipahami, sebagai berikut, yaitu:

Pertama, komodifikasi. Komodifikasi berhubungan dengan bagaimana proses transformasi barang dan jasa beserta nilai gunanya menjadi suatu komoditas yang mempunyai nilai tukar di pasar. Memang terasa aneh, karena produk media umumnya adalah berupa informasi dan hiburan. Sementara kedua jenis produk tersebut tidak dapat diukur seperti halnya barang bergerak dalam ukuran-ukuran ekonomi konvensional. Aspek *tangibility*-nya akan relatif berbeda dengan 'barang' dan jasa lain.

Kendati keterukuran tersebut dapat dirasakan secara fisik, tetap saja produk media menjadi barang dagangan yang dapat dipertukarkan dan berilai ekonomis. Dalam lingkup kelembagaan, awak media dilibatkan untuk memproduksi dan mendistribusikannya ke konsumen yang beragam. Boleh jadi konsumen itu adalah khalayak pembaca media cetak, penonton televisi, pendengar radio, bahkan negara sekalipun yang mempunyai kepenyingan dengannya. Nilai tambahnya akan sangat ditentukan oleh sejauh mana produk media memenuhi kebutuhan individual maupun sosial.

Kedua, spesialisasi. Spesialisasi, berkaitan dengan sejauh mana media mampu menyajikan produknya di depan pembaca

dalam batasan ruang dan waktu. Pada aras ini maka struktur kelembagaan media menentukan perannya di dalam memenuhi jaringan dan kecepatan penyampaian produk media di hadapan khalayak. Perbincangan mengenai spasialisasi berkaitan dengan bentuk lembaga media, apakah berbentuk korporasi yang berskala besar atau sebaliknya, apakah berjaringan atau tidak, apakah bersifat monopoli atau oligopoli, konglomerasi atau tidak. Acapkali lembaga-lembaga ini diatur secara politis untuk menghindari terjadinya kepemilikan yang sangat besar dan menyebabkan terjadinya monopoli produk media.

Ketiga. strukturasi. Terakhir, strukturasi berkaitan dengan relasi ide antaragen masyarakat, proses sosial dan praktik sosial dalam analisis struktur. Strukturasi dapat digambarkan sebagai proses dimana struktur sosial saling ditegakkan oleh para agen sosial, dan bahkan masing-masing bagian dari struktur mampu bertindak melayani bagian yang lain. Hasil akhir dari strukturasi adalah serangkaian hubungan sosial dan proses kekuasaan diorganisasikan di antara kelas, gender, ras dan gerakan sosial yang masing-masing berhubungan satu sama lain. Gagasan tentang strukturasi ini pada mulanya dikembangkan oleh Giddens.

Tabel Kekuatan dan kelemahan Teori Ekonomi Politik

Strength	Weakness
Provides focus on how media are structured and controlled	Has a little explanatory at microscopic level
Offers empirical investigation	Is not concerned with scientific verification; is based on subjective analysis of finances
Seek link between media content production and media finances	

Sumber : Baran dan Davis, 2000

Terkadang ada orang mencampuradukan antara teori ekonomi politik dengan teori Marxist. Hal ini bisa dipahami, karena di antara kedua teori ini ada persamaan dan perbedaannya. Perbedaan di antara keduanya, antara lain bisa dilihat dari asumsi dasar teori Marxist terkait dengan media. Asumsi dasar, dari teori Marxist adalah pembedaan kelas sosial didalam masyarakat kedalam dua bagian besar, yakni kelas borjuis (superstruktur) dan proletar (basis).

Dalam perkembangannya, pendekatan Marx digunakan untuk mengamati fenomena media massa. Dengan dasar adanya pembedaan kelas tersebut, memunculkan beberapa konsep utama terkait dengan media, sebagai berikut, yaitu:

Pertama, media massa adalah kelas yang mengatur. Media massa bukan hanya sekedar media lalu lintas pesan antara unsur-unsur sosial dalam suatu masyarakat, melainkan juga berfungsi sebagai alat penundukan dan pemaksaan konsensus oleh kelompok yang secara ekonomi dan politik dominan. Media adalah perangkat utama yang digunakan melanggengkan dominasi kelas pemodal terhadap audiens yang diperlakukan semata-mata sebagai konsumen.

Kedua, dengan pembedaan kelas Marx, setidaknya terdapat dua jenis pekerja yang diukur dari produktivitasnya yakni buruh produktif dan tidak produktif. Ukuran dari produktif dilihat dari korelasi antara output dan jam kerja. Sehingga semakin lama buruh tersebut bekerja dengan output yang lebih banyak, ia dikategorikan sebagai buruh yang produktif. Sedang yang termasuk dalam kategori tidak produktif adalah buruh yang terlibat dalam koordinasi pasar, termasuk didalamnya market research and advertising karena mereka tidak memberikan kontribusi nyata untuk peningkatan pendapatan.

Ketiga, Sut Jhally dan Bill Livant's (1986) yang berpendapat bahwa audiens sebagai buruh yang memproduksi pendapatan bagi pemilik modal dengan metafora "*watching as working*". Produk dari penyiaran bukan pada program tetapi audiens yang akan di terpa dengan iklan-iklan.

Sementara persamaan di antara kedua teori itu adalah sebagai berikut, yaitu: Pertama, terdapat pembedaan kelas, yakni kelas basis dan kelas superstruktur. Hal ini bisa dijelaskan dengan melakukan pendekatan bahwa di dalam ekonomi politik, kelas superstruktur diwakili oleh pemilik media massa sedangkan basis direpresentasikan oleh audiens yang senantiasa mendapatkan pengetahuan dan informasi dari media massa. Pendekatan Marxists mengindikasikan bahwa pada dasarnya audience merupakan pekerja bagi pemilik media. Secara tidak sadar audiens ketika menikmati sebuah tayangan sedang melakukan kegiatan bekerja, hal ini seperti metafora yang disampaikan oleh Jhally dan Livant bahwa "*watching as working*". Sehingga media akan mendapatkan keuntungan dari kita melalui komoditas iklan dan yang sebenarnya dijual oleh media bukan program siaran, akan tetapi lebih pada audience yang menyaksikan program mereka.

Kedua, terdapat kelas yang melakukan dominasi atas kelas yang lain. Basis selaku kelas subordinat mendapatkan informasi dan pengetahuan dari media massa. Karena itulah pengendalian utama tentang informasi apakah yang akan diberikan kepada subordinate ditentukan oleh mereka yang memiliki kekuatan, kekayaan dan hak istimewa kelas dominan. Sehingga kelas penguasa akan berusaha memastikan bahwa informasi yang mereka sampaikan lewat media massa harus sejalan dengan kepentingan mereka dan keuntungan secara ekonomi dan politik harus didapatkan. Dengan demikian, dominasi kelas pemilik modal kepada subordinat menjadi sangat kuat. Gambaran dari Marx pun tidak jauh berbeda dengan penjelasan tersebut dimana ada dominasi dari kelas superstruktur yang diwakili oleh pemilik modal kepada subordinat yang diwakili oleh pekerja.

Hal mendasar yang membedakan antara Teori Ekonomi Politik dan Marx adalah pada tujuan utama dari pemilik media dalam melakukan produksi informasi dan pengetahuan. Teori Ekonomi Politik menyandarkan bahwa tujuan utama dari produksi informasi dan pengetahuan bukan hanya pada aspek

ekonomi semata, akan tetapi juga memasukan tujuan-tujuan politik sebagai unsur utama dalam memproduksi informasi dan pengetahuan.

Misalkan saja dalam memberitakan kasus terorisme terbunuhnya Dulmatin pada bulan Maret 2010. Media Indonesia yang mengambil headline "*Kapolri Pastikan Dulmatin Tewas 100 Persen,*" The Jakarta Post mengambil headline "*Dead terrorists identified as Dulmatin, Hasan and Ridwan,*" dan Rakyat Merdeka mengambil headline "*Mati Dua Kali, Dulmatin Siapakah Dikau?*". Sementara itu hampir semua media elektronik menampilkan secara audio-visual berita penyergapan dan kematian Dulmatin oleh Densus 88.

Media elektronik itu menyampaikan pesan-pesan tentang terorisme yang sangat di tolak oleh dunia, *heorik* Densus 88, simpati Amerika serta kebengisan Islam garis keras. Akan tetapi, pemberitaan yang disampaikan oleh harian Republika dan majalah Sabili sedikit berbeda dengan media 'umum'. Republika dan Sabili seakan memosisikan diri sebagai *counter opinion* terhadap berita-berita yang beredar.

Headline Republika misalnya berbunyi, "*Kematian Dulmatin, Paket Kunjungan SBY ke Australia.*" Dengan contoh tersebut jelas, bahwa orientasi media pada dasarnya bukan hanya ekonomi semata, akan tetapi juga melibatkan unsur politik dan ideologis dalam setiap informasi yang mereka produksi. Dan tentunya pengendalian tersebut berpusat pada kaum pemilik modal.

Berbeda dengan pandangan teori Ekonomi Politik, konsep Marx dalam melihat fenomena media massa hanya bersumber dari satu sudut pandang ekonomi semata (*finance value*) dan nyaris menegaskan unsur politis didalamnya. Ketika melakukan produksi informasi, kelas pemilik modal berusaha semaksimal mungkin untuk mendapatkan keuntungan ekonomi sebesar-besarnya dari audiens yang melihat tayangan tersebut melalui para pemasang iklan yang membayar mahal untuk setiap penayangan produk mereka melalui media massa.

Kita ambil contoh fenomena program Indonesia Mencari Bakat yang tayang di Trans TV di tahun 2010. Ketika acara tersebut *booming* dan mampu menyedot perhatian audiens secara luar biasa serta menghasilkan pendapatan yang besar, bukan hanya dari iklan akan tetapi sms yang dikirimkan oleh audiens ketika mendukung salah satu kontestan, seolah membuka kran bisnis program baru bagi stasiun TV yang lain.

Tak berselang waktu yang lama, di Indosiar lalu muncul Indonesia Got Talent yang diharapkan mampu menjanjikan keuntungan profit bagi industri media. Dengan contoh tersebut nampak jelas bahwa tujuan utama bagi media massa bukan pada penyebaran ideologi politik tertentu, akan tetapi bagaimana mendapatkan keuntungan finansial sebesar-besarnya dari audiens.

SISTEM MEDIA MASSA

Menurut Frederick Seaton Sieber (1952) kebebasan pers tidaklah tidak pernah bisamutlak. Kalau disepakati pendapat di atas, persoalan yang nampaknya perlu dibicarakan adalah kepada siapa pers harus terikat, untuk apa dan sejauhmana? Bila sepakat dengan teori trias politiknya Montesqui, maka kekuasaan dipisahkan menjadi kekuasaan legislatif, eksekutif dan yudikatif. Dimana tugas pembuatan undang undang oleh legislatif, pelaksanaannya eksekutif dan pengawasnya yudikatif. Di Inggris ditambah dengan kekuatan yang keempat yaitu kekuasaan pers.

Dalam konteks Indonesia, pemisahan kekuasaan memang tak di kenal, yang ada adalah pembagian kekuasaan. Hal ini tercermin pula dalam sistem pers Indonesia, bahwa antara pers, pemerintah dan masyarakat sifat hubungannya adalah kemitraan (Muis: 1994). Meskipun sifat kelembagaan kekuasaan di Indonesia tidak terpisahkan, tidak berarti kepada siapa pers bertanggung jawab tidak jelas pula.

Kalau yang disebut terakhir terjadi, dapat muncul paling tidak dua hal, yaitu: Pertama, pers bisa dituntut oleh siapa; Kedua, pers bisa mengelak dari siapa saja. Dalam hal yang kedua, pers dapat saja meminta dasar hukum bagi dituntutnya dia. Pengaturan kehidupan pers di Indonesia paling tidak diatur oleh 3 macam ketentuan, yaitu: undang undang Pers, KUHP dan keadaan darurat perang (SOB).

Pada KUHP tidak di sebut secara gamblang adanya pengaturan terhadap pers, namun secara substantif dan praktek ia mengatur. Misalnya, pada pasal 160 disebutkan 'barangsiapa dengan lisan atau tulisan menghasut dimuka umum, supaya orang melakukan tindak pidana atau melawan kuasa umum dengan kekerasan, supaya jangan menuruti sesuatu peraturan Undang Undang atau perintah jabatan,

yang diberikan menurut peraturan undang undang di pidana dengan pidana selama lamanya 6 tahun atau denda sebanyak banyaknya 4500 rupiah'. Dengan pasal karet ini secara implisit dapat dijadikan dasar untuk mengkaitkan suatu tindakan pers sebagai melanggar pasal tersebut.

Sementara itu undang-undang pokok pers yang secara eksplisit mengatur pers, belum dapat mengendalikan dari euforia yang saat ini masih membayangnya. McQuail (2005) mengemukakan 7 (tujuh) teori/sistem pers terdiri dari: otoriter; bebas; tanggung jawab sosial; media soviet; media pembangunan dan media partisipatif demokratik.

Satu persatu diuraikan dengan ringkas, sebagai berikut, yaitu: teori otoriter terutama berlaku dinegara negara monarki, dimana kekuasaan mutlak ada ditangan raja. Pada negara dengan sistem kekuasaan seperti itu, pers sepenuhnya ditempatkan di bawah kekuasaan negara dan sepak terjangnya diarahkan hanya untuk kepentingan penguasa. Dibenarkan adanya sensor di muka, dan hukuman keras bagi media yang melanggar aturan main yang sudah ditetapkan sebelumnya oleh penguasa, khususnya peraturan yang menyangkut masalah politik dan ideologi.

Bentuk kontrol penguasa terhadap pers bervariasi yakni: ada yang berupa peraturan perundang-undangan; pengawasan langsung pada aspek produksinya; kode etik yang dipaksakan; penerapan pajak dan berbagai sanksi ekonomi lainnya. Prinsip-prinsip pokok teori otoriter adalah sebagai berikut, yaitu:

1. Pers tidak boleh mengganggu kekuasaan yang ada sehingga dapat mengancam stabilitas nasional.
2. Pers selamanya harus tunduk pada kekuasaan yang ada.
3. Pers tidak boleh menyinggung atau menyerang nilai nilai moral maupun politik yang dominan.
4. Wartawan sama sekali tidak mempunyai kebebasan didalam organisasi media tempat ia bekerja.
5. Menegakan prinsip-prinsip di atas, penggunaan sensor dibenarkan.

Berlawanan dengan teori di atas adalah teori pers liberal. Teori ini berasal dari kehidupan politik pada abad ke 17. Waktu itu demokrasi mencapai puncak manifestasinya di Barat. Menurut teori ini kebebasan pers merupakan bagian dari kebebasan yang lebih besar lagi, yaitu kebebasan menyatakan pendapat. Maka tiap individu harus diberikan kebebasan untuk menyatakan pendapat apa saja keyakinannya. Supremasi individu dalam mencari penalaran, kebenaran dan kemajuan sangat dijunjung tinggi.

Tema sentral dari teori ini adalah bahwa membebaskan anggota masyarakat untuk menyatakan pendapatnya merupakan cara yang terbaik untuk mencari kebenaran dan menghindari kesalahan. Pers yang bebas dipandang sebagai kemampuan atau unsur yang sangat penting bagi masyarakat yang rasional dan bebas. Prinsip-prinsip pokok teori pers liberal sebagai berikut, yaitu:

1. Pers harus bebas dari sensor pihak ketiga manapun.
2. Tiap-tiap orang atau kelompok harus mempunyai kebebasan untuk menerbitkan media tanpa memerlukan ijin terlebih dahulu
3. Pemerintah atau pejabat pemerintah maupun partai politik harus terbuka bagi kritik dan kecaman. Kritik dan kecaman tidak boleh dihukum.
4. Media harus diberikan kebebasan menerbitkan apa saja.
5. Pers tidak boleh dihalang-halangi dengan cara apapun – termasuk perundang-undangan – dalam mencari informasi yang dibutuhkannya.
6. Pihak ketiga tidak boleh pers menerima atau mengirimkan informasi yang melintasi batas.

Berbeda dengan dua teori di atas, teori pers tanggung jawab sosial berusaha mencari solusi agar di antara pers individu dan pemerintah tidak saling bertabrakan dalam kaitannya dengan pelaksanaan hak kebebasan. Solusi yang ditawarkan adalah sebagai berikut, yaitu: Pertama, dibentuknya institusi media yang bersikap publik tapi sangat independen, selalu bersikap

netral, obyektif dalam hubungannya dengan isu-isu kontroversial pemerintah.

Kedua, dikembangkan profesionalisme dibidang jurnalistik, sehingga hasil karya pers memenuhi standar yang tinggi. Prinsip-prinsip pokok teori pers tanggung jawab sosial sebagai berikut yaitu:

1. Pers harus bertanggung jawab kepada masyarakat.
2. Hal di atas terwujud dalam bentuk penyajian berita atau informasi yang akurat, obyektif dan berimbang.
3. Pers harus menghindari dirinya dari pemberitaan yang mendorong terjadinya peningkatan tindak kriminalitas atau gangguan terhadap gangguan masyarakat. Tidak dibenarkan mengganggu kelompok-kelompok minoritas dimasyarakat.
4. Masyarakat mempunyai hak untuk menuntut kinerja media yang tinggi dan profesional serta melakukan intervensi manakala perilaku pers ternyata sangat merugikan masyarakat secara keseluruhan.
5. Wartawan dan para profesional media lainnya harus bertanggung jawab sekaligus kepada majikannya, masyarakat dan pasar.

Sistem pers lain yang hampir sama tidak demokratisnya dengan sistem otoriter adalah sistem pers Soviet (sekarang sudah bubar). Sistem ini diterapkan di Uni Soviet (dulu) setelah kemenangan kaum proletar pada revolusi tahun 1917.

Sistem ini diilhami oleh ajaran Karl Marx yang menyatakan kekuasaan tertinggi berada ditangan pekerja. Dan yang menjalankannya adalah partai komunis. Karena itu, media dibentuk untuk menjalankan kepentingan partai komunis. Teori pers Soviet mempunyai prinsip-prinsip sebagai berikut, yaitu:

1. Media harus melayani pekerja, karena itu harus dikuasai pekerja (partai komunis)
2. Media tidak boleh dimiliki secara pribadi.

3. Media harus melaksanakan peran politik bagi masyarakat, antara lain: pemasyarakatan norma-norma yang disepakati, pendidikan, informasi, motivasi, mobilisasi.
4. Masyarakat mempunyai hak untuk menyensor atau mengambil tindakan hukum lainnya terhadap pers, jika pers menyiarkan berita yang bersifat anti sosial.
5. Wartawan harus berpikiran dan bercita-cita sesuai dengan kepentingan masyarakat yang tertinggi.
6. Pers harus mendukung setiap "gerakan progressif" di dalam maupun di luar negeri.

Sementara sistem pers yang mencoba mensintesis teori-teori terdahulu yaitu, teori media pembangunan. Teori media pembangunan mempunyai prinsip-prinsip sebagai berikut, yaitu: Pertama, media harus menjalankan tugas mendukung kebijakan pemerintah. Kedua, kebebasan pers boleh saja dibatasi menurut prioritas ekonomi dan kebutuhan masyarakat. Ketiga, media harus memberikan prioritas pada berita dan informasi yang mempunyai kaitan dengan negara yang sedang membangun terdekat, secara geografis, kultural, maupun politis.

Keempat, wartawan dan segenap karyawan pers memiliki kebebasan, sekaligus tanggung jawab dalam melaksanakan tugas mengumpulkan dan menyebarluaskan informasi. Kelima, untuk kepentingan pembangunan, negara memiliki kewenangan untuk melakukan intervensi atau membatasi ruang gerak media. Oleh karena itu tindakan sensor, kebijakan subsidi serta pengawasan langsung dapat dibenarkan.

Akibat kegagalan teori pers sebelumnya, timbul reaksi dikalangan akademik, yang memunculkan teori media partisipatif – demokratik. Teori ini lahir sebagai reaksi dari teori pers liberal yang berdampak komersialisasi dan monopoli pers oleh kelompok-kelompok tertentu. Sementara teori pers tanggung jawab sosial di nilai kurang memadai karena kaitannya dengan negara birokratik.

Tema sentral dari teori media demokratik ialah bahwa kebutuhan, kepentingan dan aspirasi khalayak harus mendapatkan tempat yang penting pada pers. Prinsip-prinsip teori media partisipatif sebagai berikut yaitu:

1. Tiap-tiap warga negara, termasuk mereka yang berada pada posisi minoritas, harus mempunyai akses yang sama pada media.
2. Organisasi dan isi media tidak boleh tunduk pada pengawasan birokrasi(pemerintah) atau partai politik tertentu.
3. Eksistensi media harus semata mata ditujukan untuk kepentingan khalayaknya, bukan untuk organisasi media, para pekerja atau klien kelompok masyarakat, organisasi dan masyarakat daerah sebaiknya memiliki media sendiri.
4. Media tidak bisa atau terlalu riskan untuk semata mata dipercayakan nasibnya pada para professional.

Berbeda dengan enam sistem pers di atas, sistem pers Pancasila masih dalam pembentukan meskipun telah ada putra-putra Indonesia yang mencoba mengoperasionalisikannya seperti M. Wonohito (1974), Abdul Muis (1985), dan M. Anwar Arifin tetapi hal itu belum cukup memadai, dalam arti masih belum jelas atau sepotong – sepotong (Muis, 1994).

Menurut Wonohito (1985) pers Pancasila tidak boleh menganjurkan pemberontakan, mengacaukan keadaan, tidak boleh memuat hal – hal yang menyinggung rasa susila, tidak boleh menganjurkan kejahatan. Dipedomani oleh cita – cita kearah masyarakat adil makmur yang bercirikan keseimbangan antara kepentingan individu dengan masyarakat, keseimbangan antara kesejahteraan materiil dengan spiritual.

Bila ciri - ciri yang dikemukakan di atas disederhanakan, maka ciri – ciri pers Pancasila, sebagai berikut, yaitu:

1. Tidak boleh menimbulkan konflik dimasyarakat.
2. Tidak boleh menurunkan martabat manusia.

3. Bertujuan untuk mencapai masyarakat adil makmur yang seimbang antara kepentingan individu dengan masyarakat; antara kepentingan materiil dan spiritual.

Sementara itu Muis (1994) mengulas hasil tafsiran pers Pancasila oleh dewan pers pada sidang pleno nya yang ke 25 tanggal 7 – 8 Desember 1984. Menurut penafsiran ini pers pancasila adalah pers yang berorientasi, bersikap dan bertingkah laku berdasarkan pancasila dan UUD 1945. Dan bila dihubungkan dengan konsep pembangunan pers nasional, maka pers Pancasila adalah pers yang mengamalkan pancasila dan UUD 1945 dalam membangun berbagai aspek kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara.

Pers Pancasila adalah juga pers yang sehat, yakni yang bebas, bertanggung jawab, dengan mekanisme interaksi positif antara masyarakat dengan pemerintah dalam suasana saling percaya menuju masyarakat terbuka yang demokratis. Menurut Muis (1994) operasionalisasi konsep – konsep di atas lebih mudah apabila dikaitkan dengan fungsi – fungsi pers sebagaimana di atur dalam UU pokok pers nomor 21 tahun 1982, khususnya pasal 1 ayat 6.

Pada pasal 1 ayat 6 dikatakan peranan pers dalam pembangunan meningkat melalui pelaksanaan fungsi informasi adjektif, menyalurkan aspirasi rakyat, meluaskan komunikasi dan partisipasi sosial serta melakukan kontrol sosial yang kontraktif. Sedangkan pasal 1 ayat 7 mengungkapkan fungsi pers lainnya yakni kontrol, politik, koreksi yang konstraktif.

Konsep – konsep di atas juga berlaku di Barat, namun di sini pengertiannya harus dikaitkan dengan konteks Pancasila. Konsekuensi logis dari pers Pancasila yang bersifat kontekstual, ada beberapa kemungkinan kepada siapa pers harus bertanggung jawab sebagai berikut, yaitu: Pertama, Pers bertanggung jawab kepada legislatif. Kedua, Pers bertanggung jawab kepada eksekutif. Ketiga, Pers bertanggung jawab kepada yudikatif. Keempat, Pers bertanggung jawab baik kepada legislatif, eksekutif, dan yudikatif.

Kalau tanggung jawab pers dikaitkan dengan eksekutif, seperti tercermin pada KUHP (pidana) dan UU pokok pers dimana di atur didalamnya tentang SIUPP. Bila hal ini diterapkan pada pers, maka hal ini sama saja diberlakukannya tindakan pembreidelan. Gejala ini menunjukkan pers terjebak pada tindakan pemberlakuan pers otoriter.

Kalau pers harus bertanggung jawab kepada legislatif, seperti di negara – negara komunis, ini pun menjebak kita pada pelaksanaan pers otoriter. Kalau pers harus bertanggung jawab kepada yudikatif barulah pers kita dapat menegakkan pers bebas bertanggung jawab dalam konteks Pancasila. Sebab, dengan bertanggung jawab kepada hukum, kesewenang – wenangan dapat dihindari semaksimal mungkin. Dalam arti hal itu dicegah oleh peraturan, hakim, jaksa dan hamba hukum lainnya.

Beliau melihat pelaksanaan hukum dalam kehidupan pers, masih perlu ditingkatkan. Selama ini KUHP, UU pers dan peraturan MenPen dilaksanakan lebih berat justru untuk menghambat pers, bukan untuk memberi keadilan kepada pers. Kejadian semacam di atas, bukan saja karena kecenderungan pemerintah untuk menjaga stabilitas politik, melainkan juga karena peraturan pers yang ada banyak yang sudah kadaluarsa, kontradiktif, dan banyak “lubangnya” sehingga mudah dipakai untuk membungkam pers. Sementara itu sistem pers Pancasila belum terkristalisasi, sehingga kepastian hukum menjadi lemah bagi kehidupan pers.

Pernyataan presiden bahwa pers nasional jangan menggunakan “pola pikir pers asing”, merupakan imbauan agar pers nasional “jangan *apriori*” terhadap teori jurnalistik pers Barat, yang bersifat “sensasional”, mengutamakan kepentingan individu atau kelompok “mengutamakan kepentingan bisnis”. Dan menganggap dirinya sebagai kekuatan ke 4 yang mewakili rakyat. Apa yang di himbau oleh presiden itu beralasan, karena perkembangan pers di sebuah negara terkait dengan “sistem pemerintahannya”, “ masyarakat”, “ insan pers” dan “hukum yang berlaku.”

Kalau tanggung jawab pers dikaitkan dengan eksekutif, seperti tercermin pada KUHP (pidana) dan UU pokok pers dimana di atur didalamnya tentang SIUPP. Bila hal ini diterapkan pada pers, maka hal ini sama saja diberlakukannya tindakan pembreidelan. Gejala ini menunjukkan pers terjebak pada tindakan pemberlakuan pers otoriter.

Kalau pers harus bertanggung jawab kepada legislatif, seperti di negara – negara komunis, ini pun menjebak kita pada pelaksanaan pers otoriter. Kalau pers harus bertanggung jawab kepada yudikatif barulah pers kita dapat menegakkan pers bebas bertanggung jawab dalam konteks Pancasila. Sebab, dengan bertanggung jawab kepada hukum, kesewenang – wenangan dapat dihindari semaksimal mungkin. Dalam arti hal itu dicegah oleh peraturan, hakim, jaksa dan hamba hukum lainnya.

Beliau melihat pelaksanaan hukum dalam kehidupan pers, masih perlu ditingkatkan. Selama ini KUHP, UU pers dan peraturan MenPen dilaksanakan lebih berat justru untuk menghambat pers, bukan untuk memberi keadilan kepada pers. Kejadian semacam di atas, bukan saja karena kecenderungan pemerintah untuk menjaga stabilitas politik, melainkan juga karena peraturan pers yang ada banyak yang sudah kadaluarsa, kontradiktif, dan banyak “lubangnya” sehingga mudah dipakai untuk membungkam pers. Sementara itu sistem pers Pancasila belum terkristalisasi, sehingga kepastian hukum menjadi lemah bagi kehidupan pers.

Pernyataan presiden bahwa pers nasional jangan menggunakan “pola pikir pers asing”, merupakan imbauan agar pers nasional “jangan *apriori*” terhadap teori jurnalistik pers Barat, yang bersifat “sensasional”, mengutamakan kepentingan individu atau kelompok “mengutamakan kepentingan bisnis”. Dan menganggap dirinya sebagai kekuatan ke 4 yang mewakili rakyat. Apa yang di himbau oleh presiden itu beralasan, karena perkembangan pers di sebuah negara terkait dengan “sistem pemerintahannya”, “ masyarakat”, “ insan pers” dan “hukum yang berlaku.”

METODOLOGI MEDIA

Pengamatan mengenai keterkaitan antara media dan masyarakat, menurut McQuail (2005), tidak saja dapat dilakukan dengan pendekatan "*dominant paradigm*" (paradigma dominan) tetapi juga dengan pendekatan "*critical paradigm*" (paradigma kritis). Paradigma Dominan berkembang pasca periode Perang Dunia II yang mengkombinasikan sebuah pandangan tentang kekuasaan media massa dalam *mass society* dengan beberapa tipe penelitian yang menekankan pada ilmu-ilmu sosial, khususnya survey sosial, eksperimen psikologi-sosial dan berdasarkan analisis statistik.

Paradigma ini menganggap *mass society* sebenarnya dalam posisi normatif, dimana sebuah "*good society*" setidaknya harus mengandung unsur demokratis (pemilu, keterwakilan), liberal (individualistik, kebebasan mengemukakan pendapat, pasar bebas dan sekuler), pluralistik dan teratur yang tercermin dalam kedamaian, integrasi sosial.

Paradigma ini, negara di Dunia Ketiga seharusnya menganut ideologi yang sama dengan apa yang diterapkan oleh barat. Periode awal penelitian komunikasi dipengaruhi oleh anggapan bahwa ideologi barat (liberal, pluralistik) mendapatkan tantangan dari paradigma alternatif (bentuk totalitarian-komunisme) dimana media massa dialihfungsikan sebagai alat untuk menekan demokrasi.

Meskipun kemudian berkembang bahwa yang menjadi ancaman bagi ideologi barat bukan hanya komunisme, akan tetapi mulai muncul terorisme yang kadang berkorelasi dengan fundamentalisme agama tertentu atau bahkan gerakan revolusioner. Ada beberapa pandangan umum dari paradigma dominan, sebagai berikut, yaitu:

Pertama, *liberal-pluralist ideal of society*. Asumsi tersebut didasari keyakinan oleh barat bahwa tipe masyarakat

yang ideal adalah masyarakat yang menerapkan prinsip-prinsip liberal-pluralis sesuai dengan apa diterapkan oleh barat. Mereka menganggap bahwa tipe masyarakat diluar mereka (komunisme) adalah tipe yang tidak ideal dan akan memunculkan permasalahan. Sehingga dengan kekuatan media, barat mencoba mempengaruhi negara Dunia Ketiga agar menerapkan liberal-pluralis dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara.

Kedua, *linear transmission model of effects* Model Matematika Komunikasi dari Shannon, Weaver dan Wiener (1949) mendeskripsikan proses komunikasi sebagai sebuah transmisi ide (pesan) dari kepala komunikator kepada komunikan. Proses yang dibangun merupakan proses komunikasi linear, yang meliputi beberapa tahap. *Information Source* memutuskan pesan mana dan seperti apa yang akan dikirim. Pesan yang dimaksud dapat berupa kata, gambar, tulisan, musik, tanda, dalam dimensi audio, visual, tulisan maupun gabungan diantaranya. Pesan kemudian bergerak menuju, *transmitter* yaitu perangkat yang mengubah bentuk pesan dari komunikator kedalam bentuk sinyal yang nantinya dikirimkan melalui sebuah *channel* menuju *signal receiver*. *Signal receiver* adalah perangkat yang bertugas menerima sinyal yang dihantarkan *channel*. *Signal receiver* ini kemudian menerjemahkan kembali sinyal kedalam bentuk pesan yang dapat dipahami oleh *destination*. Shannon – Weaver menambahkan istilah *noise* kedalam diagramnya. *Noise* ini adalah faktor yang mengganggu jalannya penyampaian pesan dari *information source* kepada *destination*. Shannon – Weaver mengidentifikasi *noise* yang mungkin terjadi dalam tiga level. Masalah di level teknis, level semantik, dan terkait efektivitas penyampaian pesan. Pada level teknis gangguan yang terjadi misalnya berupa masalah pada *tools* pengirim pesan. Bentuk gangguan terakhir adalah gangguan keefektivan. Sejauh mana pesan yang ditransmisikan mampu mempengaruhi penerima pesan. Apakah pengaruh tersebut masuk hingga taraf kognisi, afeksi, ataukah mampu mempengaruhi tingkah laku komunikan.

Ketiga, *powerful media are modified by group relations*. Paradigma dominan mendasarkan prinsipnya pada hubungan antara kelompok yang menyebabkan kekuasaan media begitu kuat. Dalam konteks ini, hubungan antar kelompok bias berupa pemilik modal yang masing-masing mempunyai spesifikasi yang berbeda. Produsen dari produk media tidak akan melakukan campur tangan tentang bagaimanakah pesan mereka akan didistribusikan, akan tetapi distribusi menjadi tanggung jawab kelompok yang lain. Disamping itu, hubungan kelompok ini adalah bahwa kekuasaan media akan semakin besar apabila didukung oleh kelompok ekonomi, kelompok politik, kelompok social dan kelompok-kelompok lainnya yang berkembang dalam kehidupan masyarakat.

Keempat, *media viewed as a social problem*. Dengan berkembangnya media massa yang merambah bukan hanya ranah cetak dan elektronik, masalah-masalah social baru pun juga bermunculan dan semakin hari semakin kompleks. Paradigma dominan menganggap bahwa penyebab utama dari masalah social tersebut adalah karena media massa secara tidak langsung telah mendidik audience, dengan tayangan yang ada, untuk berbuat kriminal, kekerasan.

Kelima, *quantitative research and variable analysis*. Pada paradigma dominan, penelitian yang dikembangkan adalah metode kuantitatif dengan melakukan pengkajian terhadap pengukuran dampak dari informasi yang ditransmisikan kepada audience. Tujuan utama dari penelitian yang dilakukan telah berkembang pada keefektifan komunikasi seperti dalam iklan ataupun informasi publik atau apakah media massa adalah penyebab dari masalah sosial yang muncul di masyarakat.

Asumsi realitas yang dikemukakan oleh paradigma dominan adalah asumsi realitas yang 'real' yang diatur oleh kaidah-kaidah tertentu yang berlaku secara universal meskipun kebenaran pengetahuan tersebut kemungkinan hanya bisa diperoleh secara probabilitas. Terdapat beberapa implikasi metodologis dari paradigma dominan, yang meliputi sebagai berikut, yaitu:

Pertama, tujuan penelitian paradigma dominan. Orientasi utama dari paradigma dominan adalah melakukan eksplanasi, prediksi dan kontrol realitas sosial. Sehingga mampu mengeneralisasi temuan penelitian sehingga dapat digunakan untuk memprediksi situasi yang sama pada populasi lain. Di samping itu, paradigma dominan juga digunakan untuk menjelaskan hubungan sebab-akibat antar variabel yang diteliti.

Kedua, titik perhatian penelitian paradigma dominan. Titik perhatian penelitian paradigma dominan adalah adanya realitas objektif sebagai suatu realitas yang eksternal diluar peneliti. Dalam paradigma ini, peneliti membuat jarak sejauh mungkin dari objek penelitian sehingga subjektivitas dari peneliti tidak mempengaruhi objek. Paradigma ini juga menjauhkan nilai, etika dan pilihan moral untuk menjaga objektivitas hasil penelitian.

Ketiga, metodologi penelitiannya. Dalam hal ini, paradigma modern menekankan pada pengujian hipotesis dalam struktur *hypothetico-deductive methode* melalui laboratorium eksperimen atau survai eksplanatif dengan analisis kuantitatif. Dengan demikian, hasil penelitian dari paradigma dominan sama sekali bebas dari intervensi peneliti selaku subjek penelitian.

Berbeda dengan paradigma dominan di atas maka paradigma kritis, terlihat tidak terikat secara normatif terhadap fenomena yang ada. Paradigma kritis pada dasarnya adalah paradigma ilmu pengetahuan yang meletakkan epistemologi kritik Marxisme dalam seluruh metodologi penelitiannya. Fakta menyatakan bahwa paradigma kritis yang diinspirasi dari teori kritis tidak bisa melepaskan diri dari warisan Marxisme dalam seluruh filosofi pengetahuannya. Teori kritis pada satu pihak merupakan salah satu aliran ilmu sosial yang berbasis pada ide-ide Karl Marx dan Engels (Denzin, 2000). Pengaruh idea marxisme - neo marxisme dan teori kritis mempengaruhi filsafat pengetahuan dari paradigma kritis.

Ada beberapa kerangka konseptual umum dari paradigma kritis, yang terdiri dari sebagai berikut, yaitu:

Pertama, *critical view of society and rejection of value neutrality*. Kritik utama dari paradigma kritis terhadap masyarakat dan penolakannya akan netralitas "good society" dari paradigma Dominan menjadi dasar berpijak dalam paradigma ini. Paradigma Kritis menganggap bahwa struktur masyarakat yang ideal pada dasarnya bukanlah seperti apa yang digambarkan oleh barat melalui media massa, akan tetapi berkembang sesuai dengan kondisi yang ada didalam masyarakat tersebut.

Kedu, *rejection the transmision model of communication*. Pemikiran konseptual yang kedua dalam paradigma transmisi adalah menolak model komunikasi transmisi yang dicetuskan oleh Shannon, Weaver dan Wiener. Alasannya utamanya adalah *signal* ternyata tidak dengan mudah menjangkau *receive*, pesan yang dikirimkan tidak dipahami sebagai mana tujuan dari pengiriman tersebut dan selalu terdapat banyak *noise* didalam *channel* yang digunakan yang berdampak pada terjadinya distorsi pesan.

Ketiga, *preference for cultural, political and economic theories*. Paradigma kritis mempunyai keyakinan bahwa ada kekuatan laten dalam masyarakat yang begitu berkuasa mengontrol proses komunikasi masyarakat. Ini berarti paradigma kritis melihat adanya "realitas" di balik kontrol komunikasi masyarakat. Masalahnya siapa yang mempunyai kekuatan kontrol tersebut? Mengapa mengontrol ? Ada kepentingan apa ? Dengan beberapa kalimat pertanyaan itu, terlihat bahwa teori kritis melihat adanya proses dominasi dan marginalisasi kelompok tertentu dalam seluruh proses komunikasi masyarakat. Hal ini menyatakan bahwa proses penyebaran dan aktivitas komunikasi massa juga sangat dipengaruhi oleh struktur ekonomi politik masyarakat yang bersangkutan bahkan budaya yang berkembang disebuah wilayah tertentu. Proses pemberitaan tidak bisa dipisahkan dengan proses politik yang berlangsung dan akumulasi modal yang dimanfaatkan sebagai sumber daya. Ini merupakan proses *interplay*, di mana proses ekonomi politik dalam media akan membentuk dan dibentuk melalui proses produksi, distribusi dan konsumsi media itu.

Teori kritis pada akhirnya selalu mengajarkan kecurigaan dan cenderung selalu mempertanyakan realitas yang ditemui, termasuk di dalamnya teks media itu sendiri.

Keempat, *qualitative methodolgy*. Karena penelitian tentang media massa tidak hanya ditujukan pada pengukuran atas dampak yang dimunculkan dari informasi yang dikirimkan oleh sender kepada receiver, akan tetapi juga harus melibatkan konteks budaya, wacana ataupun aspek etnografi dari penggunaan media masa, maka pendekatan penelitian yang digunakan lebih kualitatif. Bahkan dalam beberapa penelitian tertentu menggunakan pendekatan linguistik.

Asumsi realitas yang dikemukakan oleh paradigma kritis adalah asumsi realitas yang tidak netral namun dipengaruhi dan terikat oleh nilai serta kekuatan ekonomi, politik dan sosial. Oleh sebab itu, proyek utama dari paradigma kritis adalah pembebasan nilai dominasi dari kelompok yang ditindas. Hal ini akan mempengaruhi bagaimana paradigma kritis mencoba membedah realitas dalam penelitian ilmiah.

Ada beberapa implikasi metodologis dari paradigma Kritis, yang terdiri dari sebagai berikut, yaitu:

Pertama, tujuan penelitian paradigma kritis. Karakteristik menyolok dari tujuan paradigma kritis ada dan eksis adalah paradigma yang mengambil sikap untuk memberikan kritik, transformasi sosial, proses emansipasi dan penguatan sosial. Dengan demikian tujuan penelitian paradigma kritis adalah mengubah dunia yang tidak seimbang. Dengan demikian, seorang peneliti dalam paradigma kritis akan mungkin sangat terlibat dalam proses negasi relasi sosial yang nyata, membongkar mitos, menunjukkan bagaimana seharusnya dunia berada (Lawrence, 1997; Denzin, 2000).

Kedua, titik perhatian penelitian paradigma kritis. Titik perhatian penelitian paradigma kritis mengandaikan realitas yang dijembatani oleh nilai-nilai tertentu. Ini berarti bahwa ada hubungan yang erat antara peneliti dengan objek yang diteliti. Setidaknya peneliti ditempatkan dalam situasi bahwa ini menjadi aktivis, pembela atau aktor intelektual di balik proses

transformasi sosial. Dari proses tersebut, dapat dikatakan bahwa etika dan pilihan moral bahkan suatu keberpihakan menjadi bagian yang tak terpisahkan dari analisis penelitian yang dibuat.

Ketiga, dari paradigma kritis adalah pendasaran diri paradigma kritis mengenai cara dan metodologi penelitiannya. Paradigma kritis dalam hal ini menekankan penafsiran peneliti pada objek penelitiannya. Hal ini berarti ada proses dialogal dalam seluruh penelitian kritis. Dialog kritis ini digunakan untuk melihat secara lebih dalam kenyataan sosial yang telah, sedang dan akan terjadi.

Dengan demikian, karakteristik ketiga ini menempatkan penafsiran sosial peneliti untuk melihat bentuk representasi dalam setiap gejala, dalam hal ini media massa berikut teks yang diproduksinya. Maka, dalam paradigma kritis, penelitian yang bersangkutan tidak bisa menghindari unsur subjektivitas peneliti, dan hal ini bisa membuat perbedaan penafsiran gejala sosial dari peneliti lainnya (Newman, 2000).

Dalam konteks karakteristik yang ketiga ini, penelitian paradigma kritis mengutamakan juga analisis yang menyeluruh, kontekstual dan multi level. Hal ini berarti bahwa penelitian kritis menekankan soal *historical situatedness* dalam seluruh kejadian sosial yang ada tersebut (Denzin, 2000).

MEDIA & BUDAYA

Persamaan antara konsep media massa, budaya massa, budaya populer ialah bahwa semua konsep tersebut berkaitan dengan kata kunci "massa". Massa ialah "suatu makna yang mengacu pada kolektivitas tanpa bentuk, yang komponen-komponennya sulit dibedakan satu sama lain (McQuail, 2005).

Massa juga dapat diartikan sebagai suatu kumpulan orang banyak yang tidak mengenal keberadaan individualitas. Massa dalam konteks media massa, budaya massa, budaya populer lebih merupakan pengembangan konsep massa yang mengandung pengertian masyarakat secara keseluruhan atau yang disebut masyarakat massa (*mass society*). Masyarakat massa mengacu kepada "jenis dan hubungan di antara individu yang mengasumsikan suatu karakter massa" (Mowlana dan Wilson, 1990).

Sedangkan perbedaan antara konsep media massa, budaya massa, budaya populer bisa dilihat dari beberapa hal. Media massa ialah media yang bersifat massal, ditujukan untuk sejumlah besar orang yang heterogen dan tersebar. Secara konvensional, media massa bisa berupa media cetak dan media elektronik. Media cetak yakni surat kabar, majalah, tabloid dan buku. Media elektronik yakni radio, film, televisi, dan internet.

Budaya massa, secara umum istilah ini mengacu pada budaya yang dibuat oleh dan melalui media massa dan khalayak yang menjadi konsumen media. Menurut McQuail (2005), merupakan "isi lazim yang diproduksi dan disebarluaskan oleh media massa selama berpuluh tahun". Media massa menyerap beberapa unsur budaya dalam kehidupan masyarakat modern yang mengadaptasikannya dengan konteks keadaan masyarakat perkotaan untuk kemudian menyajikan budaya tersebut dalam berbagai bentuk.

Menurut Bauman (McQuail, 2005), "budaya massa sebagai akibat yang tidak dapat ditolak, yang lahir dari suatu proses masyarakat modern yang terjadi pada hampir semua tempat: munculnya pasar; keunggulan organisasi besar; dan tersedianya teknologi baru dalam bidang produksi budaya."

McQuail (2005) sendiri mencoba mengemukakan beberapa karakteristik budaya massa ketika ia menyandingkannya dengan budaya tinggi dan budaya rakyat. Karakteristik budaya massa tersebut bisa dilihat dari aspek berikut ini, yaitu:

1. Kadar dan tipe institusionalisasi yang tergantung pada media dan pasar.
2. Tipe organisasi dan produksi yang diproduksi massal untuk pasar massa; memanfaatkan teknologi secara terencana dan terorganisasi.
3. Isi dan makna: dangkal, tidak bermakna ganda, menyenangkan, universal, tetapi bisa punah.
4. Khalayak yang pada prinsipnya mencakup setiap orang; heterogen, berorientasi konsumtif.
5. Tujuan pemakaian/efek yang kesenangan seketika; pengalihan perhatian.

Media massa membuka peluang bagi lahirnya budaya massa. Tidak hanya itu, dengan fungsinya, media massa juga sekaligus menyalurkan dan menyebarkan budaya massa. Media massa menjadi mesin produksi dari budaya massa.

Kemudian budaya populer, istilah yang biasanya mengacu pada bentuk kesenian populer dan komersial serta hiburan yang disajikan media. Budaya populer memiliki ciri-ciri utama yakni, "keaslian yang spontan dan keberadaan yang berlangsung terus dalam kehidupan sosial dengan wujudnya yang beraneka ragam---misalnya dalam wujud bahasa, busana, musik, tata cara, dan lain sebagainya" (McQuail, 2005).

Perkembangan budaya populer seiring dengan perubahan masyarakat, karena dinamika masyarakat akan terus melahirkan budaya populer. Media massa acapkali juga menyerap budaya populer untuk kepentingan isi dan bentuknya.

Keterkaitan di antara media massa, budaya massa dan budaya populer menempatkan kajian komunikasi massa pada relasi antara media, masyarakat, dan budaya. Kajian komunikasi dan budaya telah memperoleh perhatian dari para teoretisi media massa sejak tahun 1980-an, khususnya mengenai budaya massa, media massa dan masyarakat, integritas budaya, dependensi budaya dan pluralisme budaya. Mengingat fenomena ini sangat kompleks dan melingkupi spektrum realitas sosial yang luas, maka sejumlah interpretasi global menjadi penting dan melebihi batas-batas disiplin yang ada.

Akibatnya, kajian media massa dan budaya mesti melibatkan batas lintas disiplin, dan komunikasi massa dikaji secara holistik. Hal ini dikarenakan komunikasi massa dapat dipandang sebagai fenomena masyarakat sekaligus budaya. McQuail (2005) memaparkan bahwa, "institusi media massa ialah bagian dari struktur masyarakat, dan infrastruktur teknologinya merupakan bagian dari ekonomi dan kekuasaan, sementara ide, citra dan informasi yang disebarkan oleh media terbukti sebagai aspek penting dari budaya".

Media massa lama dimulai dari masa ditemukannya alat cetak hingga perkembangan televisi. Sedangkan media massa baru ialah ditandai dengan perkembangan internet pada awal 1990-an. Lahirnya media lama dimulai dari masa yang disebut oleh para sejarawan sebagai periode "modern awal" di Eropa, yang berlangsung sejak tahun 1450 sampai 1789. Tahun 1450 merupakan awal revolusi percetakan dengan ditemukannya mesin cetak oleh Johann Gutenberg dari Mainz. Penyebaran praktek mencetak di seluruh Eropa dilakukan oleh para pencetak Jerman, sehingga pada tahun 1500 percetakan telah didirikan di lebih dari 250 wilayah di Eropa.

Sebenarnya di Cina dan Jepang, teknik percetakan telah dilakukan sejak abad ke-8. Metode percetakan berupa blok kayu berukir digunakan untuk mencetak satu halaman tunggal dari suatu teks khusus. Metode ini lebih tepat digunakan untuk mencetak *ideogram* ketimbang huruf *alphabet*,

karenanya penemuan ini menjadi kurang berdampak dalam perkembangan percetakan.

Samuel Hartlib (Briggs dan Burke, 2006), seorang pelarian Eropa Timur di Inggris yang mendukung banyak rencana reformasi sosial dan budaya, menulis pada tahun 1641, "Seni percetakan akan menyebarluaskan ilmu pengetahuan sedemikian rupa, sehingga orang biasa, karena mengetahui hak dan kebebasan mereka, tidak akan mau diperintah lagi dengan cara penindasan." Kemudian, Marquis de Condorcet dalam tulisannya mengidentifikasi tonggak sejarah ini sebagai 'kemajuan pemikiran manusia'.

Hadirnya percetakan ini berdampak pada membludaknya jumlah buku cetak pada abad ke-16. Padahal sebelumnya di permulaan Abad Pertengahan mengalami kekurangan buku. Upaya pencetakan buku ini pada awalnya ditujukan hanya untuk mereproduksi teks dalam jumlah yang besar. Kemudian buku cetak berubah isi menjadi lebih bersifat sekuler dan praktis. Karya populer juga kemudian semakin banyak dan turut serta dalam proses transformasi Abad Pertengahan.

Perkembangan dunia percetakan dilanjutkan dengan hadirnya surat kabar pada abad ke-17. Dalam kenyataannya kemudian surat terbukti menjadi cikal bakal dari surat kabar, bukan lembaran berbentuk buku. Surat edaran pada masa itu, yang diedarkan melalui pelayanan pos berperan terutama untuk menyebarluaskan berita menyangkut peristiwa yang ada hubungannya dengan perdagangan internasional.

Kehadiran surat kabar karenanya mengembangkan kegiatan diplomasi dan bisnis yang telah dilakukan sebelumnya melalui surat edaran. Surat kabar pada tahun awal ini ditandai dengan "wujud yang tetap, bersifat komersial (dijual secara bebas), bertujuan banyak (memberi informasi, mencatat, menyajikan advertensi, hiburan, dan desas-desus), serta bersifat umum dan terbuka" (McQuail, 2005). Kemudian jangkauan surat kabar melebar yang bermula hanya di lingkungan masyarakat elit terdidik dan usahawan menjadi ke masyarakat luas.

Film adalah media berikutnya yang muncul pada akhir abad ke-19. Film hadir sebagian sebagai respons terhadap penemuan waktu luang di luar jam kerja dan jawaban terhadap kebutuhan menikmati waktu senggang yang hemat dan sehat bagi seluruh anggota keluarga. Media massa lama yang muncul terakhir ialah *broadcasting*, yakni radio dan film dengan rentang kehadiran kurang lebih 30 tahun. Radio dan televisi hadir setelah adanya beberapa penemuan teknologi seperti telepon, telegraf, fotografi, dan rekaman suara.

Media massa baru ialah media telematika sebagai teknologi berbasis komputer. Ciri utama yang membedakannya dengan media lama ialah desentralisasi, kemampuan tinggi, komunikasi timbal-balik (interaktif) dan kelenturan (fleksibilitas). Kemudian perkembangan berikutnya ialah munculnya internet.

Internet di anggap telah merevolusi cara dan sarana manusia berkomunikasi yang bisa menembus jarak dan waktu. Ia menempatkan pengguna/user/khalayak sebagai hal yang penting ketimbang yang lain. Ia membawa komunikasi dari monolog menjadi dialog, dari atas ke bawah menjadi dari berbagai arah, dan ia semakin mengukuhkan tesis "khalayak aktif" dalam menafsirkan dan mengolah informasi.

Media massa baru berimplikasi pada revolusi komunikasi dengan menggeser keseimbangan kekuasaan dari yang tadinya di tangan media ke audiens. Komunikasi massa tradisional yang secara esensial dilakukan satu arah, menjadi interaktif. Kemudian, komunikasi massa juga menjadi kurang massif dan kurang terpusat. Kehadiran media jenis baru memperluas dan mengubah spektrum sosio-teknologi pada komunikasi publik. Konsekuensi potensial bagi institusi media ialah melakukan konvergensi di antara semua bentuk media yang ada dalam terma organisasi, distribusi, resepsi dan regulasi.

Pengaruh teknologi baru memang benar-benar terasa dalam kajian komunikasi massa. Tetapi masih sulit untuk menentukan apakah media baru tersebut sudah memiliki definisi dan citranya sendiri. Hal ini sebagian disebabkan oleh realitas bahwa media baru memiliki bentuk yang beraneka

ragam dan sebagian karena kemunculannya seringkali lambat, serta penyebaran yang terbatas.

Namun menurut McQuail (2005), kita bisa mengidentifikasi empat kategori utama dari media baru, sebagai berikut, yaitu:

1. Media komunikasi interpersonal meliputi telepon dan e-mail, yang isinya privat serta hubungan yang dibangun lebih penting daripada informasi yang disampaikan.
2. Media permainan interaktif dengan inovasi utamanya pada interaksi dan dominansi proses lebih dari kepuasan menggunakan.
3. Media pencari informasi dalam kategori luas. Sebagai contoh internet atau *world wide web* yang dipandang sebagai sebuah perpustakaan dan sumber data yang berukuran sangat besar, aktualitas dan aksesibilitas.
4. Media partisipasi kolektif khususnya ketika internet digunakan untuk berbagi dan bertukar informasi, ide dan pengalaman serta mengembangkan hubungan personal (berbasis komputer) yang aktif.

MEDIA KORAN

Kebebasan terhadap pers di Indonesia telah berlangsung dalam beberapa fase-fase perkembangan, yaitu sejak zaman sebelum kemerdekaan, sesudah merdeka sampai tahun 1957, zaman Soekarno sampai tahun 1963, zaman orde baru, zaman reformasi, zaman pasca reformasi dan zaman Jokowi sekarang ini.

Surat kabar pertama yang terbit di Indonesia adalah 'Gazetta' yang diterbitkan oleh VOC/ pemerintah Kolonial Belanda tahun 1595. Sumber pemberitaannya adalah koran koran Eropah dan pos-pos perdagangan di Indonesia. Jadi, motif utama didirikannya koran saat itu adalah untuk menunjang bisnis VOC yang tersebar di seluruh Indonesia.

Bahan-bahan berita mengalami pensortiran sebelum di muat dan disebarakan melalui koran 'Gazetta'. Namun setelah kebutuhan pemerintah meningkat seiring dengan kekuasaan yang di raih VOC, maka didirikan surat kabar yang diberi nama 'Bataviase Nouveles' tahun 1712, yang berisi berita-berita dalam negeri.

Kemudian terbit "*het vendu nieuws*" sebuah majalah mingguan yang berisi berita berita lelang. Pemerintah kolonial pertama kali melakukan sensor yang ketat tahun 1795 dimana pemilik penerbitan dan percetakan di larang terbit tanpa izin gubernur jendral, terutama yang berisi tentang keadaan yang sedang terjadi, pemerintahan dan pertahanan.

Dengan mengeluarkan peraturan tentang pers yang didalamnya mengatur tentang sensor dikeluarkan tanggal 2 november tahun 1809. Kebebasan pers di mulai sejak diterbitkannya 'Bataviasche Courab' yang terbit 20 agustus 1816. Walaupun kebebasan pers yang saat itu sangat minimalis, yakni kebebasan para penyumbang tulisan untuk memilih tema tulisannya.

Gerakan kaum liberal dipertengahan abad 19 untuk kebebasan termasuk dalam pers di tentang oleh kaum konservatif. Dari perdebatan keduanya di parlemen Belanda yang melahirkan *undang undang pers tahun 1856*. Isi UU ini yg terpenting, yaitu: mewajibkan para pencetak dan penerbit menyerahkan kepada pejabat hukum satu salinan semua karangan sebelum diterbitkan.

Koran pertama yg menjadi korban UU pers tersebut adalah '*Java Bode*' mengapa? karena menulis tulisan dengan judul "pegawai pemerintah di bayar setengah" sehingga atas tulisan ini, redaktornya di ganti dan penulisnya di hukum setengah tahun penjara. Se-zaman dengan UU pers ini, ada koran yg konsisten untuk menegakkan politik etis dalam kontennya, yakni "*locomotif*" di Semarang.

Kebebasan pers di masa kemerdekaan mengalami berbagai perubahan dapat di lihat dari berbagai peraturan yang di buat oleh penguasa/pejabat yang berwenang. Aturan yang secara langsung mengatur pers berturut-turut dari dulu adalah sebagai berikut, yaitu:

1. UU nomor 4 PNPNS tahun 1963 yang mengatur perlindungan terhadap pejabat dari serangan Pers;
2. Penetapan Presiden nomor 6 tahun 1963 yang mengatur perlindungan pejabat negara dari pencemaran dan penghinaan oleh dan melalui pers;
3. UU pokok Pers tahun 1966, 1982, 1992 dan 1999 yang mengatur Lembaga pers dan perlindungan terhadap kebebasan pers.

Secara umum pembatasan terhadap pers secara sah hanya melalui proses pengadilan, meskipun dengan kekuasaannya terkadang ada intervensi dari pihak yang berkuasa yang sulit dibuktikan.

Bangsa Indonesia sejak awal kemerdekaanya telah mempunyai dasar hukum yang kuat bagi kebebasan pers. Meskipun di situ tidak disebutkan secara ekspresif kata kebebasan. Hal ini bisa di analisa mengapa '*founding father*'

secara sengaja tidak menggunakan kata kebebasan. Karena kebebasan bisa menjadikan manusia 'liar' dengan keinginan yang tanpa batas.

Kemerdekaan merupakan hak azasi yang tidak lepas dari nilai kemanusiaan, yang tinggi sebagai makhluk tuhan, mengindahkan aturan-aturannya. Dengan kata lain kebebasan yang ada dalam Undang undang Dasar 1945 pasal 28 itu adalah kebebasan yang menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan, norma dan hukum.

Pasal 28 UUD 1945 menyebutkan kemerdekaan berserikat dan berkumpul, mengeluarkan pikiran dengan lisan dan tulisan dan sebagainya ditetapkan dengan undang-undang. Jadi di sini ada 2 macam kemerdekaan yakni, berserikat dan berkumpul mengeluarkan pikiran dengan lisan/tulisan menjadi dasar hukum kebebasan pers di Indonesia.

Sementara itu pada undang undang pokok pers nomor 40 tahun 1999 kebebasan pers di atur pada: pasal 4 (1) kemerdekaan pers dijamin sebagai hak azasi warganegara (2) terhadap pers nasional tidak dikenakan penyensoran, pembredelan atau pelarangan penyiaran (3) utk menjamin kemerdekaan pers, pers nasional mempunyai hak mencari, memperoleh dan menyebarluaskan gagasan dan informasi (4) dalam mempertanggung jawabkan pemberitaan didepan hukum wartawan mempunyai hak tolak. Isi pasal 4 ini seringkali di salah tafsirkan oleh sementara kalangan jurnalis, sebagai hak untuk bisa menolak untuk menyebutkan nara sumbernya.

Padahal hak tolak itu bisa dilakukan demi kepentingan dan keselamatan bangsa negara. Pada penjelasan pasal 4 di jelaskan hak tolak: menolak menyebutkan sumber informasi, jika wartawan dimintai keterangan oleh penyidik atau hakim dipengadilan. hak tolak batal bila dinyatakan oleh pengadilan demi kepentingan, keselamatan bangsa dan negara serta ketertiban umum.

Kebebasan Pers sebagaimana di atas juga dimuat dalam Piagam PBB tentang kebebasan Pers yakni pada bab i pasal 1 ayat 3: *to archive international in solving international problems*

of an economic, social, cultural, or humanitarian character, and in promoting and encouraging respect for human right and fundamental freedoms for all without distinction as to race, sex, language, or religion. jadi, memuat hak hak azasi manusia, hak manusia, kebebasan azasi.

Selain itu di perkuat dengan pernyataan seجات hak hak manusia (*universal declaration human rights*) di paris, pada tanggal 10 Desember 1948 dalam sidang majelis umum PBB yang mengatakan bahwa pengabdian dan penghinaan terhadap hak hak manusia telah menyebabkan tindakan tindakan biadab, yang melukai keinsyafan batin umat manusia, serta pengharapan akan datangnya suatu dunia, dimana umat manusia akan merasakan kemerdekaan berbicara, dan kepercayaan serta kebebasan dari ketakutan dan kekurangan telah dipermaklumkan (secara resmi) sebagai cita-cita tertinggi daripada manusia umumnya.

MEDIA RADIO

Pengertian radio dapat dibedakan menjadi 2 (dua) yaitu: Pertama, dalam arti suatu alat elektronik penerima pesan yang dipancarkan suatu pemancar radio siaran, misalnya radio yang di jual di toko - toko. Kedua, berarti pemancar/radio siaran yang menjangkau massa. Radio siaran ini merupakan salah satu media komunikasi yang mempunyai sifat massa, yakni: umum, heterogen, dan simultan.

Dengan sifat di atas, radio punya daya tarik yang mempunyai sifat auditif, praktis, akrab, santai, serta mempunyai daya langsung. Sifat-sifat di atas menyertai proses komunikasi yang mengacu kepada fungsi komunikasi. Fungsi radio bagi pendengaran ada 4 (empat), yaitu:

1. Sebagai saluran untuk menerima pesan.
2. Sebagai pemenuh kebutuhan masyarakat akan informasi.
3. Sebagai sarana mendapatkan hiburan.
4. Sebagai sarana memecah keheningan.

Sebagai saluran radio paling ekonomis untuk masyarakat berpenghasilan rendah, misalnya harga radio terjangkau, sebagai pemenuh kebutuhan, sangat dibutuhkan oleh tokoh formal di desa - desa dan masyarakat miskin di perkotaan untuk mengetahui pengusiran, pengusiran, dan kebakaran yang akrab dengan eksistensi mereka. Sebagai sarana hiburan, dipergunakan anak muda untuk mendengarkan musik kaset FM, yang jauh lebih jernih dari kaset bajakan. Sebagai sarana memecah keheningan, radio di "on" kan meskipun tidak didengarkan, tujuannya agar dapat menghilangkan suasana sepi.

Ada perbedaan fungsi radio antara negara satu dengan yang lainnya. Di Amerika Serikat, radio difungsikan untuk melakukan propaganda keluar negeri. Sementara di Inggris

program radio dibedakan antara program nasional dengan regional. Program nasional menyiarkan penerangan keseluruhan negara dari pusatnya di Inggris, sedangkan program regional ditujukan untuk mempererat hubungan ekonomi, politik dan kebudayaan dengan negara – negara persemakmuran.

Negara-negara persemakmuran (common wealth) di Prancis, radio difungsikan sebagai sumber informasi politik, pemberitaan dan hiburan. Di Uni Soviet radio menjalankan 5 fungsi yaitu: menyebarkan informasi politik, memelihara pendidikan budaya, mengerahkan rakyat untuk mendukung kebijaksanaan partai dan pemerintah, menunjang tugas – tugas pejabat yang berwenang dibidang pendidikan, menyajikan kepada rakyat dihiburan yang positif dan konstruktif. Sedangkan di RRC radio difungsikan untuk membangkitkan, mempertinggi dan mempertanyakan kesadaran kelas massa. Adapun program – program siarannya terdiri dari siaran berita, laporan cuaca dan kebudayaan.

Ada 2 hal yang menonjol pada radio di RRC yaitu: (1) Jaringan radio di sana bukan sistem siaran melainkan sistem komunikasi dari tempat ketempat dengan penyebaran program siaran pilihan yang kemudian dilanjutkan dengan penguat suara berkawat; (2) Para pendengarnya secara berkelompok yang disebut pendengar kolektif.

Di Indonesia fungsi radio berbaris berita perjuangan, secara rinci fungsi tersebut terdiri dari 3 (tiga) sebagai berikut, yaitu:

1. Fungsi informasi, yaitu membina hubungan dengan masyarakat, supaya rencana pemerintah dan aktivitasnya tersebar luas keseluruh indonesia.
2. Fungsi pendidikan, yaitu menggerakkan potensi bangsa, menyadarkan masyarakat akan pentingnya pembangunan.
3. Fungsi hiburan, yaitu memberikan hiburan musik, sandiwara dan lain sebagainya.

Sedangkan fungsi radio bagi swasta berbasis hiburan dan teknologi secara rinci fungsi tersebut meliputi fungsi informasi, hiburan dan fungsi iklan. Namun sejak tahun 1989 fungsi pendidikan, informasi, hiburan serta iklan disaingi televisi untuk memecahkan masalah yang di sebut terakhir ditempuh solusi sebagai berikut, yaitu:

1. Kedua media dimiliki pemilik yang sama.
2. Mencari segmen pasar lebih tajam.
3. Mengintensifkan kelebihanannya.

Khusus mengenai solusi ketiga yang perlu dikembangkan adalah aspek aktualitas, aspek daya imajinatif, aspek iklan yang lebih tinggi dan murah, aspek sifat akrabnya serta aspek segi praktisnya. Ada 4 (empat) fungsi media massa, menurut Harold D Lasswell sebagai berikut, yaitu:

1. Pengawasan lingkungan.
2. Tindakan korelasi.
3. Transmisi warisan sosial.
4. Hiburan

Melalui fungsi pertama radio mengumpulkan dan mendistribusikan informasi mengenai kejadian – kejadian yang berlangsung dilingkungan. Fungsi tindakan korelasi, menjadikan radio menginterpretasi informasi mengenai lingkungan dan reaksi – reaksinya terhadap peristiwa – peristiwa tadi. Fungsi transmisi warisan sosial, radio mengkomunikasikan pengetahuan, nilai, norma – norma sosial dari satu generasi ke generasi baru atau pendatang baru. Fungsi hiburan, berarti radio memberikan penyajian musik, seni suara, sandiwara dan sebagainya.

Pelaksanaan fungsi dihubungkan dengan 4 (empat) fungsi media massa bagi radio pemerintah, fungsi tindakan korelasi perlu ditingkatkan melalui wawancara dengan ahli, diskusi panel dan lain sebagainya. Juga perlu ditingkatkan fungsi hiburan dalam bentuk program. Sedangkan bagi radio swasta yang perlu ditingkatkan selain fungsi korelasi, yang perlu juga

ditingkatkan adalah fungsi transmisi budaya dengan program khusus.

Untuk optimalisasi fungsi radio secara umum perlu dilakukan beberapa upaya yakni mempertinggi perhatian terhadap tujuan nasional, nilai, norma, dan hukum serta rasa kekeluargaan.

Meskipun radio berkompetisi dengan televisi dan surat kabar, kekuatannya sebagai salah satu media komunikasi massa masih tetap dapat dirasakan. Sebelum siaran televisi hadir di pagi hari atau sebelum koran sampai kerumah – rumah, siaran RRI (khususnya RRI Nusantara III Banjarmasin) telah terdengar disebagian rumah di kota Banjarmasin dan di seluruh pelosok Kalimantan Selatan.

Radio diberika julukan *the fifth estate* (kekuatan kelima) dalam mempengaruhi massa, setelah eksekutif, legislatif, yudikatif dan surat kabar. Julukan ini dapat dipahami karena radio mempunyai kelebihan, yakni mempunyai daya langsung, daya tembus serta daya tarik (melalui kombinasi siaran kata, musik dan *sound effect*).

Dengan kekuatan yang dimilikinya, radio sangat mungkin menjalankan fungsinya sebagai komunikator maupun sebagai media/saluran. Dalam posisi sebagai komunikator, radio dituntut terlibat dalam gerakan reformasi de segala bidang, dan sebagai saluran memberikan kesempatan seluas – luasnya kepada pihak manapun menggunakan saluran radio untuk kepentingan masing – masing yang selaras dengan cita – cita reformasi.

Bagi pendengar, radio dipergunakan sebagai saluran untuk menerima pesan, mendapatkan hiburan maupun pengisi waktu, yang paling ekonomis bagi masyarakat berpenghasilan rendah. Bagi pengelola radio sendiri, selain difungsikan untuk memenuhi kebutuhan pendengar diatas, juga mewujudkan misinya. Setiap lembaga radio memiliki misi yang berbeda – beda, baik dilihat dari asal negara, politik maupun siapa yang memilikinya.

Di Amerika Serikat, radio pemerintah (VOA) menjalankan misi propaganda keluar negeri. Di Inggris, radio menjalankan misi dalam penerangan didalam negeri, dan misi mempererat hubungan ekonomi, politik dan kebudayaan dengan anggota negara – negara persemakmuran. Di Prancis radio menjalankan misi politik di samping hiburan. Sementara di RRC menjalankan misi partai disamping misi lainnya.

Di Indonesia radio pemerintah (terutama di era Orde Baru) difungsikan untuk membina hubungan dengan masyarakat, menggerakkan potensi bangsa serta memupuk partisipasi rakyat dalam pembangunan bangsa dan negara. Dengan fungsi di atas. Pendengar diposisikan sebagai obyek.

Padahal menurut Harold D Lasswell, fungsi media massa jauh lebih luas dari itu, yaitu melakukan tindakan kolerasi, melakukan transmisi warisan sosial di samping hiburan. Apa yang dikemukakan Lasswell, cocok sekali dipedomani radio untuk berperan aktif dalam gerakan reformasi.

Fungsi radio dapat diwujudkan jika radio sebagai institusi dapat memelihara dan mengembangkan nilai eksistensinya. Nilai ini ditentukan oleh nilai instrumen dan nilai kompetible pada dirinya.

Nilai instrumen ditentukan oleh kredibilitas media yang mempunyai tiga dimensi, yaitu kebenaran/kejujuran (berpijak pada fakta dan keseimbangan), kenetralan (tidak berpihak), dan kualitas isi. Radio (khususnya RRI Nusantara III Banjarmasin), mengalami hambatan untuk mewujudkan nilai ini, karena lebih menonjolkan diri sebagai humas dan mengikuti kebijakan pemerintah.

Di era reformasi, hambatan di atas mungkin dapat diatasi dengan penerapan otonomi daerah yang lebih luas, penswastaaan atau pengelolaan dalam bentuk korporasi. Nilai kompatible (pembanding) ditentukan oleh kepekaan menghindari benturan dengan nilai budaya agama yang mestinya digalakan di era reformasi.

Istilah reformasi telah begitu populer di masyarakat secara harfiah reformasi berarti membentuk kembali, yang

dimaksudkan pembaharuan atau perubahan menuju perbaikan. Jadi, era reformasi adalah zaman perubahan menuju perbaikan.

Prioritas reformasi adalah penerapan kembali nilai – nilai moral dan agama yang mulai luntur. Dengan demikian keadaan masyarakat yang ingin dicapai adalah masyarakat yang berperadaban alias masyarakat sipil atau masyarakat madani. Ciri – cirinya antara lain yakni: menjunjung tinggi nilai kebersamaan, keterbukaan dan kemanusiaan. Agenda reformasi lainnya yang harus dijalankan secara simultan meliputi bidang politik, ekonomi dan kebudayaan.

Agenda reformasi politik meliputi penegakkan hak rakyat berbicara, mengeritik serta berserikat dan berkumpul sebagai kontrol terhadap pemerintahan. Agenda reformasi ekonomi meliputi penyusunan sistem politik ekonomi yang sesuai pasal 33 Undang – Undang Dasar 1945, yang anti kapitalisme, antifeodalisme, anti komersialisme jabatan dan anti nepotisme.

Agena reformasi kebudayaan meliputi penyusunan kebudayaan nasional yang bersumber dari budaya luhur daerah yang dapat memperkaya kebudayaan nasional, yang anti gaya hidup individualistik, materialistik, hedonistik dan berbagai bentuk maksiat dalam skala besar.

Ciri – ciri budaya luhur antara lain mengandung nilai idealisme, patriotisme dan semangat berkorban pada orang lain bangsa dan negara, disamping mampu mengadopsi atau tidak bertentangan dengan nilai moral dan agama.

Radio sebagai komunikator maupun media, mempunyai potensi yang besar untuk merumuskan dan menyebarluaskan nilai – nilai yang terkandung dalam gerakan reformasi. Dilihat dari kriteria dan nilai eksistensi, khususnya nilai instrumen salah satu dimensinya adalah keharusan media massa untuk menjaga kualitas isi atau muatan pesannya, jika ingin betul – betul eksis di tengah – tengah masyarakat.

Dalah hal ini, pilihan yang paling tepat bagi radio adalah memberi muatan siarannya dengan nilai reformasi, baik yang menyangkut agenda prioritas (menegakkan nilai – nilai moral dan agama yang mulai luntur), maupun agenda dibidang

politik, ekonomi dan kebudayaan yang dilakukan secara simultan. Mudah – mudahan RRI yang telah mereformasi diri, akan lebih jaya lagi di udara.

COVER	i
LEMBAR PERSEMBAHAN	ii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
Prinsip Ketabasan	1
Fungsi Media	2
Etika Politik Media	13
Sistem Media Massa	21
At-kechnologi Media	23
Media & Budaya	37
Media Kuran	41
Media Radio	51
Media Televisi	59
Daftar Pustaka	61

MEDIA TELEVISI

Konsentrasi kepemilikan media massa (televisi) di Indonesia di anggap membahayakan fondasi demokrasi liberal karena media massa dikuasai oleh segelintir orang sehingga mereka akan cenderung menentukan kebijakan dan isi media. Hal ini berimplikasi pada homogenitas isi, marjinalisasi suara kritis, penonjolan kepentingan suara pemodal, serta adanya konflik kepentingan antara tanggung jawab publik dan tekanan modal.

Kondisi ini jelas di anggap akan mengancam kebebasan berekspresi, kemandirian redaksi, dan kebebasan akses publik untuk mendapatkan informasi yang terbuka dan *fair*. Kalau fondasi demokrasi liberal yang menuntut asas persaingan bebas dan keterbukaan, jelas analisis ini benar-benar mengancam fondasi yang mereka yakini sendiri. Jadi bahkan di sini ada kontradiksi internal dalam kebebasan usaha yang justru mengancam kebebasan ekspresi.

Arti penting regulasi media penyiaran berjaringan di Indonesia ialah mengeliminir ekkses-ekses yang ditimbulkan oleh kemungkinan terjadinya konsentrasi kepemilikan baik itu dari segelintir pemodal dalam negeri maupun dari intervensi asing. Regulasi media penyiaran berjaringan ini dengan sendirinya akan menghindari monopoli kepemilikan berjaringan yang mungkin bakal memaksakan agendanya ke ruang publik dan privat. Ini juga untuk mengeleminir kemungkinan adanya monopoli penyediaan sarana infrastruktur penyiaran itu sendiri.

Hal lain yang tak kalah pentingnya adalah untuk menghindari kecenderungan penyeragaman isi dalam produk siaran, sehingga bisa menghapus keragaman isi yang semestinya dipertahankan. Media penyiaran yang berjaringan tanpa aturan justru bisa mematikan potensi persaingan antar

media yang semakin mengutamakan kualitas dan keragaman isi. Bahkan dari kacamata internal, penyeragaman isi media, juga membatasi kreativitas pemasok isi media itu sendiri. Dan, ini bisa berarti membunuh daya hidup industri kreatif atau insan-insan yang bergerak dalam profesi layanan penyedia isi media itu sendiri

Model regulasi media yang paling cocok diterapkan di Indonesia ialah model pers bebas yang dipadukan dengan model penyiaran, tentunya dengan beberapa modifikasi yang sesuai untuk konteks Indonesia. Prinsipnya adalah bahwa kita membutuhkan model regulasi yang memungkinkan terbukanya akses informasi publik secara luas, kompetisi pasar media secara *fair* dan sehat, dan pembatasan monopoli dan oligopoli serta intervensi asing. Monopoli dalam kepemilikan modal, penyediaan isi, pengadaan sarana infrastruktur, dan frekuensi yang menjadi ranah publik pada gilirannya akan berakibat pada represi dan dominasi pasar dan modal.

media yang semakin mengutamakan kualitas dan keragaman isi. Bahkan dari kacamata internal, penyeragaman isi media, juga membatasi kreativitas pemasok isi media itu sendiri. Dan, ini bisa berarti membunuh daya hidup industri kreatif atau insan-insan yang bergerak dalam profesi layanan penyedia isi media itu sendiri

Model regulasi media yang paling cocok diterapkan di Indonesia ialah model pers bebas yang dipadukan dengan model penyiaran, tentunya dengan beberapa modifikasi yang sesuai untuk konteks Indonesia. Prinsipnya adalah bahwa kita membutuhkan model regulasi yang memungkinkan terbukanya akses informasi publik secara luas, kompetisi pasar media secara *fair* dan sehat, dan pembatasan monopoli dan oligopoli serta intervensi asing. Monopoli dalam kepemilikan modal, penyediaan isi, pengadaan sarana infrastruktur, dan frekuensi yang menjadi ranah publik pada gilirannya akan berakibat pada represi dan dominasi pasar dan modal.

DAFTAR PUSTAKA

- Baran, J Stanley dan Davis, K Davis, 2000. Mass Communication Theory: Foundation, Ferment, and Future 2nd Edition, Canada : Wadsworth.
- Denzin, Norman K dan Yvonna S. Lincoln, 2000. Handbook of Qualitative Research. Chicago: Sage Publications.
- Hermawan, A. 2006. Dari Teks Ke Ekonomi Politik: Critical Discourse Analysis dalam Kajian Media, Jurnal Komunikasi UII Volume 1 Nomor 1.
- Holmes, D. 2005. Communication Theory: Media, Technology and Society. London: Sage Publications
- Jordan, Tim, 1999, Cyberpower: The Culture and Politics of Cyberspace and The Internet. London and New York: Routledge
- McQuail, D. 2005. Mass Communication Theory 5th Edition. London: Sage Publications.
- Lawrence, NW. 1997. Social Research Methods Approach. Qualitative and Quantitative. Boston: Allyn and Bacon.
- Golding, P and Murdock, G. 1997. The Political Economy of the Media, Volume I. Edward Elgar Publishing.
- Joseph, Sand LaRose, Robert. 2004. Media Now: Communications Media in the Information Age. California: Wadsworth.
- Mosco, V. 1996. The Political Economy of Communication: Rethinking and Renewal. London: Sage Publications.
- Schramm, W. 1974. How To Communication Process, (disadur oleh Onong Uchjana Effendy). Bandung: Alumni.
- Wright, CR. 1985. Sosiologi Komunikasi massa, (penyunting Jalaludin Rakhma). Bandung: Re maja Karya.

William L.Rivers and Cleve Mathews, Etika Komunikasi Massa dan Kecenderungan Untuk me

langgarnya,(alih bahasa Arwah Setiawan / Danan Priatmoko)
Penerbit Gramedia, Jakarta,

1994

Werner J Severin – James W.Tankard,Jr, Teori Komunikasi (sejarah,metode,dan terapan didalam

Media Massa),(alih bahasa :Sugeng Hariyanto),Penerbit Prenada Media, Jakarta, 2005

Muis, A. 1994. Catatan kuliah Hukum dan Komunikasi, Pasca Sarjana UI.

Smith, EC. 1983. Sejarah Pembreidelan Pers di Indonesia. Yogyakarta: Grafiti Pers.

Surat Kabar:

Muis, A. Memasalahkan S1 UPP, Tempo, 20 November 1992.

Muis, A. Hukum Pers Indonesia Memerlukan Perubahan, Suara Pembaharuan, 29 November 1993.

Muis, A. Pasang Surut Kebebasan Pers, Kompas, 7 Juli 1994

Muis, A. Tema Orde baru: Keadilan dan Kebenaran, Suara Pembaharuan, 10 Oktober 1994.

KEBEBASAN MEDIA DI INDONESIA



Penerbit:
CV. ASWAJA PRESSINDO

Anggota IKAPI No 071 / DIY / 2011

Jl. Plosokuning V No. 73, Minomartani, Yogyakarta

Telp (0274) 4462377

Email: aswajapressindo@gmail.com

Website: www.aswajapressindo.co.id