



SISTEM KOMUNIKASI INDONESIA

HENY TRIYANINGSIH, M.A.

Editor: Dr. A. Ghufan Ferdiant, M.Pd.

 **kaff**
Publishing **KAFF PUBLISHING**



**SISTEM KOMUNIKASI
INDONESIA**

HENY TRIYANINGSIH, M.A.

PENERBIT KAFF PUBLISHING.

DSN. Tambeng, Ambat, Tlanakan.

Pamekasan 69371

Telp. 0823-3661-6014

Email: kaffpublishing@gmail.com

Cetakan ke-1 : Juni 2020

Editor : Dr. A. Ghufran Ferdiant, M.Pd.

Perancang Sampul : KAFF PUBLISHING

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh isi buku tanpa izin
dari penerbit.

ISBN: 978-623-93839-0-9

Dicetak Oleh:

KAFF PUBLISHING

PENGANTAR

Bersyukur atas karunia yang diberikan oleh Allah Subhanahu wa Ta'ala sehingga buku ini terbit. Buku ini merupakan hasil kumpulan berbagai referensi yang mengkaji diantaranya; Undang–Undang yang berkaitan dengan komunikasi yang berlaku di Indonesia, mencermati aplikasinya dan memberikan rekomendasi bagi upaya pembenahan Sistem Komunikasi Indonesia agar terintegrasi, adaptif dan solutif di era transisi revolusi industri 4.0 dan revolusi sosial 5.0. Sebuah era teknologi masif.

Penerbitan buku ini dilatar belakangi oleh keprihatinan sekaligus perhatian yang mendalam dengan banyaknya persoalan komunikasi dan media yang tidak dapat diselesaikan tuntas akibat simpangsiur isi antar Undang–Undang serta praktik implementasinya; Enam Undang–Undang yang mengatur komunikasi dan media; UU Telekomunikasi, UU Pers, UU Perfilman, UU Informasi dan Transaksi Elektronik dan UU Keterbukaan Informasi Publik. Disamping itu, adanya batasan sejumlah UU dalam merespon perkembangan teknologi komunikasi dan informasi kekinian merupakan masalah tersendiri.

Tujuan penerbitan buku ini selanjutnya adalah penyebarluasan gagasan dalam rangka membenahi dan mengembangkan sistem komunikasi yang lebih baik. Buku ini dapat digunakan sebagai pemantik dalam pembahasan lebih mendalam dan menyeluruh tentang kaidah kausalitas fenomena



komunikasi di era transisi saat ini. Oleh karena itu, buku ini ditargetkan untuk dibaca oleh publik terutama mahasiswa–pembelajar, regulator, pemerintah dan praktisi komunikasi–media.

Mahasiswa menjadi target pembaca buku ini, karena di tangan merekalah estafet kepemimpinan bangsa ini akan beralih. Kebutuhan akan pemantik untuk mengkaitkan permasalahan cabang dengan permasalahan pokok diperlukan sehingga mampu menemukan permasalahan akar. Ketika masalah akar ditemukan maka menjadi modal untuk solusi mengakar. Sehingga, solusi yang ditawarkan oleh calon–calon pemimpin ini adalah solusi revolusioner. Keterkaitan permasalahan teknis dengan sesuatu yang sistemik juga dapat mengembangkan keingintahuan mahasiswa dengan pengetahuan tentang *culture studies*, sebuah cabang ilmu sosial yang berusaha membahas reduksi, kritik, konstruksi, rekonstruksi dan dialektika sistem kenegaraan.

Publik adalah target pembaca berikutnya karena mereka adalah warga yang mempunyai hak mengetahui sumber regulasi sistem komunikasi, aplikasi dari regulasi dan dampaknya bagi kehidupan baik individu maupun kelompok; fisik maupun psikis. Publik juga dapat berpartisipasi aktif dalam pembenahan sistem dan memonitor proses pembangunan Sistem Komunikasi Indonesia.

Publik disini termasuk para aktivis, akademisi, peneliti dan media, sedangkan (regulator dan pemerintah) menjadi target karena mereka berperan dalam menetapkan agenda dan



memformulasikan kebijakan, serta mengimplementasikannya. Para praktisi komunikasi dan media juga penting dipertimbangkan sebagai sasaran pembaca agar mereka dapat memahami secara baik arti penting penataan sistem bagi peningkatan kualitas kehidupan masyarakat dan kepentingan negara.

Buku ini disusun berdasarkan studi literatur dan disesuaikan dengan fakta-fakta yang ada pada saat proses penulisan buku ini. Adapun keterbatasan frame dalam menangkap fakta kekinian tentang fenomena komunikasi adalah merupakan sebuah kekurangan yang sangat lazim karena buku ini dibuat dalam ketidaksempurnaan dan ditujukan sebagai pemantik awal bagi pembahasan yang lebih mendalam. Istilah sederhananya, buku ini adalah sampul bagi keluasan ilmu komunikasi pada ranah Sistem Komunikasi Indonesia. Diluar kesederhanaan buku ini, merupakan sebuah kesenangan dan dalam suasana penuh harap agar buku ini menjadi salah satu langkah awal bagi pemahaman tentang Sistem Komunikasi Indonesia, media maupun sebagai upaya gerakan untuk membenahi Sistem Komunikasi Indonesia.

Keberhasilan dalam menerbitkan buku ini tidak dapat dilepaskan dari peran aktif berbagai pihak, kepada Rektor IAIN Madura yang telah memberi kesempatan dalam penerbitan buku, pihak Fakultas serta semua pihak yang sudah membantu dalam penyusunan dan penerbitan buku ini. Penulis telah berupaya menjadikan buku ini sebagai sebuah energi bagi Sistem Komunikasi Indonesia agar dapat dikaji dari sisi regulasi,



sistem komunikasi dan media. Namun, dunia komunikasi dan media sangatlah luas dan kompleks. Oleh karena itu kami memerlukan masukan terkait dengan persoalan yang belum tercakup dalam buku ini. Segala masukan tentulah sangat berarti.

Atas kekurangan–kekurangan yang masih terdapat dalam buku ini kami mohon maaf. Harapannya, buku ini menjadi manfaat bagi banyak pihak khususnya bagi mereka yang mempunyai perhatian dan tanggung jawab pada bidang komunikasi dan media. Menjadi harapan berikutnya, Indonesia benar–benar memiliki Sistem Komunikasi yang terintegrasi, adaptif, solutif serta berpihak pada kepentingan publik.

vi

Heny Triyaningsih, M.A.

Pamekasan, Desember 2019

Heny Triyaningsih, M.A.



Triyaningsih
Komunikasi & Media
52

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i	
HALAMAN HAK CIPTA	ii	
PENGANTAR	iii	
DAFTAR ISI	vii	
BAB I	PENDAHULUAN	
	A. Dinamika Sistem Komunikasi Indonesia	1
	B. Kelindan Problematika di Revolusi Industri 4.0	9
BAB II	RANAH SISTEM KOMUNIKASI INDONESIA	
	A. Perspektif Sistem	17
	B. Ruang Lingkup Sistem Komunikasi Indonesia	20
	C. Hubungan Sistem Komunikasi Indonesia dengan Sistem Lainnya	21
	D. Manfaat Mempelajari Sistem Komunikasi Indonesia	23
BAB III	UNDANG–UNDANG PERS	
	A. Konsep Dasar Pers	25
	B. Fungsi Pers	35
	C. Faktor Ekonomi dalam Pers	40
	D. Sistem Pers	45
BAB IV	UNDANG–UNDANG KETERBUKAAN INFORMASI PUBLIK (UU KIP)	
	A. KIP Perspektif Regulasi	52
	B. Kompleksitas Informasi Publik	53
	C. Transparansi dan Citra Institusional	59

vii

Sistem Komunikasi Indonesia

BAB V	UNDANG–UNDANG PERFILMAN	
	A. Industri Film; Antara Komersial dan Budaya	65
	B. Kebebasan Berkreasi dan Tanggung Jawab	69
	C. Lembaga Sensor Film	72
BAB VI	UNDANG–UNDANG PENYIARAN	
	A. Ruang Lingkup Sistem Penyiaran	75
	B. Gagasan Reformasi UU Penyiaran	80
	C. Perizinan dan Pengelolaan Frekuensi	82
BAB VII	UNDANG–UNDANG TELEKOMUNIKASI DAN UUTE	
	A. Dominasi Asing dalam Industri Telekomunikasi dan Internet	85
	B. Kedaulatan Informasi dan Data	88
	C. Bentuk Konvergensi Digital	92
BAB VIII	PENATAAN REGULASI KOMUNIKASI DAN MEDIA DI INDONESIA	
	A. Penataan Regulasi Komunikasi dan Media di Indonesia	96
	B. Kompleksitas Masalah Konvergensi Digital	99
BAB IX	MEMBANGUN KONVERGENSI DIGITAL TERINTEGRASI DAN ADAPTIF	
	A. Regulasi yang Terintegrasi	105
	B. Regulasi yang Adaptif	109
BAB X	REGULASI DAN REGULATOR KOMUNIKASI PENGALAMAN DI INGGRIS RAYA DAN INDIA	
	A. Regulasi Komunikasi di Inggris Raya: <i>Communication at the 2003</i>	121

B. India	125
C. Analisis Regulasi dan Regulator di India	130



BAB I

PENDAHULUAN

A. Dinamika Sistem Komunikasi Indonesia

Transisi media konvensional menuju era digital dalam akses media, berkembang menjadi transisi alat dan fasilitas media yang juga berubah¹. Transisi tersebut adalah salah satu bentuk perkembangan teknologi komunikasi, dimana penerapan teknologi komunikasi kekinian menawarkan kedekatan realitas bagi para pengguna, memangkas jarak dengan visualisasi teknologi serta kecepatan terhubung yang dapat dilakukan diberbagai platform. Platform melalui media sosial yang beragam dari aplikasi–aplikasi, bahkan dari aplikasi tersebut muncul beragam jendela agar dapat terkoneksi dengan informasi.

Perkembangan tersebut mengubah secara fundamental bisnis teknologi komunikasi, infrastruktur, layanan, perusahaan, isi dan pasar. Telpon umum menjadi handphone (HP), HP berubah menjadi Android, pesan tulisan menjadi pesan suara dan bergambar dst. Secara signifikan, dibutuhkan perubahan regulasi untuk mengatur lalu lintas komunikasi dengan alat yang baru dan bentuk bentuk transaksi ekonomi melalui platform media sosial.

¹ Perubahan sosial dalam masyarakat akan menuntut perubahan alat alat produksi (infrastruktur) yang dalam hal ini disebut era digital menuju revolusi industri 4.0

Penggunaan berbagai platform dalam media sosial disebut konvergensi media². Perkembangan teknologi komunikasi yang mengarah kepada konvergensi media telah mengubah cara manusia berkomunikasi dan bertransaksi. Beberapa kemudahan konvergensi media bagi konsumen pengguna adalah akses yang cepat dalam mendapatkan informasi, pilihan aplikasi yang beragam dan kemudahan bertransaksi (belanja).

Namun disisi lain konvergensi ditengarai merupakan bentuk monopoli bisnis dan informasi karena dalam semua platform media yang dimiliki, sebuah perusahaan media akan memberikan informasi yang kurang lebih sama walaupun ditampilkan dalam berbagai media berbeda. Kelemahan dari kondisi ini adalah, informasi mempunyai sudut pandang yang sama sesuai dengan ideologi induk perusahaan media tersebut bahkan ideologi pemilik perusahaan.

Konvergensi media juga berpeluang menjadi intervensi bagi sistem media di Indonesia karena keseragaman isi dan kontennya. Akses informasi menjadi sangat terbatas dikarenakan banyaknya platform media tidak menjamin keberagaman informasi dan sudut pandang. Secara tersirat,

² Penggabungan dua media atau lebih. Konvergensi media yang paling awal yaitu penggabungan media audio (radio) dan visual. Dimana pada televisi kita melihat gambar dan suara secara bersamaan. Dalam perkembangannya, konvergensi menggabungkan beberapa bisnis dalam satu ranah menjadi satu; misalnya PT Media Nusantara Citra (MNC) yang memiliki RCTI, TPI, GLOBAL TV, Radio Trijaya, Koran Seputar Indonesia, Indovision dan okezone.com. Contoh konvergensi media yang lain adalah; PT Bakrie Brothers (Grup Bakrie) yang memiliki TVOne dan ANTV sedangkan media onlinenya yaitu vivanews.com

kondisi ini tidak mendukung upaya negara dalam mencerdaskan kehidupan masyarakat bahkan menjadikan terkebirnya hak masyarakat untuk mendapat informasi yang benar dan akurat. Terlebih, konvergensi media berpotensi menciptakan hambatan–hambatan kompetisi baru, yaitu terciptanya monopoli komunikasi, dan marginalisasi masyarakat dari akses teknologi³.

Berdasar fakta tersebut, peluang dan tantangan yang diciptakan oleh teknologi baru tersebut memerlukan respon regulasi yang tepat agar negara dan masyarakat mendapatkan keuntungan maksimal dari perkembangan teknologi komunikasi. Dalam hal ini, agar perkembangan teknologi komunikasi memberikan keuntungan yang signifikan bagi masyarakat, perlu ada adopsi kerangka kebijakan yang menjamin pasar bisa berfungsi dengan baik⁴.

Dalam konteks negara dunia ketiga, masalah yang dihadapi bukan saja bahwa kebijakan itu memungkinkan pasar bekerja dengan baik, yang lebih penting bahwa negara–negara bisa mendapatkan keuntungan yang adil dari proses perkembangan teknologi tersebut. Dengan kata lain, penting bagi negara yang sedang berkembang seperti Indonesia untuk mengambil keuntungan dari proses tersebut demi kemakmuran rakyatnya.

³ Singh, R. & Raja, S. 2010. *Convergence: In Information and Communication Technology*. Washington: World Bank., hlm 34.

⁴ Ibid.

Pertimbangan di luar kepentingan pasar adalah bagaimana melindungi aset bangsa yaitu budaya tutur dan budaya *ngumpul* (kekeluargaan)⁵. Fenomena komunikasi baik berupa perkembangan teknologi komunikasi maupun konvergensi media menyebabkan satu persatu kultur asli dari masyarakat Indonesia terkikis. Teknologi komunikasi tanpa sengaja menggeser kondisi *real world* menjadi *virtual world*⁶.

Dalam ranah regulasi, Indonesia telah memiliki payung hukum dibidang komunikasi, antara lain UU Telekomunikasi, UU Penyiaran, UU Pers, UU Perfilman, UU Informasi dan Transaksi Elektronik dan UU Keterbukaan Informasi Publik⁷. Tiap UU memiliki latar belakang historis yang berbeda dan dibangun berdasar perspektif dan paradigma yang beragam. Keberadaan UU itu diarahkan untuk memecahkan persoalan yang timbul. Sayangnya, regulasi yang ada tidak secepat teknologi dalam memperbarui diri dan beradaptasi dengan teknologi komunikasi baru dan perubahan akibat kemajuan teknologi.

Undang–Undang sebagai regulasi harus bersifat adaptif dalam menyelaraskan teknologi dengan kehidupan sosial manusia. Sedangkan pemerintah sebagai regulator harus meng–*upgrade* kebijakan dengan melihat fenomena sosial yang lazim berubah dari waktu ke waktu. Tuntutan adaptasi

⁵ Filosofi kultur di Indonesia, makan nggak makan asal kumpul.

⁶ Sebuah teknologi yang membuat pengguna dapat berinteraksi dengan lingkungan yang ada di dunia maya yang disimulasikan oleh komputer, sehingga pengguna merasa ada di lingkungan tersebut.

⁷ Rahayu, dkk. 2015. Membangun Sistem Komunikasi Indonesia. Pr2media. Yogyakarta., hlm 3.

semakin besar karena posisi Indonesia sebagai Negara berkembang yang hampir selalu tertinggal baik dari sisi perkembangan teknologi maupun perubahan sosial masyarakat. Kesiapan Negara maju dalam menghadapi Revolusi industri 4.0 terjadi disegala bidang⁸. Sedangkan dari sisi perubahan sosialnya masuk kepada *era society 5.0*⁹.

Adapun di Indonesia, walaupun sudah sejak 2011 revolusi industri 4.0 digelorakan, namun revolusi industri masih tahap sosialisasi masif, hanya dikalangan akademis yang melek akan kemajuan zaman, pebisnis yang punya kepentingan terhadap keberlangsungan usaha juga pemangku kebijakan publik yang memperhatikan, institusi pendidikan yang dikategorikan unggulan di Indonesia pun belum menerapkan sistem industri 4.0 dan *society 5.0* tersebut (dari sistem pendidikan, cara berinteraksi pendidik dan anak didik serta pemupukan paradigma berpikir modern), apalagi masyarakat

-
- ⁸ Revolusi industri 4.0 merupakan perubahan fundamental di bidang industri yang telah memasuki era baru. Sebuah perkembangan teknologi pabrik yang mengarah pada otomasi dan pertukaran data terkini secara mudah dan cepat yang mencakup sistem siber fisik, internet untuk segala, komputasi awan dan komputasi kognitif. Otomasi sendiri adalah sebuah teknik penggunaan mesin yang disertai dengan teknologi dan sistem kontrol guna mengoptimalkan produksi dan pengiriman barang dan jasa.
- ⁹ Masyarakat yang berpusat pada manusia yang menyeimbangkan kemajuan ekonomi dengan penyelesaian masalah sosial melalui sistem yang mengintegrasikan ruang maya dan ruang fisik. Pada *society 5.0* sejumlah besar informasi di ruang fisik terakumulasi di dunia maya dan dianalisis oleh kecerdasan buatan dan hasilnya diumpan kembali ke manusia dalam ruang fisik dalam berbagai bentuk.

di pedalaman yang masih mengejar untuk dapat menyesuaikan diri dengan teknologi¹⁰.

Sedangkan era *society* 5.0 masih menjadi diskusi milik akademisi akademisi di kampus–kampus. Masyarakat belum banyak mengenal apalagi beradaptasi dengan era *society* 5.0. Pemerintah, nampaknya juga gamang dan tidak siap dengan cepatnya perubahan sosial masyarakat dunia, apalagi pada ranah kebijakan/regulasi. Persoalan yang dihadapi Indonesia adalah ketiadaan kerangka kebijakan yang koheren dan komprehensif.

Secara selintas, terlihat kebijakan yang ada saat ini parsial dan beberapa diantaranya tidak sinkron satu dengan yang lain, sehingga memerlukan penyelesaian segera. Dampak ketidaksiapan regulasi salah satunya adalah banyaknya permasalahan baru dibidang komunikasi yang tidak tertangani karena Undang Undang belum dibuat secara rinci terkait masalah tersebut. Masyarakat gamang dalam keresahan dan ketidakadilan yang mereka rasakan¹¹.

¹⁰ Sejarah revolusi industri dimulai pada abad ke 18 ketika masyarakat pertanian menjadi lebih maju dan urban kereta api lintas benua, mesin uap, listrik dan penemuan penemuan lainnya mengubah masyarakat secara permanen. Makna dari revolusi industri sendiri yakni perubahan besar cara manusia memproduksi barang atau jasa. Revolusi industri berkembang perlahan namun pasti hingga tahun 2011 dicetuskan pertama kali oleh sekelompok ahli berbagai bidang asal Jerman di acara “**Hannover Trade Fair**” dipaparkan bahwa industri saat ini telah memasuki inovasi baru dimana proses produksi mulai berubah pesat.

¹¹ Contoh dampak belum siap adanya regulasi adalah masih kurangnya perlindungan kepada masyarakat terhadap kejahatan digital yang menimpa mereka.

Dalam konteks reformasi, apapun perwujudan Undang–Undang yang ada dan berlaku saat ini, ditantang untuk menciptakan tatanan yang lebih baik, termasuk kehidupan yang demokratis, berkeadilan sosial dan mampu menciptakan kesejahteraan bagi warga Negara Indonesia. Sayangnya, sejumlah kasus terkait dengan penguasaan modal, kriminalisasi warga dengan pencemaran nama baik, dominasi peran pemerintah dalam mengatur komunikasi dan media menunjukkan regulasi tersebut belum bekerja secara baik sehingga perlu dilakukan evaluasi.

Dalam merespon kemajuan zaman dan teknologi komunikasi, Rancangan Undang–Undang (RUU) konvergensi telematika sebagai RUU inisiatif pemerintah akan segera dibahas kembali¹². RUU ini diharapkan menjadi pengganti Undang–Undang Telekomunikasi, pada saat yang sama juga mengakomodir perkembangan dan kemajuan teknologi. Dalam mewujudkan RUU dan Undang–Undang yang mampu menjawab persoalan bangsa, sebuah studi serius seharusnya dilakukan untuk dapat memetakan persoalan–persoalan di lapangan dan mengevaluasi signifikansi regulasi yang sedang berlaku. Hasil studi dapat menjadi dasar atau pijakan penting untuk menentukan arah kebijakan. Sebagai

¹² Telematikan adalah kepanjangan dari *Telecommunication and Informastics* sebagai wujud dari perpaduan konsep komputer dan komunikasi. Istilah telematika pertama kali dikenal indonesia berawal dengan dibentuknya Tim Koordinasi Telematika Indonesia berdasarkan KepPres No 30 tahun 1997 sampai dengan KepPres no.9 Tahun 2003. Dalam pemahaman teknologi, konvergensi telematika merupakan proses bersatunya teknologi-teknologi utama yang dikualifikasikan secara umum sebagai teknologi telekomunikasi atau komunikasi komputerisasi.

sebuah sistem, bagian–bagian utama yang menjadi pembahasan dalam permasalahan ini mencakup pemerintah, lembaga legislatif, lembaga regulasi independen, pelaku industri, regulasi, masyarakat dan organisasi masyarakat sipil.

Landasan filosofi dari perancangan UU berkaitan dengan cara pandang, keyakinan, dan hakikat nilai–nilai yang menjadi pijakan UU. Unsur ini ditelusuri dengan melihat bagian “menimbang” pada tiap UU. Integrasi berhubungan dengan pola–pola hubungan searah sejalan, harmonis, dan sinkron antara sebuah UU dan UUD 1945 (*vertikal*) serta Undang–Undang terkait Undang–Undang lainnya (*horizontal*). Unsur yang dibahas mencakup substansi Undang–Undang, pengaturan industri, regulator dan aktor lainnya, sanksi hukuman, jaminan hak publik, dan sebagainya.

Adaptif merupakan kemampuan Undang–Undang dalam memprediksi atau merespons perubahan, seperti perkembangan teknologi dan kebutuhan masyarakat. Unsur yang dikaji berfokus pada aspek pengaturan dan/atau antisipasi perkembangan teknologi. Adaptif juga dikaitkan dengan sikap regulator dalam merespon perubahan.

Demokratis dan solutif merupakan karakter Undang–Undang yang menjamin kedudukan warga negara, kemerdekaan berkumpul dan berserikat, hak asasi manusia, pendidikan, perekonomian nasional dan kesejahteraan sosial. Kepentingan nasional merujuk pada kemerdekaan

atau independensi Indonesia atas pengaruh dan intervensi pihak asing. Unsur ini dikaji melalui aspek–aspek yang memberikan keleluasaan atau kesempatan kepada pihak asing dan/atau kebergantungan Indonesia kepada pihak asing.

Adapun beberapa UU dalam ranah komunikasi yang menjadi objek analisis dapat dilihat dalam tabel berikut.

Tabel 1.1 Undang–Undang Objek Analisis

1.	Undang–Undang No. 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE)
2.	Undang–Undang No. 36 tahun 1999 tentang Telekomunikasi
3.	Undang–Undang No. 40 tahun 1999 tentang Pers
4.	Undang–Undang No. 32 tahun 2002 tentang Penyiaran
5.	Undang–Undang No. 14 tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (KIP)
6.	Undang–Undang No. 33 tahun 2009 tentang Perfilman

Sumber: Rahayu¹³

Di samping Undang–Undang tersebut, analisis terhadap Undang–Undang yang memiliki kaitan dengan isu komunikasi yaitu; UU No. 5/1999 tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, UU No. 38/2009 tentang Pos, UU No. 43/2009 tentang Kearsipan dan UU No. 28/2014 tentang Hak Cipta. Dimensi–dimensi analisis yang digunakan adalah sama dengan dimensi–dimensi yang digunakan dalam analisis UU diatas.

A. Kelindan Problematika di Revolusi Industri 4.0

Revolusi industri merupakan sebuah perubahan cara hidup manusia dan proses kerja secara fundamental, dimana adanya kemajuan teknologi informasi dapat

¹³ Rahayu, Op.Cit., hlm 15.



mengintegrasikan dalam dunia kehidupan dengan digital yang dapat memberikan dampak disiplin ilmu. Munculnya revolusi industri 4.0 membuat wajah baru dalam fase kemajuan teknologi¹⁴.

Pada revolusi industri 4.0, teknologi manufaktur sudah masuk pada tren otomatisasi dan pertukaran data. Hal tersebut mencakup sistem *cyber-fisik*, *Internet of Things* (IoT), komputasi awan, dan komputasi kognitif. Dengan lahirnya teknologi digital saat ini pada revolusi industri 4.0 berdampak terhadap kehidupan manusia diseluruh dunia. Menurut Tjandrawinata, perkembangan teknologi informasi dengan pesat saat ini terjadi otomatisasi yang terjadi diseluruh bidang, teknologi dan pendekatan baru yang menggabungkan secara nyata, digital dan secara fundamental¹⁵.

Dalam era revolusi industri 4.0 ini terdapat beberapa tantangan yang dihadapi masyarakat negara dunia ketiga khususnya Indonesia yaitu kurangnya keterampilan yang memadai dalam penggunaan alat alat baru, masalah keamanan teknologi komunikasi, keandalan stabilitas mesin produksi, ketidakmampuan untuk berubah oleh pemangku kepentingan, serta banyaknya kehilangan pekerjaan bagi

¹⁴ Sebelum revolusi industri 4.0 telah terjadi sebelumnya revolusi industri 1.0, 2.0, 3.0 dan sekarang 4.0. Revolusi industri 1.0 dimulai saat munculnya mesin uap dan alat alat produksi. Revolusi industri 2.0 dimulai pada tahun 1900-an ditandai dengan ditemukannya tenaga listrik. Revolusi industri 3.0 saat otomatisasi dilakukan pada tahun 1970 atau 1990 an hingga saat ini karena sebagian Negara masih menerapkan industri ini.

¹⁵ Tjandrawinata, Raymond. 2016. Industri 4.0: Revolusi Industri Abad ini dan Pengaruh pada Bidang Kesehatan dan Bioteknologi. Deca Medica Group.

para pekerja karena berubah menjadi otomasi. Namun, teknologi ini dapat berdampak positif tergantung bagaimana individu dalam meminimalisir resiko dan memaksimalkan peluang yang muncul di transformasi revolusi industri 4.0.

Pada waktu yang sama, Negara Jepang menyatakan dunia ini akan memasuki era **Society 5.0** atau masyarakat 5.0 dimana, masyarakat berpusat pada manusia (*human-centered*) yang dikembangkan oleh Jepang. Menurut Kantor Kabinet Jepang, *Society 5.0* didefinisikan sebagai sebuah masyarakat yang berpusat pada manusia yang menyeimbangkan kemajuan ekonomi dengan penyelesaian masalah sosial melalui sistem yang sangat mengintegrasikan ruang maya dan ruang nyata. Melalui konsep ini diharapkan pembuatan kecerdasan buatan akan mentransformasi *big data* yang dikumpulkan melalui internet pada segala bidang kehidupan menjadi suatu kearifan yang baru, dengan harapan untuk meningkatkan kemampuan manusia dalam membuka peluang-peluang baru bagi manusia.

Perbandingan dari kedua konsep ini yaitu pada industri 4.0 masyarakat mencari, mengutip, dan menganalisis data atau informasi dengan mengakses layanan *cloud* melalui internet. Sedangkan, pada *Society 5.0* sejumlah besar informasi dari sensor di ruang fisik terakumulasi di dunia maya dan dianalisis oleh kecerdasan buatan, dan hasilnya diumpan kembali ke manusia dalam ruang fisik/nyata dalam berbagai bentuk.

Dampak dari revolusi industri 4.0 dan *Society 5.0* membuat kesempatan baru untuk Indonesia dalam inovasi teknologi dan telekomunikasi. Akan menjadi lengkap jika didampingi dengan Undang–Undang di ranah telekomunikasi yang memadai.

Revolusi yang fokus pada pengembangan ekonomi digital dinilai menguntungkan bagi Indonesia. Pengembangan ekonomi digital berupa pasar dan peluang, dan Indonesia memiliki keduanya. Indonesia berkomitmen untuk membangun industri manufaktur yang berdaya saing global melalui percepatan industri 4.0, hal ini ditandai dengan peluncuran program *Making Indonesia 4.0* sebagai sebuah peta jalan dan strategi Indonesia memasuki era digital yang tengah berjalan saat ini.

Making Indonesia 4.0 diharapkan dapat memberikan arah yang jelas bagi pergerakan industri nasional di masa depan, termasuk fokus pada pengembangan lima sektor manufaktur yang akan menjadi percontohan. Pada penyusunan peta jalan ini telah melibatkan berbagai pemangku kepentingan, mulai dari Institusi Pemerintahan, pelaku usaha, asosiasi industri, penyedia teknologi, maupun lembaga riset dan pendidikan. Melalui komitmen serta partisipasi aktif dari seluruh pihak tersebut, dapat diyakini implementasi Industri 4.0 di Indonesia akan berjalan sukses dan sesuai sasaran.

Pada penerapan awal terdapat lima industri yang menjadi fokus implementasi industri 4.0 di Indonesia, yaitu: **(i)** Makanan dan minuman, **(ii)** Tekstil, **(iii)** Otomotif, **(iv)**



Elektronik, (v) Kimia. Kelima industri ini merupakan tulang punggung industri bangsa sehingga diharapkan membawa pengaruh yang besar dalam hal daya saing dan kontribusinya terhadap ekonomi Indonesia menuju 10 besar ekonomi dunia pada 2030.

Hal inilah yang akan menjadi contoh bagi penerapan industri 4.0, penciptaan lapangan kerja baru dan investasi baru berbasis teknologi. Kemudian, menarik minat investasi asing, peningkatan kualitas sumber daya manusia, pembangunan ekosistem inovasi, insentif untuk investasi teknologi, serta harmonisasi aturan dan kebijakan. Dalam hal ini, dengan adanya manfaat yang nyata, Indonesia berkomitmen untuk menerapkan *Making Indonesia 4.0* dan menjadikannya sebagai agenda nasional. Perlu diingat juga pada konsep ini ditengah dunia berfokus pada Industri 4.0 (Penggunaan Teknologi, Data, dan *Automation*), terdapat sentuhan humanisme di dalam *Society 5.0* akan menjadi modal dasar konsep ini akan diterima oleh masyarakat Indonesia bahkan dunia.

Fokus negara dalam *Society 5.0* menjadi peluang besar bagi Indonesia untuk mempercepat transformasi masyarakatnya. Bagi Indonesia tidak masalah langsung berpijak pada dua kaki, Revolusi industri 4.0 dan *Society 5.0*. justru kedua momentum ini harus digabungkan menjadi *blue print* nasional. Harus tercipta kesadaran bersama baik oleh pemerintah, dunia usaha maupun masyarakat, mulai dari mengubah pikiran negatif dan ketakutan terhadap



perkembangan industri serta paradigma jika teknologi itu sulit, bahwa perubahan besar dalam industri adalah keniscayaan yang tidak bisa dihindari.

Akhirnya benang merah dari sistem komunikasi Indonesia, revolusi industri 4.0, *era society 5.0* dan *making Indonesia 4.0* adalah dimana teknologi mutakhir dikembangkan dalam segala bidang, termasuk pada bidang komunikasi. Pengembangan teknologi tersebut adalah respon dari pengembangan teknologi global secara massif. Hal tersebut juga merupakan bentuk pencarian *problem solving* dari berbagai permasalahan yang timbul dengan hadirnya teknologi komunikasi. Ketidakmerataan kemampuan masyarakat dalam beradaptasi dengan perkembangan teknologi namun antusiasme penggunaannya yang tinggi menuntut percepatan dalam pembuatan/penambahan regulasi di Indonesia.

Dampak jika respon pemerintah lambat dalam pembuatan regulasi dapat menimbulkan konflik sosial di tengah masyarakat. Salah satu contohnya adalah konflik yang terjadi antar tukang ojek. Hadirnya ojek *online* dengan memanfaatkan aplikasi digital; memberi akses dan kemudahan dalam memesan layanan antar jemput, bahkan berkembang menjadi layanan antar jemput barang, kuliner pada masa transisi dianggap menjadi ancaman untuk ojek pangkalan atau ojek mangkal. Protes dan benturan fisik terjadi antar tukang ojek; ojek *online* dan ojek pangkalan. Ojek *online* dianggap merebut pasar konsumen ojek

pangkalan karena konsumen ojek pangkalan menurun drastis dengan adanya ojek *online*.

Digitalisasi memberi ruang dengan jangkauan yang lebih luas sehingga ojek *online* lebih mudah mendapatkan penumpang dari pada ojek pangkalan¹⁶. Ojek *online* juga menawarkan tarif diskon kepada pelanggan, sehingga tarifnya bisa lebih murah dan diketahui lebih awal oleh pelanggan. Berbagai kelebihan aplikasi tersebut yang membuat ojek *online* dapat diterima masyarakat. Namun, bagi penarik ojek pangkalan kehadiran ojek *online* dapat dikatakan serupa dengan *culture shock*¹⁷. Konflik memanas dan menimbulkan demo serta bentrok langsung.

Penyebab kondisi tersebut adalah salah satunya karena tidak adanya regulasi yang dipersiapkan untuk perkembangan teknologi digital di Indonesia dalam bidang transportasi. Masyarakat juga belum terbiasa dengan semua hal yang serba cepat dan instan. Konflik konflik lain yang sempat timbul adalah kasus Prita Mulyasari yang membuat regulasi menjadi salah satu latar belakang pembuatan UU ITE. Ketika terjadi peristiwa viralnya curhatan Prita terkait pelayanan RS Omni Internasional yang tersebar di media sosial. Rumah sakit tertuduh tidak terima dan melayangkan gugatan penceraian nama baik. Persidangan tidak berjalan

¹⁶ Kompasiana. 2019. Pengaruh Ojek *Online* terhadap Ojek Pangkalan di Lingkungan Masyarakat.

¹⁷ Merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan perasaan terkejut, gelisah, keliru yang dirasakan apabila seseorang bersentuhan dengan kebudayaan yang berlainan (baru) seperti ketika di daerah asing.

mulus karena belum adanya regulasi yang menjadi payung hukum untuk memutuskan perkara tersebut di pengadilan.

Pada saat ini, fakta konflik dalam ranah komunikasi adalah maraknya informasi informasi hoax yang tersebar di media sosial, baik melalui aplikasi *wa* maupun *Fb* dan atau platform media sosial yang lain. Regulasi yang mendekati untuk menjerat pelaku hoax adalah Undang–Undang tentang berita bohong dalam transaksi ekonomi¹⁸. Beberapa contoh tadi merupakan penguatan betapa urgensi pembuatan regulasi yang adaptif dan adil di sistem komunikasi Indonesia.

16

LATIHAN!

Coba amati dan uraikan analisis sederhana tentang kondisi sistem komunikasi di wilayahmu!

¹⁸ UU No 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang diubah menjadi UU no 19 tahun 2016 tentang ITE.

BAB II

RANAH SISTEM KOMUNIKASI INDONESIA

A. Perspektif Sistem

Teori sistem umum dikembangkan oleh Ludwig Von Bertalanfy yang sering disebut sebagai bapak teori sistem. Teori sistem umum itu bersifat multidisipliner dari asumsi konsep dan prinsip-prinsip yang dapat menjadi kerangka umum bagi kajian berbagai jenis fenomena alam.

Secara umum teori atau perspektif sistem adalah seperangkat prinsip yang terorganisasikan secara longgar dan bersifat abstrak. Berfungsi mengarahkan jalan pikiran namun dapat ditafsirkan secara berbeda. Dalam teori sistem dijelaskan bahwa prinsip sebuah sistem ialah suatu totalitas atau keseluruhan unsur-unsur yang saling bergantung satu dengan lainnya. Unsur-unsur itu dinamakan bagian/subsistem. Setiap bagian memiliki fungsi berbeda satu dengan lainnya namun tidak dapat dipisahkan karena bagian-bagian itu saling berkaitan dan saling melengkapi. Mekanisme kerja itulah yang dapat disebut sistem.

Anwar Arifin mendefinisikan sistem sebagai sebuah kesatuan yang terdiri bagian-bagian saling bergantung dan kait-berkait satu dengan lainnya. Rapoport (1968)

¹⁹ Istilah teori sistem, Bertalanfy (1968) juga menggunakan istilah perspektif sistem/pendekatan sistem (*system approach*) dari Churchman (1968), filsafat sistem (*system philosophy*) dari Laszlo (1972), berpikir sistem (*system thinking*) dari Emory (1969), logika sistem (*system logic*) dari Alfred Kuhn (1974) serta beberapa istilah lainnya.

²⁰ Arifin, Anwar. 1992. Strategi Komunikasi. Armico. Bandung.

merumuskan bahwa sistem adalah totalitas yang berfungsi sebagai keseluruhan karena adanya saling ketergantungan dari bagian–bagiannya²¹. Sedangkan Fisher menjelaskan bahwa dalam teori sistem terdapat komponen–komponen sistem tidak diberikan corak kepada sifat sistem secara keseluruhan, namun hubungan–hubungannya terutama hubungan–hubungannya yang saling tergantung dan berkait memberikan keunikan dan identitas kepada sistem²². Perubahan komponen sebagai subsistem, secara otomatis akan mempengaruhi komponen lainnya sebagai konsekuensi dari adanya saling ketergantungan semua komponen.

Berdasarkan hal tersebut dapat dipahami jika Hall dan Fagen dalam Fisher menegaskan pentingnya prinsip keseluruhan (*wholeness*) dalam memahami teori sistem. Kedua pakar itu mengartikan²³ **sistem itu sebagai seperangkat objek yang disertai hubungan–hubungan antara objek–objek tersebut dan antara sifat–sifatnya**. Istilah keseluruhan berarti bahwa sistem tidak sama dengan penjumlahan objek atau semua komponen, yang secara bersama membentuk sistem yang bersangkutan.

Dalam literature yang lain disebutkan bahwa; Sistem dalam bahasa Yunani, disebut “*sistema*”, berarti kesatuan

²¹ Anatol, Rapoport. 1968. Penelitian Sistem Modern untuk Ilmuwan Perilaku.

²² Fisher, Aubrey. 1990. Teori-Teori Komunikasi. Remaja Rosda Karya, Bandung., hlm 274.

²³ Ibid., hlm 276

susunan²⁴. Sehingga, satu sistem dapat dikatakan sebagai susunan atas berbagai bagian-bagian. Littlejohn berpendapat bahwa suatu sistem terdiri dari empat hal²⁵, yaitu:

1. Objek-objek dari sistem komunikasi, yaitu berupa elemen-elemen komunikasi yakni komunikator dan komunikan, pesan, media, dan timbal baliknya.
2. Atribut Sistem komunikasi, yaitu berupa atribut-atribut, properti sistem sistem komunikasi dan objek-objek sistem komunikasi.
3. Hubungan internal sistem komunikasi, yakni hubungan antara orang-orang dalam kaitanya sebagai anggota sistem komunikasi, yang dapat dilihat dari interaksi dan pesan-pesan komunikasi diantara mereka.
4. Lingkungan sistem komunikasi, yakni suatu sistem komunikasi mempunyai lingkungan tertentu. Kemudian lingkungan tersebut mencakup lingkungan sosial, politik, maupun budaya. Dan mereka tidak hadir dalam suatu kevakuman, tetapi dipengaruhi oleh keadaan sekitarnya.

Sistem komunikasi Indonesia dapat diartikan sebagai satu kesatuan atau susunan kompleks elemen-elemen sistem komunikasi dalam lingkup Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI). Elemen–elemen tersebut tidak dapat terpisahkan dengan berbagai faktor yang mengikatnya yakni kondisi politik, sosial dan budaya Indonesia.

²⁴ Nurudin. 2009. Pengantar Komunikasi Massa. Raja Grafindo. Jakarta., hlm 30.

²⁵ Littlejohn, Stephen. W, Fross, Karen. A. 2014. Teori Komunikasi, Salemba Humanika.

B. Ruang Lingkup Sistem Komunikasi Indonesia

Ruang lingkup Sistem Komunikasi Indonesia terbagi menjadi tiga bahasan yaitu ; berdasar wilayah geografis, media serta pola komunikasi.

Berdasar wilayah geografis, Sistem Komunikasi Indonesia terbagi menjadi Sistem Komunikasi Pedesaan dan Sistem Komunikasi Perkotaan. Perbedaannya terletak pada tingkat keberpengaruhannya pada masyarakat. Di Pedesaan, tokoh yang berpengaruh baik tokoh masyarakat, agama menjadi sosok yang krusial dalam mempengaruhi sistem komunikasi yang berlangsung.

Berbeda dengan masyarakat perkotaan, dimana media massa yang memegang peran dominan dalam mempengaruhi suatu sistem komunikasi. Hal tersebut disebabkan oleh kultur yang berbeda antara masyarakat kota dengan masyarakat desa.

Berdasar media yang digunakan, Sistem Komunikasi Indonesia dibagi menjadi sistem media modern dan sistem media tradisional.

Media modern ini meliputi:

1. Media cetak, meliputi surat kabar, majalah, tabloid.
2. Media elektronik, meliputi televisi dan radio.
3. Media digital atau online, meliputi berita online, media sosial, dan komunikasi online.

Sedangkan sistem media tradisional meliputi berbagai kearifan lokal di Indonesia yakni meliputi :

1. Kesenian rakyat, seperti wayang, ketoprak dll.
2. Nyanyian rakyat, seperti lagu-lagu Jawa.
3. Cerita rakyat, seperti dongeng, legenda dll.
4. Ungkapan rakyat, berupa peribahasa dan pepatah.

Adapun dilihat dari pola komunikasinya, Sistem komunikasi Indonesia terbagi atas :

1. Sistem komunikasi dengan diri sendiri (*intrapersonal communication system*).
2. Sistem komunikasi antar persona (*interpersonal communication system*).
3. Sistem komunikasi kelompok (*small group communication system*).
4. Sistem komunikasi massa (*mass communication system*).

C. Hubungan Sistem Komunikasi Indonesia dengan Sistem Lainnya

Terdapat beberapa hubungan antara Sistem Komunikasi Indonesia dengan sistem lain yang diterapkan, diantaranya:

1. Sistem Komunikasi Indonesia dengan Sistem Sosial

Hakikat sistem komunikasi secara *inheren* adalah sistem sosial, karena komunikasi menentukan sifat dan eksistensi sistem sosial itu. Menurut Fisher sistem komunikasi dan sistem sosial itu adalah satu terutama sistem komunikasi yang berbentuk antarpersona. Sistem

komunikasi dan sistem sosial terintegrasi dan tidak dapat dipisahkan sama sekali²⁶.

Titik pertemuan sistem sosial dan sistem komunikasi terletak pada fungsi komunikasi sebagai perekat hidup bersama atau sebagai integrator sosial; informasi. Dalam sistem sosial, informasi merupakan energi yang menciptakan jalinan struktural dan hubungan fungsional, sedang dalam sistem komunikasi, justru informasi merupakan titik sentralnya.

Aktivitas komunikasi manusia yang memiliki dampak positif yaitu komunikasi yang mampu merekat kehidupan bersama. Disfungsional dapat terjadi jika komunikasi dan mediana menimbulkan konflik atau kerusuhan sosial.

2. Sistem Komunikasi Indonesia dengan Sistem Politik

Sistem komunikasi dan sistem politik adalah dua hal yang berjalan berdampingan serta terkait satu sama lain. Dimana unsur-unsur yang menjadi sub-sistem yang ada dalam sistem komunikasi dan sistem politik ini saling berinteraksi satu sama lain. Sistem politik terdiri dari subsistem-subsistem yang mempunyai fungsi tertentu. Kemudian, subsistem-subsistem itu dikenal dengan struktur politik yang terdiri dari infrastruktur politik dan suprastruktur politik.

Dalam kaitannya dengan bahasan ini adalah bahwa erat kaitannya antara sistem politik indonesia dengan sistem komunikasi indonesia. Interaksi yang terjadi diantara struktur politik tersebut merupakan bagian dari sistem komunikasi

²⁶ Fisher, Op.Cit., hlm 280

Indonesia. Dimana komunikasi pulalah yang menjadi jembatan bagi terhubungnya berbagai struktur dalam sistem politik.

3. Sistem Komunikasi Indonesia Dengan Sistem Budaya

Sistem komunikasi Indonesia tidak akan lepas dari sistem budaya yang ada pada masyarakat Indonesia. Bahasa yang menjadi alat komunikasi merupakan produk budaya. Produk budaya dapat tersosialisasi meluas ke masyarakat dunia menggunakan media komunikasi. Dalam hal ini komunikasi dan budaya saling terkait erat dan saling mempengaruhi.

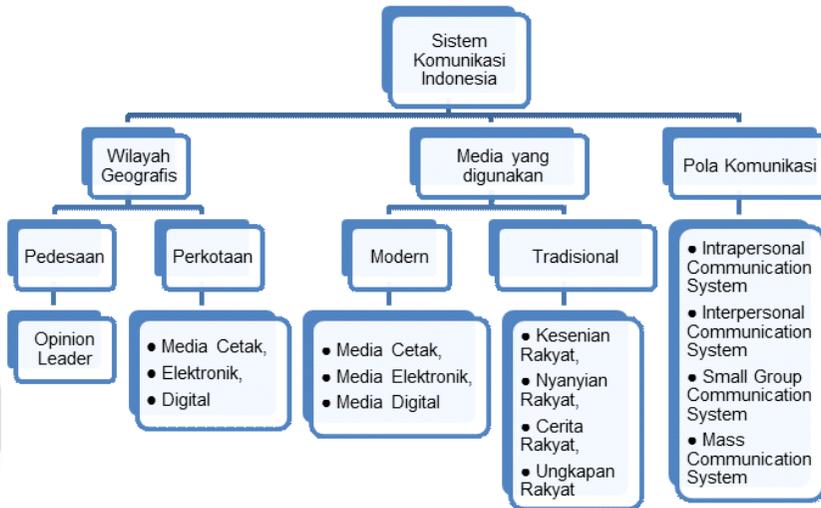
D. Manfaat Mempelajari Sistem Komunikasi Indonesia

Sebagai negara yang penuh keberagaman, sistem komunikasi Indonesia ini menjadi studi yang berperan dalam memberikan identitas bagi sistem komunikasi yang berbeda dengan sistem komunikasi yang lain. Dimana tentunya disesuaikan dengan falsafah dan kondisi sosio-kultural masyarakat Indonesia. Dimana dilain pihak sistem komunikasi ini merupakan jembatan pemersatu dalam keberagaman Indonesia.



Rangkuman;

Diagram 2.1 Bagan Sistem Komunikasi Indonesia



LATIHAN!

Uraikan apa itu sistem dan berikan contoh *realnya* di Indonesia!

BAB III

UNDANG-UNDANG PERS

A. Konsep Dasar Pers

Pers secara konseptual memiliki 4 posisi yaitu sebagai (1) media komunikasi, (2) lembaga sosial, (3) produk informasi berita, dan (4) lembaga ekonomi. Setiap posisi ini membawa konsekuensi yang berbeda, baik menyangkut aktivitas, fungsi, kewajiban, muatan isi, maupun tujuannya.

Adapun konsep dasar pers dapat terimplementasi secara ideal jika mendapat lingkungan regulasi yang kondusif dan terhindar dari kelindan intervensi rezim pemerintah yang sedang berkuasa. Berdasar 4 posisi yang menjadi konsep dasar pers, posisi paling rentan terhadap produk tidak objektif adalah pers sebagai produk informasi berita. Kekhawatiran ketidakobjektivan berita atau produk informasi berdasar pada kecenderungan para pemilik media dan aktivis media yang terjun ke dunia politik dan mencari panggung di ranah kebijakan. Kecenderungan tersebut menjadi polemik media tersendiri karena berdampak pada diskriminasi berita²⁷. Kelindan tersebut ditambah berbarengan dengan masifnya konvergensi media di Indonesia, sehingga pengawasan

²⁷ Pada Pemilu 2004, Surya Paloh menggunakan lini bisnis medianya untuk meraup dukungan dari Golkar dalam konvensi Capres. Catatan Ross Tapsell dalam buku *Media Power in Indonesia: Oligarch, Citizens and The Digital Revolution*. Berdampak pada tidak seimbang slot atau durasi kampanye antar partai di media milik para calon kontestan pemilu

masyarakat sebagai khalayak terhadap pers tetap dibutuhkan.

Adapun posisi pers tersebut bisa dilihat dalam matriks berikut:

Tabel 3.1 Konsep Dasar Pers

POSISI PERS	AKTIVITAS PERS	FUNGSI PERS	TUJUAN PERS	KEWAJIBAN PERS	MUATAN ISI PERS
Media komunikasi	Menyalurkan informasi dari warga ke warga, dari Negara ke warga, dan dari warga ke Negara	Mediator	Menyeimbangkan arus informasi	Tidak berpihak	Faktual
Lembaga sosial	Memberdayakan khalayak	Mengawasi, advokasi, memimpin opini publik, mendidik, dan mewariskan nilai nilai dari satu generasi ke generasi berikutnya	Mencerdaskan khalayak, membela yang tertindas, mengingatkan yang berkuasa, dan mengembangkan opini publik	Mengutamakan kepentingan khalayak	Faktual
Produk informasi (berita)	Merekonstruksikan semua kejadian dan ide yang penting	Menyediakan informasi	Menghilangkan kecemasan informasi	Melayani hak mengetahui yang dimiliki khalayak, melayani hak menyatakan pendapat yang dimiliki khalayak	Faktual
Lembaga ekonomi	Melayani pemasangan iklan	Menghibur	Menjadikan pers sebagai industri	Melayani keinginan khalayak	Faktual dan fiksi

Adapun penjelasannya, sebagai berikut;

1. Media komunikasi

Sebagai media komunikasi, pers merupakan perpanjangan tangan dan perluasan jasmani dan rohani manusia. Meminjam istilah Marshall, McLuhan, pers adalah *the extention of man*²⁸. Pers merupakan perpanjangan alat untuk memenuhi kebutuhan–kebutuhan anggota masyarakat akan hiburan dan keingintahuan terhadap peristiwa–peristiwa yang telah terjadi di sekitar mereka.

Pers harus mengikuti kemajuan teknologi yang dicapai dunia ilmu pengetahuan dan teknologi. Sebagai media komunikasi, pers merupakan sinyal yang memberi makna terhadap peristiwa kehidupan sehari–hari²⁹. Realitas sosial yang ditampilkan pers adalah realitas yang (idealnya) bermanfaat bagi kehidupan manusia. Pers memberikan laporan dan ulasan, mengenai beragam kejadian, menyediakan tempat bagi masyarakat untuk mengeluarkan pendapat secara tertulis dan mewariskan nilai–nilai kemasyarakatan dari generasi ke generasi.

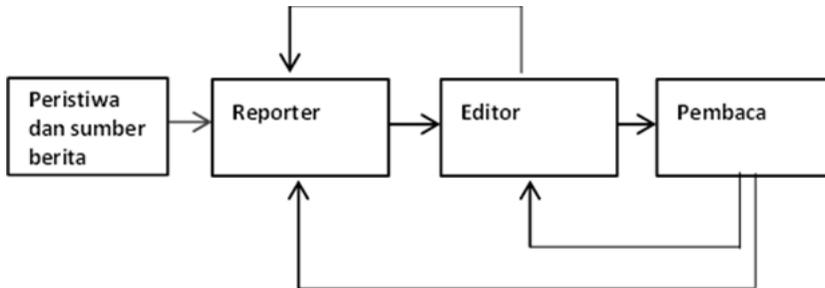
Pada tataran implementasinya, pers harus tegak dalam kemandirian dan independensi sehingga dapat objektif, akurat dan valid dalam menjalankan posisi ini.

²⁸ Rachmadi, F. 1990. Perbandingan Sistem Pers, Gramedia, Jakarta., hlm 76.

²⁹ Ana Nadya Abrar, 2011, Analisis Pers Teori dan Praktik. Cahaya Atma Pustaka.

Wesley dan McLean mendiskripsikan model komunikasi pers sebagai berikut:

Diagram 3.1 Model Komunikasi Pers



Sumber: Nurudin (2009)³⁰

Dari gambar ini terlihat bahwa pembaca tidak hanya pasif menerima informasi dari pers. Wilbur Schramm memberi posisi bagi manusia sebagai pengamat forum dan guru³¹. Ketika pembaca menerima informasi dan berita dari media, mereka dapat menyampaikan pendapatnya tentang informasi tersebut sebagai saran dan masukkan kepada media sebagai umpan balik apabila mereka merasa berita tersebut tidak sesuai. Mereka dapat menyampaikannya dalam bentuk tulisan pada media cetak ataupun *online* sehingga ada bentuk *crosscheck* dari media terhadap informasi ataupun berita yang mereka terbitkan tentang fakta yang terkait dalam informasi tersebut.

Penyajian informasi dalam sebuah media bukan hanya tanggung jawab reporter saja melainkan ada redaktur selaku penyunting media informasi yang akan

³⁰ Nurudin, Op.Cit., hlm 35.

³¹ Rachmadi, Op.Cit., hlm 81.

memperbaiki kesalahan baik berupa tulisan ataupun informasi dan fakta. Apabila bahan tersebut sudah sesuai maka media akan menerbitkan informasi atau berita tersebut. Ketika masyarakat sebagai pembaca sekaligus yang menerima informasi tersebut menanggapi berita atau informasi tersebut maka mereka adalah subjek yang memanfaatkan komunikasi pers tersebut dengan aktif, ada timbal balik dari informasi yang diberikan.

2. Lembaga sosial

Lembaga sosial, pers dan masyarakat merupakan satu kesatuan yang tidak terpisahkan dan saling berkaitan erat satu sama lain. Mempunyai hubungan simbiosis mutualisme diantara ketiga hal tersebut yang saling mempengaruhi dalam aktivitas sosial dan berkehidupan.

Agar terjadi keserasian antara hubungan satu sama lain, lembaga sosial, pers dan masyarakat haruslah memiliki tujuan dan visi yang sama dalam membangun hubungan sosial. Hal itu dapat tercapai apabila secara aspek dasar landasan dan cita-cita yang menjadi rujukan oleh masyarakat dan peraturan yang berlaku pada sistem pers itu sendiri berjalan dengan semestinya. Tidak ada pihak yang melakukan penyimpangan.

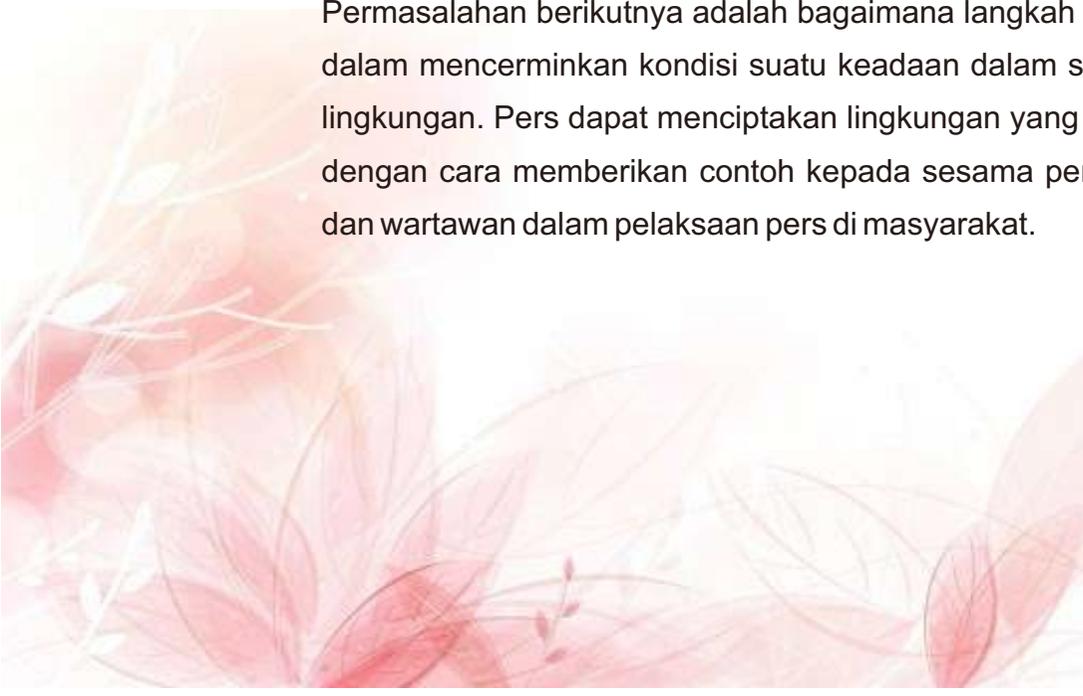
Aktivitas pers dipengaruhi oleh peraturan yang berlaku pada lingkungan dan sistem tempat pers itu berada, sehingga pers harus mempunyai landasan atau pedoman dalam melakukan kendali sosial, pengolahan kata yang

menarik masyarakat agar mudah dipahami dan tujuan dari pembuatan konten berita yang berpengaruh positif bagi pembacanya.

Sebagai lembaga sosial, pers harus bersikap netral dan terpercaya, tidak berat pada salah satu golongan karena kepentingan tertentu dan mengedepankan keaktualan informasi sehingga pelayanan kepada masyarakat sebagai pembaca dapat tersampaikan dengan benar.

Dalam peraturan yang berlaku di masyarakat, pers sebagai lembaga kemasyarakatan dapat mencerminkan segala permasalahan yang terjadi sejurus dengan ungkapan bahwa **“Masyarakat adalah cerminan dari wajah pers”** sehingga bagaimana pers bertingkah laku dalam masyarakat mencerminkan keadaan dalam sebuah negara, karena masyarakat merupakan salah satu unsur suatu negara.

Pemikiran ini timbul karena beberapa tahun ini wajah pers Indonesia hanya mencerminkan sebagian kepentingan, terutama kepentingan yang berkaitan dengan ekonomi dan organisasi ataupun suatu kelompok. Permasalahan berikutnya adalah bagaimana langkah pers dalam mencerminkan kondisi suatu keadaan dalam suatu lingkungan. Pers dapat menciptakan lingkungan yang baik dengan cara memberikan contoh kepada sesama penulis dan wartawan dalam pelaksanaan pers di masyarakat.



3. Produk informasi berita

Pers bertanggung jawab memberikan hak mengetahui dan hak menyatakan pendapat yang dimiliki masyarakat. Jika pers atau media tidak memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk berbicara melalui medianya, maka sejatinya pers tidak menjalankan salah satu bentuk tanggung jawabnya.

Tujuan adanya pers adalah untuk meredakan kekhawatiran publik (*information anxiety*) yang timbul karena isi dari informasi dan berita yang telah dikeluarkan oleh media. Mereka harus memahami kondisi yang terjadi di masyarakat agar maksud dan tujuan dari berita yang dimuat oleh media dapat tersampaikan ke masyarakat. Jika yang terjadi adalah hal sebaliknya maka pers sebagai lembaga sosial yang menyampaikan berita perlu mendapatkan masukan berupa kritik dan saran yang membangun. Sehingga terciptalah hubungan yang baik antara pers dan masyarakat.

Sebagai pelayan masyarakat, sudah seharusnya pers melaksanakan tugas dan kewajiban-kewajibannya kepada masyarakat untuk mengelola sumber daya publik dan hal-hal yang bersangkutan dengannya. Pers harus memikirkan bagaimana hal itu dapat berjalan dengan baik dan semestinya sebagai bentuk pertanggung jawaban.

Pertama, pers perlu memiliki kesadaran bahwa ia memanfaatkan ruang publik. Ruang publik disini harus dimaknai sebagai sebuah zona yang bebas dan netral,

tempat berlangsungnya dinamika kehidupan secara personal terbebas dari kekuasaan Negara, pasar dan kolektivisme. Karena itu, pers seperti ditulis Ashadi Siregar harus membayangkan khalayak sebagai individu yang memiliki otonomi dan independensi³². Pers tidak boleh mendikte khalayak tentang apa yang harus mereka lakukan. Pers harus menyediakan tempat bagi publik tentang berbagai persoalan publik. Dari diskusi publik ini kelak akan lahir konsensus yang akan dipakai khalayak sebagai bekal mengarungi kehidupan mereka.

Kedua, pers bisa menjadi faktor dalam pembentukan pikiran khalayak, Pers bisa mendorong khalayak untuk memiliki daya untuk merespon Negara terutama kebijakan negara. Pers juga bisa dirangsang untuk mampu menghadapi kekuatan kapitalisme terutama nilai ekonomis yang dikandungnya. Pers juga memiliki posisi yang sama ketika berhadapan dengan kekuatan komunisme.

Sebagai produk informasi, pers tampil dalam bentuk berita, berita dihasilkan oleh jurnalisme. Jurnalisme sendiri, seperti ditulis Richard Weiner adalah keseluruhan proses pengumpulan fakta, penulisan, penyuntingan, dan penyiaran berita³³. Dengan begitu semua kegiatan yang bermuara pada penyiaran berita, mulai dari pengumpulan

³² Ashadi siregar. 2006. Etika Komunikasi. Pustaka Book. Yogyakarta. Hlm. 109

³³ Weiner, Richard. 1996. *Webster's New World Dictionary of Media and Communications*. New York: Macmillan. Hlm. 247.

fakta, penulisan sampai pada penyiaran berita, bisa disebut sebagai jurnalisme.

Secara umum, model penulisan berita bisa dikategorikan dalam 4 kelompok, yaitu: model cermin, model profesional, model organisasi, dan modern politik³⁴. Bila dikaitkan dengan tugas wartawan sehari-hari *model jurnalisme cermin* adalah model yang mengharuskan berita dilaporkan apa adanya. Artinya, tugas wartawan melaporkan sebuah peristiwa seakurat dan sejujur mungkin. Dalam pandangan ini wartawan tidak berhak memberi perspektif terhadap peristiwa tersebut.

Model jurnalisme profesional menyiratkan berita sebagai hasil kemampuan profesionalisme jurnalisme yang tinggi, yang memadukan keterampilan memilih peristiwa yang memenuhi kriteria nilai berita dengan keterampilan menyeimbangkan kepentingan berbagai pihak dalam sebuah peristiwa. Dengan demikian, tugas wartawan adalah menyajikan berita yang komprehensif kepada khalayak tanpa menyerahkan penilaian. Menurut pandangan ini, hanya khalayak yang berhak menilai peristiwa yang diberitakan.

Model jurnalisme organisasi menekankan bahwa berita perlu disesuaikan dengan tujuan organisasi media yang meyiarkan tersebut. Berita yang tersaji diandalkan mendatangkan keuntungan bagi organisasi. Tidak jarang,

³⁴ Graber, A Doris. 1993. *Media Power in Politics*. CQ Press. Washington., hlm 34.

bahkan berita dimasukan sebagai alat untuk membentuk citra positif bagi organisasi yang bersangkutan. Dalam hal ini, biasanya pengurus inti organisasilah yang menjadi anggota bidang redaksi.

Sedangkan model jurnalisme politik meletakkan berita sebagai produk sebuah ideologi dan mampu memberi legitimasi terhadap ideologi, karena itu berita diarahkan untuk menjelek-jelekkan ideologi yang bertentangan dengan ideologi yang dianut oleh pemilik media.

4. Lembaga ekonomi

Sebagai lembaga ekonomi, pers boleh mencari keuntungan. Keuntungan ini biasanya diperoleh dari iklan dan hasil penjualan. Pers berhak menciptakan keuntungan untuk pemilik modal melalui fungsi menghibur. Dalam konteks ini, pers tidak peduli dengan penderitaan masyarakat, bencana alam dan penindasan.

Bercermin pada Negara–Negara maju posisi pers sebagai lembaga ekonomi dimanfaatkan oleh konglomerat politik. Mereka masuk ke dunia pers karena kesempatan ini terbuka³⁵. Kedatangan mereka awalnya diharapkan bisa memajukan pers untuk kepentingan khalayak. Kenyataannya melahirkan konglomerasi pers, mereka mengatur redaksi agar memuat berita dan

³⁵ Saverin, Werner J. 2010. Teori Komunikasi: Sejarah, Metode dan Terapan di Dalam Media Massa. Kencana Prenada. Jakarta.

memaksa agar memuat iklan tertentu, pers pun dirancang untuk menghasilkan keuntungan sebanyak-banyaknya.

A. Fungsi Pers

1. Fungsi mediator

Fungsi ini menjalankan fungsi mediator. Dalam menjalankan kegiatan pers bersifat netral, tidak berpihak. Pers benar-benar menyampaikan pesan dari pemerintah kepada masyarakat atau sebaliknya secara apa adanya. Hanya dengan bersikap netral inilah pers bisa berfungsi sebagai mediator.

Walaupun pemerintah mengaku bahwa segala kebijakan dan programnya untuk kepentingan khalayak, kenyataan menunjukkan bahwa khalayak tidak selalu gembira dengan kebijakan dan program pemerintah, tidak jarang bahkan khalayak merasa dirugikan oleh kebijakan dan program pemerintah. Maka khalayak tentu akan bertanya kepada pemerintah atau memprotesnya. Protes ini harus disampaikan pers apa adanya. Misalnya tentang meledaknya tabung gas, dalam hal ini pers harus menjadi mediator. Pers harus bisa mengatur lalu lintas informasi dari khalayak kepada pemerintah dan sebaliknya dalam posisi netral.

2. Fungsi mengawasi

Fungsi mengawasi bermula dari tugas pers sebagai *public servant*. dalam melaksakan tugas itu, ia disebut

*the function of the watchdog*³⁶. Dalam perspektif ini, fungsi pers sama dengan fungsi DPR sama–sama mengawasi dan membela kepentingan rakyat.

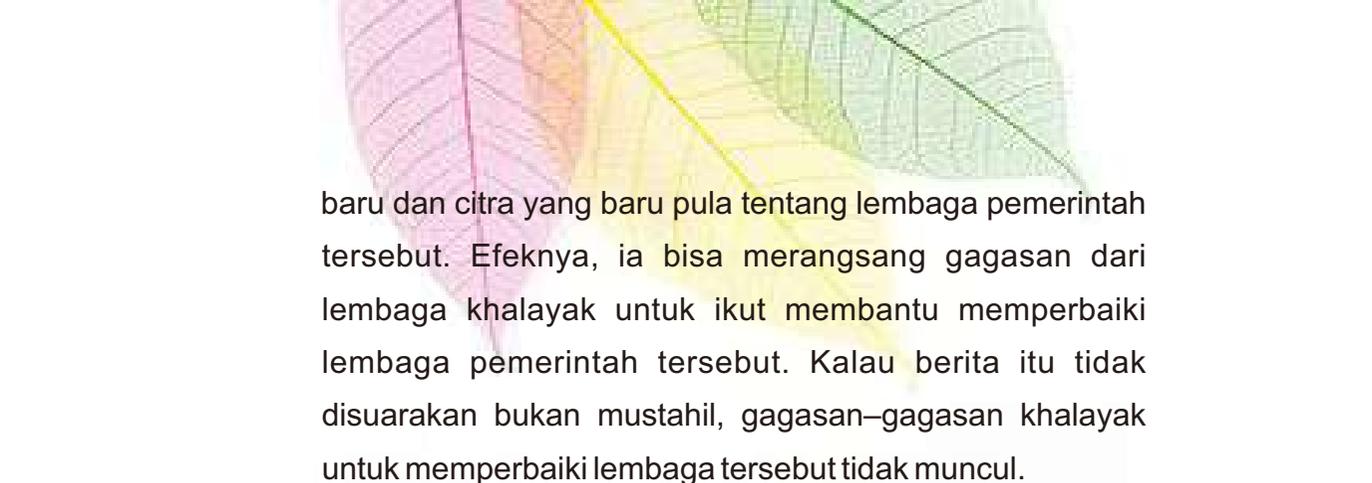
Cara pers untuk mengawasi adalah menjadikan berita sebagai alat kontrol sosial ; memberitakan peristiwa yang buruk, keadaan yang tidak pada tempatnya, dan hal yang menyalahi aturan, supaya peristiwa buruk tidak terulang lagi dan kesadaran berbuat baik serta menaati peraturan makin tinggi. Maka, berita sebagai alat kontrol sosial bisa disebut berita buruk.

Selama ini, ada pendapat yang dianut oleh banyak orang bahwa: berita buruk akan melahirkan hal yang buruk pula. Misalnya, berita menyeluruh tentang gerakan papua merdeka, dikhawatirkan akan mengancam persatuan nasional, tetapi berkembang pula bahwa “berita buruk” justru melahirkan pelajaran untuk memperkuat nilai dan identitas kolektif yang sudah ada³⁷. Sebab, khalayak cenderung memproyeksikan keadaan yang mereka lihat pada diri mereka sendiri. begitu mereka melihat kehidupan organisasi papua merdeka yang tidak enak dan tidak tentram saat itu pula mereka tidak ingin meniru mereka.

Pada sisi lain, penyiaran “berita buruk” tentang sebuah lembaga pemerintah bisa melahirkan opini publik yang

³⁶ *The Fuction of The Watchdog*; dimana pers memiliki fungsi sebagai pengawas terhadap lembaga-lebaga sosial, politik dan pemerintahan.

³⁷ Ericson, Richard Victor dkk. 1987. *Visualizing Deviance a Study of News Organization*. University of Toronto Press.



baru dan citra yang baru pula tentang lembaga pemerintah tersebut. Efeknya, ia bisa merangsang gagasan dari lembaga khlayak untuk ikut membantu memperbaiki lembaga pemerintah tersebut. Kalau berita itu tidak disuarakan bukan mustahil, gagasan–gagasan khlayak untuk memperbaiki lembaga tersebut tidak muncul.

1. Fungsi menyediakan informasi

Khlayak yang meminjamkan kebebasan mereka kepada pers, kemudian diiklankan sebagai kebebasan pers. Sekalipun namanya kebebasan pers, ia berasal dari khlayak, ia berwujud kebebasan pers untuk memenuhi kebutuhan informasi khlayak, dengan demikian pers tidak memahami kebebasan pers sebagai kebebasan yang mutlak, berasal dari dirinya. Pers perlu ingat bahwa kebebasan itu dipinjamkan khlayak demi memberikan informasi kepada khlayak.

Meskipun begitu, kebebasan pers tidak mutlak, terdapat berbagai batasan yang membatasi kebebasan pers, batasan itu meliputi: KUHP UU No 40/1999, kode etik jurnalistik hingga *code of conduct of code of practice* yang dimiliki pers³⁸. Semua batasan ini bukan ditujukan untuk menghalangi pers menyediakan informasi,

³⁸ *Code of Conduct* adalah sekumpulan komitmen yang berisi peraturan tertulis, bentuknya dapat seperti kode etik, pedoman etika dan perilaku, yang berfungsi sebagai standar atau acuan. Sedangkan *Code of Practice* adalah cara mengimplementasikan, merealisasikan atau menerapkan suatu peraturan yang sudah dibuat dan disepakati.

melainkan untuk menjaga agar pers tidak terjerumus pada perbuatan sewenang-wenang dalam melaksanakan tugasnya. Lebih dari itu, batasan ini juga dimaksudkan untuk melindungi khalayak dari kerugian yang mungkin saja mereka alami.

Batasan ini tidak hanya terjadi di Indonesia tetapi juga di Negara–Negara lain. Ambil contoh di Australia. Di Australia, pemerintah sama sekali tidak mengontrol pers, tetapi disana pers mengatur dirinya sendiri (*self regulation*)³⁹. Aturan itu dibuat oleh asosiasi tempat pers itu menjadi anggota. Ada aturan yang dibuat oleh *Media Entertainment And Art Alliance* (MEAA)⁴⁰. Ini menunjukkan bahwa aturan itu dibuat oleh industri pes sendiri. Dengan begitu kemungkinan intervensi dari luar pers sangat kecil.

Fiona Collins: tetap saja pers Australia tidak bisa: (I) Menawarkan/menerbitkan cara kerja parlemen tanpa seizin *speaker of parliament, senate president, house of previllage, committee atau yudiciari*: (ii) Membicarakan atau menerbitkan ucapan–ucapan yang bersifat memfitnah (iii). Menyiarkan atau menerbitkan barang cetakan yang dilindungi oleh hak cipta, termasuk hak cipta pemerintah Australia dan kerajaan Inggris (iv)

³⁹ Collins, Fiona. 1998. Sistem Pers di Australia. Makalah pada kuliah brusilib “pers” di Fisipol UGM.

⁴⁰ *Media Entertainment and Art Alliance* merupakan serikat pekerja yang meliputi media, hiburan olahraga dan seni industri. Didirikan pada tahun 1992 dengan lokasi kantor pusatnya berada di Redfern, Australia

Menyiarkan atau menerbitkan hak–hak yang berhubungan dengan kemananan Negara⁴¹ Fungsi menghibur.

Berita seperti apa yang bisa menghibur khalayak, secara umum berita berurusan dengan fakta. Fakta tidak selalu bisa menghibur khalayak. Maka pers menerbitkan banyak fiksi untuk menghibur khalayak, juga menyiarkan iklan yang menjual gaya hidup. Iklan ini bisa membuat khalayak keluar dari tekanan hidup sehari–hari, iklan disiarkan dengan dramaturgi yang canggih, sehingga khalayak menjadi terpesona dan tidak berdaya menghadapi informasi yang sampai padanya. Khalayak hanya menerima informasi dan pesan, yang kemudian melahirkan kebutuhan.

Penanaman kebutuhan menjadikan mereka tidak bisa bersikap kritis apalagi penanaman itu disertai dengan manipulasi kejiwaan yang sangat sempurna. Bahasa yang digunakan iklan sangat membujuk, gambarnya menghipnotis khalayak. Maka khalayak menjadi terpicat dan mendadak mereka menjadi butuh, padahal kebutuhan itu merupakan kebutuhan semu!

Kebutuhan semu menurut Herbert Marcuse adalah “segala kebutuhan yang ditanamkan ke dalam masing–masing individu demi kepentingan sosial tertentu dalam represinya⁴². Dalam konteks iklan, yang menanamkan

⁴¹ Collins, Fiona. loc. cit.

⁴² Falach, Gulam. 2018. Konsumerisme Manusia Satu Dimensi. Universitas Islam Negeri Sunan Kali Jaga. Yogyakarta.

kebutuhan semu adalah kaum kapitalis melalui pers. Secara praktis kaum kapitalis bersama–sama dengan pers memanipulasi kebutuhan semu menjadi kebutuhan yang perlu atau justru harus dipenuhi oleh khalayak. Kaum kapitalis dan pers menciptakan suasana yang membutuhkan. Kaum kapitalis dan pers menganggap apa yang diiklankan pers bisa meningkatkan status, prestasi, dan kehormatan. Sehingga khalayak merasa bahwa apa yang ditanamkan kaum kapitalis dan pers tersebut akan memberikan kepercayaan diri dan nilai lebih pada mereka.

C. Faktor Ekonomi dalam Pers

1. Implikasi Pers Industrial

Pembaca surat kabar dan majalah digambarkan sebagai orang yang mencari penegasan sikap dan perilaku yang sudah ada ketimbang pembentukan sikap dan perilaku yang baru⁴³. Merupakan suatu kewajaran bagi mereka untuk mempertimbangkan pembaca sebelum menyajikan informasi. Misalnya, pembaca sekarang gandrung dengan demokrasi. Pilihan informasi tentang demokrasi bukan mustahil menyebabkan pembaca menginginkan kehidupan yang lebih demokratis. Misalnya, sekarang pembaca sedang menyukai hiburan yang bersifat ringan, barangkali ingin melarikan diri dari

⁴³ Gans, Herbert J. 1975. *Popular Culture and High Culture*. New York: Basic Book, Inc., Publisher.

beban ekonomi yang berat akibatnya, pilihan informasi yang bertemakan hiburan mungkin menyebabkan pembaca makin ingin lari dari kenyataan hidup.

Bila diskenariokan seyogyanya surat kabar dan majalah tidak menyajikan informasi dalam keadaan “kosong”. Mereka perlu melaporkan realita sosial yang diasumsikan bernilai bagi pembaca. Dengan asumsi itu, mereka mencari narasumber yang memiliki akses terhadap realitas itu. Setelah itu, mereka memformat kenyataan itu berdasarkan *newsworthy*⁴⁴. Terakhir, mereka menyajikan kepada pembaca.

Kalau pers hanya menjelaskan realitas yang bertolak dari kepentingan bisnis, jelas ia sudah keluar dari kodratnya. Pers tidak lagi memberi petunjuk bagaimana seharusnya pembaca menghadapi perubahan yang terjadi dalam kehidupan. Dari sisi pers ini, pers disebut tidak memaksakan pembaca.

Bila pers hanya mengutamakan kepentingan bisnisnya, lalu hanya menyajikan informasi yang laku ia mendorong terciptanya dehumanisasi. Hal ini, sangat berbahaya. Sebab, seperti ditulis Kuntowijoyo sekarang Indonesia sedang mengalami proses dehumanisasi yang

⁴⁴ *Newsworthy* berarti suatu kejadian/peristiwa yang layak untuk diinformasikan/diberitakan. Atau bisa juga disebut berita yang dianggap penting.



menjadikan manusia sebagai bagian dari masyarakat abstrak tanpa wajah kemanusiaan⁴⁵.

2. Pembaca sebagai pangsa pasar

Pembaca menentukan pemasukan penjualan dan mempengaruhi pemasukan iklan. Sebuah perusahaan tidak akan memasang iklan di surat kabar atau majalah yang memiliki pembaca sedikit.

Pemuasan selera pembaca lantas menjadi *credo*. Berita yang dianggap baik adalah berita yang menyenangkan pembaca. Untuk menciptakan jenis berita seperti ini, bagian perusahaan memberikan rekomendasi pada bagian redaksi. Salah satu rekomendasi yang pernah diberikan oleh bagian redaksi sebuah majalah di Jakarta adalah: pembaca kita adalah orang yang sibuk, karena itu mereka ingin membaca yang singkat dan mudah dicerna. Lebih dari itu mereka ingin surat kabar yang *lay out*nya rapi, judul berita yang mencolok serta penempatan rubrik tetap dan langsung kelihatan. Bagian redaksi setuju dengan rekomendasi ini, lalu majalah tersebut berubah menjadi tabloid.

Kendati diatas hanya diungkap satu contoh kasus, ada dugaan sebagian besar surat kabar dan majalah di Indonesia memberlakukan pembacanya sebagai pangsa pasar dan menjadikan berita sebagai komoditas untuk

⁴⁵ Miftahuddin, dkk. 2014. Kuntowijoyo dan Pemikirannya: Dari Sejarahwan sampai Cendekiawan. Universitas Negeri Yogyakarta.

menarik pangsa pasar. Konsep ini menambah tugas redaktur, disamping sebagai *gatekeeper* juga sebagai bagian dari bagian perusahaan. Di Amerika Serikat, redaktur seperti ini merupakan konsekuensi dari konsep *the total news paper*, Dimana pemimpin umum surat kabar mengkoordinasikan bagian redaksi dan perusahaan agar bekerja sama untuk pasar⁴⁶.

Jika pers Indonesia mengadaptasi konsep tersebut sebab, terdapat dugaan anatomi sebagian besar pers Indonesia (baca pers konglomerat) sama dengan anatomi pers Amerika Serikat. Ketidaksamaan terdapat pada struktur pembacanya. Pembaca surat kabar dan majalah di Amerika Serikat lebih terdidik daripada pembaca di Indonesia. Mereka bisa memilih informasi yang penting dan bermanfaat untuk mereka.

3. Konsep Pemasaran sebagai Penentu Kebijakan Redaksional

Kebijakan redaksional menjadi pedoman bagi penyelenggaraan semua redaksional dan cabang dari cita-cita institusional sebuah surat kabar atau majalah dan keinginan pembaca. Setelah ciri industrial mendominasi pers Indonesia, kebijakan redaksional pers Indonesia lebih ditentukan oleh konsep pemasaran, seperti segmentasi pasar, kontribusi iklan dan keinginan

⁴⁶ Reni, Nurani. 2010. Manajemen Redaksi Harian Republika dalam Menghadapi Persaingan Industri Media Cetak. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta.

pembaca. Artinya, yang menjadi pedoman penyelenggaraan semua kegiatan redaksi adalah konsep pemasaran.

Sebelum menjadi institusi ekonomi, pers terlebih dahulu menjadi institusi sosial. Sebagai institusi sosial, pers harus mandiri dalam menjalankan segala fungsinya. Fungsi sosial memberikan kesempatan kepada khalayak untuk mengenal realitas sosial yang ada di sekitar mereka.

4. Kebijakan Manajemen

Semenjak pers Indonesia dikuasai oleh pers konglomerat, peranan pemilik modal sangat dominan dalam pelaksanaan kegiatan penerbitan surat kabar atau majalah.

Kondisi ini muncul sebagai konsekuensi dari kebijakan manajemen, yang menekankan pencarian keuntungan yang sebesar-besarnya. Dalam hal ini redaktur biasanya menyeimbangkan kepentingan bisnis dan jurnalisme. Akibatnya, berita yang dihasilkan kehilangan kedalamannya. Fokus berita menjadi samar-samar dan berita tidak lagi memiliki perspektif.

Dari segi jurnalisme, jelas keadaan ini tidak menguntungkan. Sebaliknya bagi bisnis keadaan ini disamping tidak mendatangkan resiko dan menghemat biaya operasional juga tidak “merepotkan” pembaca.

Kalaupun dari keadaan ini lahir jurnalisme “baru”, yang oleh Dough Underwood disebut *rider straight friendly*

*journalism*⁴⁷, ini bukanlah kemajuan. Ia bisa diartikan sebagai pemasungan orientasi jurnalisme yang sesungguhnya. Manajemen harus senantiasa menghormati kemandirian bagian redaksi bukan sebaliknya mensubordinasikan bagian redaksional ke dalam bagian perusahaan.

D. Sistem Pers

1. Teori Pers Otoriter

Menurut teori ini, pers harus menjadi pelayan negara. Pers harus mempertanggungjawabkan seluruh isi beritanya kepada penguasa. Pers tidak berhak menyiarkan berita sesuai dengan nilai nilai yang dianutnya.

Teori ini muncul pada iklim otoriter, menjelang akhir renaissance⁴⁸, setelah ditemukannya mesin cetak. Pada saat itu, kebenaran dianggap bukanlah hasil kesepakatan massa, melainkan datang dari sekelompok orang bijak. Akibatnya, kebenaran sangat dekat dengan kekuasaan. Semua yang datang dari penguasa harus dianggap benar. Dalam masyarakat model ini, pers difungsikan penguasa dari atas ke bawah Penguasa memperlak pers untuk menyampaikan informasi yang menguntungkan penguasa. Penguasa tidak memberi kesempatan kepada

⁴⁷ Graber, ADoris. op. cit. hlm 83

⁴⁸ Siebert, Fred S, dkk. 1986. Empat Teori Pers. Intermasa: Jakarta.

pers untuk menyampaikan kehendak masyarakat sehingga pers menjadi milik penguasa⁴⁹.

Bagi orang yang ingin menerbitkan pers, dia terlebih dahulu harus mendapatkan izin dari penguasa kemudian mendapat sensor yang sangat ketat oleh penguasa. Bila pers bersangkutan sudah dianggap “berdosa” oleh penguasa maka sanksipun jatuh, yaitu pelarangan terbit. Dengan kata lain, bila satu negara menganut teori media otoriter maka pelarangan terbit adalah sah.

Pemberi izin terbit kepada pers menjadikan kegiatan penerbitan pers menjadi semacam persetujuan antara pemegang kekuasaan dengan penerbit pers. Pemegang kekuasaan memberikan hak monopoli dan pers memberikan dukungan. Kendati begitu pemegang kekuasaan berhak untuk membuat dan mengubah kebijakan tentang pemberian izin bila pada suatu saat kinerja pers tidak sesuai dengan keinginan, maka sewaktu waktu dapat mencabut izin pers. Dengan demikian teori media otoriter menghilangkan fungsi pers sebagai pengawas pemerintah.

Teori pers inilah kemudian yang membentuk sistem pers otoritarian. Sistem ini pernah dipakai oleh beberapa Negara, termasuk diantaranya Korea Utara.

2. Teori Pers Liberal

Teori ini mengatakan bahwa pers bukan instrumen pemerintah, melainkan pengawas pemerintah. Setiap

⁴⁹ Ibid. hlm 87

penerbitan menyajikan bukti–bukti dan argumentasi yang menggambarkan bahwa sebenarnya dalam hal tertentu pemerintah salah. Karena itu pemerintah harus memperbaiki kebijakannya. Pers harus menampung semua pendapat dan informasi yang lebih beragam sehingga teori ini menempatkan pers sebagai mitra dalam mencari kebenaran. Kenyataan ini menjadikan pers bebas dari pengawasan dan pengaruh pemerintah. Sistem ini melahirkan sebuah kekuatan baru yang bersumber pada pers sehingga pers mendominasi pendapat umum.

3. Teori Pers Tanggung Jawab Sosial

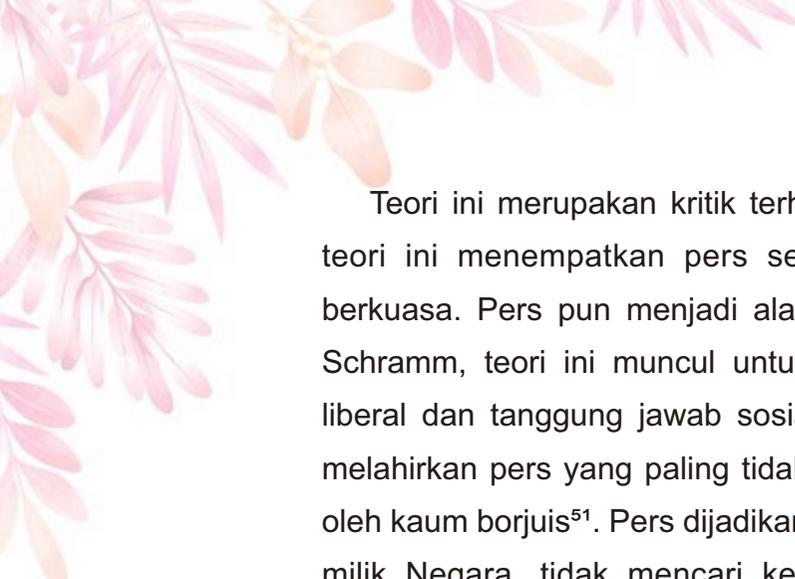
Teori ini lahir sebagai kritik terhadap teori pers liberal. Dalam konsepnya, pers menurut teori ini bertanggung jawab kepada masyarakat. Dalam menjaga moral masyarakat dan menjadikan masyarakat sebagai majikan pers.

Dalam konteks ini, Theodore Peterson menulis: Kekuasaan dan kedudukan orang–orang yang memonopoli media menimbulkan pula pada diri mereka keharusan bertanggung jawab kepada masyarakat, mengharuskan mereka menjamin bahwa masyarakat mendapat cukup informasi untuk mengambil keputusan, dan bila media tidak mau menerima tanggung jawab itu dianggap perlu ada pemaksaan untuk itu oleh lembaga sosial lain⁵⁰.

4. Teori Pers Soviet Komunis

⁵⁰ Ibid. hlm 96





Teori ini merupakan kritik terhadap teori pers otoriter, teori ini menempatkan pers sebagai alat partai yang berkuasa. Pers pun menjadi alat partai. Menurut Wilbur Schramm, teori ini muncul untuk menentang teori pers liberal dan tanggung jawab sosial yang mereka anggap melahirkan pers yang paling tidak bebas karena dikuasai oleh kaum borjuis⁵¹. Pers dijadikan sebagai alat penguasa, milik Negara, tidak mencari keuntungan ekonomi dan menganut kebebasan pers yang negatif. Pers berfungsi sebagai media tuntunan kepada masyarakat tentang bagaimana harus hidup, bersikap dan sebagainya. Akibatnya pers sanggup menangkal segala informasi yang datang dari luar negara tersebut.

5. Teori Media Pembangunan

Teori ini ditawarkan oleh Dennis McQuail, menurutnya teori ini tetap menganut paham bahwa kepemilikan pers tetap berada ditangan swasta. Namun pers bertugas menerima dan melaksanakan tugas pembangunan yang sesuai dengan kebijakan yang diterapkan secara rasional⁵². Selanjutnya teori ini menyebutkan bahwa kebebasan pers dibatasi sesuai dengan prioritas ekonomi dan kebutuhan khalayak. Demi kepentingan dan tujuan pembangunan, Negara berhak mengatur kehidupan pers⁵³. Maka teori ini mengundang pers untuk ikut secara

⁵¹ Ibid. hlm 126

⁵² McQuail, Dennis. 1987. Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar. Erlangga. Jakarta., hlm 116.

⁵³ Ibid., hlm 117.

aktif dalam semua bidang pembangunan dan pers rela menerima campur tangan pemerintah.

Teori ini kemudian diadopsi oleh sistem media pembangunan. Sistem pers ini menjadi pilihan bagi negara yang sedang berkembang termasuk Indonesia. Ketika pemerintahan Indonesia dipimpin oleh Presiden Suharto Indonesia mengamalkan Sistem Media Pembangunan. Semua pers didorong untuk menyiarkan berita–berita positif tentang pembangunan. Ketika muncul pers yang menyiarkan berita negatif tentang pembangunan, pers itu dikebiri fungsinya.

6. Teori Media Demokratik Partisipasi

Teori ini muncul sebagai kritik terhadap teori–teori pers sebelumnya. Mengutip Enzen Berger, Dennis McQuail mengatakan bahwa stimulus utama yang melahirkan teori ini adalah reaksi terhadap komersialisasi dan monopoli media acara pribadi⁵⁴. Titik tolak teori ini terletak pada kebutuhan, kepentingan dan aspirasi penerima dalam masyarakat. Ini berkaitan dengan hak memperoleh informasi, hak untuk menjawab kembali, dan hak menggunakan sarana komunikasi dalam interaksi khalayak.

Dalam konteks ini Dennis McQuail menulis; Teori Media Demokratik Partisipasi menekankan bahwa organisasi dan isi media hendaknya tidak tunduk pada pengendalian politik atau pengendalian pemerintah.

⁵⁴ Ibid., hlm 118.

Warga negara secara individu atau kelompok minoritas memiliki hak untuk memanfaatkan media dan hak untuk dilayani media sesuai dengan kebutuhan mereka. Media yang berskala kecil, interaktif dan partisipatif dianggap lebih baik dari media yang berskala besar dan satu arah. Itulah sebabnya kelompok organisasi dan masyarakat lokal sebaiknya memiliki media sendiri⁵⁵.

Teori inilah yang menjadi dasar sistem media demokrasi partisipan. Sistem ini menegaskan tidak ada pihak yang boleh mendominasi aktivitas tugas dan fungsi pers. Semua pihak berhak untuk mendirikan pers sesuai dengan nilai-nilai yang mereka anut. Mereka tidak perlu mendapat izin dari pemerintah. Sistem ini diterapkan pada kepemimpinan Abdurrahman Wahid hingga sekarang.

7. Pers Bebas dan Bertanggungjawab

Istilah pers bebas dan bertanggungjawab mulai memasyarakat dalam sidang ke 25 Dewan Pers di Solo tahun 1984. Salah satu keputusan Dewan Pers waktu itu menyebut pers Indonesia sebagai Pers Pancasila yang bercirikan pers bebas dan bertanggung jawab⁵⁶.

Keputusan ini dianggap sebagai kesepakatan nasional resmi antara pers, masyarakat dan pemerintah. Seperti disebut Harmoko, pers Indonesia wajib mengimbangi kebebasan yang dimilikinya dengan tanggung jawab⁵⁷.

⁵⁵ Ibid., hlm 120.

⁵⁶ Abd, Azis. 2017. Sistem, Teori, dan Orientasi Pers. kumparan.com.

⁵⁷ Ronggo, A dan Bilal R. 2017. Pers Nasional Dulu dan Kini di Mata Harmoko. Replubika.co.id

Para pengamat dan praktisi pers mengeluh bahwa gambaran konkrit tentang kriteria pers bebas dan bertanggung jawab belum tersedia. Misalnya menyebut “kebebasan pers yang bertanggung jawab banyak bergantung pada siapa yang berkuasa” Ashadi Siregar mensinyalir bahwa sanksi atas perilaku pers yang dianggap tidak bertanggungjawab lebih ditentukan oleh kekuasaan pemerintah⁵⁸. Tidak berlebihan bila Harian Sinar Harapan dalam sebuah tajuknya pernah menulis bahwa pemerintah sengaja menekankan kata-kata tanggungjawab sebagai dalih untuk membatasi atau mengebiri kebebasan pers. Persoalan ini bisa diatasi bila ada kesepakatan antara pers, masyarakat, dan pemerintah tentang kriteria yang konkrit mengenai pers bebas dan bertanggung jawab.

LATIHAN!

1. Berikan contoh praktik pers (dari sisi fungsi)!
2. Berikan contoh peran media cetak dari masing-masing sistem pers!

⁵⁸ Purnomo, Tjahjo, dan Ashadi Siregar. 1983. Membedah Dunia Pelacuran Surabaya, Kasus Kompleks Pelacuran Dolly. Grafiti Pers. Jakarta.

BAB IV

UNDANG–UNDANG KETERBUKAAN INFORMASI PUBLIK (UU KIP)

A. KIP Perspektif Regulasi

Undang–Undang Nomor 14 Tahun 2008, tentang Keterbukaan Informasi Publik (KIP), menjadi titik tolak terhadap aspek legalitas, upaya masyarakat dalam mencari, memilih sumber dan menyalurkan informasi yang faktual dan dapat dipercaya⁵⁹. Melalui UU No. 14 tahun 2008, berbagai masalah transparansi informasi, khususnya yang terikat ataupun dikuasai oleh badan–badan publik, harus menyesuaikan dengan ketentuan yang memberikan hak memperoleh informasi kepada masyarakat sebagai pemohon atau pengguna informasi publik.

Batasan informasi publik dalam UU KIP sudah tertuang pada pasal demi pasal secara komprehensif. Penjelasan terhadap pasal–pasal didalamnya juga dapat dipakai sebagai alat efektif untuk mengawasi lalu lintas informasi birokrasi badan publik di Indonesia. Ketentuan tentang kebebasan informasi dalam UU KIP, sudah sejalan dengan UUD 1945 pasal 28F, disebutkan: Setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya, serta

⁵⁹ Susanto, Eko Harry. 2010. Keterbukaan Informasi Publik dan Pemanfaatannya Dalam Upaya Pencitraan Positif POLRI. Tarumanegara University.

berhak untuk mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia.

Dengan diberlakukannya UU KIP, badan-badan publik, harus memahami substansi yang terdapat didalamnya, agar dapat menyelaraskan dengan upaya pemerintah, dalam menciptakan masyarakat informasi yang demokratis, menerapkan mekanisme akses informasi publik yang efisien, cepat dan terjangkau publik maupun pers. Badan publik diharapkan menjadi lembaga pemerintah yang peduli terhadap transparansi informasi untuk kesejahteraan dan keadilan masyarakat.

Namun demikian, tidak bisa diabaikan bahwa, eksistensi Undang-Undang yang sangat mengunggulkan terciptanya masyarakat informasi itu, tidak mudah dijalankan, mengingat model pengelolaan informasi pada badan publik, khususnya lembaga pemerintah terbiasa dalam hegemoni kerahasiaan, berjenjang dan birokratis. Karena itu, persoalan yang akan terus muncul terkait dengan diberlakukannya keterbukaan informasi adalah kegamangan badan publik dalam menjalankan transparansi

B. Kompleksitas Informasi Publik

Dalam koridor keterbukaan, informasi publik menjadi suatu entitas yang tidak bisa mengalir dengan bebas, tetapi memiliki batasan-batasan. Pada satu sisi memberikan aspek positif dalam mendukung keterbukaan informasi, tetapi disisi

lain, justru berpotensi untuk mendukung ketertutupan dengan dalih informasi yang dikecualikan. Kendati demikian, bukan berarti badan publik dapat seenaknya sendiri menutup informasi dengan dalih rahasia, sebab ada batasan yang jelas dan pertimbangan yang matang terhadap informasi yang dikecualikan. Dalam mengantisipasi berlakunya UU KIP, paling tidak segenap entitas badan publik yang berhubungan bertanggungjawab terhadap pengelolaan informasi, harus memahami informasi yang berbagai informasi yang wajib disediakan dan diumumkan kepada publik untuk mendukung terciptanya masyarakat informasi yang sejahtera.

1. Informasi yang Wajib Diumumkan secara berkala

Instansi Pemerintah sebagai badan publik, wajib menyediakan informasi dibawah kewenangannya, yang mengandung kebenaran dan mudah dijangkau oleh masyarakat. Informasi Publik yang harus diumumkan secara berkala meliputi; informasi yang berkaitan dengan badan publik, kinerja, laporan keuangan dan informasi lain yang diatur oleh peraturan perundangan. Kewajiban memberikan dan menyampaikan informasi publik, paling singkat 6 (enam) bulan sekali. Disampaikan dengan cara yang mudah dipahami masyarakat ataupun pengguna informasi.

2. Informasi yang Wajib Diumumkan Serta Merta

Mencakup informasi yang dapat mengancam hajat hidup orang banyak dan ketertiban umum. Ketentuan ini,

jika tidak ada penjelasan secara teknis dari peraturan dibawahnya, akan berpotensi sebagai pasal yang dipakai untuk melindungi badan publik, yang tidak mau membuka informasi tertentu yang ditafsirkan secara subyektif untuk kepentingannya. Informasi yang bersifat serta merta adalah informasi yang spontan pada saat itu juga.

Informasi ini tidak boleh ditahan dan direkayasa untuk kepentingan pencitraan badan publik, mengingat sifatnya yang mendesak dan penting untuk segera diketahui oleh masyarakat atau pengguna informasi. Contoh informasi ini adalah adanya informasi bencana alam, atau keadaan perkembangan dari pengamatan gunung berapi yang mempunyai 4 tingkatan, yaitu; normal, waspada, siaga dan awas. Informasi ini harus segera diumumkan kepada publik oleh Badan Meteorologi Klimatologi dan Geofisika karena kondisi darurat dan terkait hajat hidup orang banyak.

Termasuk informasi gempa apakah berpotensi tsunami atau tidak, menjadi kewenangan BMKG sekaligus menjadi kewajibannya untuk mengumumkan kepada publik terkait tingkatannya. Informasi seputar Tsunami; waspada, siaga dan awas juga merupakan informasi yang wajib diumumkan serta merta. Jika tidak serta merta diumumkan, maka akan mengakibatkan kecemasan dan ketakutan publik serta ketidaksiapan publik menghadapi bencana yang mungkin terjadi. Salah satu bencana akibat terlambatnya informasi adalah terjadinya Tsunami di



Lombok, Palu dan Banten tahun 2018. Jarak peristiwa tersebut berdekatan dan mengakibatkan banyak korban jiwa.

3. Informasi yang Wajib Tersedia Setiap Saat

Badan publik wajib menyediakan delapan macam informasi publik, yang meliputi; (1) Daftar informasi publik dibawah pengelolaannya, (2) Hasil keputusan dan pertimbangan badan publik, (3) Kebijakan berikut dokumen pendukung, (4) Rencana kerja proyek, (5) Perjanjian badan publik dengan pihak ketiga, (6) Kebijakan badan publik, (7) Prosedur kerja pegawai, (8) Laporan pelayanan akses informasi. Informasi yang telah dinyatakan terbuka bagi masyarakat, yang sebelumnya menjadi sengketa, dapat diakses oleh pengguna informasi publik, dengan ketentuan teknis dari Komisi Informasi.

4. Informasi yang Dikecualikan

Setiap badan publik wajib membuka akses bagi setiap pemohon informasi publik, kecuali delapan informasi publik yang menyangkut:

- a. Informasi publik, jika dibuka akan menghambat proses penegakan hukum.
- b. Mengganggu kepentingan perlindungan hak atas kekayaan intelektual dan perlindungan dari persaingan usaha yang tidak sehat.
- c. Membahayakan pertahanan dan keamanan Negara.
- d. Mengungkapkan kekayaan alam Indonesia.
- e. Merugikan ketahanan ekonomi nasional.

- f. Merugikan hubungan kepentingan luar negeri.
- g. Mengungkapkan isi akta otentik yang bersifat pribadi
- h. Mengungkap rahasia pribadi

Materi perkecualian informasi publik yang terdapat dalam UU KIP digunakan sebagai pedoman untuk memilah–milih informasi yang bersifat terbuka atau yang tertutup untuk diakses publik. Dalam paradigma komunikasi, pasal perkecualian informasi publik, tidak diposisikan sebagai upaya mengulur–ulur waktu, karena merekayasa informasi sebelum disampaikan kepada khalayak. Dengan kata lain, informasi badan publik yang muncul ke permukaan atau yang disampaikan kepada publik tidak natural lagi, karena sudah direkayasa.

Sebenarnya informasi dalam telaah ilmiah komunikasi dapat berjalan linier secara terus menerus menembus berbagai macam lapisan khalayak tanpa menghiraukan implikasinya⁶⁰. Informasi juga berjalan secara interaktif, yang mampu dengan cepat menghasilkan umpan balik untuk membentuk persepsi yang sama terhadap masalah yang didiskusikan, mengurangi (mereduksi) ketidakpastian terhadap suatu persoalan masyarakat yang menyangkut badan publik.

60 Susanto, Eko Harry. 2010. Media Relations dan Transparansi Informasi (Tinjauan Terhadap Kesiapan Badan Publik Dalam Pemberlakuan UU Keterbukaan Informasi Publik). Konferensi Nasional Komunikasi, Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana Jakarta.



Dengan berpijak pada hak hidup informasi tersebut, maka pasal-pasal pengecualian, jika tidak didukung oleh peraturan teknis dibawahnya, berpotensi membelenggu kebebasan informasi. Khususnya dalam model komunikasi interaktif yang banyak dilakukan di masyarakat, lembaga-lembaga swadaya masyarakat dan pers, ketika melakukan pengawasan terhadap pelayanan informasi publik.

Jika mengelola informasi dengan prinsip pengorganisasian pesan yang baik untuk memberikan kejelasan kepada pengguna informasi, tidak menjadi persoalan besar. Ini sejalan dengan pendapat Pearce dan Cronen, yang menyatakan, “komunikasi harus ditata ulang dan disesuaikan kembali terhadap konteks, demi perilaku manusia”⁶¹.

Dalam koridor kebebasan komunikasi yang saat ini dinikmati oleh masyarakat, pengecualian informasi sebagai rahasia negara, secara substansial juga berpengaruh terhadap kualitas hubungan antara masyarakat dengan pemerintah, yang sesungguhnya sudah berjalan cukup baik pada pasca reformasi politik, dikhawatirkan kembali memburuk, karena diwarnai oleh perbedaan kepentingan dalam menyuarakan informasi yang faktual.

⁶¹ West, Richard dan Lynn H Turner. 2008. Pengantar Ilmu Komunikasi. Salemba Humanika. Jakarta.

Menurut Toriq Hadad “ada kecenderungan negara sedang berkembang pelit terhadap informasi pada warga negaranya”⁶². Esensinya, pemerintah berupaya menciptakan jarak kekuasaan, dengan menutup diri dan membatasi akses transparansi informasi yang dituntut masyarakat.

Padahal Melvin Urofsky, mengemukakan, pemerintah seharusnya sebisa mungkin, bersikap terbuka, yang artinya gagasan dan keputusannya harus terbuka bagi pengujian publik secara seksama⁶³. Tidak semua langkah pemerintah harus dipublikasikan, namun masyarakat punya hak untuk mengetahui bagaimana jalannya pemerintah yang dibiayai oleh uang negara. Tidak ada pemerintahan demokratis yang bisa bekerja dalam kerahasiaan total. Merujuk kepada pendapat tersebut, pada hakikatnya keterbukaan informasi dari badan–badan publik sub–ordinat pemerintah merupakan faktor pendukung tercapainya masyarakat informasi yang didukung oleh pemerintahan yang peduli pada peningkatan pelayanan kepada publik.

C. Transparansi dan Citra Institusional

1. Citra Positif dan Hak Masyarakat

⁶² Susanto, Eko Harry. 2009. Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik dan Penyelenggaraan Pemerintahan. Universitas Tarumanegara.

⁶³ Komisi Informasi Pusat Republik Indonesia. 2009. Anotasi Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik. Yayasan Tifa. Jakarta.

Keterbukaan Informasi Publik, mendorong badan–badan publik untuk memposisikan informasi sebagai sumber daya organisasi, yang mampu meningkatkan produktivitas kerja. Secara substantif, UU KIP memposisikan badan publik harus mampu menjalankan tugas dan tanggungjawabnya secara terbuka, dan semua kegiatan tersebut bisa diakses oleh masyarakat sebagai pengguna informasi publik. Namun transparansi tidak mudah dijalankan oleh lembaga pemerintah, selain karena selama ini institusi pemerintah memperoleh beragam perlindungan, untuk tidak membuka informasi kepada masyarakat, juga karakteristik birokrasi yang berjenjang, menjadikan informasi tidak mudah untuk disampaikan kepada masyarakat luas.

Dalam koridor keterbukaan yang sejalan dengan UU KIP, sepiantas keterbukaan akan membuka berbagai kekurangan, ketidakberhasilan dan hal negatif lain kepada publik, tetapi sesungguhnya UU KIP mampu memberikan jalan terbaik, agar institusi publik bertindak sesuai dengan tugas pokok dan fungsi yang telah ditetapkan. Sebab, badan publik tidak lepas dari kontrol masyarakat, yang menggunakan hak untuk memperoleh, menggunakan dan menyebarkan informasi sesuai dengan peraturan yang berlaku. Hak masyarakat untuk mengetahui seluk beluk dan kinerja badan publik, merupakan upaya untuk mengoptimalkan pengawasan masyarakat terhadap jalannya pemerintahan.

Tantangan transparansi informasi berpotensi menjadikan lembaga pemerintah terjerat dalam citra negatif. Tetapi, jika keterbukaan sudah dilaksanakan secara melembaga, maka keterbukaan, yang didalamnya terikat pula masalah kebebasan informasi, bukan sesuatu yang merugikan citra kelembagaan badan publik. Implikasi lebih jauh, ketika institusi pemerintah menjalankan tugas secara konsisten, maka masyarakatpun akan memberikan citra positif terhadap kinerja badan publik.

Secara umum, citra menurut Frank Jenkin adalah kesan seseorang atau individu, tentang sesuatu yang muncul, sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya⁶⁴. Sedangkan Jalaluddin Rakhmat menegaskan bahwa, citra adalah penggambaran tentang realitas, dan tidak harus sesuai dengan realitas, citra adalah dunia menurut persepsi⁶⁵. Pada konteks ini, citra bisa subyektif tergantung orang yang mempersepsikan. Tetapi, secara universal, memposisikan citra memang lebih banyak tergantung dari entitas di luar organisasi.

Dengan pemahaman tentang citra dan UU KIP, pada hakikatnya, ketika secara kelembagaan badan publik bersikap terbuka, dan mampu mengeksplorasi kinerja

⁶⁴ PKS BIT LIPI. 2016. Public Relations dan Citra Positif Organisasi. Unit Pelaksana Teknis Balai Informasi Teknologi. Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia.

⁶⁵ Ardianto, Elvinaro dan Soleh Soemirat. 2010. Dasar-Dasar Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif. Simbiosis Rekatama Media. Bandung.

yang produktif, maka pandangan masyarakat terhadap badan publik pun akan positif. Sebaliknya jika berupaya menutup diri terhadap akses informasi publik, atau dalam memberikan pelayanan informasi membedakan para pengguna informasi, maka citra institusi yang reformis bisa saja semakin menjauh. Dengan kata lain, informasi benar-benar sebagai sumber daya organisasi, jika dikelola dengan baik dan berisi nilai positif bisa dipakai untuk meningkatkan kinerja organisasi⁶⁶.

Dalam pandangan Rhenald Kasali, faktor yang mempengaruhi citra adalah (1) Faktor personal dari seseorang yang meliputi biologis, keanggotaan dalam suatu kelompok, peranan dalam kelompok tersebut, dan situasi yang mempengaruhi individu. (2) Faktor Lingkungan terdiri dari pengalaman, keluarga, budaya, agama, ras, status kelompok. Badan publik yang berupaya untuk memperoleh citra positif dalam hubungannya dengan transparansi informasi, tentunya harus menjalankan amanat UU KIP secara konsisten.

Dengan kondisi semacam itu, maka tidak ada kekhawatiran badan publik untuk membuka akses informasi kepada masyarakat. Jika terjadi hubungan yang interaktif dan integratif antara masyarakat sebagai pengguna informasi dan badan publik yang memiliki informasi dibawah kewenangannya, akan berdampak

⁶⁶ Syahputra, Fajar A. 2018. Dampak Sistem Manajemen Kinerja Terhadap Kinerja Karyawan. Universitas Komputer Indonesia. Bandung.

kepada meningkatnya citra organisasi yang diharapkan, dan bukan sekadar citra bayangan (*mirror image*) sebagai klaim sepihak dari badan publik.

2. Menyiapkan Pengelola Informasi.

Menurut UU KIP, badan publik wajib menyediakan, memberikan dan/atau menerbitkan informasi publik yang berada dibawah kewenangannya kepada pemohon informasi publik, selain informasi yang dikecualikan. Mengantisipasi hal itu, diperlukan kesiapan institusi pemerintah sebagaimana Badan Publik. Kesiapan yang memadai, menjadikan Badan Publik bisa menyikapi transparansi bukan sebagai hambatan, tetapi sebagai upaya untuk meningkatkan citra positif secara internal maupun citra pemerintah pada umumnya.

Kendati demikian, berpijak kepada prinsip efisiensi, mempersiapkan entitas pengelola informasi, bukan berarti harus membentuk unit baru, tetapi menyelaraskan unit yang ada, bisa saja Divisi Relasi Publik atau Humas, diperluas tugasnya sebagai unit yang selama ini mengendalikan informasi secara berjenjang, diberi kewenangan untuk mengelola informasi publik.

Secara esensial, badan publik selayaknya melakukan tindakan, antara lain: Membentuk unit kerja yang didukung oleh sumber daya manusia berkualitas, yang didukung oleh tersedianya fasilitas teknologi komunikasi-informasi yang memadai. Unit kerja ini, bertanggung jawab dalam pengelolaan informasi publik. Tugas yang

harus dilaksanakan adalah, menyediakan informasi yang akurat, membangun sistem informasi dan dokumentasi dalam mengelola informasi publik, membuat pertimbangan–pertimbangan dalam pemenuhan informasi kepada publik, serta memanfaatkan teknologi komunikasi untuk efisiensi dan kecepatan informasi.

Perwujudan dari azas keterbukaan informasi publik, adalah memberikan hak masyarakat untuk memperoleh informasi yang benar, dan berguna untuk mengetahui kinerja badan publik yang sebagian atau seluruh dananya berasal dari pemerintah maupun masyarakat. Transparansi informasi penting untuk meningkatkan citra lembaga, karena esensi dari keterbukaan adalah kejujuran dan konsistensi dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab.

LATIHAN!

Uraikan dan analisa kasus nyata dari praktik UU Keterbukaan Publik (KIP) dan pelanggarannya!

BAB V

UNDANG-UNDANG PERFILMAN

A. Industri Film; Antara Komersial dan Budaya

Kehadiran media massa termasuk film di tengah masyarakat bisa dilihat dari perspektif ekonomi, politik dan budaya sebagaimana yang dikatakan oleh Dennis McQuail⁶⁷. Dilihat dari perspektif ekonomi media masa secara mantap memberikan kontribusi yang signifikan sebagaimana yang bisa dilihat dari pertumbuhan industri media, keberagaman industri media dan kekuatan industri media dalam pasar. Sementara dilihat dari perspektif politik media massa secara bertahap menunjukkan dirinya sebagai elemen penting dalam proses demokratisasi politik dengan menyediakan wahana perdebatan politik serta distribusi informasi mengenai aktivitas politik. Sedangkan dilihat dari perspektif budaya, media massa menjadi sumber utama untuk menyajikan gambaran tentang realitas sosial dan identitas bersama serta menyajikan lingkungan budaya bersama.

Media sebagai sebuah industri budaya terdapat pada pemikiran Theodore Ardono dan Max Hokheimer yang menggugat media yang tidak berfungsi kritis dalam kehidupan sehari-hari tapi malah memainkan peran yang sangat signifikan untuk menghancurkan semua nilai seni,

⁶⁷ McQuali, Dennis. Op.Cit. hlm 270.

bahkan media juga telah membantu mentransformasikan harapan-harapan pencerahan menjadi prospek barbarianism⁶⁸. Istilah industri budaya sendiri mulai dimunculkan oleh Adorno dan Hokheimer dalam buku mereka, *Dialectic of Enlightenment* yang diterbitkan di Amsterdam pada tahun 1947 dengan asumsi utama yang bahwa industri budaya mempunyai dimensi oposan dan kritis (*dimensi transcendental*) dari seni yang seringkali dihancurkan. Industri budaya ini mengambil sesuatu seperti buku, lukisan dan musik kemudian merubahnya menjadi film, poster atau rekaman, hanya untuk kepentingan uang atau menghibur audiens dengan melupakan persoalan sehari-harinya dengan menjadikannya bagian integral kehidupan sehari-hari. Dalam konteks ini, media dan nilai budaya dianggap acapkali tidak berada dalam posisi yang seimbang.

Secara spesifik, Adorno dan Hokheimer pada tahun 1972 seperti dikutip Tester (1994) menyamakan film dengan radio melalui pernyataan mereka bahwa “*movies and radio no longer pretend to be art. The truth that they are just business is made into an ideology in order to justify the rubbish they deliberately produced*”.

Satu hal yang menarik dari pandangan Adorno dan Hokheimer adalah cara pandang mereka terhadap industri budaya yang dilihat sebagai sebuah bentuk tunggal dan

⁶⁸ Tester, Keith. 2009. *Immor(t)alitas Media*. Penerbit Juxtapose. Yogyakarta. Hlm. 38

bukan bentuk jamak. Menurut mereka, semua cabang media cenderung bekerja menurut sistem yang seragam dan monolitik. Tidak ada perbedaaan signifikan antara apa yang dilakukan film terhadap sastra dengan apa yang dilakukan fotografi dengan lukisan. Bahkan film, radio dan majalah menjadikan sistem yang seragam sebagai sebuah kesatuan dari beragam tempat. Lebih lanjut dikatakan oleh mereka bahwa semua budaya massa terlihat identik dalam sistem yang bersifat monopoli sehingga konsekuensi dari bekerjanya industri budaya yang monolitik dan monopolistik adalah terciptanya standarisasi dan produksi massa.

Mereka menegaskan bahwa kehidupan nyata tidak bisa lagi dibedakan dari film. Bahkan suara dari film dianggap tidak lagi menyisakan tempat bagi audiens untuk berimajinasi dan berefleksi. Film menahan dan membatasi kemampuan imajinasi yang bisa dimanipulasi oleh seni. Dalam konteks ini, Adorno dan Horkheimer melihat bahwa apapun yang disentuh oleh film akan berhenti menjadi seni. Meskipun begitu diakui oleh mereka bahwa sebagai industri budaya film mempunyai kemampuan untuk memproduksi suara yang beragam serta berbagai ekspresi yang sulit dibayangkan. Film juga berharga dalam kaitannya dengan keharusan sehari-hari karena film menahan spekulasi apapun tentang nilai mereka sebagai seni atau budaya.

Film diakui oleh Adorno dan Horkheimer sebagai media yang secara ekstrim menghibur walaupun mereka bersikeras walaupun film menghibur hanyalah karena audiens telah

mengalami proses dehumanisasi dimana mereka bisa tertipu oleh sampah. Kemampuan menahan kekuatan imajinasi dan spontanitas konsumen media massa seharusnya tidak dilacak pada berbagai mekanisme psikologis mereka melainkan harus dikaitkan dengan karakter objektif produk itu sendiri.

Dalam bahasa yang lebih sederhana, industri budaya bisa didefinisikan sebagai industri yang “dalam semua cabangnya, produk yang disesuaikan bagi konsumsi massa dan sangat menentukan sifat konsumsi tersebut serta diciptakan menurut sebuah perencanaan”. Dengan kata lain, industri budaya menjadikan budaya sebagai mana ia saat ini dari atas dan sesuai dengan definisi yang diciptakannya serta apa yang dibutuhkan audiens (yang didefinisikan ulang sebagai konsumen massa). Konsekuensi negatif yang timbul adalah adanya keseriusan seni yang bernilai tinggi (*high art*) bisa hancur gara-gara spekulasi tentang efektivitasnya; keseriusan seni yang lebih rendah menjadi biasa bersamaan dengan tekanan yang ada karena kontrol sosial yang tidak bersifat total padahal seni bernilai tinggi adalah seni dengan nilai yang mengatasi realitas sehari-hari serta bisa memberi inspirasi bagi imajinasi kontemplatif dan spekulatif dari berbagai dunia dan beragam tentang konsepsi hidup berbahagia.

Berbeda dengan Tester yang sebagian besar “meminjam” pemikiran Adorno dan Horkheimer yang melihat media massa sebagai industri kultural dari segi budaya dan moralitas.

McQuail melihat industri kultural ini dari perspektif ekonomi dimana industri kultural dianggap sebagai bisnis dan industri yang berhubungan dengan produksi pertunjukan dan distribusi dalam bidang seni, pendidikan dan ilmu pengetahuan. Dalam konteks ini seniman dan pekerja budaya juga dapat melakukan klaim terhadap budaya artistik yang menjadi representasi dalam output media⁶⁹.

B. Kebebasan Berkreasi dan Tanggung Jawab

Eksistensi film sebagai karya seni budaya, lembaga sosial, dan media komunikasi massa yang dibuat berdasarkan kaidah sinematografi menempatkan film dalam sistem perfilman film Indonesia melalui UU perfilman 1992 berdasarkan Pancasila dan UUD 1945. Pembuatan film didasarkan atas kebebasan berkarya yang bertanggung jawab. Insan perfilman bebas berkreasi, berkarya dan bertanggung jawab dalam pembuatan film yang dilakukan dalam rangka dan mengembangkan budaya bangsa untuk mewujudkan tujuan pembangunan nasional. Selain itu kebebasan berkreasi dilaksanakan dengan memperhatikan kode etik dan nilai-nilai keagamaan yang berlaku. Kode etik itu dibuat dan diterapkan oleh masyarakat perfilman.

Bergesernya film dari rumpun politik ke rumpun kebudayaan didorong juga oleh pembubaran departemen penerangan oleh presiden Abdurrahman Wahid tahun 1999, sebagai buah dari reformasi. Departemen penerangan

⁶⁹ McQuail, Dennis., Op.Cit., hlm 278.

merupakan instansi pemerintah yang bertanggung jawab terhadap pembinaan perfilman dalam masa orde baru dan masa sebelumnya.

Sistem perfilman Indonesia yang berlaku mulai tahun 2009 itu melahirkan sistem perfilman Indonesia mengembangkan paradigma baru terutama yang menyangkut kebebasan berekspresi dalam kerangka hubungan perfilman dengan pemerintah dan masyarakat. Sistem perfilman di Indonesia yang berparadigma baru itu mencakup kegiatan perfilman yang bersifat non komersial dan perfilman yang bersifat komersial. Kedua hal itu harus dilaksanakan berdasarkan kebebasan berkreasi, berinovasi dan berkarya dengan menjunjung tinggi nilai-nilai agama, etika, moral, kesusilaan, dan budaya bangsa. Hal itu berarti bahwa kegiatan dan usaha perfilman dilakukan dengan bebas dan bertanggung jawab.

Berdasarkan hal tersebut, jelaslah bahwa perfilman Indonesia menghargai prinsip kebebasan berekspresi (*freedom of expression*) yang mencakup juga kebebasan film (*freedom of movies*). Namun, kebebasan dalam sistem perfilman Indonesia harus diimbangi dengan tanggung jawab sosial terutama yang berkaitan dengan agama, kebudayaan, etika, moral dan kesusilaan yang tidak banyak mengandung nuansa politik.

Sebagai media komunikasi masa film memiliki dampak, efek dan pengaruh yang besar kepada khalayak. bagaimanapun sederhananya pesan yang dibawakan oleh

film senantiasa mengandung *publizistische ausage* yang berisikan kesadaran dan pengaruh kepada khalayak. Film membawa pesan (*message*) yang berisi gagasan vital kepada khalayak dengan daya pengaruh yang besar, karena film menjangkau khalayak dalam semua lapisan, baik yang berpendidikan (*edukasi*), selain fungsi hiburan, informasi, dan pendorong karya kreatif agar bermanfaat bagi masyarakat.

Hal tersebut menunjukkan adanya persentuhan film dengan berbagai bidang seperti bidang kultural, sosial, politik, dan hukum. Film juga bersentuhan dengan bidang ekonomi, karena film yang dipertunjukkan kepada khalayak dapat juga memiliki fungsi ekonomi dan komersial yang dapat mendatangkan keuntungan (laba) sehingga film dapat juga memajukan kesejahteraan masyarakat dalam berbagai dimensinya. Dengan demikian film menyentuh berbagai segi kehidupan manusia, sehingga film bersifat multidimensi, dan harus dikaji dalam lintas disiplin (transdisiplin) dan multidisipliner.

Selanjutnya perfilman Indonesia yang berlaku saat ini berasaskan: (a) Ketuhanan yang maha esa; (b) Kemanusiaan; (c) Bhineka tunggal ika; (d) Keadilan; (e) Manfaat; (f) Kepastian hukum; (g) Kebersamaan; (h) Kemitraan; dan (i) Kebajikan. Dengan asa itu perfilman Indonesia diharapkan mencapai tujuan dalam masyarakat antara lain: (a) Terbinanya akhlak mulia; (b) Terwujudnya kehidupan bangsa; (c) Terpeliharanya persatuan dan kesatuan bangsa; (d) Meningkatnya harkat dan budaya

bangsa; serta (e) Berkembang dan lestarnya budaya bangsa. Perfilman juga diharapkan memperkenalkan budaya bangsa di dunia internasional.

Selanjutnya film yang menjadi unsur pokok kegiatan perfilman dan usaha perfilman itu dilarang mengandung isi yang: (a) Mendorong khalayak umum melakukan kekerasan dan perjudian serta penyalahgunaan narkoba, psikotropika dan zat adiktif lainnya; (b) Menonjolkan pornografi, (c) Memprovokasi pertentangan antar kelompok, antar suku, antar ras, antar golongan, (d) Menistakan, melecehkan dan/atau menodai nilai-nilai agama, (e) Mendorong khalayak umum melakukan tindakan melawan hukum dan/atau, (f) Meremehkan harkat dan martabat manusia.

Berdasarkan hal tersebut perfilman mempunyai fungsi budaya, pendidikan, hiburan, informasi, pendorong karya kreatif dan ekonomi. Fungsi ekonomi dalam perfilman itu dengan sendirinya menjadikan film sebagai industri yang dapat mendorong perkembangan industri kreatif dalam kerangka industri perfilman nasional. Perfilman juga mencakup fungsi ekonomi yang kompleks antara lain tidak boleh bersifat monopoli.

C. Lembaga Sensor Film

Dalam upaya mencegah terjadinya pengerusakan etika dan moral masyarakat, teater atau sandiwara itu harus mempunyai izin main dan semua drama atau sandiwara harus disensor, sebagaimana yang berlaku sepanjang

beberapa generasi. Pandangan itu diwujudkan dengan membentuk Badan Sensor Film (1915) dengan persetujuan mahkamah agung di Amerika Serikat.

Namun dengan tampilnya film berita yang berbeda dengan karakter sandiwara, timbullah upaya agar film berita itu bebas dari izin dan sensor, karena film berita itu tidak termasuk sebagai karya seni budaya, tetapi digolongkan sebagai karya jurnalistik sebagaimana yang terjadi dalam sistem pers.

Berdasarkan hal tersebut film yang harus memiliki surat lulus sensor dari Lembaga Sensor Film adalah film cerita (fiksi) dan film non cerita yang mengandung unsur naratif (tema/cerita) dan unsur sinematik (teknis, sinematografi). Film berita yang merupakan fakta dan bersifat aktual, baik siaran langsung maupun siaran tunda, yang disiarkan oleh lembaga penyiaran televisi dan media sosial (internet) tidak termasuk sebagai film yang harus disensor karena merupakan kegiatan dan karya jurnalistik yang dicakup dalam sistem pers Indonesia yang berlaku sejak 1999 dan sistem penyiaran Indonesia yang berlaku sejak tahun 2002.

Dalam sistem perfitman indonesia yang berlaku mulai tahun 2009 itu anggota LSF (lembaga sensor film) hanya 17 orang (12 orang unsur masyarakat dan 5 orang unsur pemerintah) dan diangkat oleh presiden setelah berkonsultasi dengan DPR untuk masa jabatan 4 tahun. LSF yang bersifat tetap dan independen itu melakukan penyensoran berdasarkan pedoman dan kriteria sensor film serta dengan

prinsip dialog dengan pemilik film dan iklan film yang disensor. Prinsip dialog itu dilakukan dengan mengundang pemilik film dan iklan film untuk memberi dan menerima penjelasan yang terkait dengan isi film dan iklan film yang disensor itu.

Film dan iklan film yang mengandung tema, gambar, suara dan teks terjemahan yang tidak sesuai dengan pedoman dan kriteria sensor dikembalikan kepada pemilik film dan iklan film untuk diperbaiki. Pemilik film dan iklan film yang dimaksud itu adalah pelaku kegiatan perfilman, pelaku usaha perfilman, perwakilan diplomatik atau badan internasional yang diakui oleh pemerintah.

Dalam menjelaskan tugasnya, LSF yang bertanggung jawab kepada presiden melalui menteri dan berkedudukan di ibukota Negara RI, dibantu oleh sebuah sekretariat dan sejumlah tenaga sensor yang memiliki kompetensi di bidang penyensoran. LSF dapat juga membnetuk perwakilan di ibukota provinsi, dibiayai oleh APBN dan dapat didukung oleh APBD.

LATIHAN!

Uraikan dan analisis kondisi perfilman di Indonesia saat ini!

BAB VI

UNDANG-UNDANG PENYIARAN

A. Ruang Lingkup Sistem Penyiaran

Broadcasting dalam bahasa Inggris diartikan pengiriman program oleh media radio dan televisi (*the sending out programmes by radio or television*).

Broadcasting berasal dari kata kerja *to broadcast* yang diartikan sebagai alat berbicara atau menampakkan diri di radio atau televisi (*to speak or appear on radio or television*). Di samping itu, *broadcaster* merupakan sebutan profesional untuk orang yang bertugas mengirim program di radio dan televisi. Dalam kamus lain, *broadcasting* diartikan sebagai siaran radio dan televisi atau media penyiaran. Dengan demikian, menyebut media penyiaran maka yang dimaksud adalah televisi dan radio, yaitu dua media komunikasi yang menggunakan spektrum frekuensi untuk menyampaikan program dalam bentuk gabungan suara atau suara saja.

Penggunaan istilah penyiaran secara makro mengacu pada media elektronik radio dan televisi. Dalam makna denotatifnya, istilah penyiaran dirumuskan sebagai: *radio or television presentation*. Richer Weiner menyatakan bahwa penyiaran atau broadcasting adalah *a single radio or a TV program, the transmission or duration of a program any message that is transmitted over a large area*. Di samping itu, rumusan konvensi ITU mengenai broadcasting service adalah *a radio communication service which the transmission*

*are intended for direct reception by the general public. This service may include sound transmissions, television transmission or other types of transmissions*⁷⁰. Secara filosofis radio dan televisi adalah mata dan telinga masyarakat. Menurut peneliti media dari Murdoch University, Khrisna Sen, media penyiaran televisi adalah kehidupan pribadi dari sebuah Negara bangsa. Hal ini menyangkut kepentingan pribadi dalam ruang publik sehingga dibanyak Negara media penyiaran diatur oleh badan khusus yang dibentuk oleh Negara.

Istilah sistem telah digunakan David Easton dalam bukunya *A System Analysis of Political Life* (1965) untuk menjelaskan keseluruhan dari interaksi yang mengakibatkan terjadinya pembagian nilai-nilai dalam masyarakat. Sistem seringkali digandengkan dengan prosedur, dimana memiliki pengertian bahwa penyelenggaraan yang teratur atas kegiatan yang saling terkait. Oleh karena itu, prosedur merupakan serangkaian langkah yang harus ditempuh dalam memulai, melaksanakan, mengendalikan, dan menyelesaikan berbagai kegiatan yang dilakukan berulang ulang. Dengan demikian, sistem merupakan penyelenggaraan yang teratur sehingga prosedur memiliki serangkaian langkah langkah dan klasifikasi sebaagi cara untuk mencapai tujuan. Untuk itu, sistem berlawanan dengan klasifikasi sebagai cara untuk mencapai tujuan, dan berlawanan dengan klasifikasi yang diartikan sebagai cara penilaian unsur-unsur misalnya

⁷⁰ Weiner, Op.Cit., hlm 284.

benda, ide, dan kalimat ke dalam kelompok yang memiliki karakteristik sama.

Ciri ciri sistem adalah kesatuan holistik dari elemen elemen yang memiliki hubungan tertentu. Masing masing memiliki peluang untuk mempengaruhi dan dipengaruhi. Interaksi antara elemen satu dan elemen lain dalam sistem mengakibatkan perubahan pada masing masing karakter.

Dari dua unsur kata “penyiaran dan sistem” dapat disimpulkan bahwa sistem penyiaran adalah rangkaian penyelenggaraan penyiaran yang teratur dan menggambarkan interaksi berbagai elemen di dalamnya, seperti atas nilai institusi individu, *broadcaster*, dan program siaran. Sistem penyiaran melingkupi pula prosedur dan klasifikasi yang tersimpul dalam aturan main, seperti undang undang ruang lingkup lahirnya wacana, sistem penyiaran berita yang semakin luas dan kompleks karena adanya pendanaan dan supervisi publik atas media siaran radio dan televisi.

Dalam mengkaji sistem penyiaran dikenal dua teori penting yang digagas oleh Joseph R. Dominick. **Pertama**, *the scarcity theory*, atau teori keterbatasan yang mencatat bahwa gelombang elektromagnetik bersifat terbatas. Keterbatasan ini hanya mampu dipakai oleh stasiun penyairan secara terbatas sehingga hanya segelintir orang yang bisa menggunakannya.

Dari ribuan pelamar, misalnya, Negara harus menyeleksi dan memilih pengguna frekuensi yang dianggap paling

potensial dan mampu mengolahnya secara profesional. **Kedua**, *the pervasive presence theory* yang mengasumsikan bahwa media penyiaran sangat dominan pengaruhnya kepada masyarakat melalui pesan yang begitu ofensif dan masuk pada wilayah pribadi sehingga perlu diatur agar semua kepentingan masyarakat bisa terwadahi dan terlindungi.

Teori ini mengharuskan peran Negara melalui proses yang demokratis dalam membuat regulasi yang mengatur visi media penyiaran. Berdasarkan dua teori ini sistem kepemilikan dan pengolahan media penyiaran diberbagai Negara, umumnya tidak terpusat pada satu pihak dalam masyarakat. Menurut Dominick, ada tiga model kepemilikan media penyiaran sebagai berikut:

Tabel 6.1 Tiga Model Kepemilikan Media Penyiaran

Pemilik media	Government agency (penguasa)	Government corporation (publik)	Private (swasta)
Tujuan	Mobilization (mobilisasi sosial-politik)	Education/cultural enlightenment (pendidikan, budaya dan penyadaran)	Profit (mencari untung)
Regulasi	Strong (ketat)	Moderate (sedang)	Weak (lemah)
Pendanaan	Government (dana pemerintah)	Licence fee/tax government Advertising (pajak, iuran dan dana pemerintah)	Advertising (periklanan)
Program	Ideological/Cultural (Ideologisasi)	Cultural/Educational/entertainment (budaya, pendidikan dan hiburan)	Entertainment (hiburan)

Sumber: Dominick⁷¹

⁷¹ Dominick, Joseph, R. 2001. *The Dynamic Mass Communication: Media in The Digital Age* 7th Edition. New York: The Mc Graw-Hill Companies.

Media penyiaran terbagi dalam dua peran, yaitu *service provider* dan *content provider*. Untuk itu, Undang–Undang Telekomunikasi diperlukan untuk mengatur penyiaran sebagai *Telecommunication service provider* dan Undang–Undang Penyiaran diperlukan untuk menata penyiaran sebagai infrastruktur dan *content provider*.

Sebagai *service provider*, media penyiaran menggunakan spektrum frekuensi. Keberadaan media penyiaran ditentukan oleh basis material dan basis sosial–kultural masyarakat. Basis material media penyiaran adalah keberadaan jalur gelombang elektromagnetik dan fasilitas perangkat keras transmisi yang pemakaiannya diakui secara legal, sedangkan basis kultural masyarakat adalah orientasi dan fungsi yang direncanakan serta ditetapkan secara legal, sebagai landasan beroperasinya media penyiaran di masyarakat. Di Indonesia landasan hukum untuk basis material adalah UU No. 36 tahun 1999, sedangkan basis kultural masyarakat yaitu UU Penyiaran No. 24 tahun 1997 sebelum dicabut tahun 2002.

Menurut McQuail, media penyiaran dikontrol ketat pada dua wilayah dengan alasan, yaitu *satu* wilayah isi dikontrol karena ada alasan politik dan kultural. *Dua*, wilayah infrastruktur terutama frekuensi dikontrol karena alasan ekonomi dan teknologi. Aturan yang kedua menunjukkan bahwa isi siaran perlu diatur karena sangat mudah mempengaruhi sikap dan perilaku audiens, khususnya yang belum memiliki kerangka referensi yang kuat seperti usia

muda dan remaja. Selanjutnya, ada tiga pedoman isi siaran yakni (1) sopan dan menyenangkan, (2) seperlunya, dan (3) penting bagi publik.

B. Gagasan Reformasi UU Penyiaran

Ada 4 gagasan yang melandasi desakan untuk revisi total UU No.24/1997. *Pertama*, dalam UU tersebut posisi pemerintah dan pemodal sangat dominan ketimbang posisi publik sehingga dalam prakteknya sistem penyiaran berkarakter otoriter. *kedua*, bubarnya departemen penerangan sebagai lembaga regulator penyiaran versi UU no.24/1997. Perubahan kelembagaan tatanegara ini menyebabkan kehidupan media penyiaran di Indonesia tidak memiliki kepastian hukum, 3. terjadinya pergeseran konfigurasi kekuatan ekonomi dan politik pasca jatuhnya rezim orde baru.

Pergeseran itu memiliki 3 karakter yaitu anti produk peninggalan rezim orde baru, munculnya gerakan demokratisasi media penyiaran, dan ambisi kekuatan pemodal dalam dan luar negeri menerapkan sistem ekonomi pasar. Dalam diskusi RUU Penyiaran di Jakarta tgl 15 Desember 1998, sekjen serikat penerbit surat kabar S. Leo Batubara menilai UU tersebut terlalu over protektif terhadap kepentingan pemerintah. Sedikitnya 27 pasal dalam UU itu berisi larangan dan tak satupun pasal yang menerbitkan hak-hak pengelola penyiaran.

Beberapa pasal yang dinilai KPI, otoriter dalam UU No. 24/1997 antara lain pasal 7 yang menyatakan penyiaran dikuasai oleh Negara, pembinaan dan pengendaliannya dilakukan oleh pemerintah dan didampingi oleh sebuah lembaga yang diberi nama BP3N. Likuidasi departemen penerangan tanggal 26 Oktober menyebabkan pemerintah tidak bisa lagi melaksanakan amanat UU tersebut. Bersamaan dengan itu, muncul ide mengubah RRI dan TVRI menjadi lembaga penyiaran publik yang memerlukan payung hukum, sebelumnya dalam UU No. 24 mengatur bahwa RRI dan TVRI adalah lembaga penyiaran pemerintah yang pengelolanya di bawah departemen penerangan. Hal sebagai pemberi izin siaran melalui ditjen radio televisi dan film pasal 17 ayat 1 UU no. 24 /1997 menempatkan posisi pemerintah secara mutlak, sedangkan izin diberikan oleh departemen perhubungan menurut pasal 18 ayat 1.

Kehendak merevisi UU penyiaran muncul dari sebisanya praktisi TV swasta yang dilatar belakangi keinginan agar bebas dari pungutan iklan, 12,5 % oleh TVRI. Di sisi lain muncul keinginan mengkomersilkan TVRI. Dalam pernyataan pada media masa di Dili Timor Timur 1998 dirjen Radio TV dan Film Ishadi S.K., menilai selama UU No. 24/1997 belum diubah. Keinginan agar TVRI diizinkan memasang iklan tidak mungkin. UU Penyiaran 24/1997 tidak membolehkan TVRI memasang iklan. Pendapatan TVRI hanya dari iuran masyarakat, 12% perolehan iklan TV swasta dan dari APBN.

Perubahan UU itu sendiri, tergantung pada keinginan masyarakat yang menghendaki berlakunya reformasi total.

Pentingnya merevisi UU no 24/1997 didasarkan pada 4 hal. *Pertama*, UU tersebut dianggap otoriter karena menempatkan pemerintah sebagai regulator yang sangat berkuasa. *Kedua*, UU tersebut bertentangan dengan TAP MPR No. XVII/MPR/1998 tentang HAM khususnya ketentuan dalam bab VI tentang hak atas kebebasan informasi. *Ketiga*, terdapat banyak pembatasan; 29 pasal berisi keharusan dan kewajiban. 31 pasal berisi larangan yang dikenakan sanksi dan 27 pasal yang diatur Peraturan Pemerintah yang belum jelas. *Keempat*, peraturan yang membagi kedua bentuk lembaga penyiaran yaitu lembaga penyiaran pemerintah dan swasta sudah tidak sesuai dengan kehidupan bernegara.

C. Perizinan dan Pengelolaan Frekuensi

Dari temuan dan analisis yang mendalam, terdapat tiga materi kontroversial dalam proses reformasi sistem penyiaran di Indonesia. Ketiganya mencerminkan pilar dasar dari sistem penyiaran yang akan dibentuk, *Stories* merupakan konsepsi baru dalam sistem penyiaran di Indonesia, menyita perhatian paling besar dari stakeholders dalam proses perumusan hingga penetapan Undang–Undang nomor 32/2002.

Karakteristik–karakteristik teknologi dan medium komunikasi yang khas, operator penyiaran wajib memiliki izin penggunaan frekuensi dan izin siaran sebelum bisa

beroperasi. Izin menjadi wilayah kewenangan yang krusial karena akan berdampak pada eksistensi seluruh institusi penyiaran, termasuk isi siaran yang berdimensi luas, seperti pemenuhan hak kebebasan berekspresi dan perlindungan kepentingan publik.

Di banyak negara demokrasi, izin penggunaan frekuensi diberikan lembaga independen yang dibuat oleh negara berdasarkan undang-undang penyiaran, sementara di Indonesia selama orde baru izin dikendalikan oleh pemerintah melalui Departemen teknis terkait. Terkait apa, bagaimana, dan siapa pemegang hak lisensi frekuensi siaran radio di banyak negara telah menjadi arena perseteruan yang sengit antara berbagai kelompok kepentingan karena ia merupakan syarat mutlak (*conditio sin qua non*) adanya siaran televisi dan radio. Ahli frekuensi radio Patrick Kwatno dalam simposium komisi penyiaran bahwa spektrum gelombang radio merupakan fenomena alam yang pengelolaannya harus transparan. Pembahasan RUU penyiaran, kontroversi terjadi antara pemikiran untuk tetap mempertahankan otoritas pemerintah atas lisensi frekuensi dan siaran dengan pemindahan otoritas itu pada lembaga independen.

Ketentuan perizinan usaha penyiaran sebagaimana dimaksud di atas diatur dengan keputusan tersendiri untuk keperluan penyerahan wajib izin dari satu Direktur Jenderal untuk cakupan wilayah nasional dan Bupati atau walikota untuk cakupan wilayah lokal. Permohonan izin harus

melampirkan: **Satu**, izin usaha penyiaran dari Menteri Bupati atau walikota, **Dua**, data teknis dan konfigurasi teknis perangkat yang akan digunakan, **Tiga**, rencana kegiatan pembangunan, **Empat** pernyataan bahwa data teknis alat perangkat dan sarana atau fasilitas telekomunikasi yang diadakan sesuai dengan persyaratan teknis, **Lima**, permohonan penetapan frekuensi radio dari Dirjen dalam hal ini penyelenggaraan jasa telekomunikasi yang memakai frekuensi radio.

84

LATIHAN!

Uraikan dan analisis bagaimana kondisi radio di kotamu dan kaitkan dengan materi UU Penyiaran!

BAB VII

UNDANG–UNDANG TELEKOMUNIKASI

A. Dominasi Asing dalam Industri Telekomunikasi dan Internet

Sejauh mana kepentingan nasional Indonesia dilindungi dalam bisnis telekomunikasi dan penyiaran pada akhirnya akan sangat ditentukan oleh regulasinya. Jika regulasi membuka peluang bagi penguasaan asing atas sektor sektor telekomunikasi, maka kepentingan nasional dan kedaulatan nasional akan cenderung lebih surut. Sebaliknya ketika regulasi secara ketat membatasi investasi asing masuk, maka pemain lokal akan relatif tumbuh dengan baik, dan pengaruh asing akan jauh berkurang.

Oleh karena itu, proyek neoliberalisme selalu menasar pada regulasi, dalam bentuk tiga proyek kebijakan yakni liberalisasi privatisasi dan deregulasi. Di banyak negara ketiga proyek kebijakan ini menjadi pintu masuk bagi penguasaan perusahaan–perusahaan di negara berkembang seperti Indonesia. Kebangkrutan ekonomi akan mendorong negara bersangkutan untuk mendapatkan pinjaman dari lembaga keuangan internasional, dalam hal ini IMF atau Bank Dunia. Untuk mendapatkan pinjaman Lembaga ini biasanya mensyaratkan perlombaan regulasi dalam bentuk liberalisasi privatisasi dan deregulasi. Dalam situasi bangkrut, modal asing akan sangat mudah menguasai industri strategis

dalam negeri, dan ini yang kemudian terjadi di sektor telekomunikasi.

Akibatnya industri telekomunikasi diliberalkan yang mengakibatkan penguasaan industri ini oleh asing detik ini karena Undang–Undang Telekomunikasi tersebut tidak membatasi kepemilikan asing di Indonesia. Pasal 8 ayat (1) menyatakan bahwa penyelenggaraan jaringan telekomunikasi dan/atau penyelenggaraan jasa telekomunikasi sebagaimana dimaksud dalam pasal 7 ayat (1) huruf a dan huruf b dapat dilakukan oleh badan hukum yang didirikan untuk maksud tersebut berdasarkan peraturan perundang–undangan yang berlaku yaitu **(a)** Badan Usaha Milik Negara (BUMN), **(b)** Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) **(c)** Badan Usaha Swasta atau **(d)** Koperasi.

Berbeda dengan sektor telekomunikasi yang terkait erat dengan proyek liberalisasi IMF dan karenanya tidak memberi pembatasan atas kepemilikan, maka tidak demikian halnya dengan penyiaran. Disahkan tahun 2002, regulasi di bidang penyiaran sangat membatasi keberadaan Tenaga Kerja dan kepemilikan asing di Indonesia. Ini diatur dalam pasal 16, 17 dan pasal 30. Pasal 16 ayat (2) Mengemukakan bahwa negara warga negara asing dilarang menjadi pengurus lembaga penyiaran swasta, kecuali untuk bidang keuangan dan bidang teknik.

Liberalisasi sektor telekomunikasi dimulai 1999, segera setelah Indonesia mengalami kebangkrutan ekonomi pada 1998. Liberalisasi sektor ini telah memaksa pemerintah untuk

melakukan privatisasi atas dua perusahaan negara yakni Telkom dan Indosat. kontroversi yang masih terjadi hingga saat ini adalah penjualan Indosat ke perusahaan BUMN Singapura, Temasek. Kontroversi terjadi karena posisi penting Indosat. Indosat mempunyai nilai strategis bagi perusahaan terbesar dan terdepan dalam sambungan telepon internasional untuk Indonesia. Oleh karena itu pengambilalihan perusahaan ini oleh asing berarti pelepasan jaringan saraf global bagi Indonesia. Bahkan, perusahaan telekomunikasi Australia, Telstra, hanya diprivatisasi hingga 49% saja, dan sisanya tetap dimiliki oleh pemerintah.

Industri telekomunikasi sendiri hampir sepenuhnya dikuasai asing. Berdasarkan D&A Valuation Firm terdapat 10 peraturan seluler sebesar dengan Telkomsel/Telkom, Indosat dan XL Axiata (sebelumnya Excelcomindo)⁷². Pendapatan di sektor ini telah menembus angka Rp 100 Triliun. Kemudian jika dilihat dari kepemilikan perusahaan-perusahaan tersebut, maka tergambar dominasi asing yang sangat nyata. Indosat dimiliki asing (Qtel) sekitar 65% pemerintah 14,29% dan publik 20, 71%. Adapun XL Axiata dimiliki asing (Asia Investment) 66,4 185% dan publik 33 515%. Kemudian Telkom sendiri dimiliki oleh pemerintah 53,14% dan publik 46,86% (publik asingnya 38%). Telkomsel dimiliki Telkom 55% dan Singtel 35%⁷³. Meskipun demikian, perlu dicontoh

⁷² Ashandi, Siregar. 2014. Pengantar Ilmu Komunikasi. Rajawali Pers. Jakarta., hlm 62.

⁷³ Ibid.

catatan bahwa sebesar 65% yang dikuasai oleh Telkom merupakan saham pasif sehingga tidak mempunyai dampak yang signifikan dalam mengendalikan jalannya perusahaan. Sebaliknya, kendali ada di Singtel, anak perusahaan BUMN Singapura, Temasek.

A. Kedaulatan Informasi Dan Data

Kedaulatan informasi didefinisikan sebagai dua bagian dari kedaulatan negara yang berhubungan dengan informasi (2005). Secara internal kedaulatan informasi berarti kekuasaan tertinggi dalam pembuatan kebijakan informasi, dan kekuasaan untuk mengatur informasi di dalam Negara. Secara eksternal kedaulatan informasi mengacu pada kesadaran hukum dengan Negara–negara lain dan kebebasan dari kendali eksternal terkait hak dalam memproduksi dan menggunakan informasi. Konsep kedaulatan informasi tersebut seringkali dianggap paradoks dan sulit diterapkan karena tiga faktor yaitu: Globalisasi komunikasi, Perilaku warga dalam mengolah informasi, dan Perbedaan konsep antara berbagai negara terkait kedaulatan informasi. Bagi negara berkembang kedaulatan informasi ini lebih sulit lagi diwujudkan. **Faktor pertama**, globalisasi komunikasi. Di era internet ini sebuah negara harus memilih apakah akan masuk atau tidak ke dalam jaringan internet global. Pilihannya ya atau tidak, dan tidak bisa menjadi netral. ketika sebuah negara masuk ke dalam jaringan informasi global ini sebagian kebebasannya dan mengikuti

aturan lalu lintas internasional. Disini tiap negara harus melakukan kompromi dalam menjaga kedaulatannya sekaligus terlibat dalam pergaulan internasional. Mustahil bagi negara untuk merancang sebuah sistem untuk menyeleksi dan mengontrol semua informasi yang keluar masuk wilayahnya.

Secara teknik, hal ini mungkin, tapi realitasnya akan butuh banyak sumber daya untuk bisa mencapai hasil yang memadai. Globalisasi komunikasi ini juga sangat berpotensi mengancam upaya negara dalam mengembangkan dan konsolidasi budaya dan identitas nasional. kekuatan dari luar negara itu beroperasi dalam dua aspek, yakni kinerja beragam jenis media yang dikendalikan oleh kekuatan asing atau perusahaan multinasional dan isi beragam media yang tidak lagi bisa disangkal oleh negara. **Faktor kedua**, perilaku warga dalam mengolah informasi.

Globalisasi informasi dan internet juga menggeser kendali informasi dari negara ke tangan swasta dan warga. negara menjadi lebih sulit, bahkan mustahil, dalam menyaring Informasi apa saja yang bisa diterima warganya. saluran komunikasi yang semakin kompleks dan beragam sudah sangat berbeda dari era 1990-an saat internet belum tumbuh dan berkembang. Saat ini, peran pemerintah sebagai komunikator dan mediator informasi digantikan oleh perusahaan dan warga yang tidak bisa dikontrol oleh batas fisik wilayah kedaulatan negara. **Faktor ketiga**, perbedaan konsep tentang kedaulatan informasi antara negara adidaya

dan negara berkembang. Ini disebabkan oleh perbedaan cara pandang terhadap aturan politik internasional.

Ketika perang dingin usai dan negara adidaya menyerukan komunikasi internasional yang bebas sepenuhnya, banyak negara berkembang merasakan bahwa hak dan keamanan mereka terancam. Bagi negara adidaya, kedaulatan informasi lebih dimaknai sebagai arus informasi yang bebas mengalir secara internasional, tapi bagi negara berkembang arus yang bebas itu menjadi bentuk penjajahan informasi negara kuat atas negara yang lebih lemah.

Bagi Indonesia sebagai negara berkembang dengan penduduk yang sangat banyak, tiga tantangan itu sungguh nyata dan akan terus Semakin kompleks. Internet dan informasi teknologi informasi yang tiada henti, negara berkembang terancam menjadi pasar belaka jika tidak mengembangkan strategi dan langkah untuk menghadapinya. Desak lain yang perlu ditanggapi oleh regulator komunikasi UU Telekomunikasi atau UU ITE adalah kedaulatan data. Ketika informasi menjadi komoditas yang sangat berharga secara ekonomi dan politik, lautan data dalam internet adalah aset yang harus diamankan dan dikelola negara secara strategis.

Kedaulatan data adalah konsep bahwa informasi yang sudah diubah dan disimpan dalam bentuk *digital binary* tunduk pada hukum di negara tempat informasi itu disimpan. Saat ini banyak negara menilai diri mereka kurang berdaulat

atas data warganya yang dikumpulkan melalui internet. sebagian besar keluhan yang dimunculkan adalah isu privasi.

Karena begitu banyak dan beragamnya data warga yang tercatat dan disimpan melalui internet. layanan penyimpanan data di awan atau *Cloud Storage* yang banyak dilakukan organisasi bisnis maupun pemerintah semakin menggilas batas tradisional geopolitik yang dulu dipakai sebagai acuan kedaulatan Negara.

Dalam era *Cloud Storage* data ini tidak hanya tunduk pada hukum di suatu negara, Jika data ini disimpan oleh sebuah perusahaan asing. Sebagai contoh jika sebuah perusahaan Inggris menggunakan *data center* yang berlokasi di Inggris, tapi di *data center* ini dioperasikan oleh perusahaan Amerika, maka data itu tunduk pada *U.S Patriot Act* dan bisa diakses oleh pemerintah Amerika Serikat tanpa izin perusahaan itu.

Perkembangan terkini, negara seperti Jerman, Prancis, dan Rusia sudah merancang dan menerapkan hukum tentang kedaulatan data yang lebih ketat. Undang–Undang ini mensyaratkan bahwa data tetap berada secara fisik di negara yang bersangkutan untuk melindungi Informasi pribadi warga. Untuk Indonesia, belum ada regulasi tentang penyimpanan data ini. bahkan, perusahaan seperti Facebook dan Google, dengan konsumen yang sangat besar di negara ini tidak memiliki *Data Center* di Indonesia. *Data Center* untuk konsumen Indonesia mereka tempatkan di Malaysia. Perusahaan global tersebut mensyaratkan, *Data Center* bisa

dibuka di suatu negara bila ada setidaknya suplai listrik dari dua sumber yang berbeda. Untuk Indonesia, hanya ada satu sumber yakni PLN.

Disini kita bisa melihat bahwa Indonesia masih memiliki posisi yang sangat lemah terkait kedaulatan data. Tren menunjukkan bahwa akan semakin banyak data pribadi, perusahaan, ataupun pemerintah yang akan disimpan dalam kultur. Oleh karena itu, regulasi supaya kita lebih berdaulat dalam data adalah sebuah kebutuhan yang mendesak.

C. Bentuk konvergensi digital

Pada dasarnya, konvergensi mewujud ke dalam tiga bentuk. **Pertama**, konvergensi layanan (*multiple play* atau *triple play*), yang membuat perusahaan bisa menggunakan satu jaringan tunggal untuk menyediakan berbagai layanan komunikasi, yang sebelumnya harus dilakukan melalui berbagai jaringan yang terpisah. Layanan *triple play* ini adalah telepon suara media (audio, video, foto, teks), dan internet⁷⁴.

Kedua, konvergensi jaringan, yang memungkinkan berbagai jaringan untuk saling terhubung, yang dulunya semua itu harus terpisah. Hasilnya adalah sebuah layanan

⁷⁴ Triple play dimaksudkan adalah benda dengan layanan audio seperti radio, benda dengan layanan foto seperti kamera dan benda dengan layanan teks seperti hp 2G. dalam perkembangannya ketiga layanan tersebut dapat dikonvergensi menjadi internet (satu benda yang dapat melayani teks, audio dan gambar sekaligus).

komunikasi bisa mengalir melalui kombinasi berbagai jaringan⁷⁵.

Ketiga, konvergensi perusahaan. Bila kedua bentuk pertama tadi bersifat teknologis, konvergensi perusahaan ini bersifat bisnis, yakni dalam bentuk merger akuisisi, atau kolaborasi di antara perusahaan. Konvergensi ini menghasilkan entitas bisnis baru yang bisa melayani beragam layanan, baik layanan lama maupun baru yang bisa menyelesaikan atau mencipta akan pangsa baru⁷⁶.

Ketiga wujud konvergensi tersebut dapat dilihat melalui tabel berikut.

Tabel 7.1
Bentuk-Bentuk Konvergensi Digital

	Konvergensi Layanan (Multilayanan)	Konvergensi Jaringan (Multijaringan)	Konvergensi Perusahaan (Multiperusahaan)
Definisi	Berbagai perusahaan menggunakan satu jaringan untuk memberikan berbagai layanan.	Sebuah layanan mengalir melalui kombinasi berbagai jaringan.	Perusahaan di satu sektor melakukan akuisisi, merger, atau kolaborasi dengan perusahaan di sektor lain.
Contoh	Perusahaan bisa menyediakan layanan <i>telephony</i> (suara), televisi dan internet dengan menggunakan jaringan telepon, kabel, atau <i>wireless</i> .	Perusahaan penyedia <i>telephony</i> internet seperti Skype dan jajah menggunakan jaringan internet dan tradisional yang sudah ada.	Perusahaan internet, penyiaran dan telekomunikasi bermitra, bermerger, atau mengembangkan cakupan layanan mereka.

⁷⁵ Layanan 3G, 4G, broadband, video online, layanan VOIP-Skype terkonvergensi sehingga menghasilkan layanan multitask yaitu android yang dapat digunakan untuk audio, video dan komunikasi berbasis konferensi online.

⁷⁶ Konvergensi perusahaan adalah bergabungnya berbagai platform media dalam satu induk perusahaan. Misal PT Trans Corp yang membawahi televisi (media elektronik) trans TV, Trans 7. Sedangkan media onlinenya detik.com



Manfaat	Penyedia layanan memasuki sektor-sektor baru, menggunakan jaringan secara efisien, memberikan potongan harga untuk paket (<i>bundle</i>), dan meningkatkan akses warga kepada layanan TIK baru.	Biaya yang lebih murah akan menurunkan tarif layanan. Integrasi layanan mengembangkan cakupan layanan (<i>coverage</i>) dan memberikan mobilitas bagi konsumen.	Merger menciptakan kesempatan untuk layanan atau pasar baru, biaya dan tarif yang lebih rendah, dan meningkatkan cakupan wilayah layanan perusahaan.
Resiko	Pelanggan hanya akan terpaku pada satu provider. Perusahaan kecil, terutama yang tidak memiliki jaringan broadband sendiri, akan terusir dari pasar.	Bisa mengarah pada rendahnya investasi untuk pembangunan jaringan.	Merger bisa mengarah pada kompetisi yang makin minim, dominasi pasar, dan rendahnya keberagaman isi.
Implikasi Kebijakan	<ul style="list-style-type: none"> - Konvergensi mengubah cakupan dan batas pasar - Konvergensi mengubah entry barriers 	Berbagai jaringan saling terhubung	Merger menciptakan model bisnis baru dan mengubah struktur serta dinamika pasar.

(Sumber: Singh dan Raja. 2010)⁷⁷

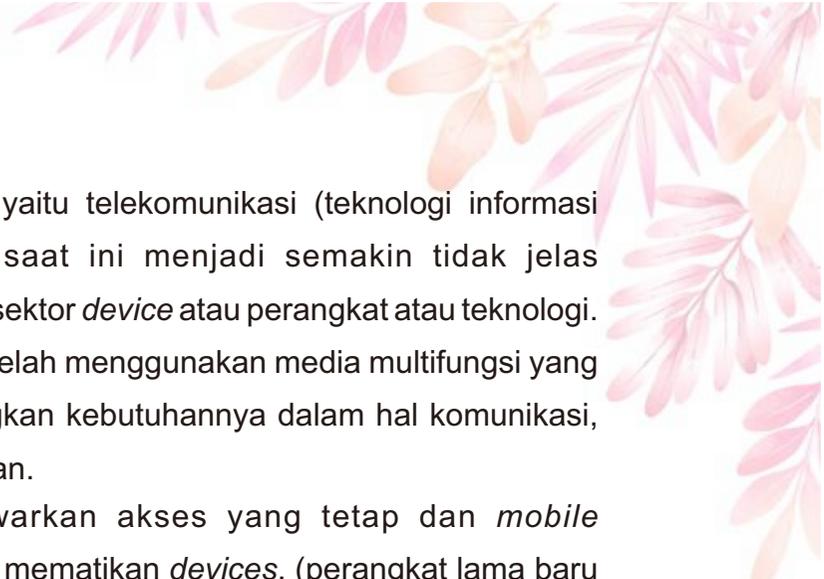
Berdasarkan uraian di atas, tantangan yang dihadapi pembuat kebijakan pada dasarnya adalah menyusun regulasi yang akan melindungi konsumen sambil mendorong kompetisi dan inovasi, serta tetap relevan seiring dinamika teknologi yang pesat.

⁷⁷ Singh, R. & Raja, S. Op.Cit., 93

Saat ini banyak pihak yang mengharapkan perubahan regulasi untuk dapat meningkatkan kualitas kehidupan ketika, adanya kemampuan pola *say entrepreneur* dalam mengangkat persoalan dan mencari solusi baru melalui konstruksi wacana yang dapat mempengaruhi perhatian dan dukungan publik serta aksi politik untuk melegitimasi solusi tersebut. Kondisi ini secara faktual telah terjadi di negara kita yang dapat dilihat dari maraknya tuntutan publik dan pelaku industri pemerintah dan legislatif untuk melakukan perubahan. Dengan demikian tidak ada cukup alasan untuk menunda perubahan regulasi komunikasi dan media.

Ketika RUU tentang konvergensi dan telematika menjadi kesepakatan untuk diperjuangkan menggantikan sejumlah Undang–Undang yang mengatur komunikasi dan media; pernyataan yang relevan diajukan disini sektor apa saja yang perlu diatur. Burger berpendapat, dalam konvergensi, ada **tiga sektor yang seharusnya diatur dalam regulasi**, yaitu: **sektor industri, *device* (perangkat atau teknologi), dan media.**

Dalam perkembangannya telekomunikasi dan teknologi informasi bersatu dan menghasilkan temuan baru berupa internet. Sementara itu pertemuan antara internet teknologi informasi, telekomunikasi, dan media menghasilkan media baru (www). media baru ini yang kemudian membuat batasan antara media konvensional seperti media cetak dan penyiaran menjadi tidak jelas.



Sektor industri yaitu telekomunikasi (teknologi informasi dan media) pun saat ini menjadi semakin tidak jelas batasannya dalam sektor *device* atau perangkat atau teknologi. Konsumen saat ini telah menggunakan media multifungsi yang dapat menghubungkan kebutuhannya dalam hal komunikasi, informasi dan hiburan.

Device menawarkan akses yang tetap dan *mobile* (konvergensi) tidak mematikan *devices*, (perangkat lama baru saling melengkapi), dapat bergerak menuju konten apa pun yang dapat diakses setiap saat setiap tempat, bahkan dengan harga berapa pun. Oleh sebab itu, media yang *multi platform* menjadi kebutuhan. Kecepatan informasi menjadi daya saing dan keunggulan.

Dalam sektor media konvergensi terjadi dalam hal distribusi dan produksi. Konvergensi tersebut mendorong munculnya kerjasama dalam **tiga level**. **Level pertama** adalah sektor media berbagi konten di seluruh faktor. **Level kedua** sektor media berbagi produksi diseluruh platform dengan meningkatnya integrasi (*newsroom*). Terakhir **level ketiga**, kepemilikan mengarah pada *Converse ownership*. semuanya berpengaruh pada cakupan perumusan kebijakan dan regulasi.

Disamping itu, Pichard menambahkan bagaimana arah kebijakan konvergensi perlu diatur secara jelas⁷⁹. kebijakan industri dinyatakan harus dirancang untuk

⁷⁹ Sadikin, Ali. 2012. Konvergensi Media: Tantangan Baru Media Massa. Universitas Mercubuana.

mempromosikan pertumbuhan dan perkembangan industri serta meningkatkan daya saing dan keberlanjutan perusahaan. Kebijakan persaingan seharusnya bertujuan melindungi kompetisi dan menghentikan praktik-praktik yang merugikan baik pesaing maupun konsumen. Kebijakan budaya juga perlu dirancang untuk mempromosikan dan melindungi kepentingan sosial dan budaya. orientasi kebijakan yang jelas akan menghasilkan regulasi yang jelas pula.

B. Kompleksitas Masalah Konvergensi Digital

Perkembangan teknologi digital yang begitu pesat telah mengarah pada sesuatu yang disebut sebagai konvergensi digital atau konvergensi media. Istilah ini mengacu pada kombinasi teknologi dan desain jaringan komunikasi yang digunakan untuk melakukan migrasi beragam layanan komunikasi dalam jaringan tunggal.

Secara sederhana, konvergensi berarti pudarnya batas-batas di antara berbagai layanan, jaringan, dan praktik bisnis di sektor teknologi informasi dan komunikasi TIK yang dulunya terpisah.

Digitalisasi merupakan terminologi untuk menjelaskan proses alih format media dari bentuk analog menjadi bentuk digital. Secara teknis, digitalisasi adalah proses perubahan segala bentuk informasi angka, kata, gambar, suara data dan gerak dikodekan ke dalam bentuk *bit binary digit* sehingga dimungkinkan adanya manipulasi dan transformasi data *bit*

streaming termasuk penggandaan, pengurangan, maupun penambahan.

Semua jenis informasi diperlakukan bukan dalam bentuk asli, tetapi bentuk digital yang sama *byte/bit*. *Byte* ini berupa karakter dengan dua pilihan 0 dan 1, *on* dan *off*, *yes* dan *no* ada informasi atau tidak. penyederhanaan ini pada akhirnya dapat merangkum aneka bentuk informasi: huruf, suara, gambar warna, gerak, dan sebagainya. Penyederhanaan sekaligus juga menjadikan suatu format yang dapat memproses informasi untuk berbagai keperluan: pengolahan, pengiriman, penyimpanan, penyajian, sekaligus dalam satu perangkat⁸⁰.

Untuk mengubah sinyal analog menjadi sinyal digital (kode-kode digital) proses melalui tiga tahap utama yakni: pengambilan sampel dari sinyal analog *sampling*, pengumuman tes *Asian Quantization* dan penyandian *coding*. Hanya dikenal dua karakter dalam sinyal digital yaitu 0 dan 1, akibatnya tidak terjadi penurunan kualitas gambar, video dan audio meskipun ditransfer dan diulang (*playback*) berkali-kali. Sinyal-sinyal digital yang umum dikenal dalam dunia broadcasting diantaranya *Serial Digital Interface (SDI)* *Serial Data Transport Interface (SDTI)* dan *moving picture experts group (MPEG)*⁸¹.

⁸⁰ Andi, Setyobudi, Ciptono. 2006. Teknologi Broadcasting TV. Graha Ilmu. Yogyakarta., hlm 54

⁸¹ Ibid.

Dalam sistem analog, satu kanal frekuensi hanya bisa diisi satu saluran program, sedangkan dalam sistem digital 1 kanal frekuensi bisa diisi dengan lebih dari 6 saluran program sekaligus. Bahkan penyiaran digital bisa menyebabkan satu frekuensi yang digunakan oleh satu stasiun televisi saat ini dapat menawarkan 12 slot siaran saluran program.

Kondisi ini dimungkinkan karena dalam sistem digital frekuensi bisa dibuat lebih efisien artinya bisa menyalurkan lebih banyak program. Berbeda dengan teknologi analog yang memungkinkan hanya satu slot siaran atau program siaran melalui satu frekuensi. Digitalisasi radio juga sangat menghemat kanal. Apabila radio analog harus menyediakan satu kanal untuk satu program, maka satu kanal di radio digital bisa menampung hingga 100 program.

Selain itu, penambahan varian teknologi khusus seperti *Digital Video Broadcasting Handheld* (DVB-H) mampu menyediakan tambahan sampai 6 program siaran lagi, khususnya untuk penerimaan bergerak (*mobile*). Penyiaran televisi digital juga memiliki keunggulan yaitu sinyalnya lebih tahan terhadap gangguan (*noise*) dan kemudahannya untuk diperbaiki. Penyiaran TV digital terrestrial juga dapat diakses oleh sistem penerimaan *fixed* dan mobile TV.

Teknologi penyiaran digital akan mengakibatkan konvergensi media menjadi semakin nyata. Konvergensi antar teknologi terjadi antara teknologi penyiaran *broadcasting*, teknologi komunikasi telepon, dan teknologi

informasi⁸². Senada dengan kesimpulan Seel dan Dupagne bahwa konvergensi nasional ke digital dalam penyiaran televisi adalah revolusi penyiaran yang paling penting sejak perubahan televisi hitam putih menjadi televisi berwarna pada tahun 1960-an⁸³.

Selama satu dekade terakhir, konvergensi digital sangat berpengaruh dalam jarak industri komunikasi bekerja. Mohsen A. Khalil, direktur teknologi informasi dan komunikasi global di World Bank, menyatakan bahwa Konvergensi digital mengubah bisnis komunikasi secara fundamental. Infrastruktur, layanan, konten, dan perangkat digital kini bisa berinteraksi dalam cara-cara yang baru. Hal ini kemudian membuka pasar baru, membuka peluang model bisnis baru, dan menantang struktur bisnis yang sebelumnya sudah mapan.

Kini, operator telepon tetap, televisi kabel *fiber optic*, jaringan satelit, perusahaan *Voice over Internet Protocol* (VoIP), *wireless*, bahkan layanan berbasis perangkat lunak seperti *Skype* dan *WhatsApp* berkompetensi di dalam sebuah ekosistem yang kompleks dan penuh pilihan bagi konsumen. Dan seiring perkembangan teknologi, layanan dan pilihan baru pun akan terus bermunculan.

⁸² Wibawa, Afifi, & Prabowo. 2010. Model Bisnis Penyiaran Televisi Digital di Indonesia. Jurnal Komunikasi UPN "Veteran" Yogyakarta.

⁸³ Baaren, Eva., Lidwien., & Huizer Erik. 2011. Understanding Technology Adoption Through Individual and Context Characteristics: The Case of HDTV. Journal of Broadcasting & Electronic Media.

Konten yang bisa disalurkan melalui jaringan internet berkecepatan tinggi: teks (seperti *email*, *instant message*, dan surat kabar online), *stored sound* (seperti file MP3), *interactive sound* (seperti *internet telephony*), *streamed sound* (seperti *radio streaming*), gambar (foto digital), video (seperti file WMV), dan *audio streamed video* (seperti *Internet Protocol Television* atau IPTV).

Perkembangan yang sangat dinamis itu terutama terjadi di sektor *mobile broadband*, yakni penyedia layanan data internet yang diakses konsumen melalui gawai telepon genggam dan tablet. Data dari *International Telecommunication Union*, sebuah badan PBB yang membidangi teknologi informasi dan komunikasi, menunjukkan bahwa jumlah pelanggan telepon genggam meningkat secara tajam dalam satu dekade terakhir, yakni dari 2,2 miliar penduduk dunia pada 2005 menjadi 7 miliar penduduk pada 2015. Dari 7 miliar penduduk dunia yang menggunakan telepon genggam, setengahnya berlangganan layanan *mobile broadband*. Pertumbuhan pada saat ini terkait erat dengan kehadiran multi layanan yang ditawarkan melalui internet, yang melintasi batas-batas sektor industri telekomunikasi dan penyiaran. Fenomena ini merupakan salah satu konsekuensi konvergensi digital.

Layanan internet, yang sejak dulu menumpang infrastruktur telekomunikasi, saat ini sudah menjadi komoditas utama yang memikirkan komoditas tradisional komunikasi yakni telepon. Internet, yang diakses melalui

gawai atau perangkat komputer, juga sudah memberikan layanan penyiaran yang dulu hanya bisa diakses melalui pesawat televisi dan radio. Meskipun ada banyak janji cerah yang dibawa, konvergensi digital memiliki potensi untuk menciptakan oligarki bisnis, menghambat investasi, dan memarginalkan warga di wilayah tertentu jika suatu negara tidak menanggapinya dengan seperangkat regulasi yang tepat.

LATIHAN!

1. Sebutkan kelemahan dan keunggulan konvergensi media!
2. Menurut anda, bagaimana contoh implementasi konvergensi media di Indonesia?

BAB IX

MEMBANGUN KONVERGENSI DIGITAL TERINTEGRASI DAN ADAPTIF

Riset PR2Media tentang kedaulatan telekomunikasi dan penyiaran (2015) menemukan bahwa tantangan utama Indonesia dalam menanggapi arus konvergensi digital adalah ketiadaan seperangkat regulasi yang terintegrasi dan adaptif. Sektor komunikasi di negeri ini pada dasarnya diatur oleh empat Undang-Undang (UU) yang dibuat oleh parlemen, yakni UU telekomunikasi 1999 UU penyiaran 2002, dan UU informasi dan transaksi elektronik 2008. Keenam Undang-Undang itu belum terintegrasi dan memiliki pendekatan pendekatan yang berbeda dalam mengatur komunikasi.

A. Regulasi yang Terintegrasi

Dalam menanggapi tiga bentuk konvergen tersebut, berbagai negara memiliki pendekatan yang berbeda. Pengalaman banyak negara menunjukkan satu kesamaan, yaitu konvergensi bisa membawa banyak manfaat bagi kemajuan sektor TIK dan ekonomi negara secara luas. Hal ini bisa dicapai jika negara menciptakan ekosistem yang mendorong inovasi dan kompetensi di era konvergensi.

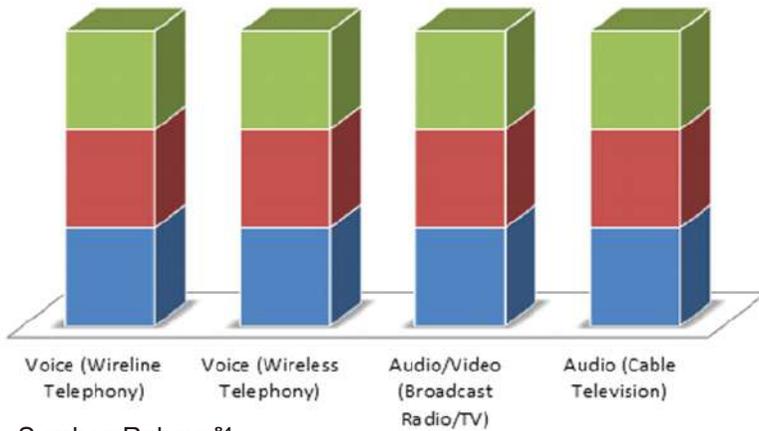
Inovasi dan kompetisi yang sehat akan melahirkan beragam layanan dan model bisnis baru. Konsumen pun diuntungkan oleh ketersediaan akses yang lebih luas dan

beragam layanan dengan harga yang kompetitif. Hal utama untuk mewujudkan itu adalah menciptakan regulasi yang tidak membuat sekat-sekat tradisional, yang dalam praktik di lapangan sekat-sekat itu sudah terhapus akibat konvergensi teknologi. Sebagai contoh, sejumlah negara Eropa sudah mengizinkan perusahaan televisi kabel untuk memasuki pasar internet atau telepon dan sebaliknya. Meski demikian, sejumlah negara maju seperti Australia tetap mencatatkan bawah izin konten penyiaran diberikan secara terpisah dari izin telekomunikasi.

Di sini, rezim perizinan memiliki peran utama karena ia yang memberi izin bagi suatu operator untuk memasuki pasar dan menentukan hak serta kewajiban operator tersebut. Rezim perizinan yang baik semestinya memfasilitasi dan transisi pasar menuju konvergensi, yakni mendorong modal bisnis baru, investasi baru, pembangunan jaringan baru, dan layanan baru yang kompetitif bagi seluruh warga.

Hanya, sebagian besar regulasi komunikasi masih menggunakan model tradisional yang belum sesuai dengan realitas konvergensi saat ini. Model tradisional ini didasarkan pada asumsi perbedaan di antara berbagai media: karakteristik teknis, fungsi, struktur ekonomi khalayak tradisional, dan seterusnya. Hasilnya adalah modal regulasi yang disebut Richard Adler sebagai model menara (Lihat Gambar 9.1). Ini sesungguhnya sudah kadaluarsa karena teknologi sudah mengaburkan perbedaan di antara media.

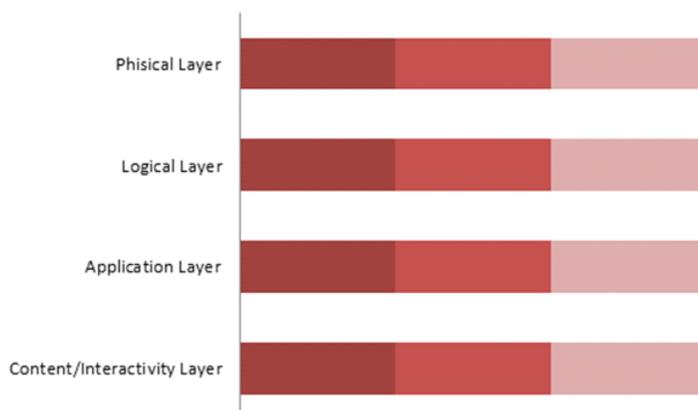
Gambar 9.1 Model Regulasi “Menara”



Oleh karena itu, sejumlah ahli hukum dan regulasi mengusulkan model “lapisan” horizontal sebagai penggantinya (Lihat Gambar 9.2). Model ini pertama kali diusulkan oleh Kevin Werbach, anggota dewan kebijakan teknologi baru FCC dalam tulisannya “*The Digital Tornado*” pada tahun 2000. Kemudian, model ini dikembangkan oleh berbagai alih regulasi, dan disetujui sebagai model regulasi komunikasi yang ideal oleh partisipan 27th *Annual Aspen Institute Conference on Communication Policy* pada 2013. Model ini mereka pakai sebagai kritik terhadap model regulasi FCC yang masih bersifat tradisional.

⁸⁴ Rahayu, Op.Cit., hlm 79

Gambar 9.2 Model Regulasi “Lapisan”

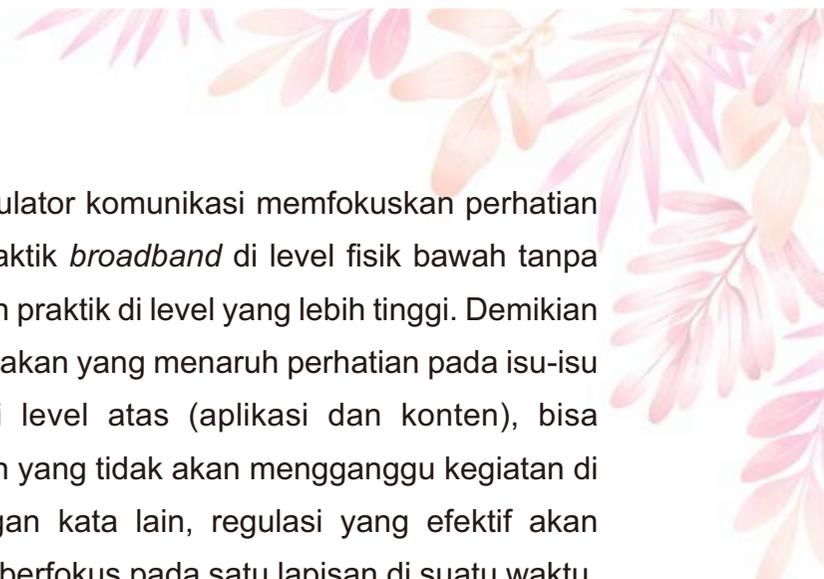


Sumber: Rahayu⁸⁵

Model lapisan ini didasarkan pada tumpukan protokol dari beragam komponen yang menyusun internet. Model ini dimulai dari lapisan fisik (kabel telepon, *fiber*, *wireless*, dan seterusnya), lalu lapisan logika yang tersusun dari *protokol transportasi* (TCP/IP, HTTP) yang menentukan cara pesan dikode dan ditransportasikan dalam jaringan. Di atasnya adalah lapisan aplikasi yang menentukan cara jaringan digunakan (mesin pencari, media sosial, laman web, dan sebagainya). Paling atas adalah lapisan konten (teks, audio, gambar, video, dan sebagainya), yang merupakan informasi yang disampaikan internet.

Para pendukung model ini menyatakan bahwa di dunia yang konvergen, pendekatan ini merupakan cara yang lebih logis dan konsisten untuk mengenali berbagai masalah yang perlu atau tidak perlu ditanggapi dengan regulasi. Model ini

⁸⁵ Ibid.



akan membuat regulator komunikasi memfokuskan perhatian pada, misalnya, praktik *broadband* di level fisik bawah tanpa bertabrakan dengan praktik di level yang lebih tinggi. Demikian juga membuat kebijakan yang menaruh perhatian pada isu-isu terkait kegiatan di level atas (aplikasi dan konten), bisa melakukan tindakan yang tidak akan mengganggu kegiatan di level bawah. Dengan kata lain, regulasi yang efektif akan tercapai jika hanya berfokus pada satu lapisan di suatu waktu, tanpa melanggar batas-batas baru yang dimunculkan oleh teknologi konvergen.

Pada dasarnya, model ini memberikan cara untuk memisahkan pertimbangan terkait konten dari medium fisik yang digunakan untuk menyalurkannya. Ini juga memungkinkan regulator membangun kebijakan yang konsisten berdasarkan fungsi yang terjadi dalam praktik nyata.

B. Regulasi yang Adaptif

Selain membangun struktur regulasi yang sesuai bagi ekosistem yang sudah mengalami konvergensi, tantangan besar kedua bagi pembuat kebijakan adalah menghadapi perubahan dunia digital yang begitu pesat. Solusi yang banyak dikutip berbagai pihak adalah sebuah skema regulasi dari era digital yang diajukan oleh Richard Whitt, seorang pengacara yang kemudian bekerja untuk Google.

Dalam tulisannya di *Federal Communications Law Journal*, Whitt menyebutkan sesuatu yang ia sebut sebagai

“*adaptive policy making*”. Ia berargumen bahwa ekonomi klasik yang *old school* tidak lagi relevan untuk realitas lingkungan digital yang baru. Witt mengusulkan sebuah pendekatan baru yang ia sebut *emergence economics* yang mempertimbangkan sektor-sektor baru seperti ekonomi perilaku, teori game sains jaringan, teori pertumbuhan baru dan teori kompetisi.

Dalam lingkungan digital kontemporer, sektor ekonomi baru seperti telekomunikasi harus dipahami sebagai sistem adaptif yang kompleks dan tersusun dari beragam entitas (perusahaan swasta, lembaga pemerintah, kelompok sipil) yang “membentuk, tapi tidak sepenuhnya menentukan”, satu sama lain.

Kebijakan yang adaptif adalah sebuah keniscayaan dalam menghadapi lingkungan yang dinamis, kompleks, dan sulit diprediksi. Whitt menguraikan sembilan prinsip dari pendekatan ini bagi para praktisi, sebagai berikut:

1. Hati-Hati (*Cautious*)

Whitt mengingatkan, pada dasarnya semua keputusan dalam suatu sistem regulasi dibuat berdasarkan model tertentu dan tidak ada model sempurna. Lingkungan pasar saat ini sedemikian besar, kompleks, dan sulit diprediksi. Dengan kesadaran ini, pembuat kebijakan

⁸⁶ Whitt, Richard, S. 2004. A Horizontal Leap Forward: Formulating a New Communications Public Policy Framework Based on The Network Layers Model. *Federal Communications Law Journal*.

⁸⁷ Ibid.

⁸⁸ Ibid.

harus sungguh hati-hati dalam merancang dan mengawasi kebijakan. Tapi, kehati-hatian tidak boleh dipakai sebagai alasan untuk tidak berbuat apa-apa.

2. Makroskopik (*Macroscopic*)

Membuat kebijakan yang ada harus mampu “melihat gambar besar” dari berbagai situasi. punya wawasan yang dalam akan hari ini dan pandangan yang luas akan hari esok akan membantu pembuat kebijakan memahami bahwa rencana dan program yang sukses hanya bisa muncul dari inovasi.

3. Bertahap (*Incremental*)

Pembuat kebijakan harus mengambil langkah-langkah kecil, bukan kebijakan besar yang dampak besar. Kebijakan yang itu seringkali evolusioner bukan revolusioner.

4. Eksperimental (*Experimental*)

Mengingat besarnya lingkungan yang dinamis dan sulit diprediksi, pembuat kebijakan kadang harus berani membuat eksperimen.

5. Kontekstual (*Contextual*)

Tidak ada seperangkat peraturan yang cocok untuk semua situasi dan waktu. Kebijakan yang baik itu membumi dan kontekstual.

6. Fleksibel (*Flexible*)

Keputusan yang dibuat harus cukup lentur. Ini mensyaratkan pembuat kebijakan memiliki “*design flexibility*” (bisa merevisi struktur internal kebijakan dan

program) dan “*delivery flexibility*” (bisa mengubah jalur atau membatalkan proyek-proyek yang gagal).

7. Sementara (*Provisional*)

Pembuat kebijakan yang adaptif harus berani memperbaiki dan membalik keputusan dari waktu ke waktu (*reversibility*). intervensi regulator yang tidak dapat dibalikkan akan memiliki dampak yang tidak dapat dibalikkan (diperbaiki). Pembuat kebijakan harus membuat rencana (*time frame*) untuk melakukan evaluasi terhadap jalannya kebijakan, dan siap melakukan koreksi bila dibutuhkan.

8. Akuntabel (*Accountable*)

Pembuat kebijakan harus selalu memonitor situasi yang terjadi di lapangan, dan menyesuaikan kebijakan yang terbukti kurang baik. Ia harus selalu siap dimintai pertanggungjawaban atas kebijakan yang dibuatnya.

9. Berkelanjutan (*Sustainable*)

Kebijakan yang berkelanjutan adalah kebijakan yang dilaksanakan dan mendapat dukungan politik, serta yang tujuan yang bisa dicapai. Untuk mencapai itu semua, dukungan dari berbagai pemangku kepentingan adalah sebuah keharusan.

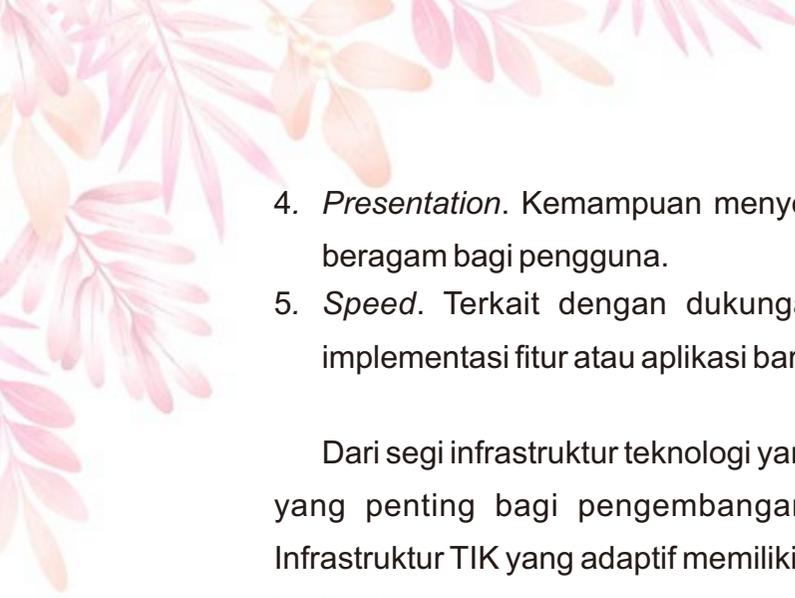
Secara mendasar, filosofi teknologi yang adaptif melibatkan tiga aspek yaitu infrastruktur teknologi, sumber daya manusia (SDM) dan proses teknologis, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Infrastruktur teknologi, terdiri dari perangkat keras perangkat lunak, dan layanan pihak ketiga (aplikasi dan teknologi pendukung).
2. Sumber daya manusia, terdiri dari peran keterampilan, dan struktur organisasi yang memproduksi, menjalankan, dan menunjang daur hidup teknologi.
3. Proses teknologi sekolah terdiri dari standar dan mekanisme yang menjamin keberlangsungan daur hidup dari infrastruktur teknologi. Dengan kata lain menciptakan lingkungan yang kondusif terhadap aktivitas manusia dalam kaitanya dengan teknologi.

Ketiga aspek tersebut harus selalu diorientasikan untuk bisa mengikuti perubahan lingkungan yang dinamis, kompleks dan sulit diprediksi. Selanjutnya, untuk menilai atau mengukur apakah suatu regulasi teknologi bersifat adaptif, digunakan kriteria-kriteria tertentu diantaranya⁸⁹ :

1. *Scalability*. Kemampuan mengakomodasi perubahan atau peningkatan penggunaan infrastruktur, layanan, dan konten.
2. *Integration/reuse*. Kemampuan dalam penggunaan ulang dan integrasi antar komponen infrastruktur layanan dan konten.
3. *Partitioning*. Kemampuan untuk membagi fungsi dan kompleksitas infrastruktur, layanan, dan konten.

⁸⁹ Rahayu, Op.Cit., hlm 84.



4. *Presentation*. Kemampuan menyediakan antarmuka yang beragam bagi pengguna.
5. *Speed*. Terkait dengan dukungan terhadap kecepatan implementasi fitur atau aplikasi baru.

Dari segi infrastruktur teknologi yang adaptif menjadi bagian yang penting bagi pengembangan konten dan aplikasi. Infrastruktur TIK yang adaptif memiliki ciri-ciri atau sifat sebagai berikut⁹⁰:

1. Efisien, yakni tersedia komponen-komponen dengan harga dalam batas wajar dan dapat dimanfaatkan bersama oleh aplikasi yang ada saat ini maupun aplikasi baru.
2. Efektif, yakni adanya kemudahan dalam mengintegrasikan dan memadukan komponen infrastruktur yang ada.
3. Fleksibel, yakni memiliki kemudahan dalam perubahan komponen, baik penggantian, peningkatan maupun perombakan.

Kunci dalam mencapai infrastruktur yang adaptif adalah dengan melihat infrastruktur dalam kesatuan komponen, pola dan layanan, serta sumber daya dan proses. Kunci ini mendorong prinsip-prinsip infrastruktur yang adaptif, yaitu:

1. *Platform*, yaitu pengelompokan komponen infrastruktur.

⁹⁰ Ibid., hlm 85.

2. *Pattern*, yaitu memfasilitasi pola sistem aplikasi ke perencanaan infrastruktur berdasarkan platform yang digunakan.
3. *Service*, yaitu menyediakan komponen infrastruktur yang dapat digunakan secara bersama oleh aplikasi.

Adanya regulasi yang adaptif diharapkan mampu menjawab kebutuhan masyarakat global yang telah berkembang menjadi masyarakat sipil berjaringan melalui internet. Argumentasi inilah yang menjadi alasan perlunya regulasi komunikasi yang adaptif dengan perkembangan teknologi dan pada saat yang sama menjawab kebutuhan riil masyarakat, bukan sekedar mengikuti tren dan kecepatan teknologi.

Khusus terkait teknologi informasi dan komunikasi (TIK), meskipun dapat dipergunakan dalam banyak bidang dan sekaligus untuk memenuhi banyak macam kebutuhan, teknologi informasi sebenarnya memainkan tiga peran fundamental⁹¹, yaitu:

1. Menyediakan akses dan mengorganisasikan data, informasi dan pengetahuan dalam jumlah besar dengan kecepatan tinggi. Kemampuan ini dapat mempercepat pembelajaran, inovasi, serta penciptaan dan penyebaran pengetahuan kepada seluruh elemen masyarakat.

⁹¹ Sembiring, Tifatul. 2010. Rencana Strategis Kementerian Komunikasi dan Informatika 2010-2014. Menkominfo. Jakarta., hlm 16.

2. Mempercepat dan mereduksi biaya transaksi dan produksi seluruh kegiatan perekonomian. Dengan memasukkan komponen teknologi informasi ke dalam hampir semua peralatan produksi transportasi perbankan asuransi memungkinkan untuk melakukan pencatatan dan pengendalian secara *real time*, mempercepat pelaksanaan transaksi, pembuatan dan penyesuaian rencana serta perbandingannya dengan realisasi. Dengan demikian akan cepat dideteksi diidentifikasi dan diselesaikan. Pada akhirnya efisiensi dan produktivitas akan meningkat.
3. Membentuk hubungan langsung antar manusia, komunitas, perusahaan, pemerintah, dan organisasi pada umumnya. Dengan terbentuknya hubungan ini akan terlaksana kegiatan kolaborasi, partisipasi, koordinasi, bahkan pemberdayaan dan desentralisasi. Selain itu juga dapat berperan dalam pembelajaran bisnis dan sosial, serta terjadinya sinergi yang memungkinkan terjadinya pertukaran dan percepatan pengetahuan. Dengan demikian masing-masing pihak yang terhubung tersebut akan memperoleh manfaatnya.

Peran fundamental teknologi informasi di atas menyebabkan teknologi informasi memiliki potensi

pemanfaatan yang dibagi menjadi beberapa tingkatan dari hulu sampai ke hilir sebagai berikut;

1. Keterhubungan antar dua titik atau lebih yang terbentuk dari pemanfaatan teknologi informasi. Keterhubungan ini untuk dapat bermanfaat bagi masyarakat harus memenuhi syarat-syarat: infrastruktur, layanan, dan informasinya tersedia di lokasi yang membutuhkan, tarif yang terjangkau bagi yang membutuhkan, kualitas jaringan dan layanannya memenuhi syarat, dan kenyamanan layanannya terjamin.
2. Transaksi ekonomi yang dapat dilakukan menggunakan kata hubungan yang telah terbentuk tersebut sehingga memunculkan inovasi inovasi bisnis baru yang dapat menggerakkan roda perekonomian menjadi berputar lebih cepat.
3. Kolaborasi yang terjadi antar pengguna yang terhubung dalam suatu jaringan yang terbentuk dari keterhubungan yang ada sehingga menghasilkan sinergi yang kuat antara pengguna.
4. Transformasi sosial dan ekonomi yang terlaksana karena terjadinya perubahan yang mendasar dalam cara kegiatan bisnis dan sosial dilaksanakan.

Teknologi informasi memiliki peran yang sangat strategis dalam menciptakan transformasi sosial menuju masyarakat yang lebih produktif inovatif, kolaboratif sehingga memiliki

⁹² Ibid., hlm 17.

daya saing global yang lebih kuat. Dalam mencapai peran yang diharapkan di atas, teknologi informasi diperlukan untuk dapat memberikan nilai tambah pada tiap tahap dari rantai pasokan informasi yang terdiri dari komponen-komponen teknologi informasi sebagai berikut:

1. Sumber daya alam dan teknologi. Penggunaan sumber daya alam seperti frekuensi dan orbit satelit yang sangat terbatas serta sumber daya teknologi seperti nomor dan alamat, harus dikelola dengan baik sehingga diperoleh manfaat yang sebesar-besarnya bagi semua pemangku kepentingan.
2. Infrastruktur dan jasa. Sumber daya tersebut baru dapat dimanfaatkan setelah gelarnya infrastruktur jaringan pada sisi penyedia lengkap dengan peralatan akses pada sisi pengguna, beserta sistem aplikasi yang diperlukan untuk mendukung operasional penyelenggaraan jaringan dan jasa-jasa nilai tambah yang diciptakan sebagai pelengkap dari jaringan yang telah terbentuk.
3. Kandungan atau konten. Informasi yang dibangkitkan, dikumpulkan, disediakan, disebarkan, disalurkan secara waktu nyata (*real-time*) dan linear ataupun tunda baru dapat diselenggarakan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat dengan memanfaatkan jaringan dan jasa yang telah tersedia.



LATIHAN!

Uraikan dengan analisa sederhana solusi bagi permasalahan konvergensi media di Indonesia serta uraikan teknis implementasinya!

BAB X

REGULASI DAN REGULATOR KOMUNIKASI PENGALAMAN DI INGGRIS RAYA DAN INDIA

Pemilihan kasus regulasi dan regulator komunikasi di Inggris Raya dilakukan dengan alasan negara ini memberikan perhatian pada penyiaran dan telekomunikasi dengan berprinsip pada keadilan dan kepentingan publik. Negara ini dinilai berhasil menegosiasikan kepentingan pasar dan publik dalam mengatur penyiaran dan telekomunikasi.

Alasan lain, Inggris Raya berhasil melakukan inovasi regulasi komunikasi elektronik sejak tahun 1970–an Simpson⁹⁴. Salah satu keberhasilannya adalah terobosan untuk merumuskan regulasi komunikasi tunggal meliputi penyiaran dan telekomunikasi, yakni *Communication Act 2003*⁹⁵. Regulasi ini juga mengatur keberadaan dan fungsi lembaga regulasi tunggal, *The Office of Communication (Ofcom)*⁹⁶.

Dalam studi yang dilakukan oleh Paul Smith⁹⁷, regulasi komunikasi yang dikeluarkan oleh pemerintah Inggris Raya tersebut bisa dilihat terhadap kemunculan televisi konvergensi,

⁹⁴ Simpson, S. 2010. Effective Communications Regulation in an Era of Convergence? The Case of Premium Rate Telephony and Television in the UK. *Convergence: The International Journal Research into New Media Technologies.*, hlm 217.

⁹⁵ UU dari Parlemen Inggris Raya yang berlaku pada 25 Juli 2003 menggantikan UU Telekomunikasi 1984.

⁹⁶ Bertanggung jawab untuk menyusun pedoman perilaku penyiaran dan standar program siaran untuk radio dan televisi. Sumber: kpi.go.id

⁹⁷ Smith, P. 2006. *The Politics of UK Television Policy: The Making of Ofcom.* Media Culture and Society. Hlm 929.

telekomunikasi dan teknologi komputer yang difasilitasi oleh teknologi digital. Dengan, Doyle dan Vick menganggap bahwa kelahiran *Communications Act 2003* merupakan langkah strategis untuk merespon perubahan teknologi, pelayanan dan pasar. Regulasi ini juga sekaligus menciptakan regulator tunggal, *Office of Communication (Ofcom)*, yang bertugas mengatasi komunikasi yang konvergen.

A. Regulasi Komunikasi di Inggris Raya: *Communication at the 2003*

Kebutuhan Inggris Raya untuk menerbitkan regulasi komunikasi tunggal yang mengikuti perkembangan teknologi pada dasarnya disebabkan oleh keinginan pemerintah untuk bisa mengantisipasi munculnya pasar komunikasi yang konvergen. Menurut Doyle dan Vick⁹⁸ kebutuhan untuk merumuskan kebijakan negara terhadap fenomena konvergensi media tersebut dipicu oleh pemerintahan partai buruh yang mulai berkuasa di Inggris Raya pada 1997. Bagi pemerintah saat itu konvergensi dianggap sebagai revolusi komunikasi yang mengaburkan batas dan berbagai sektor media.

⁹⁸ Doyle, G., & Vick, D. W. 2005 *The Communications Act 2003: A New Regulatory Framework in the UK*. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*. Hlm 75.

Revolusi teknologi era digital, dalam pandangan Marx Wheeler⁹⁹, mengakibatkan munculnya berbagai kombinasi jenis informasi yakni teks, suara, gambar atau gambar bergerak. Dengan demikian tidak ada lagi perbedaan jenis informasi yang kaku. Lebih lanjut, Wheeler¹⁰⁰ menyatakan bahwa perubahan pasar komunikasi konvergensi inilah yang kemudian mendorong pembuat kebijakan komunikasi bisa menyeimbangkan kesempatan untuk mempertinggi nilai daya saing, efisiensi, dan pertumbuhan, sekaligus mengelola tradisi pelayanan publik dan universalitas.

Senada dengan itu Paul Smith¹⁰¹ menganggap bahwa kebijakan komunikasi tunggal ini bermuara pada industri komunikasi bernama pertelevisian yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi digital.

Secara singkat, juga menyatakan bahwa kemunculan regulasi ini menunjukkan perhatian pemerintah Inggris Raya untuk mengubah kebijakan mengenai penyiaran menjadi kebijakan komunikasi.

Gagasan mengenai kebijakan komunikasi tunggal yang terwujud dalam *The Communication Act 2003* dimulai akhir tahun 2000 ketika pemerintah Inggris mempresentasikan

⁹⁹ Wheeler, M. 2001. *Regulating Communications in the UK A New Future. Convergence: The International Journal Research into New Media Technologies.*, hlm 28.

¹⁰⁰ Ibid., hlm 29.

¹⁰¹ Smith, P., OpCit. Hlm 930.



*Communication White Paper, A New Future For Communications*¹⁰².

Dokumen yang sering disebut dengan *White Paper* ini memuat rencana pemerintah Inggris untuk menyusun Undang–Undang komunikasi di persiapkan oleh Departemen perdagangan dan industri (*Departement of trade and Industry*) dan Departemen budaya, media, dan olahraga (*Departement of Cultur, Media and Sport*). Dokumen ini merupakan respons terhadap *Green paper*¹⁰³: *Regulating Communications: Approaching Convergence in the Information Age* yang diterbitkan pada tahun 1998¹⁰⁴.

Rumusan *White Paper* oleh dua departemen yang berbeda tersebut bagi Wheeler¹⁰⁵ merefleksikan perbedaan pendekatan komunikasi dari kedua Departemen tersebut. Dari pandangan *Departement of Trade and Industry* (DTI), pemerintah percaya bahwa sektor komunikasi di Inggris Raya seharusnya menjadi pasar yang paling dinamis dan kompetitif di Indonesia. Sedangkan dari pandangan *Departement Culture Media And Sport* (DCMS), Pemerintah berupaya menyeimbangkan tujuan industrial dengan tujuan kepublikan untuk memastikan baik sebagai warga negara maupun konsumen mempunyai akses yang universal

¹⁰² Tulisan pemikiran yang diterbitkan oleh Pemerintah Kerajaan Inggris dan Regulator Telekomunikasinya yaitu OFTEL.

¹⁰³ Berisi tentang kebijakan penerapan konvergensi, salah satunya European Commission.

¹⁰⁴ Wheeler, M., Loc.Cit. Hlm 29.

¹⁰⁵ Ibid.

terhadap serangkaian pelayanan komunikasi yang berkualitas tinggi.

Perpaduan pendekatan DTI dan DBMS dalam *White Paper* ini mengindikasikan adanya kepentingan keinginan pemerintah Inggris Raya untuk menegosiasikan kepentingan politik antara pemerintah dan industri audio-visual komunikasi dan informasi¹⁰⁶.

Alasan lain dirumuskannya *White Paper* ini adalah keinginan pemerintah Inggris Raya Mengembangkan metode efektif untuk memberikan ruang kompetisi yang efektif dalam pasar digital. Namun begitu, dengan alasan bahwa pelayanan berbasis komunikasi mempunyai nilai politik dan ekonomi, pemerintah Inggris Raya menganggap perlu untuk melakukan kontrol arus informasi. Ini dimaksudkan untuk memastikan akses terhadap pelayanan, pluralitas dalam pelayanan, dan pemeliharaan layanan publik ke dalam berbagai platform serta saluran informasi (2001 33-36).

Persoalan lain yang menjadi latar belakang dirumuskannya *White Paper* ini adalah keprihatinan pemerintah sehubungan dengan meningkatnya kesulitan yang dihadapi oleh berbagai regulator, seperti Independent *Television Commission (ITC)*, *The Office of Telecommunication (OfTel)* *Broadcasting Standard Commission (BSC)* dan *Office for Fair Trading (OFT)*.

¹⁰⁶ Ibid., hlm 30.



B. India

Secara politik India memiliki kemiripan dengan Indonesia yaitu keduanya merupakan negara demokratis dengan jumlah penduduk terbesar pertama di dunia sementara Indonesia merupakan negara demokratis terbesar ketiga di dunia setelah India dan Amerika Serikat.

Luas wilayah negara India dan Indonesia juga memiliki kemiripan. India terdiri dari 28 negara bagian, sementara Indonesia terdiri dari 34 provinsi. Demikian regulasi yang dirumuskan pada level pusat memiliki potensi kesulitan yang besar dalam implementasi di setiap wilayah, apalagi setiap negara bagian atau provinsi tersebut memiliki karakter sosial budaya yang berbeda.

Regulasi yang berkaitan dengan internet atau media baru secara umum paling tidak memiliki dua karakter. *Pertama*, biasanya regulasi mengenai internet berkaitan dengan ketentuan warga memproduksi dan mendistribusikan informasi melalui media baru. *Kedua*, bertransaksi melalui media baru, di Indonesia regulasi tersebut dinamakan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik yang berlaku sejak 2008.

Regulasi yang berkaitan dengan media dan komunikasi secara umum dan komunikasi secara umum di India sangat beragam. Hal ini didasari oleh perjalanan relatif panjang ini yang menempatkan media sebagai elemen penting di dalam sistem politiknya. Regulasi media yang banyak tersebut dapat dilacak dari konstitusi India yang dirilis pada 26 Januari

1950, tiga tahun sejak kemerdekaan India dari Inggris. Konstitusi yang mendorong keadilan, kebebasan dan kesamaan pada seluruh warga. Konstitusi India tersebut merupakan konstitusi tertulis yang terpanjang di Indonesia di dunia terdiri dari 12 Bab 444 pasal dan 98 kali amandemen konstitusi India dalam versi bahasa Inggris terdiri dari hampir 120.000 kata.

Konstitusi India merupakan bersumber dari regulasi media dan komunikasi di India konstitusi India tidak secara khusus membahas kebebasan media namun secara tak langsung merujuk pada kebebasan media. Rujukan tersebut terdapat dalam pasal 19. Pasal tersebut menjamin kebebasan berpendapat dan berekspresi Yang merupakan elemen dasar bagi kemerdekaan.

Regulasi media jadi dia sangat dipengaruhi oleh kolonisasi Inggris. Pengaturan penjajah Inggris atas peran sensor dan industri mendorong lahirnya Undang–Undang pers pada 1835 yang mengakumulasi aturan–aturan sebelumnya yang represif. Kemudian muncul Undang–Undang pers yang dirilis pada 18 Juni 1857. Undang–Undang ini memperkenalkan lisensi untuk memiliki dan menjalankan media cetak, mendorong pemerintah untuk mengawasi publikasi atau sirkulasi dari surat kabar, buku atau materi cetakan dan melarang publikasi atau penyebaran pernyataan atau berita yang memiliki tendensi mengkritik atau menyerang pemerintah.

Di India Terdapat lima regulasi yang berkaitan dengan pers dan media cetak yakni: Undang–Undang pers dan registrasi buku, Aturan registrasi surat kabar, Undang–Undang surat kabar (harga dan halaman), Undang–Undang distribusi dan surat kabar, dan Undang–Undang dewan pers.

Empat regulasi yang mengatur film di India adalah Undang–Undang Pertunjukan Dramatis, Undang–Undang Sinematografi, Aturan Sinematografi Sinematografi dan Undang–Undang Pekerja Sinema dan Pekerja Teater.

Salah satu kemajuan dari India adalah berlakunya Undang–Undang Pasar Bharati yang diundangkan pada 12 September 1990. Undang–Undang ini disusun untuk pembentukan lembaga otonom bernama korporasi penyiaran yang mengelola dua Media penyiaran publik (Doordarshan dan AIR) yang memindahkan kekuasaan yang sebelumnya dimiliki oleh Kementerian informasi dan penyiaran India.

Korporasi penyiaran juga menguasai aset dan modal dari Doordarshan dan AIR dan akan dikelola oleh 15 anggota dewan pasar Bharati yang termasuk direktur jenderal dari dua organisasi dan dua perwakilan dari para pekerja. Pimpinan dan anggota lain dari dewan tersebut ditunjukkan berdasarkan rekomendasi dari seleksi oleh komite yang dipimpin oleh wakil presiden. Ke–15 anggota dewan penyiaran bertugas mengelola keluhan publik.

Tugas utama dari korporasi penyiaran adalah organisasi dan mengatur pelayanan penyiaran publik untuk memberikan informasi, mendidik dan menghibur publik. tugas utama yang

lain adalah meyakinkan bahwa perkembangan yang seimbang antara radio dan televisi terwujud.

Tujuan selanjutnya adalah melayani masyarakat pedalaman, perbatasan, dan minoritas dengan tayangan program yang sesuai: menyediakan program khusus untuk melindungi anak-anak, orang berkebutuhan khusus, generasi tua, dan kelompok rentan lainnya di masyarakat dengan program-program acara yang sesuai;

1. Mempromosikan integrasi nasional melalui penyiaran yang memfasilitasi komunikasi dalam berbagai bahasa di India, dan memfasilitasi distribusi layanan penyiaran regional di setiap negara bagian dengan bahasa mereka.
2. Menyediakan jangkauan penyiaran yang komprehensif melalui pilihan yang sesuai dengan teknologi dan penggunaan terbaik dan ketersediaan frekuensi dan menyediakan penerimaan dalam kualitas yang baik.
3. Mempromosikan riset dan aktivitas pengembangan untuk teknologi penyiaran radio dan televisi yang secara konstan diperbarui.
4. Memperluas fasilitas siaran dengan menyediakan saluran saluran transmisi tambahan dalam beragama beragam level.
5. Mendorong penyiaran dijalankan sebagai layanan publik termasuk juga program-program acaranya.
6. Mendorong sebuah sistem pengumpulan berita untuk radio dan televisi.
7. Mendirikan dan menjalankan sebuah perpustakaan untuk radio televisi dan material yang lain.

Terdapat empat regulasi media penyiaran di India yakni Undang–Undang Korporasi Penyiaran, Undang–Undang Jaringan Televisi Kabel, Aturan Radio Televisi dan Perangkat Rekaman Kaset Video, dan Regulasi Standar Kualitas Layanan untuk Layanan Kabel dan Penyiaran.

Berkaitan dengan hak warga atas informasi di India: Undang–Undang hak untuk mengetahui, aturan hak atas informasi, aturan komisi informasi pusat dan Undang–Undang hak cipta. Regulasi yang berkaitan dengan media baru, telekomunikasi dan internet: Undang–Undang telegraf Undang–Undang otoritas regulator telekomunikasi, aturan panel sengketa telekomunikasi, aturan otoritas regulator telekomunikasi Undang–Undang kantor pos dan Undang–Undang teknologi informasi.

Regulator di India dideskripsikan oleh akademisi dan praktisi sebagai sangat terdesak desentralisasi. dimonitor oleh Dewan Pers India (*Press Council of India*, PCI) yang memiliki tugas menyusun panduan dan tidak memberikan sanksi. Film diatur oleh Dewan Sentral Sertifikasi Film (*Central Board of Film Certification*, CBFC) dan Periklanan oleh Dewan Standar Periklanan India (*Advertising Standards Council of India*, ASCI).

Selain regulator independen, industri juga membentuk lembaga khusus misalnya sebagai amanat Undang–Undang jaringan televisi kabel yang disahkan pada tahun 2000 dibentuk Dewan Komplain Konten Penyiaran (*Broadcasting Content Complaints Council*, BCCC). Berita di India juga



memiliki dua lembaga yang mendorong *self-regulation* yaitu *News Broadcasters Association* (NBA) dan *Broadcast Editors' Association* (BEA).

Terdapat 11 regulator media dan komunikasi di India: Pemerintah India (terutama Kementerian Informasi dan Penyiaran), Biro Informasi Pers (*Press Information Bureau*), Direktorat Periklanan dan Publisitas Visual, Registrasi Surat Kabar India, dan Direktorat Publisitas Lapangan, Dewan Pers India, Lembaga Banding Sertifikasi Film, Dewan Sentral Sertifikasi Film, Dewan Standar Periklanan, Dewan Hak Cipta, dan Otoritas Regulator Telekomunikasi India.

130

C. Analisis Regulasi dan Regulator di India

Mengamati regulasi media dan demokrasi di India dapat disimpulkan bahwa regulasi tersebut memenuhi prinsip-prinsip demokrasi yaitu kemerdekaan dan kebebasan berpendapat dan berekspresi bagi warga. Prinsip melindungi kepentingan nasional juga dipenuhi dengan baik Misalnya untuk regulasi yang mengatur bidang perfilman regulasi perfilman melindungi para produsen film dan memajukan film nasional nya.

Walau begitu, regulasi media dan komunikasi di India kurang terintegrasi karena memiliki banyak regulasi media dan komunikasi. Perkembangan media baru, terutama internet dan telekomunikasi, regulasinya tampak kurang terhubung dengan Undang–Undang Film dan regulasi media

penyiaran. Media dan komunikasi yang beragam tersebut juga tidak integratif.

Sepintas regulasi media dan komunikasi di India tidak adaptif karena memiliki beragam regulasi di setiap media. Malah begitu sesungguhnya secara keseluruhan regulasi tersebut bisa dianggap cukup adaptif karena pemerintah India memperbarui regulasi media dan komunikasi mereka melalui perubahan yang periodik pada setiap Era.

Adaptasi tersebut dimulai sejak era kolonisasi Inggris yang dimulai melalui Undang–Undang pers dan registrasi buku yang dirilis pada tahun 1867 dan masih berlaku sampai sekarang. Media tertua di India ini bertujuan melestarikan materi cetak di India, antara lain surat kabar dan buku. Muncul Undang–Undang *Vernacular Press* pada tahun 1878¹⁰⁷ yang dapat memberi sanksi pada publikasi yang melanggar hukum.

Undang–Undang selanjutnya adalah Undang–Undang Surat Kabar yang dirilis pada 1908 yang menghukum surat kabar yang melakukan pemberontakan. Berikutnya adalah Undang–Undang Harga Surat Kabar yang dirilis pada 1956 Undang–Undang ini bertujuan mengatur harga yang harus dibayar pembaca dengan memperhitungkan jumlah halaman dan bertujuan untuk mencegah kompetisi yang tak adil di antara perusahaan surat kabar sehingga memberi

¹⁰⁷ Vernocal Press Act (1878) diberlakukan untuk membatasi kebebasan pers India dan mencegah ekspresi kritik terhadap kebijakan Inggris. wikipedia.org.



kesempatan kepada mereka untuk mendukung kebebasan berpendapat dan berekspresi.

Regulasi media terakhir yang menunjukkan regulasi media dan komunikasi di Indonesia di India relative adaptif dengan cara melakukan perubahan yang Periode adalah Undang–Undang dewan pers yang diundangkan pada tahun 1978. Undang–Undang ini bertujuan untuk menjaga kebebasan pers dan menjalankan suatu standar bagi surat kabar dan kantor berita di India. Dewan Pers India juga menjaga otonomi pers dan pemerintah dan mengembangkan profesionalisme jurnalis agar sesuai dengan kaidah etik dan kepentingan publik.

India juga mengembangkan berbagai regulasi tentang penyiaran tentang telekomunikasi tentang transaksi elektronik. Bahkan kementerian pendidikan sekolah dan literasi mendorong penggunaan teknologi informasi dan komunikasi dalam proses pendidikan disekolah. Teknologi informasi dan komunikasi sangat berperan dalam proses pendidikan dan menghubungkan dengan beragam sumber daya dalam proses pendidikan. Secara resmi penggunaan teknologi informasi dan komunikasi diterapkan dalam sistem pendidikan India. Potensi yang dimiliki teknologi informasi dan komunikasi sangat besar untuk mengatasi berbagai kendala dalam pendidikan di India.

Industri teknologi informasi dan komunikasi adalah industri yang berkembang dengan cepat di India. Sering industri dan dunia pendidikan tidak saling mendukung satu

sama lain untuk mengembangkan teknologi informasi dan komunikasi. Industri dan dunia pendidikan memiliki peran masing-masing yang penting bagi perkembangan teknologi informasi dan komunikasi.

Melihat bahwa meskipun asas demokrasi dan kepentingan negara dipenuhi oleh regulasi dan regulator komunikasi di India, pilihan India untuk membuat regulasi dan regulator komunikasi yang terpisah dan cenderung kompleks (karena jumlah yang banyak) membuat kebijakan komunikasi di India secara umum cenderung tidak terintegrasi dan kurang adaptif terhadap perkembangan teknologi digital.

Belajar dari pengalaman India tersebut, idealnya Indonesia menghindari jumlah regulasi dan regulator yang banyak supaya kompleksitas persoalan komunikasi bisa diminimalisir minimalisasi serta regulasi bisa lebih bersifat integratif dan adaptif terhadap perkembangan teknologi digital.

BIBLIOGRAFI

Abd, Azis. 2017. Sistem, Teori, dan Orientasi Pers. kumparan.com.

Anatol, Rapoport. 1968. Penelitian Sistem Modern untuk Ilmuwan Perilaku.

Andi, Setyobudi, Ciptono. 2006. Teknologi Broadcasting TV. Graha Ilmu. Yogyakarta.

Ardianto, Elvinaro dan Soleh Soemirat. 2010. Dasar-Dasar Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif. Simbiosis Rekatama Media. Bandung.

Arifin, Anwar. 1992. Strategi Komunikasi. Armico. Bandung.

Ashadi siregar. 2006. Etika Komunikasi. Pustaka Book. Yogyakarta.

Ashandi, Siregar. 2014. Pengantar Ilmu Komunikasi. Rajawali Pers. Jakarta.

Aslama, M., & Napoli, P.M. 2010. Diversity2.0: Rethinking Audience, Participation, and Policies.

- Baaren, Eva., Lidwien., & Huizer Erik. 2011. Understanding Technology Adoption Through Individual and Context Characteristics: The Case of HDTV. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*.
- Budiman, A. (2019, February 11). Kolom pakar: Industri 4.0 vs Society 5.0.
- Collins, Fiona. 1998. Sistem Pers di Australia. Makalah pada kuliah brusilib "pers" di Fisipol UGM.
- Dominick, Joseph, R. 2001. *The Dynamic Mass Communication: Media in The Digital Age 7th Edition*. New York: The Mc Graw-Hill Companies.
- Doyle, G., & Vick, D. W. 2005 *The Communications Act 2003: A New Regulatory Framework in the UK*. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*.
- Ericson, Richard Victor dkk. 1987. *Visualizing Deviance a Study of News Organization*. University of Toronto Press.
- Falach, Gulam. 2018. *Konsumerisme Manusia Satu Dimensi*. Universitas Islam Negeri Sunan Kali Jaga. Yogyakarta.
- Fisher, Aubrey. 1990. *Teori-Teori Komunikasi*. Remaja Rosda Karya, Bandung.

Gans, Herbert J. 1975. *Popular Culture and High Culture*. New York: Basic Book, Inc., Publisher.

Graber, A Doris. 1993. *Media Power in Politics*. CQ Press. Washington.

Hamdanunsera. 2018. Industri 4.0: Pengaruh Revolusi Industri Pada Kewirausahaan Demi Kemandirian Ekonomi. *Jurnal Nusamba* 3(2), 2-4

Komisi Informasi Pusat Republik Indonesia. 2009. *Anotasi Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik*. Yayasan Tifa. Jakarta.

Littlejohn, Stephen. W, Fross, Karen. A. 2014. *Teori Komunikasi, Salemba Humanika*.

Making Indonesia 4.0: Strategi RI Masuki Revolusi Industri Ke-4. (2019)

Mayasari, D. (2019, January 24). *Mengenal Society 5.0, Transformasi Kehidupan yang Dikembangkan Jepang*. Retrieved April 2019, from m.timesindonesia.co.id:

McQuail, Dennis. 1987. *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Erlangga. Jakarta.

Miftahuddin, dkk. 2014. Kuntowijoyo dan Pemikirannya: Dari Sejarahwan sampai Cendekiawan. Universitas Negeri Yogyakarta.

Nurudin. 2009. Pengantar Komunikasi Massa. Raja Grafindo. Jakarta.

PKS BIT LIPI. 2016. Public Relations dan Citra Positif Organisasi. Unit Pelaksana Teknis Balai Informasi Teknologi. Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia.

Purnomo, Tjahjo, dan Ashadi Siregar. 1983. Membedah Dunia Pelacuran Surabaya, Kasus Kompleks Pelacuran Dolly. Grafiti Pers. Jakarta.

Rahayu, dkk. 2015. Membangun Sistem Komunikasi Indonesia. Pr2media. Yogyakarta.

Reni, Nurani. 2010. Manajemen Redaksi Harian Republika dalam Menghadapi Persaingan Industri Media Cetak. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta.

Ronggo, A dan Bilal R. 2017. Pers Nasional Dulu dan Kini di Mata Harmoko. Replubika.co.id

Sadikin, Ali. 2012. Konvergensi Media: Tantangan Baru Media Massa. Universitas Mercubuana.

Saverin, Werner J. 2010. Teori Komunikasi: Sejarah, Metode dan Terapan di Dalam Media Massa. Kencana Prenada. Jakarta.

Sembiring, Tifatul. 2010. Rencana Strategis Kementerian Komunikasi dan Informatika 2010-2014. Menkominfo. Jakarta.

Siebert, Fred S, dkk. 1986. Empat Teori Pers. Intermasa: Jakarta.

Simpson, S. 2010. Effective Communications Regulation in an Era of Convergence? The Case of Premium Rate Telephony and Television in the UK. *Convergence: The International Journal Research into New Media Technologies*.

Singh, R. & Raja, S. 2010. *Convergence: In Information and Communication Technology*. Washington: World Bank.

Smith, P. 2006. The Politics of UK Television Policy: The Making of Ofcom. *Media Culture and Society*.

Susanto, Eko Harry. 2009. Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik dan Penyelenggaraan Pemerintahan. Universitas Tarumanegara.

Susanto, Eko Harry. 2010. Keterbukaan Informasi Publik dan Pemanfaatannya Dalam Upaya Pencitraan Positif POLRI. Tarumanegara University.

Susanto, Eko Harry. 2010. Media Relations dan Transparansi Informasi (Tinjauan Terhadap Kesiapan Badan Publik Dalam Pemberlakuan UU Keterbukaan Informasi Publik). Konferensi Nasional Komunikasi, Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana Jakarta.

Syahputra, Fajar A. 2018. Dampak Sistem Manajemen Kinerja Terhadap Kinerja Karyawan. Universitas Komputer Indonesia. Bandung.

Tester, Keith. 2009. Immor(t)alitas Media. Penerbit Juxtapose. Yogyakarta.

Tjandrawinata, Raymond. 2016. Industri 4.0: Revolusi Industri Abad ini dan Pengaruh pada Bidang Kesehatan dan Bioteknologi. Deca Medica Group.

Weiner, Richard. 1996. *Webster's New World Dictionary of Media and Communications*. New York: Macmillan.

West, Richard dan Lynn H Turner. 2008. Pengantar Ilmu Komunikasi. Salemba Humanika. Jakarta.

Wheeler, M. 2001. Regulating Communications in the UK A New Future. *Convergence: The International Journal Research into New Media Technologies*.

Whitt, Richard, S. 2004. A Horizontal Leap Forward: Formulating a New Communications Public Policy Framework Based on The Network Layers Model. *Federal Communications Law Journal*.

Wibawa, Afifi, & Prabowo. 2010. Model Bisnis Penyiaran Televisi Digital di Indonesia. *Jurnal Komunikasi UPN "Veteran" Yogyakarta*.

Biodata Penulis

Heny Triyaningsih, merupakan bungsu dari tiga bersaudara. Mengawali pendidikan dari SD–D3 di Yogyakarta, S1 di Jakarta dan kembali ke Yogyakarta untuk mengambil Magister di Program Studi Ilmu Komunikasi Fisipol UGM.

Mempunyai ketertarikan di kajian ilmu sosial dan penelitian efek media menghasilkan jurnal diantaranya tentang teori efek dan efek pemberitaan, buku sosial berjudul Cogito Ergo Sum dan buku Sistem Komunikasi Indonesia. Saat ini, penulis beraktivitas sebagai dosen di Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Madura.

Masukan, saran dan diskusi dapat melalui email h3ny.nusai@gmail.com.

