

URGENSI SISTEM SIARAN TELEVISI BERJARINGAN*

Ade Armando**

Abstract

The existence of TV broadcasting system using networking is a consequence of responsibility of broadcasting media which uses the spectrum of radio frequency. It further reveals that in the system, its main institution disseminates its broadcasting to several or many regions through its local institution, regularly, in a specific schedule. This system is developed from a democratic broadcasting principle in order to encourage participation and empowerment of local television and to guarantee the variety of its content, while simultaneously protect the rights of public to have access to the content.

Keywords: broadcasting system, television networking, law on broadcasting, local television, broadcasting system

Abstrak

Sistem siaran televisi berjaringan sesungguhnya merupakan bentuk tanggungjawab dari media penyiaran yang telah menggunakan spektrum frekuensi radio. Sistem siaran televisi berjaringan merupakan sistem siaran di mana lembaga penyiaran induk yang memancarluaskan siarannya ke beberapa atau banyak wilayah siar melalui lembaga penyiaran lokal secara tetap pada jam siaran tertentu. Sistem siaran televisi berjaringan berangkat dari pemikiran sistem penyiaran yang demokratis dalam rangka mendorong partisipasi dan pemberdayaan lembaga penyiaran lokal, keberagaman isi siaran, dan perlindungan terhadap hak masyarakat dalam memperoleh materi siaran.

Kata Kunci: sistem siaran, televisi berjaringan, UU penyiaran, lembaga penyiaran lokal, sistem penyiaran

A. Latar Belakang

Salah satu keluhan yang sering terdengar mengenai pertelevisian Indonesia adalah penyajian gambaran tentang daerah di luar Jakarta yang terkesan melulu negatif. Berita negatif tentang Jakarta juga banyak namun itu bisa diimbangi oleh gambaran cerah mengenainya di beragam program siaran yang tersaji sepanjang hari. Informasi tentang luar Jakarta lazimnya hanya tersaji secara singkat, secara parsial, sebagai rangkaian berita di program berita. Itu pun umumnya hanya menyangkut hal-hal negatif dan sensasional seperti pembunuhan, tawuran, skandal, kekerasan, demonstrasi, darah, bencana alam, dan semacamnya.

Televisi besar di Jakarta pada dasarnya tak terlalu perduli dengan perkembangan di luar daerahnya. Mereka berkantor di Jakarta, mengambil keputusan di Jakarta, sementara di setiap daerah di luar Jakarta, lazimnya yang

ada semacam koresponden tak berkantor. Koresponden atau kontributor ini bertugas melaporkan berita yang terjadi di kotanya masing-masing untuk dikirim ke Jakarta.

Pola tersebut, pada gilirannya, melahirkan gelombang berita negatif dari daerah. Para kontributor ini memahami bahwa ada risiko besar untuk mengirimkan berita positif karena tahu bahwa redaksi di Jakarta akan lebih menyukai berita negatif. Berita positif sering dianggap hanya relevan untuk masyarakat setempat sementara berita sensasional mudah menarik perhatian banyak penonton, terlepas dari daerah asal dan tempat tinggal.

Dalam beberapa tahun terakhir, memang ada sedikit perubahan. Sejumlah stasiun, di beberapa daerah mulai memperkenalkan siaran lokal. Sebagai contoh, SCTV memiliki siaran berita khusus Surabaya yang hanya dapat ditangkap di Surabaya. Namun ini tak berarti SCTV memiliki stasiun lokal di Surabaya.

* Tulisan ini pernah di presentasikan dalam diskusi terbatas di P3DI Setjen DPR RI dengan Topik Penataan Penyiaran di Indonesia, tanggal 31 Januari 2013.

** Pakar Komunikasi UI dan Anggota Tim Pakar Pendamping Penggantian UU Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran di Komisi I DPR RI.

Yang dilakukan SCTV adalah mendirikan biro khusus Surabaya yang mengirimkan berita-berita Surabaya dalam jumlah cukup banyak untuk mengisi siaran berita sekitar 30 menit. Siaran tersebut tetap dikirimkan untuk diedit dan dikemas di Jakarta. Pada gilirannya, Jakarta akan mengirimkan siaran ke Surabaya yang berbeda dari siaran ke daerah-daerah lainnya, khusus pada jam tertentu itu.

Pola terakhir ini memang terkesan lebih akomodatif terhadap kebutuhan masyarakat lokal. Namun pada dasarnya metode semacam ini tak akan dapat memenuhi kebutuhan tuntutan demokratisasi penyiaran yang mendasar. Dengan pola itu, tetap tak akan ada stasiun-stasiun afiliasi yang tumbuh di berbagai daerah. Yang diperoleh hanyalah mungkin maksimal satu jam siaran berita lokal. Gagasan tentang masyarakat lokal sebagai pemegang kedaulatan frekuensi siaran tidak berlaku. Segenap keuntungan yang diperoleh dari pengelolaan frekuensi siaran tetap terpusat di Jakarta.

Sebenarnya Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran (UU Penyiaran), ketentuan mengenai penyiaran berjangkaran telah disebutkan yaitu Pasal 6 ayat (3), dalam sistem penyiaran nasional terdapat lembaga penyiaran dan pola jaringan yang adil dan terpadu yang dikembangkan dengan membentuk stasiun jaringan dan stasiun lokal. Ketentuan ini tentunya berdampak pada persoalan pemusatan kepemilikan. Pada Pasal 18 ayat (1) disebutkan, pemusatan kepemilikan dan penguasaan Lembaga Penyiaran Swasta oleh satu orang atau satu badan hukum, baik di satu wilayah siaran maupun di beberapa wilayah siaran, dibatasi. Selanjutnya pada ayat (2), kepemilikan silang antara Lembaga Penyiaran Swasta yang menyelenggarakan jasa penyiaran radio dan Lembaga Penyiaran Swasta yang menyelenggarakan jasa penyiaran televisi, antara Lembaga Penyiaran Swasta dan perusahaan media cetak, serta antara Lembaga Penyiaran Swasta dan lembaga penyiaran swasta jasa penyiaran lainnya, baik langsung maupun tidak langsung, dibatasi. Hal lainnya terkait dengan Pasal 34 ayat (1),

yaitu izin penyelenggaraan penyiaran dilarang dipindahtangankan kepada pihak lain.

Norma hukumnya telah memberikan aturan dengan baik, namun implementasinya yang masih dilanggar oleh pengelola media. Konsolidasi dalam bisnis penyiaran telah menyebabkan konsentrasi kepemilikan media penyiaran di tangan beberapa pihak saja. Tentu saja, konsolidasi yang diikuti oleh pemindahtanganan izin siaran ini melanggar ketentuan UU Penyiaran.¹

Konsolidasi yang melahirkan variasi pola-pola kepemilikan diikuti pula oleh suatu sistem pengendalian dan kontrol yang ketat baik dari sisi pemilik modal maupun manajemen. Ada setidaknya tiga macam model pengendalian dan control yang dilakukan oleh pemilik modal dan manajemen yaitu menempatkan orang-orang “kunci”, internal merger, dan pembatasan saham.²

B. Permasalahan

Persoalan imej Indonesia yang negatif sebagaimana dideskripsikan pada latar belakang hanya salah satu dari rangkaian kerugian yang diakibatkan sistem siaran sentralistis. Untuk memperjelas dampak buruk yang diakibatkan sistem siaran televisi terpusat yang ada saat ini, kita bisa melihat dimensi politik, sosial-budaya dan ekonomi dari sistem tersebut. Sehingga permasalahan yang di ajukan dalam tulisan ini yaitu **“mengapa sistem siaran televisi berjangkaran harus kembali dimasukkan ke dalam perubahan UU Penyiaran?”**

C. Kerangka Pemikiran

Pada awal berjalannya era Reformasi di tanah air, media massa sangat menikmati euforia kebebasan tanpa batas yang justru

¹ Puji Riyanto (dkk), *Kepemilikan dan Intevensi Siaran Perampasan Hak Publik, Dominasi dan Bahaya Media di Tangan Segelintir Orang*, Penerbit Yayasan Tifa dan PR2Media, Jakarta, 2014, hal. 12

² Badan hukum anggota televisi nasional berjangkaran umumnya dunamai dengan melekatkan atribut grop yang menjadi afiliasinya. Sebagai contoh PT Surya Citra Pesona Media merupakan nama badan hukum jaringan SCTV di Batam dan stasiunnya bernama SCTV Pekanbaru. PT Indosiar Semarang Televisi merupakan badan hukum jaringan Indosiar di Semarang dan stasiunnya bernama SCTV Semarang. *Ibid.*, hal. 36.

mendorong terjadinya krisis kinerja media. Keberpihakan media memang sangat riskan terutama bila dikaitkan dengan dampak yang akan terjadi pada diri khalayaknya. Menurut *McLeod* yang mengkritik media yang tidak memberikan informasi politik yang dibutuhkan oleh khalayak. Namun di lain sisi, *Chaffe* juga mengakui peranan media dalam membuat khalayak lebih terlibat dengan masalah-masalah politik. Sedangkan *McLeod* sendiri memberikan penjelasan mengenai efek media khususnya proses mediasi antara individu dengan media, bahwa masih ditemukannya argumentasi yang berbeda-beda dari para peneliti mengenai substansi mediasi tersebut. Terdapat sejumlah argumentasi berbeda mengenai isu, proses penafsiran berita sampai proses terbentuknya pemahaman atas suatu isu.³

Kenyataan ini menjadi penting untuk dipahami, mengingat potensi yang dimiliki media dalam rangka pembentukan pendapat umum. Bahwa media dengan mekanisme yang dimilikinya, mempunyai kemampuan untuk membentuk pendapat umum. Salah satu arah teori dalam hal ini adalah masalah penentuan agenda (*agenda setting*) yaitu isu yang dijadikan prioritas politik pada suatu ketika. Menurut *McComb*, inti dari model ini yaitu agenda yang dibuat media akan pula menjadi agenda masyarakat, sehingga menjadi perhatian dari pihak penguasa.⁴ Agenda atau apa yang ditonjolkan media ditentukan oleh faktor *visibility* dari pokok berita, relevansi dengan kebutuhan khalayak dan nilai objek yang bersangkutan. Agenda publik tergantung pada *familiarity*, *personal salience* dan *favorability*. Sedangkan agenda kebijakan (*policy agenda*) tergantung pada potensi dukungan, kemungkinan tindak lanjut dan kebebasan bertindak.⁵

³ Jack McLeod and Steven Chaffee, *Future of Political Communication Research Journal Political Communication*, Vol. 18 No. 2/2001, Sage Publications, Beverly Hills, 2001, p.25.

⁴ McCombs, *Setting the Agenda Setting Research: An Assessment of the Priority Ideas and Problems* dalam GC Wilhoit, *Mass Communication Review Yearbook*, Volume 2, Sage Publications, Beverly Hills, 1981, p.33.

⁵ Arifin, Anwar, *Ilmu Komunikasi*, Penerbit Rajawali Pers, Jakarta, 2003, hal 42.

Dalam sistem demokrasi, regulasi terhadap media pada dasarnya dipilih menjadi dua bagian besar, yakni media yang tidak menggunakan ranah publik (*public domain*) dan media yang menggunakan ranah publik. Regulasi media yang menggunakan *public domain* sangat berbeda dengan media yang tidak menggunakan *public domain*, maka regulasinya sangat ketat. Ini karena ketika seseorang atau suatu badan telah diberi frekuensi, sebenarnya ia telah diberi hak monopoli oleh negara untuk menggunakan frekuensi tersebut dalam kurun waktu tertentu. Dengan demikian, berlaku ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang penyiaran. Dalam kaitannya ini, regulasi terhadap radio dan televisi berlangsung sangat ketat (*highly regulated*).⁶

Regulasi yang ideal harus mencakup tiga prinsip yaitu *pertama*, memastikan bebasnya gangguan interferensi antarfrekuensi, *kedua*, memastikan terjadinya pluralitas politik dan budaya dalam isi siaran, dan *ketiga*, menyediakan masyarakat apa yang mereka butuhkan dalam dunia penyiaran yang menganut sistem “pasar bebas terbatas”.⁷

Dalam konteks Indonesia, jika sistem penyiaran yang diinginkan adalah sistem penyiaran demokratis, maka harus ada jaminan terhadap *freedom of expression*, *freedom of speech*, dan *freedom of the press*. Dalam perspektif yang lebih umum, ketiga jaminan tersebut dibutuhkan sebagai hak dasar sosial dan politik warga negara. Tanpa adanya jaminan tersebut, tak akan ada demokrasi. Lebih dari itu, agar demokrasi berjalan secara baik, jaminan tersebut memerlukan jaminan tambahan secara setara, yakni jaminan terhadap hak ekonomi, hak sosial, dan hak budaya. Bila tidak, demokrasi akan lenyap dalam dekapan kapital dan lahirlah otoritarianisme kapital. Dari perspektif komunikasi dan media.

⁶ Amir Effendy Siregar, *Melawan dan Mencegah Monopoli serta Membangun Keanekaragaman*, Jurnal Sosial Demokrasi, Volume 3 Nomor 1 (Juli-September) 2008, hal. 40.

⁷ Dominick, Joseph R., Fritz Messere dan Barry L Sherman, *Broadcasting, Cable, the internet, and Beyond* 5th edition, Boston, McGraw Hill, 2004, hal. 230.

Jaminan terhadap kebebasan dan kemerdekaan berekspresi, berbicara, dan pers memerlukan jaminan lain, yaitu adanya keanekaragaman (*diversity*) isi dan kepemilikan media. Bila yang memunculkan otoritarianisme baru oleh modal dan segelintir orang, yang pada gilirannya akan memasung demokrasi.⁸

Penyiaran berjaringan didefinisikan Head dan Sterling sebagaimana dikutip Morissan sebagai dua atau lebih stasiun yang saling berhubungan melalui relai (kawat, kabel, gelombang mikro terrestrial, satelit) yang memungkinkan terjadinya penyiaran program secara serentak. Jadi stasiun jaringan adalah sejumlah stasiun penyiaran yang saling berhubungan untuk dapat menyiarkan program secara serentak. Selanjutnya Wilis dan Alridge (1992) terdapat ketentuan beberapa jenis jaringan, namun semuanya memiliki satu kesamaan yaitu jaringan menyiarkan program secara serentak kepada stasiun afiliasinya. Jadi jika stasiun televisi lokal melakukan siaran tunda yaitu dengan merekam terlebih dahulu baru kemudian menyiarkannya tidak dapat dikategorikan sebagai stasiun dengan sistem jaringan.⁹

Sistem penyiaran berjaringan di Indonesia diselenggarakan melalui sistem televisi berjaringan dan sistem radio berjaringan. Sistem televisi berjaringan perlu memperhatikan ciri-ciri sebagai berikut:

1. Setiap stasiun televisi swasta memiliki jangkauan siaran terbatas sesuai dengan wilayah jangkauan siaran yang ditetapkan. Jadi, sebuah stasiun televisi di Jakarta, jangkauan siarannya adalah Jakarta dan sekitarnya.
2. Tidak ada lagi stasiun televisi swasta nasional yang siarannya dapat menjangkau seluruh wilayah Indonesia secara langsung dengan menggunakan stasiun relai/transmitter saja. Satu-satunya lembaga penyiaran televisi

⁸ Amir Effendy Siregar dalam Iwan Awaluddin Yusuf (*et. al*), *Pengantar Buku Pelarangan Buku di Indonesia: Sebuah Paradoks Demokrasi dan Kebebasan Berekspresi*, Jogjakarta: PR2Media dan FES, 2010, hal xiii-xiv.

⁹ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran*, Jakarta: Prenada Media, 2008, hal 104-110.

yang diizinkan melakukan siaran nasional secara langsung adalah TVRI.

3. Siaran sebuah stasiun televisi swasta dapat menjangkau daerah di luar wilayah jangkauan siarannya hanya dengan perantara stasiun televisi yang berada di wilayah tersebut. Sebagai contoh: agar siaran stasiun televisi RCTI yang berada di Jakarta dapat ditangkap siarannya di Bandung, di kota tersebut harus ada stasiun televisi yang berfungsi sebagai anggota jaringan televisi RCTI.
4. Stasiun televisi swasta yang hendak melakukan siaran nasional dapat melakukannya dengan perantara rangkaian stasiun-stasiun televisi yang terjalin dalam sebuah jaringan stasiun televisi. Dengan demikian, agar siarannya dapat menjangkau seluruh wilayah Indonesia, RCTI harus memiliki jaringan stasiun televisi RCTI di seluruh wilayah Indonesia tersebut
5. Sejalan dengan itu, tak ada lagi izin siaran nasional. Yang ada izin penyelenggaraan penyiaran yang hanya berlaku di wilayah jangkauan siaran yang sudah ditetapkan. Dengan demikian, sebuah jaringan televisi nasional harus memiliki izin penyelenggaraan penyiaran di setiap daerah yang dimasuki siarannya.¹⁰

D. Pembahasan

1. Dimensi Politik

Pada tradisi demokrasi, media massa kerap disebut sebagai '*the fourth estate of democracy*', atau pilar keempat demokrasi. Disebut keempat karena pada dasarnya sistem demokrasi sebenarnya mengenal keseimbangan tiga pilar yang diteorikan akan menjamin prinsip '*check and balance*': eksekutif, legislatif dan yudikatif. Persoalannya, bagaimana bila sang pemerintah berkuasa, DPR dan lembaga kehakiman secara kolektif menyalahgunakan kekuasaan sebagaimana terjadi di era Orde Baru. Media massa lah yang diharapkan turun tangan mewakili masyarakat untuk memberi

¹⁰ Ade Armando, "Mengapa Sistem TV Berjaringan Harus Dijalankan", <http://adearmando.wordpress.com/2010/01/29/mengapa-sistem-tv-berjaringan-harus-dijalankan/> diakses tanggal 4-3-2013.

tekanan agar itu tak terjadi. Dengan kata lain agar prinsip transparansi dan akuntabilitas penyelenggaraan kekuasaan dapat terjaga, demokrasi membutuhkan media massa yang beroperasi secara profesional dan benar.

Peran politik media massa yang lain adalah memediasi komunikasi politik yang diperlukan dalam proses pengambilan keputusan dalam sistem demokrasi. Komunikasi ini diperlukan mengingat adanya keyakinan bahwa kebijakan politik yang ideal seharusnya melibatkan beragam aspirasi masyarakat yang rasional. Kendatipun pemerintah misalnya melibatkan para ahli dan profesional dalam perumusan kebijakan, seharusnya mereka tetap membuka diri terhadap berbagai cara pandang, termasuk yang berbentuk kritik dan ketidaksetujuan.

Media massa dibutuhkan dalam demokrasi. Namun justru kondisi itu yang tak akan bisa dijalankan dalam sistem siaran televisi yang terpusat seperti saat ini. Tentu saja adalah gegabah untuk mengatakan stasiun televisi komersial tak memiliki peran apa-apa dalam demokratisasi di Indonesia. Untuk membantah skeptisisme itu, kita dengan mudah merujuk pada bagaimana laporan tentang protes dan kritik terhadap pemerintah Orde Baru pada tahun 1998 berperan besar dalam menciptakan delegitimasi mereka yang berkuasa yang berujung pada jatuhnya Soeharto. Demikian pula, tradisi *talkshow* televisi saat ini tentu berperan besar dalam menjadikan Presiden, kabinet, DPR, lembaga kehakiman, kejaksaan, kepolisian, militer di Indonesia merasa tak bisa menjalankan kekuasaan dengan sewenang-wenang. Itu tak semua tak bisa dan tidak perlu dibantah.

Hanya saja, demokratisasi seharusnya tak hanya berjalan di Jakarta. Demokrasi harus berkembang di seluruh Indonesia sementara sistem pertelevisian yang ada tidak memungkinkan masyarakat di daerah di luar Jakarta menjadikan televisi sebagai sarana peningkatan kualitas demokrasi di daerahnya masing-masing. Penonton di setiap daerah di luar Jakarta tidak bisa melihat dirinya dan tidak bisa memperoleh informasi yang relevan

dengan kepentingan di daerah mereka di layar televisi.

Masalahnya, seluruh berita televisi nasional (RCTI dan sembilan lainnya) dipancarkan dari Jakarta. Sebagaimana telah dijelaskan, apa yang disebut sebagai berita 'daerah' adalah berita yang dikirim oleh para wartawan kontributor di berbagai daerah ke Jakarta. Yang menentukan berita mana yang akan dipancarkan ke seluruh Indonesia adalah redaksi di Jakarta. Akibatnya, *Agenda setting* (penetapan agenda) tentang apa yang disebut sebagai berita atau bukan berita ditentukan dari Jakarta.

Berita-berita daerah itu hanya memperoleh kesempatan mengudara dalam waktu sempit. Dalam sebuah program berita berdurasi satu jam, kurang lebih ada sekitar 15-20 berita yang bisa ditampilkan. Masing-masing berita hanya berusia 2-3 menit, sementara sumber berita datang dari belasan kontributor di berbagai daerah, plus dari Jakarta. Konsekuensinya peluang sebuah berita daerah bisa terpilih hadir sebenarnya relatif terbatas.

Para pengelola negara di berbagai daerah juga tak bisa dimintai pertanggungjawabannya di depan publik melalui televisi. Televisi nasional tak akan tertarik untuk menayangkan acara setengah jam berisikan perdebatan antara walikota Sumatera Selatan (Sumsel), LSM di sana plus anggota DPRD Sumsel karena tak memiliki nilai jual bagi penonton Indonesia. Bila saat ini, penonton bisa menyaksikan berbagai debat politik dalam pemilihan kepala daerah di televisi nasional yang dipancarkan ke seluruh Indonesia, itu dilakukan dalam konteks komersial. KPU mengucurkan uang ke televisi di Jakarta karena di daerah masing-masing tak ada stasiun televisi lokal yang cukup atraktif.

Dalam kondisi seperti itu, sulit untuk membayangkan media televisi bisa menjadi kekuatan penting dalam demokratisasi di seluruh Indonesia. Karena tak dapat menyajikan berita politik lokal, televisi tak dapat dimanfaatkan sebagai media yang dibutuhkan dalam pembangunan demokrasi di Indonesia. Stasiun televisi tak dapat memberikan pada khalayak informasi memadai tentang lingkungannya.

Stasiun televisi tak dapat menjadi sarana komunikasi politik yang menghubungkan pemerintah di sebuah daerah dengan para pemangku kepentingan di daerahnya itu. Stasiun televisi tak dapat berfungsi menjadi sarana kontrol sosial yang dapat memaksa pemerintah di daerah takut menyalahgunakan kekuasaannya.

Tentu saja tetap ada media lain yang bisa menjalankan peran *'watchdog of the government'* di seluruh Indonesia: media cetak, stasiun radio atau media *online*. Namun stasiun televisi yang sebenarnya memiliki daya pengaruh paling besar dibandingkan semua media justru tak bisa diharapkan berperan dalam demokratisasi di seluruh Indonesia.

Bila yang diterapkan adalah sistem siaran televisi berjaringan, seluruh stasiun televisi nasional harus memiliki stasiun televisi di setiap daerah yang harus menyajikan muatan lokal. Di setiap daerah, stasiun televisi komersial itu harus memiliki stasiun lokal yang menggarap berita-berita lokal dan program lokal lainnya. Konsekuensinya, berita politik lokal, debat politik lokal, komunikasi politik lokal akan dapat tersaji di stasiun-stasiun jaringan tersebut.

Tentu saja media komunikasi politik semacam ini tak hanya bermanfaat bagi pemenuhan fungsi kontrol media terhadap pemerintah. Bila saat ini ada kekhawatiran bahwa konflik horizontal semakin banyak berlangsung di berbagai daerah yang terjadi akibat percepatan demokratisasi di Indonesia, media televisi dapat menjadi sarana komunikasi yang ideal untuk mempertemukan berbagai pihak yang berseberangan. Bahwa yang tampil di berita televisi nasional saat ini umumnya hanyalah kepingan-kepingan informasi yang terfokus pada aksi kekerasan yang menyertai konflik itu terjadi karena terbatasnya waktu yang bisa dialokasikan kepada berita-berita konflik tersebut. Bila persoalan-persoalan lokal itu dapat diliput secara mendalam dan televisi dapat menghadirkan pihak-pihak yang terkait secara berimbang, resolusi konflik dapat dilakukan secara lebih baik. Masyarakat tidak akan melihat hanya adegan kekerasan yang sensasional, tapi juga konteks, persepektif, dan penyelesaian konflik.

2. Dimensi Sosial-Budaya

Indonesia adalah sebuah negara dengan kebudayaan yang sangat kaya. Data menunjukkan ada 370 kelompok etnik di Indonesia dan lebih dari 60 bahasa induk. Ratusan kelompok itu memiliki keragaman adat, kesenian, kreasi kebudayaan, norma dan nilai. Ironisnya, kekayaan itu sama sekali tidak tampil di layar televisi swasta Indonesia.

Ini bisa dimulai dengan wujud kebudayaan yang paling gampang dinikmati: kesenian. Di masa TVRI dulu, beragam kesenian, tari-tarian, musik, teater, komedi lokal berkembang melalui program-program seperti "Aneka Ria Nusantara". Di masa dominasi televisi nasional komersial sekarang ini, kekayaan tersebut tak akan mendapat tempat. Kadang, secara sepintas, kesenian itu akan muncul dalam beragam *Variety Show*, terutama dalam format yang dipadukan dengan budaya pop kontemporer. Namun pada dasarnya program-program yang secara sungguh-sungguh melestarikan dan bahkan sekadar mengapresiasi kesenian tradisional tak tersedia.

Sistem siaran pertelevisian Indonesia ini memang tak dapat mendukung kebhinekaan yang seandainya merupakan kekayaan yang tak tertandingi. Penyeragaman menjadi kata kunci. Kadang efek keterpusatan siaran ini bisa menggelikan. Sebagai contoh suara Azan yang disiarkan stasiun televisi berdasarkan Waktu Indonesia Bagian Barat. Kalau di Jakarta Maghrib ya seluruh Indonesia harus mendengarkan azan Maghrib. Di bulan Ramadhan, waktu berbuka dan waktu sahur ditentukan Jakarta. Dalam siaran terpusat ini, Indonesia Tengah dan Indonesia Timur menjadi pinggir.

Ketidaksensitifan agama juga berlangsung. Daerah-daerah yang didominasi oleh kaum non-muslim, seperti Bali, harus turut mendengarkan azan. Kuliah-kuliah Subuh disiarkan ke seluruh Indonesia tanpa mempedulikan latar belakang agama setempat. Di masa Ramadhan, seluruh Indonesia harus merasakan suasana ramadhan, dengan segenap acara siraman rohani Islam sepanjang hari. Ketika Lebaran, begitu juga. Natal tentu juga dirayakan, namun akibat bias Jakarta, perayaan ini jauh lebih sepi di stasiun

televisi nasional. Akibatnya bahkan di wilayah-wilayah yang masyarakat Kristennya dominan, perayaan Natal di televisi tidak berlangsung dalam kadar proporsional.

Dengan kata lain, sistem siaran televisi yang berlaku saat ini mengingkari keberagaman yang sebenarnya merupakan kekayaan Indonesia. Bukan saja budaya yang dipancarkan melulu diisi oleh standar Jakarta, peluang bagi budaya non-Jakarta untuk dapat hadir di wilayahnya masing-masing pun tak ada. Yang terjadi adalah homogenisasi dan penyeragaman budaya dalam makna sesungguhnya, tanpa memberi tempat bagi keragaman budaya untuk hidup.

Sebagai pembanding, seandainya sistem siaran televisi berjaringan yang diterapkan, stasiun televisi anggota jaringan di setiap daerah akan memiliki peluang untuk menampilkan kebudayaan lokal. Tentu saja tak ada jaminan bahwa akan ada seniman lokal yang sanggup memanfaatkan peluang itu, atau tak ada jaminan bahwa pemirsa lokal tidak lebih memilih untuk menyaksikan program hiburan Jakarta. Namun, yang terpenting, dalam sistem berjaringan, peluang untuk menawarkan tayangan alternatif yang diproduksi seniman lokal tersedia. Peluang ini yang tidak sanggup diberikan sistem televisi sentralistis.

Pengalaman sistem radio berjaringan menunjukkan bahwa di banyak daerah, para pendengar radio memiliki standard selera yang berbeda dengan standard Jakarta.

anak muda seperti Prambors di daerah-daerah, umumnya didominasi oleh siaran produksi lokal, dan bukan yang datang dari Jakarta.

Lebih jauh dari itu, dalam sistem pertelevisian yang sentralistis, tak ada hak masyarakat di setiap daerah di luar Jakarta untuk mengendalikan isi siaran yang beredar di daerahnya. Bila masyarakat merasa bahwa ada isi siaran dari televisi Jakarta yang tidak serasi dengan budaya daerah, mereka tidak bisa melakukan apa-apa karena kantor stasiun televisi itu ada di Jakarta. Kalau mereka protes, mereka harus berkirin surat ke Jakarta. Yang ada di daerah luar Jakarta, hanyalah stasiun-stasiun relai/transmisi yang diisi oleh para teknisi yang tak mengerti dan tak memiliki otoritas dalam hal isi siaran.

Dengan sistem siaran jaringan, di setiap daerah terdapat stasiun televisi anggota jaringan yang dapat ditemui langsung oleh masyarakat. Idealnya, saat memperoleh izin siaran di daerah tersebut pun, stasiun tersebut sudah harus menyatakan komitmen untuk memperhatikan kepentingan nilai-nilai masyarakat setempat.

3. Dimensi Ekonomi

Secara umum memang terlihat pertumbuhan belanja iklan dalam sepuluh tahun terakhir. Bila pada 1999, angka belanja iklan total itu baru berkisar Rp4,7 triliun, pada lima tahun berikutnya, itu sudah mencapai lebih dari Rp25 triliun; dan pada 2009 itu sudah mencapai lebih dari Rp53 triliun.

TABEL. 1
PERBANDINGAN BELANJA IKLAN UNTUK BERAGAM MEDIA, 1990-2009
(RP. 000.000)

| Media | 1999 | | 2004 | | 2009 | |
|------------|-------|------|--------|------|--------|------|
| | % | | % | | % | |
| Total | 4.668 | 100 | 25.230 | 100 | 53.058 | 100 |
| Televisi | 2.820 | 60.4 | 15.469 | 61.3 | 29.951 | 56.4 |
| Suratkabar | 990 | 21.2 | 7.226 | 28.6 | 19.692 | 37.1 |
| Majalah | 133 | 2.8 | 848 | 3.4 | 1.332 | 2.5 |
| Tabloid | 68 | 1.5 | 350 | 1.4 | 587 | 1.1 |
| Radio | 156 | 3.3 | 612 | 2.4 | 587 | 1.1 |
| Outdoor | 300 | 6.4 | 725 | 2.9 | 910 | 1.7 |

Sumber: Data 1999 diperoleh dari Media Scene, 1998-99; Data 2004 dan 2009 diperoleh dari Media Scene Vol. 20 (2008/2009)

Umumnya stasiun-stasiun radio anggota jaringan menawarkan komposisi isi yang tidak didominasi siaran dari stasiun induk jaringan di Jakarta. Bahkan isi siaran jaringan stasiun radio

Namun pengamatan lebih jauh memperlihatkan bahwa bagian terbesar dari belanja iklan itu selalu diserap oleh stasiun televisi. Persentasenya selalu berada di kisaran 60%.

Adalah benar bahwa presentase uang iklan yang dibelanjakan pada televisi mengalami penurunan serius pada 2009 dibandingkan 2004, yaitu dari 61% menjadi 56%. Namun demikian dilihat dari nilai nominalnya, penurunan itu hanya menunjukkan berkurangnya kecepatan pertumbuhan. Secara nominal kenaikan belanja iklan pada televisi tetap meningkat hampir 100% dalam lima tahun itu: dari Rp15,4 triliun menjadi hampir Rp30 triliun.

Selain besarnya jumlah iklan yang terserap, penting juga mencatat siapa-saja yang dapat menikmati aliran tersebut. Untuk itu ada baiknya kita membandingkan apa yang terjadi di televisi dengan media lain. Sebagai contoh adalah surat kabar. Belanja iklan yang disalurkan pada surat kabar pada 2009 mencapai hampir Rp20 triliun. Angka ini sebenarnya merupakan peningkatan signifikan dari lima tahun sebelumnya yang baru mencapai Rp7,2 triliun. Namun, seperti telah diungkapkan sebelumnya jumlah pemain yang bertarung dalam pasar surat kabar bisa mencapai 500 judul yang tersebar di banyak kota. Jadi kalau dipukul rata, pemasukan iklan per surat kabar pada 2009 adalah sekitar Rp40 miliar.

Tabel berikut menunjukkan perolehan iklan kesepuluh stasiun tersebut dibandingkan dengan stasiun-stasiun televisi dengan jangkauan siaran lokal, pada 2008:

TABEL. 2
PEMASUKAN IKLAN PER STASIUN
TELEVISI (2008)

| | |
|------------|-------------------|
| Total | Rp. 26,2 Triliun |
| SCTV | Rp. 3,8 triliun |
| RCTI | Rp. 3,6 triliun |
| TRANS TV | Rp. 3,3 triliun |
| TPI | Rp. 3 triliun |
| GLOBAL | Rp. 2,6 triliun |
| TRANS7 | Rp. 2,5 triliun |
| INDOSIAR | Rp. 2,4 triliun |
| ANTV | Rp. 1,8 triliun |
| TVONE | Rp. 1,5 triliun |
| METRO | Rp. 1,2 triliun |
| JAKTV | Rp. 197,6 miliar |
| O CHANNEL | Rp. 109, 5 miliar |
| TVRI | Rp. 105, 8 miliar |
| SPACE TOON | Rp. 63,1 miliar |
| JTV | Rp. 49,3 miliar |
| BALI TV | Rp. 39,5 miliar |

| | |
|------------|-----------------|
| JOGJA TV | Rp. 10,8 miliar |
| BANDUNG TV | Rp. 9,4 miliar |
| CAKRA TV | Rp. 6,7 miliar |

Sumber: Media Scene Vol. 20 (2008/9)

Data itu menunjukkan bisnis pertelevisian sebenarnya memang sangat menguntungkan dan menggiurkan bagi para pemodal besar. Namun, data itu juga menunjukkan bahwa pemasukan triliunan rupiah itu hanya dinikmati mereka yang masuk dalam kategori 10 besar yang semua berada di Jakarta. Empat stasiun televisi terbesar memperoleh pemasukan lebih dari Rp3 triliun per tahun! Di sisi lain, stasiun iklan dengan raupan iklan terkecil di antara stasiun televisi nasional (Metro) TV memperoleh pemasukan iklan sepuluh kali lipat pemasukan iklan stasiun televisi lokal terbesar (JakTV). Di tabel juga terlihat, dua stasiun televisi lokal yang memperoleh kue iklan lebih dari Rp100 miliar pertahun juga ada di Jakarta: JakTV dan O Channel.

Dalam hal ini, penggunaan JakTV dan O Channel sebagai wakil stasiun-stasiun televisi lokal lainnya bahkan bisa menyesatkan. Umumnya stasiun televisi lokal yang jumlahnya puluhan saat ini memperoleh pemasukan iklan jauh-jauh lebih rendah dari itu. JTV yang kuat di Jawa Timur memperoleh pemasukan iklan hanya kurang dari Rp50 miliar per tahun. Apalagi yang lainnya. Menikmati pemasukan satu miliar satu tahun pun sudah merupakan prestasi membanggakan bagi stasiun-stasiun televisi lokal. Jadi, antara Jakarta dengan luar Jakarta terdapat jurang yang sangat lebar. Dengan demikian dapat dikatakan, dengan sistem yang tersentralisasi sekarang ini, segenap keuntungan ekonomi hanya terserap di Jakarta.

Sebagian pihak berargumentasi bahwa sebenarnya tak ada yang tak adil dengan kondisi itu, karena ketimpangan ini terjadi semata-mata karena ketidaksiapan stasiun televisi lokal bersaing dengan stasiun televisi nasional di Jakarta. Dalih semacam ini sebenarnya keliru. Penjelasan utamanya adalah pada jangkauan siaran. Sementara sepuluh stasiun nasional di Jakarta dapat menjangkau penduduk di wilayah yang sangat luas, stasiun televisi lokal hanya memiliki jangkauan siaran terbatas.

TABEL. 3
DAYA JANGKAU SIARAN 10 STASIUN
TELEVISI NASIONAL DI JAKARTA (2008)

| | Jumlah Transmitter (2008) | Jumlah total potensi penonton |
|----------|------------------------------|----------------------------------|
| RCTI | 48 | 120,6 juta |
| SCTV | 46 | 119,1 juta |
| Indosiar | 34 | 118,4 juta |
| TPI | 28 | 90,6 juta |
| ANTV | 21 | 81,5 juta |
| Metro | 53 | 70 juta |
| Trans | 33 | 100,7 juta |
| Trans 7 | 26 | 101,1 juta |
| Tv One | 26 | 96,2 juta |
| Global | 39 | 113,8 juta |

Catatan: Estimasi Penduduk Indonesia: 227, 8 juta
 Sumber: Media Scene Vol. 20 (2008/9)

Tabel di atas menunjukkan betapa luas daya jangkauan siaran televisi nasional di Jakarta. Hampir semua stasiun-stasiun televisi swasta nasional itu dapat menjangkau sekitar 100 juta penonton potensial di seluruh Indonesia. Yang daya jangkauannya terluas adalah RCTI (120 juta), SCTV (119 juta), dan Indosiar (118 juta). Ini bisa berlangsung karena stasiun-stasiun televisi nasional di Jakarta tersebut membangun

puluhan stasiun transmisi di seluruh Indonesia, dari Nangroe Aceh Darussalam sampai Papua. Sebagai contoh RCTI memiliki 48 transmisi, SCTV 46 transmisi, dan Indosiar 34 transmisi.

Potensi penonton yang sangat luas ini sangat mempengaruhi kesehatan bisnis stasiun televisi nasional karena dengan begitu program-program yang mereka sajikan pun tentu sangat menarik di mata para pengiklan yang sedang berusaha memasarkan produk ke seluruh Indonesia. Kendati harga tarif iklan yang ditetapkan bisa sangat mahal (misalnya Rp20 juta per 30 detik iklan di jam-jam tayang utama), itu tidak terasa terlalu mahal mengingat daya jangkauannya yang sangat luas.

Untuk memahami ketidakseimbangan kompetisi ini lebih jauh, kita bisa membaca data dalam tabel berikut yang menyajikan jumlah penonton untuk program-program terpopuler di masing-masing stasiun. Data tersebut diperoleh dari perusahaan penelitian AGB Nielsen yang dijadikan rujukan utama data media di seluruh industri pertelevisian

TABEL. 4
PROGRAM TELEVISI DENGAN JUMLAH PENONTON TERBANYAK
(1 NOVEMBER – 30 NOVEMBER 2008)
DI SEMBILAN KOTA
(Jabodatabek, Bandung, Semarang, Surabaya dan sekitar, Medan, Makasar,
Yogyakarta dan sekitar, Denpasar, Palembang)

| Stasiun Televisi | Nama program | Jumlah Penonton |
|--|------------------------------|-----------------|
| RCTI | SEKAR | 2.109 juta |
| TPI | AKAL BULUS JURAGAN SAPI | 1,911 juta |
| SCTV | CINTA FITRI SEASON 3 | 2,887 juta |
| ANTV | DJARUM ISL: PERSIB VS AREMA | 1,714 juta |
| INDOSIAR | MUSLIMAH | 2,244 juta |
| TRANS TV | TERMEHEK-MEHEK | 2,952 juta |
| TRANS7 | LIGA ITALIA: MILAN VS CHIEVO | 1,239 juta |
| TV ONE | JIHAD, MILIK SIAPA? | 1,760 juta |
| GLOBAL | NICKELODEON INDONESIA KIDS | 1,324 juta |
| METRO | KICK ANDY | 447 ribu |
| JAK TV (JAKARTA) | WHY WHY LOVE | 54 ribu |
| O CHANNEL (JAKARTA) | CHEATING FATE | 78 ribu |
| BANDUNG TV (BANDUNG) | PERSIB ON BANDUNG TV | 35 ribu |
| CAKRA TV (SEMARANG) | EKBIS | 10 ribu |
| JTV (SURABAYA) | GRAND FINAL DUTA PENARI JAWA | 85 ribu |
| JOGJA TV (JOGJA) | KLINONG KLINONG CAMPUR SARI | 35 ribu |
| BALI TV (BALI) | TELEKUIS KLIP BALI | 12 ribu |
| SPACETOON (JAKARTA+ SURABAYA+ BANDUNG+MEDAN) | SAINT SEIYA | 189 ribu |
| TVRI | WACANA PENYIARAN | 206 ribu |
| SRIWIJAYA TV (PALEMBANG) | USAHA KITO | 4 ribu |
| SURABAYA TV (SURABAYA) | VH1 ALL ACCESS | 24 ribu |

Sumber: Media Scene Vol. 20 (2008/9)

dan periklanan. Penting dicatat, data tersebut hanya didasarkan pada hasil penelitian mereka di sembilan kota besar. Dengan kata lain, jumlah penonton yang tertera di situ sebenarnya bukan angka total penonton di seluruh Indonesia. Namun karena memang selama ini hanya data AGB Nielsen yang digunakan, hasil penelitian mereka tetap merupakan rujukan bagi perusahaan-perusahaan periklanan yang paling berkepentingan dengan data jangkauan siaran program dan media.

Tabel itu menunjukkan betapa jomplangnya jumlah penonton stasiun televisi nasional dan lokal. Acara unggulan di RCTI pada 2008, misalnya, adalah sinetron 'Sekar', yang jumlah penontonnya di sembilan kota besar yang diteliti mencapai sekitar 2,1 juta orang. Ini baru di sembilan kota! Bila digabungkan dengan daerah-daerah lainnya, jumlahnya akan berlipat.

Sekarang bandingkan dengan stasiun televisi lokal terbesar, JTV di Surabaya. Program unggulannya pada 2007, *Grand Final Penari Duta*, 'hanya' ditonton 85 ribu orang. Atau di Jakarta, O Channel. Program dengan penonton terbanyaknya pada 2007 adalah film 'Cheating Fate', yang disaksikan 78 ribu penonton saja. Yang dikutip tersebut hanyalah program-program unggulan mereka. Jumlah penonton untuk program-program lainnya akan jauh lebih rendah lagi.

Implikasinya sangat serius. Dengan jumlah penonton yang terbatas, tak mudah bagi stasiun televisi lokal untuk bersaing dengan stasiun televisi berjangkauan siaran nasional dalam menarik hati para pengiklan. Tarif iklan yang mereka tetapkan tentu tak bisa sebanding dengan tarif iklan di televisi besar Jakarta. Pada gilirannya, karena tarifnya rendah, pemasukan iklan stasiun-stasiun televisi lokal pun tak besar. Bagi sebuah stasiun televisi lokal, sebuah program yang bisa mendatangkan pemasukan iklan Rp1-2 juta saja sudah tergolong program yang membawa keuntungan yang lumayan. Padahal stasiun tersebut harus membiayai sekitar 20 jam siaran, yang banyak di antaranya jumlah penontonnya terlalu kecil untuk bisa menarik pengiklan.

Bahkan ketika stasiun televisi lokal menetapkan tarif iklan rendah, itu belum tentu menarik hati para pengiklan besar. Masalahnya, bagi banyak pengiklan raksasa, beriklan di televisi lokal tetap terlihat tidak efisien dan tidak efektif. Dalam tabel berikut, tersaji data mengenai perbandingan apa yang disebut sebagai tingkat efisiensi beriklan (CPM) untuk menjangkau khalayak di jam utama siaran (prime time, antara 20.00 – 21.59).

Dengan cara menghitung sederhana, diketahui bahwa pengiklan diperkirakan hanya mengeluarkan uang Rp9.290 untuk mencapai 1.000 penonton di jam utama RCTI dan Rp6.480 untuk mencapai 1.000 penonton di program unggulan SCTV. Di pihak lain, untuk mencapai 1.000 penonton program O Channel, uang yang harus dikeluarkan adalah Rp104.000 (Media Scene 2009).

TABEL. 5
COST EFFICIENCY: COST PER THOUSAND
30" SPOT, 2008
UNTUK JAM SIARAN 20.00 – 21.59
DI 9 KOTA
((Jabodetabek, Bandung, Semarang, Surabaya dan sekitar, Medan, Makasar, Yogyakarta dan sekitar, Denpasar, Palembang))

| | |
|---|--------|
| RCTI | 9,29 |
| SCTV | 6,48 |
| TPI | 14,49 |
| ANTV | 19,97 |
| INDOSIAR | 12,44 |
| TRANS TV | 10,33 |
| TRANS7 | 31,12 |
| TV ONE | 20,75 |
| GLOBAL | 17,91 |
| METRO | 40,17 |
| JAK TV (JAKARTA) | 91,44 |
| O CHANNEL (JAKARTA) | 104,27 |
| BANDUNG TV (BANDUNG) | 40,49 |
| CAKRA TV (SEMARANG) | 144,46 |
| JTV (SURABAYA) | 30,52 |
| JOGJA TV (JOGJA) | 34,97 |
| BALI TV (BALI) | 122,78 |
| SPACETOON (JAKARTA+ SURABAYA+BANDUNG+MEDAN) | 40,44 |
| TVRI | 36,47 |
| SRIWIJAYA TV (PALEMBANG) | 186,91 |
| SURABAYA TV (SURABAYA) | 55,07 |

CPM adalah: biaya iklan yang dikeluarkan untuk mencapai 1.000 individu melalui sarana media tertentu. Sumber: Media Scene Vol. 20 (2008/9)

Dengan demikian, bagi para pengiklan, besarnya tarif iklan yang ditetapkan stasiun televisi nasional nampak layak dibayar karena pertimbangan efisiensi. Seandainya sebuah stasiun televisi lokal menetapkan tarif iklan Rp200 ribu per 30 detik, tawaran itu bisa nampak tidak menarik bila penontonnya hanya sekitar 20 ribu orang. Sebaliknya, tarif iklan setinggi Rp20 juta per 30 detik bisa nampak cukup pantas dibayar kalau penontonnya mencapai 5 juta orang.

Tentu saja ini juga bergantung pada keluasan khalayak yang ingin dicapai. Misalnya, kalau Anda adalah produsen barang yang tak ingin menjangkau khalayak nasional, beriklan di RCTI akan terlihat tak relevan. Buat apa membuat iklan yang dapat disaksikan jutaan orang di seluruh Indonesia, bila Anda hanya ingin menawarkan produk Anda pada penduduk kelas menengah di Jakarta dan Bandung, misalnya? Tapi, sebaliknya kalau tujuan Anda adalah bersaing di pasar kota-kota besar Indonesia, sulit untuk mengabaikan televisi nasional.

Kembali harus ditekankan bahwa ketidakberimbangan persaingan ini bisa terjadi karena faktor pemanfaatan frekuensi siaran yang tidak adil. Stasiun-stasiun televisi nasional tersebut dapat mencapai skala ekonomi raksasa karena diberi hak untuk menjangkau puluhan juta penonton Indonesia dengan memanfaatkan frekuensi siaran di berbagai wilayah.

Hak ini tak dimiliki stasiun-stasiun lokal. Karena jangkauan siaran stasiun-stasiun televisi lokal tersebut terbatas, mereka tak dapat bersaing dengan stasiun-stasiun televisi nasional. Karena mereka tak sanggup bersaing, mereka akan mengalami kematian perlahan. Kalaupun bertahan, mereka berjalan tertatih-tatih.

Padahal kehadiran stasiun televisi lokal memiliki efek berantai bagi masyarakat setempat. Pertama-tama, kehadiran stasiun lokal tentu membuka lapangan pekerjaan, dari para manajer sampai wartawan, presenter, penulis naskah, pengarah kamera, sampai tim pascaproduksi. Di luar itu, kehadirannya juga

akan merangsang tumbuhnya rumah produksi dan biro iklan lokal. Lembaga pendidikan pun akan menanggung rezeki. Mahasiswa yang belajar disiplin ilmu komunikasi dan penyiaran di perguruan tinggi luar Jakarta akan memperoleh peluang bekerja cukup luas di pertelevisian di daerahnya, tanpa harus pindah ke Jakarta bila ingin bekerja di dunia pertelevisian. Iklan di televisi pun akan mendorong penjualan produk-produk lokal, sehingga turut mendukung penyehatan ekonomi lokal.

Karena itu, sistem penyiaran sentralistik yang merupakan pangkal masalah itu harus dirombak agar tercipta keadilan. Stasiun-stasiun televisi nasional itu seharusnya hanya boleh diizinkan untuk memanfaatkan sumber daya alam bernama frekuensi siaran bila itu diselenggarakan dengan cara yang membawa manfaat ekonomi bagi publik pemilik frekuensi. Orang sering lupa, yang terjadi saat ini adalah eksploitasi yang menghisap tanpa ada timbal balik yang mensejahterakan. Stasiun-stasiun televisi nasional itu dapat menjadi raksasa karena puluhan juta rakyat Indonesia. Sebaliknya, puluhan juta rakyat Indonesia itu tak memperoleh apa-apa, selain hiburan populer.

Sederhananya begini: Trans TV dapat menjangkau jutaan penonton di Bandung dengan menggunakan frekuensi siaran di Bandung, jutaan penonton di Medan dengan menggunakan frekuensi siaran Medan, dan seterusnya. Tanpa menggunakan frekuensi siaran di luar Jakarta, jumlah penonton Trans TV tidak akan mencapai 100 juta dan dengan sendirinya pemasukan iklannya tidak akan mencapai Rp3,3 triliun per tahun. Pertanyaannya: adakah kemudian manfaat ekonomi yang dibawa Trans TV ke daerah-daerah yang frekuensi siarannya digunakan tersebut? Jawabannya: tentu saja, tidak!

4. Televisi Berjaringan sebagai Jawaban

Setiap daerah memerlukan kehadiran stasiun televisi di daerah masing-masing yang dapat melayani kebutuhan informasi masyarakat setempat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti baik secara politik,

sosial-budaya dan ekonomi. Kebutuhan ini jelas tak dapat dipenuhi oleh stasiun televisi lokal independen yang harus bersaing dengan stasiun-stasiun televisi yang memiliki daya jangkauan siaran nasional. Sistem siaran televisi berjaringan menawarkan jalan keluar yang saling menguntungkan.

Dalam sistem siaran televisi berjaringan, stasiun-stasiun televisi lokal tak perlu menjadi stasiun-stasiun independen yang membiayai diri sendiri. Sebagaimana di banyak negara maju, stasiun-stasiun televisi lokal berposisi sebagai stasiun televisi afiliasi jaringan nasional. Stasiun-stasiun tersebut bisa saja dimiliki pengusaha lokal namun juga bisa dimiliki oleh perusahaan pemilik stasiun induk jaringan. Yang terpenting, dengan menjadi afiliasi dari sebuah jaringan televisi, stasiun televisi lokal itu akan membawa program siaran yang didistribusikan oleh stasiun induk jaringan. Bahkan hampir bisa dipastikan, mayoritas program yang disiarkannya tidak berasal dari stasiun televisi lokal itu, melainkan datang dari induk jaringan. Hanya sekian puluh persen yang diproduksi sendiri oleh stasiun lokal tersebut.

Dengan cara ini, stasiun televisi lokal dapat tumbuh sehat. Dalam bisnis pertelevisian, biaya terbesar dikeluarkan untuk memproduksi atau membeli program siaran. Pengeluaran untuk program ini bisa mencapai 60-70 persen total pengeluaran stasiun. Bila stasiun bersiaran selama 20 jam setiap hari, maka stasiun harus memiliki program 20 jam per hari. Membeli program dapat memakan biaya tidak sedikit. Harga sinetron di jam unggulan di stasiun televisi nasional bisa mencapai Rp200 juta per jam. Tentu saja, stasiun televisi bisa saja menyajikan program dengan biaya Rp4-5 juta per jam, tapi kualitasnya pun akan sebanding dengan harga rendah itu.

Celakanya, pemasukan iklan akan berjalan seiring pula dengan daya tarik program. Ada semacam siklus yang tak terpatahkan: bila ingin menampilkan tayangan menarik, stasiun harus mengeluarkan dana besar untuk memproduksi atau membelinya; tapi bila tayangan itu menarik banyak penonton, jumlah iklan yang

masuk pun akan berlimpah. Dengan demikian, berlaku hukum pancing: hanya bila Anda menggunakan umpan yang enak dan mahal, Anda bisa menangkap ikan yang gemuk. Dalam bisnis televisi, hanya bila Anda menyajikan program yang atraktif -yang sayangnya lazimnya berharga mahal- Anda dapat memperoleh pemasukan iklan yang besar.

Stasiun-stasiun televisi lokal mengalami masalah itu setiap hari. Karena tidak memiliki dana besar, mereka tidak bisa memproduksi atau membeli program berbiaya tinggi sepanjang hari. Karena tidak bisa menyajikan muatan menarik, iklan yang masuk pun sedikit.

Dalam sistem televisi berjaringan, masalah itu tak perlu terjadi. Bila stasiun televisi lokal berposisi sebagai anggota jaringan, mereka akan membawa program-program unggulan dari jaringan. Jumlah jam siaran jaringan bisa disepakati bersama, bisa 80-90 persen dari total jam siaran. Selanjutnya, stasiun lokal tinggal mengisi 'sisa' jam siaran dengan program-program lokal yang cukup berkualitas karena dapat dibayai dengan cukup. Pemasukan iklan pun bisa terjamin. Mereka bisa menikmati sebagian dari pemasukan iklan yang diperoleh induk jaringan. Mereka juga bisa memperoleh pemasukan dari iklan lokal.

Halnya stasiun induk jaringan, mereka juga akan memperoleh keuntungan dalam jangka panjang, terutama kalau mereka juga memiliki sepenuhnya atau setidaknya sebagian saham stasiun televisi lokal yang menjadi bagian dari jaringan tersebut. Bila stasiun-stasiun televisi lokal itu tumbuh yang berjalan seiring dengan kondisi ekonomi lokal di setiap daerah, jaringan tersebut akan memperoleh keuntungan bersama.

Namun, sebagaimana digambarkan sebelumnya, sistem siaran berjaringan yang lebih adil ini terus menerus terhambat pelaksanaannya karena selalu ada pihak yang sebenarnya diuntungkan oleh ketidakadilan ini. Masalahnya, pengembangan sistem siaran berjaringan ini memang akan mengubah secara total struktur industri media televisi di Indonesia. Stasiun-stasiun televisi nasional di Jakarta adalah pihak yang paling terkena

dampaknya. Sistem sentralistis yang berlangsung selama ini sangat menguntungkan mereka secara ekonomi, karena belanja iklan yang berjumlah lebih dari dua puluh lima triliun rupiah tersebut dapat dikuasai sepenuhnya di Jakarta. Dengan sistem desentralistis ini, stasiun-stasiun Jakarta harus mendirikan stasiun televisi di setiap daerah atau mencari mitra stasiun televisi lokal yang bersedia menjadi bagian dari jaringan. Di sisi lain, segenap keuntungan yang diperoleh dari pemasukan iklan pun harus dibagi dengan daerah.

Karena potensi kesulitan yang dihadapi itu, banyak pihak terus berusaha membangun ketidakpercayaan akan penerapan sistem siaran berjaringan. Salah satu cara adalah dengan penggambaran berlebihan tentang beban bagi stasiun televisi nasional itu. Sebagai contoh, seringkali juru bicara industri menyatakan bahwa untuk mendirikan stasiun televisi anggota jaringan di setiap daerah diperlukan dana pendirian stasiun sampai puluhan miliar rupiah.

Semacam 'propaganda' lain yang sering ditiupkan adalah bahwa sistem televisi berjaringan ini akan menghentikan stasiun televisi di Jakarta bersiaran ke daerah-daerah di luar Jakarta. Masyarakat ditakut-takuti bahwa dengan sistem stasiun berjaringan, masyarakat luar Jakarta hanya akan menyaksikan siaran yang disiarkan stasiun televisi lokal. Sangat mungkin hantu semacam ini nampak dengan sengaja dikembangkan untuk memobilisasi penolakan kolektif masyarakat luas terhadap sistem siaran televisi berjaringan. Bisa dikatakan, gambaran itu menyesatkan. Dalam sistem berjaringan siaran dari Jakarta memang tak bisa dipancarkan langsung dari Jakarta untuk ditangkap warga di luar Jakarta, melainkan harus melalui perantara stasiun televisi yang berdiri di daerah tersebut yang berposisi sebagai stasiun afiliasi. Namun itu tak berarti siaran dari Jakarta tidak boleh menjangkau penonton di seluruh Indonesia.

E. Penutup

Memang sulit membantah bahwa penerapan sistem televisi bukan sesuatu yang mudah untuk diterapkan dengan segera.

Mungkin karena kesadaran akan rangkaian kesulitan yang mungkin dihadapi oleh pelaku industri, UU Penyiaran 2002 sebenarnya memberi tenggang waktu lima tahun bagi stasiun televisi untuk melakukan penyesuaian. Para pembuat UU nampaknya percaya bahwa memang diperlukan proses bertahap sebelum stasiun-stasiun televisi swasta dapat bermigrasi ke sistem baru ini. Dalam waktu yang cukup lama tersebut, stasiun-stasiun televisi komersial diharapkan dapat membangun sistem jaringan yang diamanatkan UU secara perlahan-lahan.

Namun amanat ini terus menerus ditolak industri penyiaran. Sejak kelahiran UU Penyiaran 2002, secara kolektif, stasiun-stasiun tersebut berupaya agar UU tersebut tidak dapat dijalankan. Selain berbagai kesulitan yang tadi digambarkan, mereka misalnya berkampanye dengan menuduh UU tersebut sebagai ancaman terhadap kebebasan berekspresi dan akan mematikan industri pertelevisian. Untuk memperjuangkan resistensi itu, industri televisi bahkan mengajukan permohonan agar Mahkamah Konstitusi untuk membatalkan UU tersebut. Namun, bahkan ketika MK menolak permintaan tersebut, stasiun-stasiun televisi komersial tetap menolak untuk menjalankan kewajiban untuk menghentikan siaran nasional dan kewajiban mengembangkan jaringan stasiun televisi di berbagai kota.

Celaknya, pemerintah sendiri nampak mudah sekali disetir oleh kepentingan industri pertelevisian tersebut. Sejak 2005, pemerintah mengeluarkan berbagai ketetapan peraturan pemerintah tentang lembaga penyiaran swasta yang tak mewajibkan berlangsungnya perubahan mendasar tersebut. Pemerintah seperti membiarkan saja perkembangan tersebut. Ketika pada 2007 disadari bahwa sebenarnya amanat UU tersebut sudah harus diterapkan, pemerintah kembali mengeluarkan keputusan yang menyatakan menunda kewajiban pelaksanaan sistem televisi berjaringan sampai Desember 2009. Akhirnya, di akhir 2009, Menkominfo Tifatul Sembiring menyatakan, amanat itu harus segera dijalankan. Masalahnya, kerangka waktunya juga tak ditetapkan secara tegas.

Karena itu dalam pandangan saya, adalah keniscayaan untuk mengembalikan kewajiban untuk menjalankan sistem siaran jaringan dalam perubahan UU Penyiaran kali ini. Pada konteks ini, nantinya Pemerintah adalah pelaksana dan hanya tunduk kepada UU Penyiaran dan bukan tunduk kepada kepentingan pengusaha media penyiaran. Pemerintah sebagai pelaksana UU harus dapat memahami filosofi pengaturan penyiaran di tanah air, bahwa sistem siaran televisi berjaringan adalah merupakan pemikiran sistem penyiaran yang demokratis yang mendorong partisipasi dan pemberdayaan lokal dan keberagaman isi siaran. Namun sebaliknya, jika Pemerintah tunduk kepada pengusaha media penyiaran, maka Pemerintah menganut pemikiran sistem penyiaran yang neoliberal yang menyerahkan pada mekanisme pasar.

Apabila UU Penyiaran sudah mengatur pelaksanaan sistem siaran televisi berjaringan, maka semua pihak wajib tunduk dan melaksanakan ketentuan ini. Ketentuan yang pada hakekatnya dimaksudkan untuk mencegah terjadinya praktek monopoli isi dan kepemilikan media penyiaran. Sebagai perbandingan praktek monopoli isi dan kepemilikan media penyiaran dapat dilihat dari 3 pendekatan faham yaitu:

- Otoritarian/fasis: monopoli isi dan kepemilikan dibolehkan selama bisa dikendalikan oleh Pemerintah.
- Libertarian/Neoliberal: monopoli isi dan kepemilikan adalah sebuah keharusan untuk mendorong akumulasi capital.
- Demokratis: monopoli isi dan kepemilikan tidak dibolehkan karena anti keberagaman dan kebebasan berekspresi.¹¹

Sistem siaran televisi berjaringan sesungguhnya merupakan bentuk tanggungjawab dari media penyiaran yang telah menggunakan spektrum frekuensi radio. Bahwa aturan tentang penyiaran perlu menegaskan pandangan filosofis dari spektrum frekuensi radio adalah milik publik dan merupakan sumber daya alam terbatas

dikuasai oleh negara dan dipergunakan sebesar-besarnya untuk kemakmuran rakyat secara adil dan merata sesuai dengan cita-cita Proklamasi 17 Agustus 1945.

Ketegasan pengaturan tentang sistem siaran berjaringan perlu diwujudkan dalam aturan penyiaran sebagai pengganti dari UU Penyiaran yang telah ada selama ini. ketegasan pengaturan tersebut yaitu:

- Sistem siaran jaringan merupakan sistem siaran di mana lembaga penyiaran induk yang memancarluaskan siarannya ke beberapa atau banyak wilayah siar melalui lembaga penyiaran lokal secara tetap pada jam siaran tertentu.
- Sistem siaran jaringan didasari kesepakatan resmi antara lembaga penyiaran induk dengan lembaga penyiaran lokal yang dilakukan di hadapan pejabat yang berwenang sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.
- Batasan wilayah siar mempertimbangkan luas geografis, jumlah penduduk, daya dukung ekonomi, dan kesamaan budaya.
- Izin Penyelenggaraan Penyiaran yang diberikan pada LPS berlaku hanya pada wilayah siar di mana Izin Penyelenggaraan Penyiaran diberikan.
- LPS memancarluaskan siaran ke lebih dari satu wilayah siar wajib melalui sistem siaran jaringan.
- Pelanggaran terhadap ketentuan ini dikenakan sanksi administratif berupa teguran tertulis, pembekuan kegiatan siaran untuk waktu tertentu, penolakan perpanjangan Izin Penyelenggaraan Penyiaran, dan/atau pencabutan Izin Penyelenggaraan Penyiaran.
- Lembaga penyiaran lokal yang menjadi bagian dari sistem siaran jaringan wajib berbadan hukum dan berlokasi di daerah wilayah siar.
- Untuk itu setiap lembaga penyiaran lokal wajib membuat dan menyajikan muatan siaran lokal paling sedikit 10% (sepuluh perseratus) dari keseluruhan jam siaran setiap hari.

¹¹ Masduki, *Regulasi Penyiaran Dari Otorite ke Liberal*, LKIS Pelangi Aksara Yogyakarta, 2007, hal. 218

- Namun demikian sistem siaran jaringan berlaku secara bertahap dengan mempertimbangkan kesiapan pengembangan Lembaga Penyiaran lokal.

Sistem televisi berjaringan menawarkan jalan keluar yang saling menguntungkan. Idealnya, stasiun-stasiun televisi lokal tersebut tak perlu menjadi stasiun-stasiun independen yang membiayai diri sendiri. Sebagaimana di banyak negara maju, stasiun-stasiun televisi lokal berposisi sebagai stasiun televisi afiliasi jaringan nasional. Dengan demikian, mayoritas program yang disiarkannya tidak berasal dari stasiun televisi lokal itu, melainkan datang dari induk jaringan. Hanya sekian puluh persen yang diproduksi sendiri oleh stasiun lokal tersebut.

Dengan cara ini, stasiun televisi lokal dapat tumbuh sehat. Mereka membawa program-program unggulan dari jaringan. Mereka bisa mengisi jam-jam siaran lokal dengan program yang cukup berkualitas karena dapat dibayai dengan cukup. Mereka bisa memperoleh sebagian dari pemasukan iklan yang diperoleh induk jaringan. Mereka juga bisa memperoleh pemasukan dari iklan lokal.

Halnya stasiun induk jaringan juga akan memperoleh keuntungan dalam jangka panjang, terutama kalau mereka juga memiliki setidaknya sebagian saham stasiun televisi lokal yang menjadi bagian dari jaringan tersebut. Bila stasiun-stasiun televisi lokal itu tumbuh yang berjalan seiring dengan kondisi ekonomi lokal di setiap daerah, jaringan tersebut akan memperoleh keuntungan bersama.

Sistem siaran televisi berjaringan juga memberikan perlindungan terhadap hak masyarakat setempat untuk melakukan pengawasan terhadap materi siaran yang diterimanya. Dalam sistem pertelevisian yang sentralistisi, tak ada hak masyarakat di setiap daerah di luar Jakarta untuk mengendalikan isi siaran yang beredar di daerahnya. Bila masyarakat merasa bahwa ada isi siaran dari televisi Jakarta yang tidak serasi dengan budaya daerah, mereka tidak bisa melakukan apa-apa karena kantor stasiun televisi itu ada di Jakarta. Kalau mereka protes, mereka harus berkir-

surat ke Jakarta. Di daerah masing-masing, yang ada hanyalah stasiun relai/transmisi yang dijaga oleh segelintir teknisi. Dengan sistem siaran jaringan, di setiap daerah terdapat stasiun televisi anggota jaringan yang dapat ditemui langsung oleh masyarakat. Saat memperoleh izin siaran di daerah tersebut pun, stasiun tersebut sudah harus menyatakan komitmen akan memperhatikan kepentingan nilai-nilai masyarakat setempat.

DAFTAR PUSTAKA

- Amir Effendy Siregar, *Melawan dan Mencegah Monopoliserta Membangun Keanekaragaman*, Jurnal Sosial Demokrasi, Volume 3 Nomor 1 (Juli-September) 2008.
- , dalam Iwan Awaluddin Yusuf (et.al), *Pengantar Buku Pelarangan Buku di Indonesia: Sebuah Paradoks Demokrasi dan Kebebasan Berekspresi*, Jogjakarta: PR2Media dan FES, 2010.
- Arifin, Anwar, *Ilmu Komunikasi*, Penerbit Rajawali Pers, Jakarta, 2003.
- Dominick, Joseph R., Fritz Messere dan Barry L Sherman, *Broadcasting, Cable, the internet, and Beyond* 5th edition, Boston, McGraw Hill, 2004
- Jack McLeod and Steven Chaffee, *Future of Political Communication Research Journal Political Communication*, Vol. 18 No. 2/2001, Sage Publications, Beverly Hills, 2001.
- Masduki, *Regulasi Penyiaran Dari Otorite ke Liberal*, LKIS Pelangi Aksara Yogyakarta, 2007.
- McCombs, *Setting the Agenda Setting Research: An Assessment of the Priority Ideas and Problems* dalam GC Wilhoit, *Mass Communication Review Yearbook*, Volume 2, Sage Publications, Beverly Hills, 1981.
- Morissan, *Manajemen Media Penyiaran*, Jakarta: Prenada Media, 2008.

Puji Riyanto (dkk), Kepemilikan dan Intevensi Siaran Perampasan Hak Publik, Dominasi dan Bahaya Media di Tangan Segelintir Orang, Penerbit Yayasan Tifa dan PR2Media, Jakarta, 2014.

Laman

Ade Armando, “*Mengapa Sistem TV Berjaringan Harus Dijalankan*”, <http://adearmando.wordpress.com/2010/01/29/mengapa-sistem-tv-berjaringan-harus-dijalankan/> diakses tanggal 4-3-2013.