

Aep Wahyudin

Media Penyiaran Televisi

Wacana Demokrasi dan
Edukasi Penyiaran Lokal



2008-2009

Aep Wahyudin

MEDIA PENYIARAN TELEVISI :

Wacana Demokrasi dan Edukasi Penyiaran Lokal

MQTV DEPARTEMEN PROGRAM
Jl. Gegerkalong Girang Baru No. 5 Bandung 40154 – Jawa Barat
Bandung 2008-2009

MEDIA PENYIARAN TELEVISI :

Wacana Demokrasi dan Edukasi Penyiaran Lokal

Oleh : Aep Wahyudin

© Hak cipta ada penulis. Tidak boleh diproduksi sebagian atau seluruhnya dalam bentuk apapun tanpa seizing dari penulis

Editor : Aep Wahyudin & Lucy Pujasari S
Desain Cover : Lucy Pujasari S

Cetakan Pertama, 2008
Tebal : iv + 126 halaman

MQTV DEPARTEMEN PROGRAM
Jl. Gegerkalong Girang Baru No. 5 Bandung 40154 – Jawa Barat
Bandung 2008-2009

KATA PENGANTAR

Secara normatif penyiaran diselenggarakan dengan tujuan memperkuat integrasi nasional, turut membina karakter warga negara yang baik (*good citizenship*), dan menumbuhkan industri penyiaran yang sehat. Demi mewujudkan karakter warga negara yang baik, materi siaran harus memuat isi yang dapat meningkatkan keimanan dan ketakwaan, mencerdaskan kehidupan bangsa, memajukan kesejahteraan umum, serta meningkatkan kemandirian, demokrasi, keadilan, dan kesejahteraan.

Bagi Indonesia, penyiaran diarahkan untuk: (a) menjunjung tinggi pelaksanaan Pancasila dan UUD 1945, (b) menjaga dan meningkatkan moralitas dan nilai-nilai agama serta jati diri bangsa; (c) meningkatkan kualitas sumber daya manusia, (d) menjaga dan mempererat persatuan dan kesatuan bangsa, (e) meningkatkan kesadaran ketaatan hukum dan disiplin nasional, (f) menyalurkan pendapat umum serta mendorong peran aktif masyarakat dalam pembangunan nasional dan daerah serta melestarikan lingkungan hidup, (g) mencegah monopoli kepemilikan dan mendukung persaingan yang sehat di bidang penyiaran, (h) mendorong peningkatan kemampuan perekonomian rakyat, mewujudkan pemerataan, dan memperkuat daya saing bangsa dalam era globalisasi, (i) memberikan informasi yang benar, seimbang, dan bertanggung jawab, (j) memajukan kebudayaan nasional (Pasal 5 UU No. 32/2002).

Khasanah budaya bangsa yang sangat kaya harus digali dan menjadi modal bagi tumbuhnya industri penyiaran di daerah tanpa harus takut terhadap serbuan budaya global. Kebudayaan adalah sesuatu yang terus bergerak dinamis, yang memiliki daya hidupnya sendiri. Bukan politisasi budaya lokal yang dibutuhkan, melainkan kemerdekaan masyarakat untuk mengapresiasi dan ruang pengungkapannya yang dibutuhkan.

Dalam konteks ini budaya bukan semata-mata seni, bahasa, dan beragam artifak peninggalan leluhur, melainkan dipahami sebagai seperangkat teknik pemecahan masalah yang umum dihadapi masyarakat dan dipraktikkan sebagai kebudayaan. Artinya, kebudayaan bukan hanya menyediakan alat ekspresi bagi pengikutnya, melainkan juga menjadi kompas dalam memandu pikiran, ucapan, dan tindakan para pendukungnya.

Dari dimensi-dimensi kebudayaanlah norma-norma diturunkan dan seperangkat aturan ditetapkan, meski tidak tertulis di dalam perangkat perundangan. Norma memiliki daya ikat yang kuat, karena sanksi sosial jauh lebih berat dibanding sanksi pidana. Lembaga penyiaran mungkin masih bisa bersiaran bila dikenakan sanksi pidana atau perdata, namun akan susah bertahan bila dimusuhi masyarakat dan ditinggalkan pemirsanya.

Tulisan-tulisan yang kemudian dijadikan sebuah buku, yang sekarang ini ada di tangan pembaca, berusaha untuk mengungkapkan kebutuhan penyiaran televisi secara umum termasuk pula televisi lokal yang

menjunjung luhur demokratisasi penyiaran yang ber nilai edukasi, moral dan spiritual.

Kepada semua pihak yang memungkinkan buku standar ini terlaksana saya haturkan haturkan terima kasih, terutama kepada instansi *broadcast* yang telah memberi kesempatan kepada kami untuk melaksanakan pengkajian ini. Semoga karya ini menjadi bagian dari sumbangsih dalam mencermati pemeberdayaan masyarakat dalam mewakili masyarakat dalam bidang penyiaran.

DAFTAR ISI

KATA PENGATAR ~ i

DAFTAR ISI ~ ii

BAB I PENDAHULUAN ~ 1

- A. Televisi, Media Massa dan Khalayak ~ 1
- B. Demokrasi Penyiaran Lokal ~ 7

BAB II MEDIA PENYIARAN TELEVISI LOKAL ~ 13

- A. Tentang Televisi Lokal ~ 13
- B. Parameter Program Lokal ~ 14
- C. Filosofi Program Penyiaran Lokal ~ 16
- D. Tarik Ulur antara Televisi Lokal dan Nasional ~ 21
- E. Infrastruktur Usaha dan Keberadaan Televisi Lokal ~ 24
 - 1. Peluang Usaha Televisi Lokal ~ 24
 - 2. Bentuk Keberadaan Televisi Lokal ~ 27

BAB III PEDOMAN PERLIKAU PENYIARAN DAN STANDAR PROGRAM SIARAN TELEVISI LOKAL ~ 29

- A. Undang-Undang Tentang Televisi Lokal ~ 29
- B. Undang-undang Tentang Penyiaran ~ 36
- C. Komisi Penyiaran Indonesia Pusat dan Komisi Penyiaran Daerah ~ 61
- D. Pedoman untuk Program Religius ~ 63

BAB IV KEBERADAAN TELEVISI NASIONAL DAN TELEVISI LOKAL ~ 65

- A. Profile Televisi Nasional ~ 65
- B. Profile Televisi Lokal ~ 91
- C. Analisa Biaya Televisi Lokal ~ 95

BAB V KEBUTUHAN MENDIRIKAN TELEVISI DAKWAH ~98

- 1. Televisi Dakwah : Televisi Edukasi ~ 98
 - A. Dasar Kebutuhan Mendirikan Televisi Edukasi Lokal ~98
 - B. Kebutuhan Program Acara Televisi yang Berbasi Moral, Lokal, Kultural, dan Spiritual ~ 100
 - C. Kebutuhan MQTV sebagai Televisi Dakwah ~ 103
- 2. Konsep Program MQTV ~ 105
 - A. Menjadikan Media TV sebagai sarana Informasi, Edukasi, Entertain, dan Dakwah ~ 103
 - B. Konsep Program Acara MQTV ~ 109
- 3. Format Program Acara Televisi ~ 119

BAB VI MENGENAL PROGRAMMING TELEVISI ~ 122

- A. Planning ~ 122
- B. Scheduling ~ 123
- C. Program Operation ~ 126

DAFTAR PUSTAKA ~ 124

BAB I

P E N D A H U L U A N

Media pada masa kini sangat memainkan peranan yang penting di dalam menyiarkan informasi melalui sistem peralatan elektronik yang canggih. Pengisian berita dalam media amat memberi pengaruh yang besar dalam kehidupan manusia yang boleh mendatangkan kesan positif dan negative sehingga dapat merubah corak hidup dan kepercayaan masyarakat setempat. Kebergantungan terhadap sumber informasi yang dihasilkan oleh Barat amat memberi pengaruh yang meluas dalam menyebarkan informasi ke seluruh dunia termasuk negara Islam.

Kebergantungan sumber media asing sangat jelas di kalangan komuniti Islam yang menjadi agensi berita asing seperti Reuters, Associated Press, Agence France Pressed dan United Press berbanding dengan segelintir organisasi media negara Islam yang menjadi International Islamic News Agency (IINA). Ini menunjukkan bahawa kelemahan umat Islam dari segi penguasaan informasi secara global dan tidak mencapai ke tahap profesionalisme yang sepatutnya dalam pemberitaan ada berbagai halangan dan rintangan yang berunsur dari aspek politik dalam negara (Zulkiplee Abd. Ghani, 2003: 10). Kelemahan seperti ini dapat membuka ruang luas bagi media Barat dalam memonopoli situasi dunia yang berlaku dengan lebih global dan padat serta dapat mematahkan semangat kewartawanan Islam secara umum melalui berita yang dihasilkan oleh mereka. (Z.A. Ghani, 2003 :10)

Penyiaran merupakan kegiatan pembuatan dan proses meyiarkan acara siaran serta pengelolaan operasional perangkat lunak dan keras, yang meliputi segi idiil, kelembagaan dan sumber daya manusia, untuk memungkikan terselenggaranya siaran. Kegiatan penyiaran dilakukan oleh organisasi penyiaran, khususnya televisi. Siaran sebagai output medium televisi, secara umum memiliki fungsi yang sama dengan media massa lain, yaitu untuk mendidik , meneruskan nilai-nilai budaya bangsa, melakukan kontrol sosial, menjadi agen pembaharuan, juga mempromosikan (iklan) dan menghibur khalayak masyarakat.

B. TELEVISI, MEDIA MASSA DAN KHALAYAK

Eksistensi media massa dalam kehidupan masyarakat di dunia modern saling berkaitan secara signifikan. Artinya, isi media merupakan representasi dari kelompok dan kejadian yang ada di masyarakat. Media massa dengan kekuatannya mampu merefleksikan dan memproyeksikan seluruh tatanan nilai, sikap, harapan, kekhawatiran serta keberhasilan dari suatu masyarakat. Untuk itu Shoemaker & Reese (1991) menggambarkan pola isi media seperti kategori secara sosiologis berikut.

1. Pola Geografi

Semua media massa baik cetak maupun penyiaran, memiliki batas-batas geografis, baik ruang lingkup domestik (lokal dan Nasional) maupun Internasional. Hal ini terkait dengan regulasi dari tiap-tiap negara atau aturan internasional yang menetapkan ruang distribusi atau *coverage area* untuk siaran radio dan televisi.

2. Pola Demografi

Pola ini terkait dengan segmentasi khalayak berdasarkan : a. Usia (Anak – Remaja – Dewasa – Tua); b. Jenis Kelamin (Pria – Wanita); c. Pendidikan (Rendah – Sedang – Tinggi); d. Pekerjaan (*White Collar Job – Blue Collar Job*); e. Kelas Ekonomi (Bawah – Menengah – Atas).

3. Pola Topik/Materi

Berdasarkan topik atau materi siaran yang disajikan di media massa, semua tayangan dapat dikategorikan dalam : a. siaran Informasi atau penerangan; b. siaran pendidikan/Edukasi; c. siaran Hiburan; d. siaran Iklan dan lain-lain

4. Pola Bidang (Domain)

Berdasarkan pembidangan dalam aspek kehidupan, siaran dapat juga dikategorikan dalam domain a. Politik; b. Ekonomi; c. Sosial; d. Budaya; e. Hukum; f. Ideologi; g. Ilmu Pengetahuan & Teknologi; h. Agama; i. Pertahanan & Keamanan; j. Lain-lain

Selanjutnya, pola isi siaran berkaitan erat dengan karakteristik Khalayak media massa. Secara garis besar pemilahan khalayak media (Media segmented) terbagi atas karakteristik demografi dan psikografi.

1. Karakteristik Demografi :

1. Ditinjau dari Keadaan Geografi (Kota – Desa, Pantai-Gunung dll)
2. Ditinjau dari Data Kependudukan (jumlah penduduk; komposisi umur, jenis kelamin, status marital dll)
3. Ditinjau dari Ekonomi (jumlah tenaga kerja, komposisi mata pencaharian, komposisi pendapatan/upah, dll)
4. Ditinjau dari Kondisi sosial (pendidikan, kesehatan, fasilitas umum/ infrastruktur, agama, organisasi masyarakat, organisasi politik, dll)

2. Karakteristik Psikografi Khalayak

1. Khalayak yang pro, kontra dan netral terhadap suatu isu
2. Khalayak yang memiliki citra dan opini positif, negatif, netral.

Sesuai dengan karakteristik demografi dan psikografi khalayak, seorang individu yang berhadapan dengan media massa akan termasuk ke dalam kategori gratifikasi yang indikatornya dapat dideteksi. Katherine Miller (2005 : 258) mengemukakan kategori gratifikasi media massa sebagai berikut.

No	Kategori gratifikasi	Indikator
1	Informasi	a. Menemukan kejadian dan kondisi yang relevan b. Mencari nasehat dalam praktik sehari-hari atau opini dan pilihan keputusan c. Memuaskan d. Belajar melalui pendidikan mandiri e. dengan pengetahuan mendapatkan rasa aman
2	Identitas Pribadi	a. menemukan penguatan nilai pribadi b. menemukan model perilaku c. mengidentifikasi dengan nilai lain d. memahami diri lebih dekat
3	Integrasi dan interaksi sosial	a. memahami keadaan orang lain: empati sosial b. mengenali orang lain dan merasa memiliki c. menemukan basis untuk bercakap-cakap dan berinteraksi sosial e. menemukan pengganti untuk pertemanan <i>real life</i> f. membantu mengemban peran sosial g. membuat seseorang mampu berhubungan dengan keluarga, teman, dan masyarakat
4	Hiburan	a. melarikan diri dari masalah b. bersantai c. memperoleh nilai budaya dan keindahan d. mengisi waktu e. melepas emosional f. daya tarik seksual

Sumber : McQuail dalam Miller, 2005

Berdasarkan indikator tersebut bisa di"cross check" antara siapa menonton apa dan untuk tujuan apa. Memahami kondisi khalayak dikaitkan dengan program siaran merupakan suatu yang kompleks, namun bukan berarti tidak dapat diprediksi. Artinya khalayak perlu diberikan pemahaman bahwa media massa tersebut merupakan 'tools' yang netral, bisa berdampak positif maupun negatif, tergantung dari si pemakainya. Saat ini media literacy diperlukan untuk meminimalisir eksese negatif dari media massa.

Merujuk pada pandangan pakar komunikasi, "Media literacy" adalah :

- 1) Kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan mengkomunikasikan pesan (*National Leadership Conference on Media literacy, 1992*)
- 2) Pengetahuan tentang bagaimana fungsi media di masyarakat (Paul Messaris)
- 3) Pemahaman kebudayaan, ekonomi, politik dan keterbatasan teknologi dalam suatu kreasi, produksi dan transmisi pesan.
- 4) Pengetahuan khusus, kesadaran dan rasionalitas sebagai proses kognitif dalam memperoleh informasi
- 5) Fokus utama mengevaluasi secara kritis tentang pesan dan cara mengkomunikasikannya. Kemudian memahami sumber dan