

INKONSISTENSI REGULASI PENYIARAN BAGI PENGELOLAAN MEDIA LOKAL DAN KOMUNITAS

Prilani

Prodi Komunikasi Penyiaran Islam - STAIN Kediri

✉ duta86@yahoo.com

Pendahuluan

Perkembangan media penyiaran di Indonesia telah mengalami perubahan setelah arus besar reformasi pada tahun 1998. Pergolakan kepentingan politik dan kepemilikan media sebenarnya berawal dari fase ini. Kita lihat dari pergeseran tentang pola kepemilikan media dengan konten yang ditayangkan. Munculnya undang-undang penyiaran tahun 2002 setidaknya membawa angin segar dalam perkembangan media penyiaran di tanah air.

Persoalan muncul setelah implementasi atas undang-undang tersebut kurang dapat mengapresiasi kepentingan stakeholder. Hal ini ditandai atas semakin bermunculnya lembaga penyiaran swasta baik itu radio maupun televisi yang kurang dapat dikendalikan dalam pengelolaannya baik itu monopoli maupun oligopoli. Jangankan ngurusi perubahan atas format ini, menjadikan TVRI dan RRI untuk menjadi lembaga penyiaran publik yang ideal saja tidak mudah dan sampai sekarangpun masih menyisakan persoalan.

Interpretasi terhadap undang-undang penyiaran pada fase ini menjadi runcing. Salah satu fenomena menarik adalah adanya radio milik pemerintah daerah yang sudah diatur dalam lembaga penyiaran publik lokal (LPPL) ternyata tidak bisa di aplikasikan dengan baik. Persoalannya tentang bagaimana pemerintah daerah menyikapi perubahan aturan ini, karena terdapat salah satu pemerintah daerah yang mengeluarkan peraturan daerah tentang lembaga penyiaran publik lokal 2 perda sekaligus dalam waktu tahun yang sama padahal

idealnya perda LPPL harus 1 dalam setiap kabupaten maupun kota. Belum lagi, kasus tentang pelanggaran atas berdirinya LPPL yang berdekatan dengan RRI diwilayahnya.

Masalah lain muncul dengan semakin banyaknya media penyiaran komunitas khususnya radio yang bermunculan di beberapa daerah. Aturan yang paling penting di cermati adalah pembatasan aspek teknis dengan coverage area 2,5 km dan power pemancar 50 watt. Ini sangat mempengaruhi perkembangan radio komunitas karena pada saat aplikasi dilapangan akan serasa sulit untuk dapat bersaing dengan media lainnya apalagi dengan media lokal yang secara teknis lebih luas jangkauan dan iklan niaga yang dibatasi pada radio komunitas.

Dikotomi media penyiaran lokal dan komunitas sebenarnya patut untuk diperdebatkan karena pada aplikasinya konteks lokal dan komunitas ini tidak ada perbedaannya. Dalam undang-undang penyiaran, tidak mengenal istilah media lokal. Lembaga penyiaran televisi pun tidak mengenal istilah TV lokal karena sudah ada aturan permenkominfo no 43 tahun 2009 tentang penyelenggaraan penyiaran melalui sistem stasiun jaringan oleh lembaga penyiaran swasta jasa penyiaran televisi atau yang lebih dikenal dengan SSJ sehingga siaran lokal menjadi penting dalam aspek media lokal.

Kondisi lain, menyisakan persoalan adalah bagaimana televisi induk jaringan (yang biasa disebut TV Nasional) menggunakan perizinan lokal untuk operasionalnya atau dengan format sewa (*time sharing*) maupun pembelian izin. Inilah yang menjadikan semakin rumitnya proses perizinan dan semakin tenggelamnya televisi lokal yang lahir dari rahim daerah setempat. Realitas lain, bagaimana televisi lokal harus berjibaku untuk kelangsungan operasional media yang dikelolanya.

Disisi lain, pertumbuhan media komunitas khususnya radio telah membawa persoalan tersendiri atas operasionalnya. Pada bidang penerbangan, keberadaan radio komunitas ini sering mengganggu radar penerbangan khususnya penerbangan komersil. Terdapat juga radio komunitas yang berformat swasta dan mengganggu media swasta lain yang sudah berproses perizinan. Eksistensi radio komunitas ini lebih parah lagi ketika mereka tidak mengindahkan aturan dengan menyiarkan iklan siaran niaga padahal sesuai aturan radio komunitas hanya boleh beriklan layanan masyarakat (ILM).

Kondisi inilah yang melatar belakangi tulisan ini. Penyelenggaraan media penyiaran lokal dan komunitas adalah fenomena dan persoalan serius karena pada prakteknya mereka sama melakukan periklanan niaga komersil. Setidaknya ada tiga hal yang mendasari atas tulisan ini; 1) definisi media penyiaran lokal, 2) eksistensi media komunitas dan 3) penyalahgunaan atas kebijakan terhadap penyelenggaraan media di Indonesia.

Permasalahan di atas tentunya tidak bisa di uraikan hanya dalam kaca mata regulasi, akan tetapi konteks sosiologis juga sangat diperlukan mengingat kerancuan penyelenggaraan penyiaran lokal dan komunitas ini sebenarnya lebih kepada pemahaman atas peraturan yang belum mampu untuk menampung segala permasalahan penyiaran yang ada, terlebih dengan berkembangnya teknologi komunikasi.

Ketidakterdayaan Regulasi Penyiaran

Di Indonesia, ada beberapa undang-undang yang mengatur lembaga penyiaran, salah satunya adalah UU No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran. UU tersebut secara khusus meregulasi segala hal yang berkaitan dengan media penyiaran, baik dari sisi perijinan hingga isi tayangan. Kemunculan UU ini awalnya dilatarbelakangi oleh semangat untuk mewujudkan penyiaran yang demokratis bagi pengembangan sistem penyiaran di Indonesia. Namun demikian, ternyata hingga saat ini UU No. 32 Tahun 2002 masih dinilai lemah dalam mengakomodir persoalan-persoalan yang terjadi.

Beberapa persoalan seperti masalah ketidakadilan alokasi radio komunitas yang hanya mendapatkan tiga kanal ataupun mengenai amanat UU penyiaran tentang keberagaman isi dan keberagaman kepemilikan yang hingga saat ini belum tercemin pada industri media di Indonesia. Ada pula tiga hal yang belum juga ditegakkan oleh UU ini, yaitu sistem siaran berjaringan bagi Lembaga Penyiaran Swasta, pemindahtanganan izin siaran, dan munculnya Lembaga Penyiaran Publik lokal. Namun demikian, jika diamati lebih jauh, sebenarnya masalah-masalah tersebut dipicu oleh masalah utama, yaitu karena regulasi dan regulator penyiaran Indonesia yang masih tidak jelas pembagian tugas dan wewenangnya.

Berdasarkan UU No. 32 Tahun 2002, terdapat dua regulator utama penyiaran, yaitu Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) atau pemerintah dan Komisi Penyiaran Indonesia

(KPI). Sebenarnya, pada negara dengan sistem demokrasi, misal Amerika, Australia, Canada, maupun Inggris, regulator utama penyiaran seharusnya adalah lembaga negara yang terbebas dari campur tangan pemerintah dan kaum kapitalis. Lembaga regulator di negara demokrasi seharusnya memiliki otoritas yang luas dalam mengatur penyelenggaraan penyiaran, bahkan pada sektor komunikasi lain, seperti telekomunikasi dan internet.

Namun demikian, di Indonesia, peranan Kemenkominfo masih sangat dominan karena seluruh alokasi frekuensi dan Izin Penyelenggaraan Penyiaran (IPP) harus dikeluarkan oleh Kemenkominfo. Sedangkan, tugas KPI hanya sebagai pengawas isi siaran lembaga penyiaran dan pemberi rekomendasi untuk memperoleh IPP. Hal inilah yang membuat KPI, yang seharusnya menjadi *independent regulatory body*, tidak dapat menjalankan fungsi dengan baik. Sebenarnya, kasus ini timbul karena UU Penyiaran sendiri memberikan peluang bagi munculnya anomali hukum penyiaran. Hal ini ditunjukkan dengan adanya pasal 62 ayat 1 yang menyatakan bahwa ketentuan-ketentuan lebih lanjut dibuat bersama antara KPI dengan pemerintah melalui peraturan pemerintah. Oleh karena itu, muncullah;

- Peraturan Pemerintah No. 11 Tahun 2005 tentang Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Penyiaran Publik.
- Peraturan Pemerintah No. 50 Tahun 2005 tentang Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Penyiaran Swasta.
- Peraturan Pemerintah No. 51 Tahun 2005 tentang Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Penyiaran Komunitas.
- Peraturan Pemerintah No. 52 Tahun 2005 tentang Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Penyiaran Berlangganan.

Padahal, dalam keempat Peraturan Pemerintah (PP) tersebut memuat ketentuan bahwa permohonan perizinan tertulis harus ditujukan kepada Menteri Komunikasi dan Informatika melalui KPI/KPID. Selain itu, lembaga yang mengurus proses perijinan penyiaran juga harus mendapatkan rekomendasi terlebih dahulu dari pemerintah setempat. Hal ini membuat KPI/KPID seolah-olah hanya menjadi penghubung atau 'kurir pengantar' tanpa mempunyai wewenang apa-apa dan pemerintah jadi pihak yang paling dominan. Menata persoalan penyiaran tentunya harus berpijak pada sebuah kebijakan yang ada dan telah dirumuskan sehingga tidak ada pihak-pihak yang dirugikan.

Penerapan konteks sistem siaran jejaring pada media televisi, menurut Ade Armando (2011:263) belum menampakan hasil yang maksimal. Langkah-langkah yang dilakukan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) melalui menteri pada era itu akan membentuk tim yang bertugas sebagai berikut ;

1. Melakukan pengkajian mengenai penerapan UU Penyiaran dan PP tentang pertelevisian swasta.
2. Melakukan pengkajian secara komprehensif berkaitan dengan kesiapan lembaga penyiaran swasta dalam penerapan sistem stasiun jaringan.
3. Melakukan pengkajian secara komprehensif berkaitan dengan kepentingan dan kemampuan daerah dalam penerapan sistem stasiun jaringan.
4. Melakukan konsultasi dan penjaringan opini publik.
5. Menyusun alternatif kebijakan yang berkaitan dengan pelepasan kepemilikan stasiun jaringan.

Langkah-langkah yang sudah direncanakan sejak tahun 2008 ini belum bisa diaplikasikan secara maksimal sampai detik ini. Padahal kalau mau merujuk kebijakan ini maka konsep media lokal akan lebih bisa dilaksanakan sehingga perseteruan dengan media komunitas dapat diminimalisir. Implementasi regulasi ini sebenarnya ditunggu pelaksanaannya agar media lokal dapat memaksimalkan peran dan fungsinya, begitu juga media komunitas dapat kembali kepada kepentingan komunitasnya.

Selain itu, isu tentang kepemilikan dalam industri media yang ada di Indonesia telah mendorong keinginan untuk melakukan langkah konkrit dalam pengembangan kebijakan komunikasi ini. Fakta dilapangan, media lokal secara heroik telah berhadapan dengan media (nasional) atau yang sering disebut media jejaringan. Secara umum, realitas tersebut menciptakan beberapa fenomena baru dalam industri media, seperti misalnya isu kepemilikan terkonsentrasi dan *pluralism ownership*. Isu kepemilikan menjadi topik hangat disebagaian negara dunia. Di Eropa dan UK misalnya, kebijakan yang memperbolehkan kepemilikan media terkonsentrasi mulai ditinjau ulang. Beberapa keputusan radikal kemudian muncul seperti merevisi kebijakan yang memperoleh hak konsesntasi kepepmilikan media (Doyle, 2006:1).

Menakar dari deregulasi kebebasan media di Amerika maka kebijakan regulasi radio komersial dan kepemilikan televisi yang dimulai pada tahun 1980-an, siaran radio dan televisi melalui gelombang udara dianggap media bebas (Biagi, 2010:397). Di Indonesia, paham ini disalah artikan dan menjadi akar permasalahan dikotomi media lokal dan komunitas. Definisi media bebas sebenarnya tidak berarti mereka dengan seenaknya dapat menggunakan kekuatan modal untuk memiliki media. Kondisi ini harus diatur sebagai bagian menata kepemilikan kepemilikan media secara berimbang.

Konteks politis, menempatkan media memiliki posisi strategis. Media diposisikan sebagai pilar keempat demokrasi yang memiliki tugas dan tanggung jawab mengawasi tiga pilar demokrasi yang lain. Selain itu media memiliki pengaruh kuat untuk mempengaruhi khalayak melalui rutinitas dan pemanfaatan instrumen obyektifitas ketika menghasilkan produk-produk media (Bagdikian, 1992:179). Media lokal juga seringkali digunakan sebagai alat propaganda politik di daerah sekitar media tersebut berada, bahkan media komunitas pun tak luput dijadikan sebagai sarana kampanye politik. Inilah sebenarnya peta dan potensi kesamaan dari media lokal maupun komunitas.

Persandingan Media Penyiaran Lokal dan Komunitas

Membicarakan tentang keberadaan media penyiaran lokal sebenarnya lebih kepada lembaga penyiaran swasta yang berada di daerah dan di miliki oleh perorangan. Dikotomi inilah yang sebenarnya harus diluruskan. Berikut ini tabel tentang perbedaan media lokal dengan komunitas;

Aspek	Media Lokal	Media Komunitas
Administrasi	<ul style="list-style-type: none"> - Didirikan oleh Perorangan/ Lembaga - Legalitas; Badan Hukum berupa Perseroan Terbatas. - Tidak merupakan jaringan 	<ul style="list-style-type: none"> - Didirikan oleh Komunitas Tertentu - Legalitas; Badan Hukum berupa Perkumpulan/Koperasi. - Tidak merupakan jaringan
Program	<ul style="list-style-type: none"> - Orentasi pada Keuntungan (<i>Iklan Niaga/Profit</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> - Orentasi pada Komunitasnya (<i>Iklan Layanan Masy. /ILM</i>)
Teknis	<ul style="list-style-type: none"> - Pemancar > 1000 watt - Tower > 85 Meter - Jangkauan >12 Km 	<ul style="list-style-type: none"> - Pemancar > 50 watt - Tower > 25 Meter - Jangkauan >2,5 Km

* diolah dari berbagai sumber.

Dari tabel di atas nampak jelas perbedaan media lokal dan komunitas, secara administrasi; media lokal termasuk dalam kategori lembaga penyiaran swasta (LPS) yang didirikan oleh perorangan dan biasanya mempunyai legalitas berupa Perseroan Terbatas (PT). Persoalan muncul ketika pada prakteknya media penyiaran tidak layak disebut media lokal karena berjejaring dengan induk jaringan yang ada di Jakarta. Dalam perspektif media kontemporer, media lokal adalah lembaga penyiaran yang didirikan oleh perorangan di daerah dan berorientasi pada konten acara untuk mengangkat *local wisdom*. Dalam melangsungkan suatu bisnis, para usahawan membutuhkan suatu wadah untuk dapat bertindak melakukan perbuatan hukum dan bertansaksi. Pemilihan jenis badan usaha ataupun badan hukum yang akan dijadikan sebagai sarana usaha tergantung pada keperluan para pendirinya. Sarana usaha yang paling populer digunakan adalah Perseroan terbatas (PT), karena memiliki sifat, ciri khas dan keistimewaan yang tidak dimiliki oleh bentuk badan usaha lainnya, yaitu:

- Merupakan bentuk persekutuan dan badan usaha yang berbadan hukum
- Merupakan kumpulan modal/saham
- Memiliki kekayaan yang terpisah dari kekayaan para perseronya
- Pemegang saham memiliki tanggung jawab yang terbatas
- Adanya pemisahan fungsi antara pemegang saham dan pengurus atau direksi
- Memiliki komisaris yang berfungsi sebagai pengawas
- Kekuasaan tertinggi berada pada RUPS

Sedangkan media komunitas didirikan oleh komunitas tertentu, misalnya komunitas pendidikan, pertanian, pedagang maupun organisasi non formallainnya. Pada fase ini, sering muncul permasalahan tentang niat pendirian media komunitas hanya atas inisiasi perorangan karena tidak mendapat kanal frekuensi media komersil atau yang disebut lembaga penyiaran swasta (LPS). Dalam perspektif legalitas nampak lucu sekali jika media komunitas berbentuk perkumpulan atau koperasi. Hal inilah yang sempat menjadi perdebatan di kalangan aktivis jaringan media komunitas. Belum lagi problem pejabat notaris

yang seringkali memaknai akta pendirian perkumpulan media komunitas disamakan dengan pendirian lembaga penyiaran swasta (LPS). Ironisnya mereka tidak membekali pengetahuan dengan aturan baru tentang penyiaran dan bahkan sering membuat tafsir sendiri atas badan hukum perkumpulan media komunitas.

Secara administrasi, media lokal tidak mengalami persoalan dalam memenuhi standarisasi namun bagi media komunitas ini menimbulkan persoalan baru karena mereka berasal dari kalangan yang secara finansial kurang mendukung. Terlebih lagi, biaya yang dikeluarkan ketika mereka berproses perizinan relatif hampir sama terkait biaya izin penyelenggaraan penyiaran (IPP) dan biaya hak penggunaan frekuensi (BHP). Faktor inilah yang selalu menjadi persoalan penting dalam penyelenggaraan media lokal maupun komunitas. Media lokal, juga sering mengalami persoalan dasar ketika mereka mengajukan izin terkait dengan peluang usaha dan alokasi frekuensi yang terbatas serta ketidak-konsistenan regulasi yang ada di Indonesia.

Aspek program siaran sangat terkait dengan bagaimana media merencanakan tentang pola siaran media mereka karena waktu siaran sangat berpengaruh dalam menentukan sumber materi mata acara siaran yang akan di siarkan. Khalayak sasaran yang begitu bervariasi membuat media lokal maupun komunitas harus senantiasa berpikir tentang daya saing program siaran. Bagi media lokal hal ini selalu berbanding lurus dengan pendapatan iklan, sedangkan bagi media komunitas ini fase ini berimplikasi pada keberlanjutan medianya. Prosentase mata acara secara keseluruhan harus di jelaskan dalam setiap rincian siaran, karena pola acara siaran yang biasanya berupa harian dan mingguan harus di evaluasi berdasarkan tingkat kebutuhan audiens.

Program siaran media lokal dan komunitas secara prinsip hampir sama, yang membedakan mereka hanya pada durasi acaranya. *Feature* dan *Vox Pop* masih mendominasi sebagai acara unggulan, akan tetapi muncul persoalan setelah media komunitas terutama radio telah menjadikan produk obat herbal sebagai iklan utama. Hal ini tidak sesuai dengan aturan bahwa iklan pada radio komunitas harus merupakan iklan layanan masyarakat dan beda dengan iklan niaga pada media

lokal. Persoalan tidak berhenti sampai disini karena obat herbal yang di iklankan ternyata tidak memenuhi aspek perizinan medis sehingga tidak layak untuk di tayangkan.

Realitas iklan ini sangat menarik untuk di kaji dan ditelaah karena dalam tataran aturan pedoman perilaku penyiaran dan standart program siaran (P3SPS) sering dilanggar oleh media komunitas. Fenomena ini menjadi penting ketika media local secara massif juga ikut serta menyiarkan iklan obat-obat herbal ni dalam muatan iklan yang ditayangkan. Penataan ini tentunya menjadi kewenangan dari komisi penyiaran Indonesia (KPI) yang merupakan regulator penyiaran khususnya program siaran.

Peralatan teknis berupa sarana dan prasarana yang akan dibangun oleh media lokal sangat tergantung dari kesiapan finansial media lokal maupun komunitas. Tidak ada standart baku secara finansial dalam mendirikan lembaga penyiaran karena bangunan dan peralatan teknis masing-masing media akan ditentukan oleh pendirinya. Perangkat yang akan digunakan oleh media local maupun komunitas sebenarnya sama akan tetapi secara kualitas dan kuantitas akan menentukan besaran dana yang akan dikeluarkan.

Penataan letak dan tata ruang stasiun pemancar dan stasiun penyiaran (studio) ini yang menjadi dasar jumlah nominal yang akan dikeluarkan. Bangunan daerah strategis dan kualitas semakin menguatkan biaya pembuatan studio dan sistem transmisi pun juga mempengaruhi hasil pemancaran karena rumus ekonomi sangat berlaku bagi hasil system pemancaran yang dipakai atau bisa dikatakan bahwa semakin mahal peralatan pasti hasilnya akan maksimal meskipun harus dipikirkan juga ketepatan setting dari peralatan tersebut. Kesesuaian antara wilayah layanan dan perkiraan jangkauan wilayah siaran berdasarkan konfigurasi pemancar dan sistem antena menjadi mutlak dalam pengembangan peralatan teknis media penyiaran.

Media penyiaran lokal biasanya menggunakan sistem transmisi standart, artinya mereka berani mengeluarkan biaya besar hanya untuk mendapatkan kualitas audio maupun audio visual yang maksimal. Pada media radio biasanya menggunakan pemancar *build-up* dengan kapasitas 3.000 watt sampai 10.000 watt. Sedangkan radio komunitas hanya maksimal 100 watt. Persoalan muncul setelah radio komunitas

hanya diperbolehkan untuk memancar di frekuensi 107.7, 107.8 dan 107.9 sehingga sangat mempengaruhi kualitas pemancaran yang dihasilkan. Selain itu, ketinggian tower juga menjadi faktor penting karena semakin tinggi semakin baik hasil pancaran dan masalahnya banyak juga yang memasang *Link* di atas pegunungan.

Pengelolaan suatu media penyiaran memberikan tantangan yang tidak mudah kepada pengelolanya, sebagaimana ditegaskan Peter K. Pringle (1993:2) : *Few management position offers challenges equal to those of managing a commercial radio or television station* (tidak banyak posisi manajemen yang memberikan tantangan yang setara dengan mengelola suatu stasion radio atau televisi lokal). Hal yang harus dihadapi manajemen media penyiaran adalah sebagai berikut ;

1. Sebagai perusahaan, media penyiaran dalam kegiatan operasionalnya harus dapat memenuhi harapan pemilik dan pemegang saham untuk menjadi perusahaan yang sehat dan mampu menghasilkan keuntungan.
2. Media penyiaran harus mampu memenuhi kepentingan masyarakat (komunitas) dimana media bersangkutan berada, sebagai ketentuan yang harus dipenuhi ketika media penyiaran bersangkutan menerima izin siaran (Izin Penyelenggaraan Penyiaran/IPP) yang diberikan negara.

Pemenuhan kepentingan pemilik dan masyarakat memberikan tantangan tersendiri pada pihak manajemen media lokal. Media penyiaran lokal pada dasarnya harus mampu melaksanakan berbagai fungsi, beriklan, hiburan, informasi dan pelayanan. Untuk melakukan fungsi tersebut dalam memenuhi kepentingan pemasang iklan, audien serta pemilik dan karyawan merupakan tantangan tersendiri bagi manajemen. Tantangan lainnya berasal dari media komunitas dengan beberapa regulasi yang mengekang mereka akan tetapi dituntut untuk lebih bisa *survive*.

Menurut Willis dan Aldridge (dalam Sunarto, 2000:104) stasiun penyiaran umumnya memiliki empat fungsi dasar (*areas of operation*) dalam struktur organisasinya yaitu : Program, Teknik dan Pemasaran. Fungsi pertama hingga ketiga tersebut menjadi pilar utama stasiun penyiaran. Sebagaimana sebuah bangunan, maka ketiga fungsi tersebut merupakan tiang atau pilar yang menopang bangunan stasiun

penyiaran, jika salah satu tidak ada atau roboh, maka robohlah stasiun penyiaran itu. dengan kata lain, tanpa ketiga tersebut tidak mungkin suatu stasiun penyiaran dapat berdiri dan bertahan. Sedangkan fungsi administasi bisa melengkapi sebagai fungsi pendukung guna memperlancar tugas dari ketiga sebelumnya.

Carut marut penataan frekuensi media penyiaran ini sangat mengganggu penataan teknis media lokal dan komunitas. Efek pengawasan yang kurang maksimal adalah faktor utama dalam persoalan ini sehingga perlu langkah yang fundamental untuk menghindari simpang siur penataan frekuensi ini. Media lokal seharusnya dilindungi sebagai media yang mempunyai kekuatan daerah dan media komunitas harus kembali pada jati diri dari sebagai kekuatan organisatoris dengan ideologi masing-masing. Selain itu, secara administrasi dan program roh dari media lokal dan komunitas juga berbeda sehingga harus ada penguatan diri pada lembaga masing-masing.

Manajemen Media Lokal dan Komunitas

Hal mendasar dalam mengelola media lokal adalah sumberdaya manusianya. Media komunitas juga merupakan salah satu media yang serigkali berhadapan dengan persoalan sumberdaya manusia sehingga mengelola media lokal pada dasarnya adalah mengelola manusia. Keberhasilan media lokal maupun komunitas harus ditopang dengan kreativitas manusia yang bekerja pada tiga pilar utama yang merupakan fungsi vital yang dimiliki oleh tiap media penyiaran yaitu teknik, program, dan pemasaran.

Keberhasilan media lokal bergantung pada bagaimana kualitas orang-orang yang bekerja pada masing-masing divisi. Kualitas manusia saja tidak cukup jika tidak disertai dengan kemampuan pimpinan yang memadai untuk mengelola sumber daya manusia yang ada. Pengelolaan media lokal maupun komunitas setidaknya harus mencukupi hal-hal sebagai berikut :

1. Perencanaan (*Planing*)

Dalam perencanaan harus diputuskan “apa yang harus dilakukan, kapan melakukannya, bagaimana melakukannya dan siapa yang melakukannya”. Jadi perencanaan adalah pemilihan sekumpulan

kegiatan untuk memutuskan apa yang harus dilakukan, kapan, bagaimana, dan oleh siapa. Perencanaan yang baik dapat dicapai dengan mempertimbangkan kondisi di waktu yang akan datang dalam mana perencanaan dan kegiatan diputuskan akan dilaksanakan, serta periode sekarang pada saat rencana dibuat.

Dalam menetapkan tujuan, pengelola media lokal maupun komunitas harus mengacu pada pernyataan visi (*mission statements*) organisasi atau perusahaan. Pernyataan misi seolah memberikan *attitude* dan jiwa kepada perusahaan dalam berhubungan dengan karyawan, klien, masyarakat sekitar dan sebagainya. Pernyataan misi mencerminkan sikap perusahaan terhadap peraturan pemerintah atau sikap perusahaan terhadap isu-isu lingkungan.

Maksud penetapan tujuan pada media lokal maupun komunitas adalah agar terdapat koordinasi dari berbagai kegiatan yang dilakukan oleh departemen dan individu dengan tujuan utama media penyiaran. Pada saat tujuan utama penyiaran diterapkan, maka tujuan dari berbagai departemen dan tujuan personal yang bekerja pada departemen yang bersangkutan dapat direncanakan dan dikembangkan. Tujuan individu harus memberikan kontribusinya pada pencapaian tujuan departemen yang pada gilirannya tujuan departemen harus sesuai dengan tujuan departemen lainnya dan juga tujuan umum media penyiaran yang bersangkutan.

2. Pengorganisasian (*Organizing*)

Pengorganisasian merupakan proses penyusunan struktur organisasi yang sesuai dengan tujuan organisasi, sumber daya yang dimiliki dan lingkungan yang melingkupinya. Dua aspek utama proses penyusunan struktur organisasi adalah departementalisasi dan pembagian kerja. Departementalisasi merupakan pengelompokan kegiatan-kegiatan kerja suatu organisasi agar kegiatan yang sejenis dan saling berhubungan dapat dikerjakan bersama.

Struktur organisasi media lokal maupun komunitas pada umumnya tidak memiliki standar yang baku. Bentuk organisasi berbeda-beda satu dengan lainnya, bahkan pada wilayah yang sama tidak memiliki struktur organisasi yang persis sama. Perbedaan biasanya disebabkan oleh skala usaha atau besar kecilnya media itu.

Pada media lokal maupun komunitas mungkin ada beberapa jabatan atau fungsi manajerial yang dirangkap oleh satu orang.

Misalnya, *general manager* yang bisa juga menjadi manajer pemasaran, manajer program dapat juga menjadi manajer operasi, manajer operasi dapat juga menjadi manajer teknik. Sementara untuk stasiun besar biasanya, ada posisi manajer senior untuk setiap departemen.

3. Pengawasan (*Controlling*)

Pengawasan merupakan proses untuk mengetahui apakah tujuan-tujuan organisasi atau perusahaan sudah tercapai atau belum. Hal ini berkenaan dengan cara-cara membuat kegiatan yang sesuai dengan apa yang direncanakan. Pengertian ini menunjukkan adanya hubungan yang sangat erat antara perencanaan dan pengawasan. Pengawasan membantu penilaian apakah perencanaan, pengorganisasian, penyusunan personalia, dan pengarahan telah dilaksanakan secara efektif.

Pengawasan harus dilakukan berdasarkan hasil kerja atau kinerja yang dapat diukur agar fungsi pengawasan dapat berjalan secara efektif. Misalnya, jumlah dan komposisi audien yang menonton atau mendengarkan program media lokal dan komunitas bersangkutan dapat diukur dan diketahui melalui laporan riset *rating*. Jika jumlah audien yang tertarik dan mengikuti program media lokal dan komunitas bersangkutan lebih rendah dari yang ditargetkan, maka proses pengawasan mencakup kegiatan pengenalan terhadap masalah dan memberikan pengarahan untuk dilakukan diskusi agar mendapatkan solusi.

Target penjualan iklan media lokal dan komunitas juga dapat diukur. Suatu analisis mengungkapkan bahwa target pendapatan yang diproyeksikan sebelumnya adalah tidak realistis dan karenanya penyesuaian perlu dilakukan. Sebaliknya, jika hasil analisis mengungkapkan bahwa proyeksi pendapatan itu dapat direalisasikan, maka diskusi harus diarahkan pada upaya untuk menambah jumlah tenaga pemasaran, atau menyesuaikan tarif iklan (*rate card*) atau perubahan tingkat komisi stasiun penyiaran kepada biro iklan. Dua konsepsi utama untuk mengukur prestasi kerja (*performance*) manajemen media lokal dan komunitas adalah efisiensi dan efektifitas.

4. Evaluasi (*Evaluating*)

Mengelola media lokal dengan komunitas adalah dua hal yang berbeda, namun secara esensi sebenarnya RUH-nya sama. Hal ini karena elemen dasar media penyiaran lebih berkutat pada aspek

administrasi, program dan teknis serta pemasaran. Konteks pemasaran sendiri masih *debatable* dengan asumsi media komunitas tidak membutuhkan divisi pemasaran. Namun secara realitas, banyak media komunitas yang membuat divisi ini meskipun hanya sebagai divisi yang membantu pemasaran secara sosial, artinya tidak berorientasi pada profit.

Evaluasi media lokal dan komunitas juga hampir sama bisa dilakukan secara mandiri bahkan menyewa konsultan. Evaluasi pada konteks administrasi misalnya bisa dilakukan secara internal dengan periodisasi waktu yang sudah disepakati oleh pihak pengelola. Program merupakan elemen yang sangat penting untuk di evaluasi. artinya fase ini sangat menentukan keberlanjutan konten siaran yang akan disampaikan kepada audiens. Fase ini menjadi dominan karena aspek program merupakan ujung tombak marketing dalam menjual produk jasa media lokal maupun komunitas. Pada radio lokal program variatif sangat menunjang daya beli pengiklan, sedangkan media komunitas membutuhkan program yang ideal bagi respon anggota komunitasnya.

Aspek teknis secara sederhana dan kasat mata dapat dilihat langsung pada kondisi pemancar, antena dan tower maupun alat kelengkapan teknis lainnya sehingga langkah konkritnya dapat diambil ketika peralatan teknis ini mengalami kendala. Sedangkan pemasaran, dilakukan evaluasi secara berkala karena *cash flow* keuangan media dapat ditunjukkan sehingga ketika profit media lokal terindikasi turun maka harus ada evaluasi secara menyeluruh dan media komunitas pun dapat menjadikan divisi pemasaran menjadi sarana menguatkan komunitasnya karena dalam undang-undang telah disebutkan bahwa iuran anggota komunitas menjadi kekuatan utama keberlanjutan media komunitas.

Penutup

Media lokal dan komunitas adalah media yang secara regulasi di bedakan melalui dasar pendirian, program siaran dan perangkat teknis sampai pada orientasi profit dan non profit. Namun pada prakteknya kedua jenis lembaga penyiaran ini hampir mirip dalam operasionalnya. Fenomena ini harus disikapi dengan langkah konkrit dalam rangka

pemecahan masalahnya, yakni membuat regulasi baru dan menambah kewenangan pihak regulator dalam rangka mencari solusi bukan malah membuat permasalahan baru.

Regulasi penyiaran di Indonesia masih berkaca pada undang-undang no.32 tahun 2002 yang secara teks maupun kontekstual telah ketinggalan zaman atau tidak relevan dengan perkembangan teknologi komunikasi hari ini. Selain itu, pembenahan sumberdaya manusia juga sangat diperlukan bagi insan penyiaran karena merekalah yang menjadi aktor utama dalam penyelenggaraan media lokal maupun komunitas.

Pembenahan aspek program maupun teknis juga penting karena media lokal dan komunitas harusnya berbeda dalam pengelolaan kedua aspek ini. Program media lokal yang selama ini mungkin kurang kreatif harus dirubah menjadi lebih variatif untuk menjadi daya saing dalam pengelolaan media lokal sendiri. Disisi lain, media komunitas juga kembali kejati diri untuk membuat program yang sesuai komunitasnya.

Daftar Pustaka

- Armando, Ade, 2011. *Televisi Jakarta di atas Indonesia (Sebuah kegagalan Sistem Televisi Berjaringan di Indonesia)*. Yogyakarta: Bentang.
- Badikian, Ben.H. 1992. *The Media Monopoly*. Beacon Press Book: Boston.
- Biagi, Shirley. 2010. *Media/Impact: An Introduction to Mass Media (Ter. Irfan & Wulung)*. Jakarta; Salaemba Humanika. :
- Doylw, Gillian. 2006. *Media Ownership*, Sage Publication: London.
- Morissan. 2008. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Kencana. Cetakan ke-1.
- Peter K. Pringle, Michael F Star, William E McCavit. 1991. *Electronic Media Management*, Focal Press, Boston.
- Sunarto. 2009. *Televisi, Kekerasan dan Perempuan*. Jakarta : Kompas
- Undang-Undang No. 32 tentang Penyiaran.