

***DIVERSITY OF CONTENT AND DIVERSITY OF OWNERSHIP*;
KAPITALISME, MEDIA DAN PRODUKSI KEBUDAYAAN DALAM
PROGRAM SIARAN TELEVISI
(TINJAUAN SOSIOLOGI TENTANG KEWAJIBAN PEMENUHAN
PROGRAM SIARAN LOKAL BAGI TELEVISI SWASTA NASIONAL
DI KOTA AMBON)**

Alce Albartin Sapulette^{1*}, Benico Ritiauw²

¹Institut Agama Kristen Negeri Ambon, Indonesia

²Program Studi Sosiologi Universitas Pattimura, Indonesia

Email korespondensi: * sapulettealce@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memetakan penerapan prinsip *Diversity of Content* dan *Diversity of Ownership* dalam program siaran lokal serta dampaknya terhadap proses produksi kebudayaan. Menggunakan pendekatan kualitatif, riset ini diarahkan untuk menganalisis pembentukan ruang inklusif dalam praktik penyiaran lokal, bagaimana ia menjamin keberlangsungan demokratisasi penyiaran melalui program siaran yang mengakomodasi kepentingan daerah, serta dinamika ekonomi-politik media yang memungkinkan dan atau menghambat praktik penyiaran lokal di daerah. Riset ini menemukan bahwa penerapan *Diversity of Content* dan *Diversity of Ownership* belum dilakukan secara maksimal, terkhususnya pada lembaga penyiaran swasta Nasional. Tiga aspek mendasar yang digunakan untuk melihat pola representasi lokal ke-Daerah-an yakni pemenuhan standar minimal penayangan sebanyak 10% per hari, standar minimal 30 % penayangan konten lokal pada *prime time*, dan kehendak untuk memperbaharui konten secara berkala.

Kata kunci : *Diversity of Content, Diversity of Ownership, Program Siaran Lokal*

Abstract

This research aims to maps the application of the principle of *Diversity of Content* and *Diversity of Ownership* in local broadcast programs and its impact on the cultural production. Using a qualitative approach, this research is directed to analyze the establishment of an inclusive space in local broadcasting practice, how in guarantees the continuation of broadcasting democratization through broadcast programs that accommodate regional interest, as well as media economic-political dynamics that allow and or hinder the practice of local broadcasting in the region. This research found that the implementation of *Diversity of Content* and *Diversity of Ownership* have not been done to the maximum, especially in national private broadcasting institutions. Three basic aspect use d to see the local representation patter to the region, namely the fulfilment of minimum standards viewing as much as 10%, standard minimum 30% local content viewing on prime time, and the will to update the content periodically.

Keywords: *Diversity of Content, Diversity of Ownership, Local Broadcasting Program*

PENDAHULUAN

Amanat Undang-Undang 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran yang mewajibkan setiap Lembaga Penyiaran untuk menayangkan program siaran lokal, tidak cukup dilihat sebagai upaya untuk menghasilkan informasi yang seimbang, lebih dari itu, merupakan bukti pengejawantahan demokrasi dalam penyiaran. Sebagai ilustrasi, rezim orde baru selain menghasilkan kultur penyiaran yang terpusat juga menjadikan penyiaran sebagai medium propaganda guna membangkitkan sentiment pro pemerintah. Situasi ini memberi efek pada beberapa hal, *Pertama*, Lembaga Penyiaran dipandang tak lebih sebagai “humas” Pemerintah, *Kedua*, produksi informasi sepenuhnya dikendalikan secara terpusat, *Ketiga*, ketiadaan prinsip representatif dalam konten siaran (Darmanto, 2020 & Armando, 2016).

Atas situasi ini, Reformasi setidaknya menghasilkan antithesis. Model politik dan pemerintahan yang awalnya terpusat, digantikan melalui sistem desentralisasi yang menempatkan Daerah tidak hanya sebagai wilayah resapan sumber daya guna diekstraksi ke pusat kekuasaan, tetapi juga sebagai komunitas politik penting yang memiliki kesamaan hak. Sistem ini memberi pengaruh pada

model penyiaran pasca orde baru yang mendasari praksis penyiaran pada dua prinsip utama yakni *Diversity of Content* (prinsip yang mewajibkan adanya keberagaman dalam konten siaran) dan *Diversity of Owner* (sebuah prinsip yang menolak dominasi sekaligus menandai keterlibatan publik dalam praksis penyiaran) (Rahayu dkk, 2015).

Meski begitu, amanat yang besar tampaknya tidak sepenuhnya dibarengi dengan praktik yang berkelanjutan. Tidak sedikit Lembaga Penyiaran yang menempatkan program siaran lokal sebagai “beban”. Situasi ini tentunya disebabkan oleh beberapa hal, *Pertama*, orientasi bisnis Lembaga Penyiaran mengharuskan mereka untuk mempertimbangkan keseimbangan antara *production cost* dan *income*. Sementara tidak sedikit wilayah layanan di daerah yang memiliki karakteristik *continental* (kepulauan) semisal Maluku yang dalam proses produksi cukup banyak menguras biaya. *Kedua*, masih banyak wilayah yang belum memiliki imperatif hukum (Peraturan Daerah, Peraturan Gubernur, Peraturan Bupati/Walikota) yang tidak hanya berlaku sebagai dasar kewajiban untuk produksi program lokal tetapi juga insentif untuk menciptakan iklim usaha bagi Lembaga Penyiaran, *Ketiga*, pencapaian rating dan regulasi yang

kontradiktif satu sama lain (Laporan KPID Maluku; 2022).

Di lain sisi, media, terkhususnya Televisi, telah mengalami transformasi panjang dan menjadikannya sebagai bagian dari jejaring besar kapitalisme. Proses industri yang berlangsung secara kompetitif dengan mekanisme kepemilikan yang terpusat dan hanya dikontrol oleh segelintir orang (pemilik Stasiun TV), sebagaimana beberapa aspek penting yang inheren dalam praktik kapitalisme ekonomi (Spencer, 1990). Pola ini tampaknya bertolak belakang dengan semangat utama dalam Penyiaran Televisi yang selalu menekankan adanya kepemilikan Publik dalam Frekuensi Televisi (KPI.go.id). Persis di sini, tampaknya perlu memeriksa kembali tesis yang pernah diajukan Marx tentang kepemilikan alat produksi dan penguasaan atas alat produksi (Suseno, 2000, Putra, 2020). Dalam konteks ini, oleh Negara, posisi Publik diperkuat sebagai pemilik Frekuensi Televisi. Namun dalam proses industri, penguasaan atas kepemilikan tidak sepenuhnya dialamatkan kepada Publik, sebaliknya, mengalami privatisasi sebagaimana dapat dicontohkan melalui penguasaan jaringan besar Televisi oleh Hary Tanoesoedibjo (MNC Group).

Meski menjadi *discourse* dominan dalam diskusi menyangkut tata kelola pertelevisian, namun model penguasaan atas kepemilikan tersebut tidak lantas menjadi haluan dalam praksis industri penyiaran. Sebab Negara melalui pemerintah, memiliki kepentingan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi melalui stimulasi pertumbuhan kelas menengah dan atas yang konsumtif. Dalam rangka itu, terbangun kebutuhan akan kehadiran segenap infrastruktur budaya yang mendukung kepentingan tersebut (Armando, 2016). Media, terkhususnya Televisi, menjadi instrument produksi kebudayaan strategis yang berdampak masif bagi Masyarakat. William Mazzarella (2004) menyebutnya sebagai “mediasi kebudayaan”. Media yang memiliki fungsi *mirroring*, memberikan akses kepada individu dan masyarakat untuk melihat citra diri dan orang lain.

Di Indonesia, proses ini tidak selamanya berjalan secara seimbang. Sebagaimana yang diuraikan sebelumnya, Lembaga Penyiaran selain punya tanggung jawab publik, juga merupakan industri yang berorientasi pada akumulasi modal dan keuntungan finansial. Program siaran yang dikemas memiliki target *viewers* guna menjaring potensi pengiklan. Sementara itu tidak semua wilayah di Indonesia

terkategori sebagai wilayah sasaran pengiklan. Mengutip hasil survey Nielsen (2022), terdapat 11 kota yang menjadi target pengiklan yakni Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi, Bandung, Surabaya, Semarang, Solo, Yogyakarta dan Sleman. Situasi ini berdampak pada kemasan program siaran yang cenderung merepresentasikan realitas pada kawasan atau wilayah yang cenderung berpotensi meningkatkan jumlah penonton, sebagaimana kota-kota target pengiklan tersebut.

Selain itu, persebaran jumlah penonton di wilayah layanan yang tidak seimbang dan kontribusinya pada fluktuasi rating program siaran, menjadikan Lembaga Penyiaran cenderung kalkulatif. Hal ini diperkuat dengan terbitnya Peraturan Menteri Kominfo No 39 Tahun 2008 tentang Daerah Ekonomi Maju dan Daerah Ekonomi Kurang Maju dalam Penyiaran yang berisi pemetaan peluang investasi penyiaran pada beberapa wilayah di Indonesia dengan syarat pertimbangan berupa Indeks Geografi (IG), Indeks Demografi (ID), Indeks Pembangunan Manusia (IPM), Indeks Ekonomi (IE), dan Indeks Bisnis (IB).

Beberapa kondisi ini memberi efek yang serius pada penerapan program siaran lokal, terkhususnya di wilayah Maluku.

Dalam prakteknya, program siaran lokal dikemas dalam beragam bentuk semisal *news* (berita), *talkshow*, maupun hiburan, yang isi kontennya menyangkut kondisi atau peristiwa terkini di daerah setempat. Program siaran lokal menjadi sangat penting sebagai sumber informasi daerah maupun promosi potensi daerah, yang wajib disiarkan oleh Lembaga Penyiaran Televisi Publik maupun Swasta.

Dengan demikian, urgensi penayangan Program Siaran Lokal terletak pada kehendak untuk meredistribusi informasi daerah sembari memanfaatkan potensi lokal (sumber daya manusia dan studi produksi). Konten yang termuat di dalam program siaran lokal berisi tentang potret kekinian, peristiwa *up to date*, informasi, berita, hingga hiburan, dengan nuansa lokalitas ke-Ambon-an. Dimensi lokalitas pada Program Siaran dimaksudkan guna mengimbangi distribusi konten atau program siaran yang berasal dari luar daerah, semisal Jakarta. Sebagai ilustrasi tentang pentingnya Program siaran lokal; komunitas di pelosok pulau Ambon dapat mengetahui informasi terkini tentang peristiwa yang terjadi di Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi), sementara masyarakat Jabodetabek belum tentu mengetahui tentang potret kehidupan komunitas

pelosok di pulau Ambon. Ilustrasi ini mengisyaratkan pentingnya perimbangan informasi melalui Program Siaran Lokal yang dikerjakan oleh Lembaga Penyiaran, terkhususnya Televisi.

Sebelumnya, riset menyangkut program siaran lokal pernah dilakukan oleh Supadiyanto (2015) dan Furqany dkk (2015). Fokus dari riset tersebut diarahkan untuk melihat konsistensi Lembaga Penyiaran dalam menayangkan program siaran lokal, pola penayangan program siaran lokal, dan sistem manajemen Lembaga Penyiaran lokal. Meski begitu, belum ditemukan upaya untuk menggarap pola representasi daerah melalui program siaran di televisi serta dinamika ekonomi-politik media yang berdampak nyata pada orientasi Lembaga Penyiaran, antara kewajiban memenuhi kebutuhan publik atau kepentingan akumulasi kapital melalui rating.

METODE

Penelitian menggunakan metode Kualitatif. Penggunaan metode ini dimaksudkan untuk mengungkap realitas subyektif dari informan kunci tentang fakta aktual dunia penyiaran dan harapan-harapan yang disampaikan seputar isu yang diteliti (Sugiyono, 2013 & Imam; 2014). Meskipun demikian, penelitian ini juga menggunakan data yang bersumber dari dokumen maupun

literatur lainnya yang sekiranya relevan dalam menjawab masalah utama penelitian. Teknik yang digunakan untuk menghimpun data penelitian yakni observasi (pengamatan terhadap realitas objektif), interview (wawancara bersama informan), dan studi Pustaka (tinjauan atas literatur maupun dokumen yang relevan), dengan melibatkan pelaku penyiaran lokal, terkhususnya di Kota Ambon, sebagai sasaran informan utama.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Diversity of Content; Dilema Kebudayaan Dominan

Saat ini, media telah menjadi bagian tak terelakkan dalam kehidupan masyarakat. Melalui media (berasal dari kata dalam bahasa Latin, *medium-ii*), berbagai informasi, gagasan, hiburan dan materi pendidikan yang memengaruhi perkembangan hidup masyarakat dipertukarkan. Kehidupan modern pun terkait erat dengan media, karena media telah mengambil tempat dalam hampir seluruh urusan kehidupan (Nugroho, Amalia, Nugraha, Siregar, Esti & Putri, 2015). Tufte (1996) pun mengemukakan pemikiran serupa, bahwa media massa memainkan peran fundamental dalam menjembatani ranah publik dengan ranah privat, antara tradisi dan modernitas, antara urban dan pedesaan, serta antara yang individual

dengan yang kolektif. Upaya penjembitan tersebut semata-mata dilakukan guna mewujudkan model representasi yang di satu sisi inklusif, serta mampu mengakomodasi ragam kepentingan komunitas lokal di sisi yang lain.

Meski begitu, media, seringkali tampil sebagai *field*, yang oleh Bourdieu diterjemahkan sebagai tempat atau arena pertarungan (Bourdieu, 1977 & 1993). Guna memahami operasionalisasi dari *Field*, maka perlu rasanya menguraikan empat jenis modal yang bagi Bourdieu, inheren dalam *Field* yakni modal ekonomi yang mencakup alat-alat produksi, materi dan pendapatan, modal budaya yang mencakup keseluruhan klasifikasi intelektual yang didapatkan baik melalui pendidikan formal maupun pewarisan, modal sosial yang mencakup jejaring dan hubungan-hubungan sosial, dan modal simbolik yang mencakup prestise, status, otoritas, dan legitimasi (Bourdieu, 1993). *Field* di isi oleh pertarungan dan kontestasi antara aktor dengan menggunakan seluruh elemen modal, terkhususnya modal ekonomi, budaya, dan sosial, guna mencapai modal simbolik. Dengan kata lain, kelengkapan alat produksi, sumber daya materi, pengetahuan, serta jejaring sosial, digunakan sebagai instrumen pertarungan untuk memperebutkan otoritas dan

legitimasi atas ruang. Formulasi tersebut lantas memposisikan media sebagai “ruang” yang sarat pertarungan, melalui isi konten atau program, segmen dan sasaran penonton, antara yang sedikit atau banyak berdampak pada rating dan jumlah *viewers*. Argumen tersebut tampak sejalan dengan hasil riset mengenai lanskap media Indonesia (*Report Series: Engaging Media, Empowering Society*) yang menggunakan perspektif hak warga negara. Dalam laporan sebelumnya, ditemukan bahwa konten media sangat Jakarta-sentris dalam hal lokasi geografis, Islam-sentris dalam hal orientasi keagamaan, dan Jawa sentris dalam hal identitas kesukuan. Konten dengan identitas geografis didominasi oleh 34,1% Jakarta (69,5% Jawa). Konten dengan kualitas religius didominasi 96,7% oleh identitas Islam. Dan, konten yang berkaitan dengan etnik dikuasai oleh identitas Jawa sebanyak 41%. Hal ini tidak hanya mengisyaratkan adanya kekurangan besar dalam hal keragaman yang terbuka (*open diversity*), tapi juga menunjukkan bahaya adanya *hyper impositions* atau pemaksaan luar biasa konten yang memihak mayoritas di atas minoritas (Nugroho, Amalia, et. al, 2013).

Potret ini punya dampak besar pada pola produksi kebudayaan yang terejawantahkan melalui program siaran. Sebagai contoh, sinetron *Tukang Bubur Naik*

Haji selain mencitrakan gambaran tentang kelas menengah, juga menyajikan realitas komunitas Islam urban melalui simbol dan bahasa. Berbeda dengan itu, sinetron Cinta Yang Tak Sederhana yang tayang di SCTV mereproduksi model anak muda Kota kelas menengah-atas dengan gambaran khas kelompok komunitas megapolis. Di lain sisi, sinetron Preman Pensiun yang tayang di RCTI menampilkan kekhasan budaya Sunda yang direpetisi setiap segmen dan episode. Model penyajian program siaran tersebut tampaknya menjelaskan imaji identitas dan kebudayaan dominan, yang diharapkan berdampak signifikan dalam menunjang rating stasiun Televisi yakni Islam dan Jawa. Sementara citra kelompok urban yang megapolis diproyeksikan sebagai stimulus dalam mendorong terciptanya kelas menengah baru. Situasi ini, oleh Hall, disebut sebagai Representasi; konstruksi realitas sosial melalui bahasa dan simbol (Hall, 1980). Melalui representasi, kebudayaan terbentuk melalui proses pemaknaan yang berkelanjutan. Dalam konteks program siaran, penonton televisi akan mengalami rekonstruksi gagasan, tubuh sosial, hingga gaya hidup, melalui ragam sajian tontonan. Hall menyebutnya sebagai representasi konstruksionis, di mana makna dikonstruksi ke dalam dan melalui bahasa (Hall; 1980).

Melalui dinamika di atas, penting rasanya melihat kembali semangat ke-Publik-an yang inheren dalam program siaran melalui prinsip *Diversity of Content*. (keberagaman konten) belum dijumpai sebagai *mindset* utama dalam dinamika industri penyiaran. Prinsip tersebut menjadi garansi penerapan program siaran yang mengakomodasi kepentingan Masyarakat lokal di daerah, sekaligus menjadi antithesis dari sistem pengelolaan penyiaran yang cenderung terpusat. Dalam konteks Kota Ambon, terdapat masalah yang inheren dalam praktik penyelenggaraan penyiaran lokal, yakni sebagai berikut;

Tabel 1. Temuan Masalah Penayangan Program Siaran Lokal di Kota Ambon

No	Temuan	Deskripsi
1	Konsistensi Produksi Konten Lokal	Siaran konten lokal tidak diproduksi dan ditayangkan setiap hari, melainkan disiarkan secara momentual dan acak.
2	Ketidakcukupan minimal 10% konten lokal	Seluruh lembaga penyiaran memproduksi konten lokal. Akan tetapi siaran konten lokal tidak sepenuhnya memenuhi slot minimal 10% (2 jam 45 menit).
3	Sistem Produksi Konten Lokal	Konten lokal tentang Maluku tidak diproduksi dengan meengaktivasi studio lokal dan menggunakan SDM lokal melainkan diproduksi di kantor pusat Lembaga Penyiaran
4	Mandegnya Iklan Layanan Masyarakat	Lembaga Penyiaran SSJ belum sepenuhnya memproduksi Iklan Layanan Masyarakat yang melayani kepenitngan masyarakat Maluku

5	Tidak <i>Update</i> -nya Isi Siaran Konten Lokal	Tidak konsistennya produksi konten lokal menyebabkan isi siaran mengalami pengulangan
6	Kecenderungan Pola Acara	Hampir semua isi konten lokal hanya mengeksklore satu hal umum yakni wisata. Ini tentunya bertolak belakang dengan spirit konten lokal yang mewadahi informasi dalam bentuk apapun semisal berita, hiburan, dan lain-lain

Temuan di atas menjelaskan terdapat enam masalah yang saling berkaitan dan berdampak pada progresifitas penayangan program siaran lokal. Dalam konsistensi produksi dan penayangan program siaran lokal menyangkut dengan komitmen Lembaga Penyiaran dalam menyajikan program siaran lokal yang berkesinambungan. Untuk diketahui, dalam peraturan perundangan (PKPI; 2012), standar penayangan program siaran lokal yakni minimal 10% per hari yang bila dikonversi maka total penayangan konten atau program siaran lokal berjumlah 2 jam 45 menit per hari. Sementara itu, riset ini menjumpai fakta bahwa tidak semua Lembaga Penyiaran Swasta Nasional menayangkan program siaran lokal sebagaimana di maksud dalam ketentuan standar, sebagaimana tampak dalam uraian sebagai berikut:

Tabel 2: Kesesuaian Standar Penayangan Program Siaran Lokal

No.	Nama Lembaga Penyiaran	Sesuai	Tidak Sesuai
1	Kompas TV Ambon	√	
2	TV One Ambon		√
3	ANTV Ambon		√
4	Trans TV	√	
5	Trans 7		√
6	NET TV		√
7	MNC Ambon		√
8	RCTI Ambon		√
9	GTV		√
10	INDOSIAR	√	
11	SCTV	√	
12	RTV	√	
13	Metro TV		√

Konsistensi produksi program siaran, sepenuhnya berdampak pada pemenuhan standar penayangan minimal 10% penayangan program siaran lokal per hari. Situasi ini disebabkan oleh belum maksimalnya aktivitas studio produksi yang sepenuhnya menggunakan SDM lokal guna memproduksi dan menghasilkan program siaran televisi. Berbeda dengan itu, Kompas TV, SCTV, dan Indosiar, terkategori sebagai televisi yang aktif menayangkan program siaran lokal, yang disebabkan oleh sistem produksi yang sepenuhnya mendayagunakan SDM lokal melalui studio produksi maupun kerjasama lokal bersama konten kreator dan *production house* lokal. Studio produksi dan pendayagunaan SDM lokal tergolong penting sebab berdampak

besar pada konsistensi penayangan siaran lokal, hingga *update* program siaran. *Update* program siaran memungkinkan Masyarakat daerah terhadirkan secara representatif melalui potret faktual kondisi daerah, baik dari aspek ekonomi, politik, pemerintahan, pariwisata, dan lain sebagainya.

Diversity of Ownership; Dinamika Kepemilikan Lemabaga Penyiaran

UU No. 32 Tahun 2002 tentang penyiaran dirumuskan dengan dua semangat dasar yakni *Diversity of Content* (keberagaman konten) dan *Diversity of Ownership* (keberagaman kepemilikan). Kedua aspek ini menjadi pembeda dalam melihat penerapan pola siaran pada masa orde baru yang penyelenggaraan penyiaran sepenuhnya dikendalikan/dikontrol oleh Negara, dan pasca reformasi yang praktik penyelenggaraan penyiaran memberi kemungkinan bagi keterlibatan publik/masyarakat. Melalui prinsip *Diversity of Content*, penyelenggaraan penyiaran tidak lagi monoton, sebagaimana potret lembaga penyiaran era 90-an, yang berlaku seperti humas bagi pemerintah. Prinsip ini juga memungkinkan pengelolaan dan muatan konten siaran tidak lagi terpusat pada kota-kota besar, melainkan mengakomodasi kepelbagain isu atau peristiwa pada level lokal. Prinsip ini sekaligus menginspirasi bagi munculnya

kategori baru dalam program siaran yakni Program Siaran Lokal. Sementara itu, *Diversity of Ownership* memungkinkan publik untuk terlibat dalam pengelolaan Lembaga Penyiaran, baik sebagai pengawas/pengontrol program siaran hingga sebagai pemilik sebagian saham pada Lembaga Penyiaran, terkhususnya Lembaga Penyiaran Swasta. Menyangkut hal ini, sebagaimana yang diuraikan sebelumnya, penting rasanya memeriksa kembali model-model kepemilikan.

Kepemilikan, yang oleh Marx digunakan sebagai penanda “hak milik pribadi”, merupakan sistem yang dihasilkan melalui pembagian kerja yang di barengi dengan penemuan alat-alat produksi (Hudis, 2016). Salah stau model kepemilikan atas alat produksi yang cukup lazim dibicarakan yakni Kapitalisme. Melalui sistem ini, tidak hanya alat produksi yang dimungkinkan untuk mengalami privatisasi, tetapi juga pembatasan terhadap upaya pemerintah dalam mengintervensi sistem ekonomi. Merespon model kepemilikan tersebut, bagi Marx, selain didasari atas ketidaksetaraan relasi kuasa (Borjuis-Proletart), sistem tersebut juga berdampak pada meluasnya rantai eksploitasi melalui proses alienasi. Atas hal itu, tercetus ide untuk mereformulasi model kepemilikan, yang dianggap lebih inklusif dan tidak bias kelas,

yakni Sosialisme; “model kepemilikan kolektif atau sosial” (Marx dlm Putra, 2020).

Marx, di satu sisi, mendukung kepemilikan kolektif atas sarana produksi. Meski begitu, di sisi yang lain, konsentrasi pada kepemilikan kolektif tidak semata-mata berfokus pada pengalihan kepemilikan dari yang privat ke yang kolektif, melainkan memastikan bahwa kelas pekerja memiliki dan mengontrol alat produksi (Marx & Engels, 1975). Penghapusan properti (kepemilikan) privat merupakan langkah menuju pembebasan sejauh ia mengarah pada transformasi hubungan sosial dan relasinya dengan alat produksi.

Menerjemahkan pikiran tersebut, lantas bagaimana dengan model kepemilikan dalam stasiun televisi? Yang di satu sisi menampilkan model kepemilikan yang kapitalistik melalui sistem industri penyiaran (dimiliki dan dikontrol oleh pemodal), dan di sisi yang lain, terdapat model kepemilikan kolektif melalui diktum “frekuensi adalah milik publik”, sebagaimana yang diuraikan sebelumnya. Penerapan model kepemilikan berdampak serius pada program siaran atau konten yang disajikan. *Mindset* industri dengan pendekatan yang sangat kapitalistik, cenderung memandang program siaran semata-mata sebagai komoditi dengan menitikberatkan fokus pada rating dan ketercapaian target periklanan. Berbeda

dengan itu, model kepemilikan kolektif meletakkan program siaran dalam semangat ke-Publik-an, mengutip Habermas dalam Hardiman, sebagai ruang yang bebas, terbuka, transparan, otonom, di mana warga negeri dapat menyerukan kepentingan dan kebutuhan mereka secara diskursif (Hardiman, 2009).

Terlepas dari relasi *be to be* bisnis penyiaran, progress penyelenggaraan penyiaran cukup memberikan dampak yang signifikan, terkhususnya pada kepentingan mendiseminasikan informasi tentang daerah. Pada tataran ini, yang dimaksudkan sebagai informasi daerah (program siaran lokal) yakni potret peristiwa lokal baik yang menyangkut pariwisata, budaya, kuliner, berita, dan lain sebagainya. Meski diakui, terjadi perubahan pola penayangan program siaran lokal yang secara bertahap dilakukan oleh Lembaga penyiaran, terkhususnya Lembaga penyiaran Swasta Nasional.

PENUTUP

Merujuk pada temuan, pembahasan dan analisis yang telah diuraikan sebelumnya, maka riset ini menyimpulkan bahwa; *Pertama*, prinsip *Diversity of Content* belum sepenuhnya terwadahi dalam model penyajian program siaran. Sajian program siaran masih sepenuhnya terpusat pada jenis atau kategori kebudayaan/identitas dominan, yang

diharapkan berdampak nyata pada fluktuasi rating program siaran. Kedua, prinsip *Diversity of Ownership* dipraktikkan dalam ruang lingkup yang berbeda. Dalam praktik industri, model kepemilikan diimplementasi dengan pendekatan yang kapitalistik melalui penanda privatisasi/property yang cenderung dikuasi oleh segelintir orang/kelompok (pemodal/pemegang saham). Sementara di sisi yang lain, terdapat semangat ke-Publik-an dalam tata kelola frekuensi yang digunakan oleh stasiun televisi atau lembaga penyiaran

REFERENSI

- Amir Effendy Siregar dalam Iwan Awaluddin Yusuf. 2010. *Pengantar Buku Pelarangan Buku di Indonesia: Sebuah Paradoks Demokrasi dan Kebebasan Berekspresi*. Jogjakarta: PR2Media dan FES
- Armando, Ade. 2016. *Televisi Indonesia di bawah Kapitalisme Global*. Jakarta: Kompas Media Nusantara
- Bourdieu P, Passeron J-C (1977) *Reproduction in Education, Society, and Culture*. Beverly Hills, CA: SAGE
- Bourdieu P, Passeron J-C 1993. *The Field of Cultural Production: Eassys on Art and Literature*. New York: Columbia University Press.
- Darmanto. 2020. *Dinamika Penyiaran Publik di Indonesia*. Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru
- Syahril Furqany, Hafied Cangara, Muhammad Yunus Amar. 2015. *Manajemen Program Siaran Lokal Aceh TV Dalam Upaya Penyebarluasan Syariat Islam dan Pelestarian Budaya Lokal*. Jurnal Komunikasi Kareba, Vol.4 No.1 Januari – Maret 2015
- Gunawan, Imam. 2014. *Meotode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara
- Hadirman, Budi. 2009. *Demokrasi Deliberatif*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius
- Hall, Stuart. 1980. *Culture Media Language*. London: Routledge
- Hudis, Peter. 2016. *Marx's Concept of the Alternative to Capitalism*. Delhi: Aakar Books
- Marx, Karl and Frederick Engels. 1975. *Collected Works*. Fifty Volumes. New York: International Publishers.
- Marx, Karl and Frederick Engels. 1975. *Collected Works*. Fifty Volumes. New York: International Publishers.
- Marx, Karl and Frederick Engels. 2020. *Value, Price, and Profit*.

- Diterjemahkan oleh Samin Putra.
Yogyakarta; Red Book
- Mazzarella, William. 2004. *Culture Globalization, Mediation*. Annual Review of Anthropology
- Nugroho, Y., Amalia, D., Nugraha, L.K., Siregar, M. F., Esti, K., Putri, D.A. 2015. *Televisi Indonesia: Dinamika struktur dan Khalayak*. Jakarta: Centre for Innovation Policy and Governance, University of Manchester, Ford Foundation Indonesia
- Rahayu, dkk. 2015. *Menegakan Kedaulatan Telekomunikasi dan Penyiaran di Indonesia*. Yogyakarta; PR2Media
- Ritzer, George dan Douglas J. Goodman. 2008. *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta : Kencana Prenada Media Grup
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan; Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Supadiyanto. 2015. *Implementasi Program Siaran Lokal pada Stasiun Televisi di Daerah Istimewah Yogyakarta*. Jurnal An-Nida, Vol. 7, No. 2, Juli-Desember 2015
- Suseno, Franz Magnis. 2000. *Pemikiran Karl Marx: Dari Sosialisme Utopis ke Perselisihan Revisionisme*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Umum
- Tufte, T. 1996. *Issues to study in media ethnographies: Mediation and cultural hybridisation in everyday life*. First Brazil-Denmark Seminar on Communication Studies. Londrina, Brazil.

Rujukan Dokumen Perundangan

- Undang-Undang No 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran
- Peraturan KPI No 1 & 2 Tahun 2012 tentang Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran
- Peraturan Menteri Kominfo No 39 Tahun 2008 tentang Daerah Ekonomi Maju dan Daerah Ekonomi Kurang Maju dalam Penyiaran.