

Implikasi Perkembangan Pertelevisian Pascaderegulasi terhadap Media Cetak

Askurifai

Dasar pemikiran tulisan ini dilandasi perkembangan siaran televisi swasta yang semakin berkembang, dalam arti beragamnya pilihan stasiun tv swasta dengan acara yang bervariasi, di samping dukungan kebijakan pemerintah melalui UU Penyiaran. Permasalahannya adalah bagaimana hubungan antara media cetak yang sudah lebih dahulu muncul dengan masuknya media elektronika dan broadcasting house? Kedua jenis media ini sebetulnya memiliki kelebihan, sekaligus kekurangan. Ketika budaya televisi tumbuh dengan pesat, muncul kekhawatiran dari sementara pengelola surat kabar akan semakin surutnya pembaca yang menjadi surut. Namun, beberapa penelitian menunjukkan bahwa masing-masing media memiliki tingkat efisiensi tertentu yang tergantung dari message dan target khalayaknya. Dalam mengatasi persaingan, media cetak terus berupaya meningkatkan produksi dan profesionalismenya selain dengan mempertahankan segmen pembaca tertentu. Namun, pada perkembangan selanjutnya ternyata antarkedua media tersebut terjadi hubungan kerja sama positif. Masing-masing media saling memanfaatkan dan mendukung kelebihannya masing-masing.

Pendahuluan

Saat ini pemerintah telah mengeluarkan izin prinsip untuk kemunculan calon lima tv swasta baru di Indonesia, setelah mengudaranya lima stasiun tv swasta. Kelima bakal stasiun tv tersebut adalah PT Televisi Transformasi (Trans TV) yang rencananya akan dimotori Ishadi SK; PT Duta Visual yang akan dikomandani H Suroyo; PT Global Informasi (Global TV) yang akan dikemudikan Nasir Tamara; PT Pasaraya Media Karya (PR TV) yang boss-nya, rencananya, Usman Ja'far, dan PT Media Televisi Indonesia (MTI) yang akan dipegang Andi F. Noya. Tetapi, belum lagi kelima "jabang" tv ini meluncur, sudah terbentuk Ditjensiar (di bawah Dephub), yang nantinya akan ikut mengatur penyiaran. Bisa-bisa para pengelola yang sudah *ancang-ancang* ini mundur karena harus menghadapi kendala yang tidak ringan. Padahal, dengan akan siarannya kelima calon tv tersebut sebetulnya merupakan satu keberanian yang sangat besar, karena selain

perekonomian Indonesia masih belum pulih, juga ditambah dengan merebaknya tv transnasional.

Seperti sudah dimaklumi, dengan hanya mengandalkan satu kabel *coaxial*, yakni tv kabel Indovision, masyarakat sudah bisa menghadirkan 50 saluran tv ke rumah-rumah, termasuk di dalamnya tv swasta dan TVRI. Dengan membayar uang keanggotaan sebesar Rp 500.000, masyarakat dapat bebas menikmati sajian-sajian saluran tv yang sangat spesial dan variatif. Ada yang khusus menyiarkan hiburan, seperti stasiun NBC, Star World, Citra Hiburan. Ada stasiun dengan bahasa asing, seperti Phoenix Asia dengan bahasa Mandarin; NHK dengan bahasa Jepang, dan DW yang menggunakan bahasa Jerman. Ada juga saluran khusus yang menyiarkan musik. Contohnya, Channel (V), saluran khusus film-film bioskop seperti HBO; saluran khusus olahraga seperti ESPN, Star Spot, dan saluran khusus untuk anak-anak, seperti Cartoon Network dan Citra Junior. Dengan begitu,

beragamnya pilihan masyarakat terhadap saluran-saluran tv ini membuktikan bahwa tv kabel merupakan alternatif tv swasta.

Melihat kenyataan ini, seharusnya pemerintah *concern* dengan keputusannya bahwa persoalan penyiaran diserahkan langsung kepada masyarakat, dan pemerintah cukuplah menjadi penindak jika kalangan penyiaran menyengsarakan atau menjerumuskan masyarakat pendukungnya. Inilah demokrasi penyiaran yang kita harapkan. Sebab, saat ini pemerintah seharusnya tidak membuat kebijakan yang lebih memperparah saluran-saluran publik yang sudah bisa ditangani masyarakat.

Selain tv, kini radio penyiaran sudah menunjukkan geliatnya yang cukup 'berani'. Dengan luasnya reporter radio, kini, bebas membuat berita, sehingga menimbulkan suasana demokratisasi penyiaran di negari ini kian menunjukkan iklim yang menggembirakan. Kini, terbuka lebar bagi masyarakat untuk mengakses berita radio secara tranparan dan gamblang. Dengan kekuatan audionya kini radio-radio penyiaran telah mampu memikat masyarakat. Apalagi dengan adanya sinergi antara radio dan media cetak (tabloid dan koran). Ada beberapa media cetak dan radio membuktikan kemampuan bersinergi ini. Apa yang akan disajikan sebuah koran pada pagi hari, maka malam harinya sudah diulas radio. Ekpos radio ini akan semakin membuat keinginan masyarakat untuk membeli korannya di pagi harinya. Dengan acara interaktifnya, sebuah radio dapat membuat berita di koran menjadi pelaporan berimbang, karena masyarakat pendengar ikut terlibat di dalamnya. Dan pagi harinya, dengan kekuatan penyebarannya, koran menunjukkan berita spotnya kepada pendengar radio tadi. Demikianlah, situasi ini menumbuhkan kepercayaan masyarakat kepada media massa (cetak dan siaran). Tetapi, kehadiran Ditjensiar, yang nantinya akan kembali mengontrol dan mengawasi jalannya dunia penyiaran (semoga tidak) — akan mematikan 'bulan madu' ini.

Melihat fenomena tersebut di atas, penulis mencoba membahas implikasi perkembangan media televisi terhadap keberadaan media cetak.

Apakah kedua medium tersebut akan bersaing sengit, atau sebaliknya, mengadakan sinergi, sehingga keduanya bisa berjalan dan maju bersama. Permasalahan ini perlu diangkat mengingat selain perkembangan media tv demikian cepat, media cetak pun tak kalah cekatannya. Apalagi kini muncul koran-koran lokal sebagai reaksi terhadap akan diberlakukannya otonomi daerah.

Deregulasi Pertelevisian

Sebelum adanya deregulasi otomatis TVRI memegang monopoli penyiaran dalam pertelevisian di Indonesia. Ikhwal lahirnya penyiaran tv di Indonesia, menurut Onong Uchjana Effendy (1986), dimulai sejak tahun 1962, bertepatan dengan dilangsungkannya Asia Games di gelanggang olahraga Senayan Jakarta. Sejak itu pula TVRI digunakan sebagai panggilan stasiun hingga sekarang ini. Hari pertama kali menyiarkan Pembukaan Pesta Olahraga se-Asia IV itulah, yakni tanggal 24 Agustus 1962, diperingati setiap tahun sebagai Hari Jadi TVRI.

Dua belas hari lamanya TVRI mengudara, menyiarkan kegiatan olah raga di bawah naungan Yayasan Gelora Bung Karno sebagai seksi dari Biro Radio & Televisi Organizing Committee Asian Games IV. Meskipun berindukkan Yayasan Televisi RI. Namun, dalam menjalankan tugasnya media massa yang baru ini berpedoman pada strategi dan kebijaksanaan Departemen Penerangan RI (almarhum). Seusai pesta olahraga se-Asia tadi, TVRI selama tahun 1962-1963, mengudara rata-rata satu jam per hari dengan segala kesederhanaannya.

Pada bulan Oktober 1963, terbitlah SK Presiden RI No. 215, tahun 1963, tentang Pembentukan Yayasan TVRI, yang antara lain menegaskan bahwa tujuan TVRI adalah untuk menjadi alat hubungan masyarakat (*mass communication media*) dalam melaksanakan pembangunan mental spiritual dan fisik bangsa dan negara Indonesia serta pembentukan "Manusia Sosial Indonesia" pada khususnya. Mengenai pimpinan TVRI, Pasal 10 SK tersebut menyatakan bahwa Pimpinan Umum TVRI diketuai oleh Presiden RI, dibantu suatu

staf Presiden Urusan TVRI, sementara pelaksanaan sehari-hari dilakukan oleh suatu direksi yang terdiri atas seorang direktur dan tiga direktur muda, masing-masing untuk urusan Program/Perencanaan, urusan Teknik dan urusan Administrasi, Komersial, dan Pembendaharaan.

Mengenai penyelenggaraan siaran telah ditegaskan oleh SK Menpen No. 54/B/MENPEN/1971, tentang Penyelenggaraan Siaran Televisi di Indonesia. Pasal I SK tersebut menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan siaran televisi ialah siaran dalam bentuk gambar dan suara yang dapat ditangkap (dilihat dan didengar) oleh umum, baik dengan siaran pemancaran dalam gelombang-gelombang elektromagnetis, maupun lewat kabel-kabel. Adapun wewenang untuk menyelenggarakan siaran televisi, seperti dimaksud di atas, hanya ada pada pemerintah, dalam hal ini Deppen cq. Direktorat Televisi RI.¹

Dengan adanya SK tersebut jelas sekali bahwa pada mulanya pemerintah menempatkan TVRI sebagai semacam 'corong' pemerintah karena pembinaan dan pengawasannya langsung oleh pemerintah lewat Deppen. Kedudukan TVRI lebih kukuh lagi setelah terbitnya SK Presiden RI No. 44 Tahun 1974, tentang Pokok-pokok Organisasi Departemen dan SK Organisasi Departemen, yang kemudian dijabarkan dengan SK Menpen RI No. 55A/KEP/MENPEN/1975, tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Deppen. Berdasarkan SK tersebut, TVRI merupakan Direktorat Televisi dalam lingkungan Direktorat Jenderal Radio, Televisi, Film Deppen.

Setelah kedudukan TVRI secara struktural menjadi jelas sebagaimana diutarakan di atas, tampak kemajuan yang relatif cepat, apalagi dibandingkan dengan biaya yang harus dikeluarkan oleh media yang mahal itu. Ditinjau dari masa siaran, apabila pada tahun 1976 meningkat menjadi rata-rata empat jam, maka sejak tahun 1987 menjadi rata-rata delapan jam. Dilihat dari segi sarana, jika pada tahun 1978 TVRI memiliki sembilan stasiun penyiaran (radio), 70 stasiun pemancar, dan 11 stasiun penghubung, maka pada tahun 1992 tercatat 13 stasiun penyiaran, 173 stasiun pemancar, 30 stasiun penghubung, dan 10

unit produksi keliling. Dengan piranti yang meningkat itu, baik secara kuantitatif maupun secara kualitatif, luas daerah yang dapat dijangkau dari 229.000 km² dengan jumlah penduduk dalam daerah pancaran sekitar 80 juta orang pada tahun 1977, menjadi 460.000 km², dengan jumlah penduduk dalam daerah pancaran 90 juta orang pada tahun 1984. Jumlah pesawat tv pun meningkat dari 895.180 yang terdaftar pada tahun 1977, menjadi 2.746.722 buah pada tahun 1983, ditambah 29.866 buah pesawat tv umum. Dalam hubungan ini, sebagai hasil kebijaksanaan Menpen Harmoko mengenai pemutihan pesawat tv, yakni mengharuskan para pemilik untuk mendaftarkan pesawatnya selambat-lambatnya tanggal 10 Oktober 1983 dengan membebaskan iuran untuk bulan-bulan sebelumnya, maka pada hari dan tanggal itu jumlah pesawat tv yang terdaftar seluruhnya menjadi kira-kira lima juta buah, tepatnya 4.916.217 buah.² Kalau kini mau dihitung mungkin sudah mencapai jutaan pesawat tv, mengingat dewasa ini perangkat ini sudah dianggap barang biasa di rumah. Malah, ada kecenderungan di satu rumah tidak hanya ada satu pesawat tv, tapi lebih dari satu. Ini juga menunjukkan bahwa masyarakat sudah semakin selektif dalam memilih acara tv. Dalam sebuah keluarga, antara orangtua dan anak sering berbeda dalam memilih saluran tv.

Setelah situasi dunia berubah, dampaknya pun sampai juga ke Indonesia. Dekade tahun 90-an situasi globalisasi sudah mulai melanda negarane-negara ASEAN. Pun perkembangan teknologi komunikasi sudah semakin canggih. Muncullah parabola yang bisa menyalurkan program tv-tv transnasional. Demikian juga dunia penyiaran tv tersentuh oleh gelombang informasi yang sudah semakin mengglobal. Untuk itu, pemerintah pada tahun 1987, memberlakukan *Open Sky Policy*, yakni kebijakan udara terbuka. Kebijakan ini awalnya dimaksudkan pemerintah untuk menggalakkan penyebaran parabola di daerah pelosok, sehingga penyebaran siaran TVRI ke seluruh Indonesia lebih cepat terlaksana. Hal ini dilakukan karena banyak daerah-daerah Indonesia masih termasuk *blank spot area*, yakni daerah

yang belum bisa ter *cover* oleh siaran TVRI. Tapi, ternyata kebijakan ini malah menjadi ajang distribusi dan penyebaran siaran televisi negara-negara tetangga dan transnasional yang menyewa satelit Palapa.

Dalam buku *Prospek Bisnis Informasi di Indonesia* (1999), Ishadi SK menyatakan, deregulasi televisi di Indonesia tertuang dalam Kepmen No. 111/1990. Meskipun belum sempurna, butir-butir pasal-pasal secara lengkap telah mengatur operasionalisasi televisi swasta. Kepmen No. 111 terdiri atas 40 pasal dan 87 ayat, mengatur tentang kepemilikan, manajemen, pengelolaan, pengawasan, dan isi siaran.

Pasal 3 menyebut fungsi penyiaran televisi sebagai berikut:

- a. Penerangan dan informasi serta pendidikan dan hiburan sehat;
- b. Melestarikan dan mengembangkan kebudayaan nasional;
- c. Menyaring pengaruh buruk dari dalam maupun luar negeri terhadap tata nilai kehidupan bangsa yang bersifat kebhinekaan;
- d. Memotivasi dan menyalurkan pendapat umum yang konstruktif bagi kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara demi kelestarian persatuan dan kesatuan bangsa.
- e. Menunjang peranan bangsa dalam hubungan pergaulan internasional sebagaimana diamanatkan dalam Pembukaan Undang-Undang Dasar 1945.

Pasal 5, misalnya, mengatur mengenai hak dan kewajiban kewenangan. Ayat 1 menyebutkan, penyiaran televisi di Indonesia merupakan hak dan kewenangan pemerintah, dalam hal ini Deppen RI. Ayat 2 menyebutkan, hak dan kewenangan penyiaran sebagaimana dimaksud ayat (1), diselenggarakan oleh Yayasan TVRI, selanjutnya disingkat TVRI.

Pasal 6 ayat 1 menyebutkan, dalam batas-batas tertentu, TVRI dapat menunjuk pihak lain (masyarakat/swasta) sebagai pelaksana penyiaran televisi setelah terlebih dulu mendapat persetujuan dan berdasarkan syarat-syarat yang ditetapkan Menteri Penerangan. Ayat 3 menyebutkan, penyiaran televisi oleh masyarakat (swasta) tidak

berdiri sendiri melainkan berada dalam suatu sistem penyiaran televisi secara nasional.

Kepmen No. 111/1990, mengatur arah perkembangan sistem televisi di Indonesia yang berbasis pada tiga pilar utama:

Pilar pertama, TVRI yang memiliki 300 satuan transmisi di seluruh Indonesia sebagai saluran televisi utama untuk menyebarkan informasi pendidikan dan hiburan yang berwawasan persatuan dan kesatuan.

Pilar kedua, sistem televisi swasta yang memancarkan program secara nasional sesuai dengan kemampuan televisi swasta yang bersangkutan: RCTI, SCTV, ANTV, dan Indosiar.

Pilar ketiga, televisi pendidikan yang dalam hal ini dikelola oleh TPI yang diwajibkan untuk menyiarkan pada pagi hari 20% dari waktu siarannya untuk acara pendidikan. Waktu sisa dan malam hari sepenuhnya berlaku seperti tv swasta.

Kepmen tersebut juga mengatur tentang siaran niaga (pasal 19) yang menetapkan pentayangan iklan tidak lebih dari 20% dari seluruh waktu program penyiarannya.³

Secara filosofis, deregulasi pertelevisian di Indonesia, menurut Ishadi SK (1999), dilaksanakan berdasarkan tiga alasan pokok :

1. Tumbuhnya sektor swasta dan berkembangnya pasar untuk barang produksi dalam negeri yang kuat, memerlukan promosi melalui televisi dalam bentuk iklan.
2. Adanya permintaan yang kuat dari pihak swasta untuk mengembangkan stasiun-stasiun televisi swasta yang akan menjadi alternatif bagi televisi pemerintah.
3. Berkembangnya parabola, *video cassette recorder* dan stasiun-stasiun televisi ilegal dan amatir yang menunjukkan indikasi keperluan alternatif siaran televisi oleh para penonton televisi.

Ketiga alasan tersebut mengarah pada dua sisi kepentingan yang amat besar. *Pertama*, kepentingan khalayak untuk memperoleh alternatif pilihan menonton siaran televisi. *Kedua*, kebutuhan alternatif media oleh sektor bisnis. Desakan khalayak untuk memperoleh alternatif, terutama terjadi setelah tahun 70-an. Ketika alternatif ini terabaikan, paling tidak pada periode

1985-1990 mereka mengalihkannya pada alternatif baru yang dimungkinkan oleh kemajuan teknologi, yakni parabola (yang semakin lama semakin murah dan mudah dibuat) serta video kaset (yang makin lama makin murah dan makin mudah didapat).

Sisi kedua adalah kebutuhan sektor bisnis. Produsen-produsen barang-barang konsumsi yang berkembang di Indonesia memerlukan promosi untuk memasarkan produknya. Promosi itu sampai tahun 1990, dilakukan melalui media cetak, media radio, media luar ruang, media film, tapi tidak melalui televisi (iklan di TVRI dilarang sejak tahun 1980). Padahal, dari sisi pemasaran, produk iklan televisi dikategorikan sebagai paling efektif dan efisien. Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia (P3I) mengatakan, para produsen Indonesia pada periode itu 'terpaksa' mengiklankan produknya melalui TV3 dan RTM untuk menjangkau penduduk perbatasan dan Sumatera Utara. Pada tahun 1987, diperkirakan para produser Indonesia mengalokasikan sedikitnya 5 miliar rupiah untuk iklan melalui stasiun televisi negara jiran.⁴

Jelaslah bahwa keputusan deregulasi pertelevisian di Indonesia dilakukan karena berbagai pertimbangan. Kini, di era demokrasi, soal dunia penyiaran sudah demikian bebas. Hal ini dimulai sejak Habibie memerintah sebagai presiden ke-3 deregulasi dunia penyiaran semakin gamblang, meskipun UU Pokok Penyiaran sampai kini belum selesai juga. Tapi paling tidak, para awak di dunia penyiaran bisa berbangga karena sudah leluasa membuat berita dan mereka pun mendapat julukan 'reporter'. (sebelumnya sulit sekali).

Di era Presiden Gus Dur, paradigma baru muncul, yakni bahwa Gus Dur ingin menyerahkan soal-soal kemasyarakatan, termasuk dunia penyiaran yang tak perlu lagi diatur-atur pemerintah, tapi diserahkan kepada masyarakat. Hanya saja mungkin paradigma ini ditafsirkan lain oleh para pembantunya, sehingga belum lama ini dibentuklah Direktorat Jenderal Penyiaran (Ditjensiar) di bawah Departemen Perhubungan untuk menampung karyawan eks Deppen yang secara resmi dilikuidasi per tanggal 30 Maret 2000.

Dunia penyiaran pun gonjang-ganjing karena mereka trauma dengan praktik 'pengekangan dan

penyensoran' aspek penyiaran ini oleh pemerintah. Tapi, akhirnya Menteri Perhubungan Agung Gumelar berjanji tidak akan mengekang dunia penyiaran yang memang harus tumbuh secara demokratis. Yang jelas, sejak dimulainya deregulasi di bidang penyiaran — kini dunia penyiaran, khususnya televisi — sudah demikian terbuka dan sudah masuk dalam kelompok bisnis yang prospektif.

Implikasi Tumbuhnya Penyiaran TV terhadap Keberadaan Media Cetak

Ketika di Amerika tumbuh budaya televisi secara cepat, muncul kekuatiran dari para pengelola surat kabar di sana. Berbagai upaya dilakukan untuk mengantisipasi maraknya *Broadcasting House* (BH) dengan tayangan yang memikat. Tapi, ternyata kekuatiran para pengelola koran ini tidak terbukti, sebab meskipun tumbuh banyak BH, media cetak bisa bertahan dan diminati para pembacanya karena masing-masing punya pendukungnya.

Alfred O. Hero, dalam bukunya *Mass Media and World Affair* (1959), mengatakan "... meskipun terjadi penurunan pembaca koran dan majalah (dengan masuknya televisi) dan penurunan lebih besar pembaca buku pada masyarakat berpendidikan rendah. Namun, setiap saluran acara televisi, radio, halaman majalah, atau kolom koran, memiliki khlayak yang berbeda dan sedikit saling tumpang tindih..."

Penelitian Yoseph T. Klapper pada tahun 1960, menunjukkan — masing-masing media memiliki tingkat efisiensi tertentu tergantung dari *message* dan target khlayak masing-masing. Dan masing-masing tidak bisa tergantikan oleh yang lainnya ..."⁵

Selanjutnya, Ishadi SK (1999) menyatakan, perihal maraknya BH yang akan terjadi adalah langkah *positioning* yang baru, khususnya di media cetak. *Harian Pikiran Rakyat* mengantisipasi dengan memperbanyak iklan lokal yang tidak terjangkau oleh televisi. *Harian Surabaya Post* menyediakan empat halaman untuk iklan baris. *Harian Media Indonesia* menggelar suplemen khusus pada hari yang berbeda, mulai dari info *real estate*, info *automotive*, hingga info

perbankan. Harian *Kompas* mengetengahkan suplemen tentang segala segi. Berbagai usaha itu tidak lain merupakan strategi yang jitu menghadapi persaingan media televisi.

Antisipasi media cetak dalam hal ini adalah dengan melakukan *depth reporting* dan mencari sisi lain yang tidak terliput oleh media televisi. Suatu hal yang pada bagian lain bisa mengarah pada *in-accuracy* dan bahkan 'sensasi'.

Peter J. Bayer, dalam bukunya *Who Killed CBS* (1988), mengatakan, persaingan antara media cetak maupun elektronik akan mengarah pada upaya untuk saling menemukan khalayak masing-masing. Di atas semua itu, menurutnya, media berkualitas artinya yang mampu mengangkat jurnalisme pada kadar yang berkualitas dan profesional yang akan berjaya dan menang dalam persaingan.⁶

Dari beberapa pendapat ahli tersebut tersirat gambaran bahwa meskipun perkembangan pertelevisian di Indonesia kian maju, tapi keberadaan media cetak pun tidak akan tergilas begitu saja. Apalagi, menurut Wahyudi (1996), ada perbedaan antara media elektronik dan media cetak. (lihat tabel 1)⁷

Tabel 1

Cetak	Elektronik/Penyiaran	
	Radio	Televisi
* Proses pencetakan	- Proses pemancaran/transmisi	- Proses pemancaran /transmisi
* Isi pesan tercetak, dapat dibaca di mana saja dan kapan saja	- Isi pesan audio dapat didengar sekilas sewaktu ada siaran	- Isi pesan audiovisual dapat di lihat dan didengar sekilas sewaktu ada siaran
* Isi pesan dapat dibaca berulang-ulang	- Tidak dapat diulang	- Tidak dapat diulang
* Hanya menyajikan peristiwa/ pendapat yang telah terjadi	- Dapat menyajikan peristiwa/ pendapat yang sedang terjadi	- Dapat menyajikan peristiwa/ pendapat yang telah terjadi
* Tidak dapat menyajikan pendapat pendapat narasumber secara - langsung (audio)	- Dapat menyajikan pendapat (audio) narasumber secara langsung/orisinal	- Dapat menyajikan pendapat (AVI) narasumber secara langsung/orisinal
* Penulisan dibatasi oleh kolom dan halaman	- Penulisan dibatasi oleh detik, menit, dan jam	- Penulisan dibatasi oleh detik, menit, dan jam
* Makna berkala dibatasi oleh hari, minggu, bulan	- Makna berkala dibatasi oleh detik, menit, dan jam	- Makna berkala dibatasi oleh detik, menit, dan jam
* Distribusi melalui transportasi darat/laut/udara	- Distribusi melalui pemancaran atau transmisi	- Distribusi melalui pemancaran/ transmisi
* Bahasa yang digunakan bahasa formal	- Bahasa yang digunakan bahasa nonformal (bahasa tutur)	- Bahasa yang digunakan bahasa nonformal (bahasa tutur)
* Kalimat dapat panjang dan terperinci	- Kalimat singkat, padat, sederhana, dan jelas	- Kalimat singkat, padat, sederhana, dan jelas

Dari perbedaan tersebut di atas terlihat, betapa kedua media tersebut memang mempunyai karakteristik yang berbeda sehingga pembaca dan penonton/pendengarnya pun berbeda pula.

Jadi, meskipun banyak bermunculan *broadcasting house* tapi dengan kelebihan media cetak, eksistensinya tetap bertahan terus. Dengan kelebihan mudah dibaca di mana saja dan kapan saja serta bisa dibaca berulang-ulang, media cetak tetap memikat pembacanya. Dengan kemampuannya menyajikan tulisan yang panjang, media cetak mampu memenuhi tuntutan pembaca untuk mengetahui secara detail

peristiwa penting. Dengan kemudahan penyimpanannya, media cetak dalam pendokumentasian pun akan lebih ringan dan murah.

Sementara itu, dengan kelebihan audiovisualnya, televisi dapat menjangkau sebagian besar *audience* dalam waktu bersamaan dan dengan bantuan transmisi. *Coverage* yang demikian luas membuat media ini mudah menyampaikan informasi apa pun secara serentak, bahkan secara langsung, pada saat peristiwa terjadi. Dengan semakin banyaknya penduduk memiliki pesawat televisi, maka media ini dapat memukau penontonnya di seluruh dunia.

Kedua media tersebut memang akhirnya bisa mengandalkan kelebihan masing-masing, tapi sekaligus juga kedua media tersebut secara kasat mata menunjukkan kelemahannya. Artinya, masing-masing tetap akan memiliki pembaca dan penontonnya. Masing-masing setiap saat menyajikan program-program menarik yang satu dengan lainnya tidak saling menjatuhkan, tapi diharapkan keduanya saling membantu.

Formulasi Sinergi antara Media Televisi dan Media Cetak

Setelah kedua jenis media tersebut menunjukkan kelebihan (sekaligus kekurangannya), maka usaha yang kini dilakukan adalah bersinergi. Sebab, jika tidak melakukan hal ini, persaingan yang terjadi kurang menguntungkan. Toh, keduanya sama-sama mempunyai *audience* dengan karakter yang berbeda. Jadi, untuk menyatukan pembaca dan penonton diperlukan formulasi sinergi di antara keduanya.

Salah satu contoh adalah perkembangan internet. Di awal kemunculannya media elektronik ini banyak dicurigai bakal menyedot pembaca media cetak. Tapi ternyata justru media cetak memanfaatkan kecanggihan media ini untuk menayangkan pemberitaannya, sehingga muncullah situs-situs pemberitaan (*media on line*). Demikian juga dengan berkembangnya media televisi bukan berarti media cetak harus terpuruk. Usaha bersinergi merupakan upaya agar keduanya berjalan beriring.

Kompas dalam tajuknya tanggal 30 Oktober 1993, menulis, "Surat kabar, tantangan zaman dan kemajuan multimedia". Tajuk itu mengupas secara panjang lebar tentang menurunnya bisnis media cetak akibat meningkatnya media elektronika.

Teknologi satelit televisi yang menyiarkan puluhan saluran hiburan dan informasi serta beberapa saluran berita 24 jam seperti CNN, BBC, NHK, TF1 Prancis, Euro TV News, DPA News, telah menyebutkan keterdesakan media cetak.

Berita televisi yang menekankan "menyajikan berita, ketika berita sedang berlangsung" (*while the story in the making*) telah melumpuhkan media cetak yang terlambat paling sedikit enam jam oleh *deadline* sebelum proses cetak dan distribusi koran dilakukan.

Topik *Kompas* tersebut mengutip wawancara Selandia Baru, Jane Dunbara, mengatakan "Zaman keemasan surat kabar memang telah lewat". Ted Turner mengatakan, "Surat kabar akan punah, seperti dinosaurus, dalam tempo 10 tahun lagi". Tajuk *Kompas* tersebut menggambarkan nurani terdalam yang membisikkan hati pada redaktur surat kabar di Indonesia.

Tapi apakah kenyataan demikian? Apakah nasib surat kabar di Indonesia akan sama dengan surat kabar di Amerika dan Eropa?

Jawabnya secara sederhana, tidak. Meskipun kemungkinan terjadi, hal serupa itu bukan sesuatu yang mustahil. Jatuh bangun media cetak merupakan bagian dari cerita sejarah yang senantiasa berulang. Karena media cetak adalah bagian dari bisnis. Ada masa-masa bangkit dan ada masa-masa runtuh. Ada yang bertahan dalam beberapa dekade, ada yang sirna hanya dalam beberapa bulan. Sebagai bagian dari bisnis, media elektronika pun menghadapi masa serupa. Lihat saja runtuhnya Sky Channel di Eropa, ambruknya Sistem Televisi Swasta Australia yang hingga sekarang belum berhasil memulihkan diri.

Tergoyangnya 3 jaringan televisi raksasa Amerika ABC, NBS, dan CBS, oleh jaringan televisi kabel yang meruak dengan amat cepat juga merupakan bukti yang menunjukkan bahwa media elektronika pun mengalami pasang surut. Ditutupnya Saluran 4 Prancis pada tanggal 20 April

1991 secara dramatis setelah mengudara 30 tahun, membuktikan media elektronika di Eropa mengalami hal serupa.

Jatuh bangun media massa, cetak atau elektronika, merupakan ilustrasi dari sejarah media massa.

Apa dan bagaimana kaitan dan prospek media cetak dan media elektronika di Indonesia. Apakah hadirnya media elektronika di Indonesia akan menggeser posisi dan peranan media cetak? Bagaimana peranan media siaran sebagai sarana penerangan di Indonesia. Apakah keberadaan media elektronika justru mengembangkan media cetak di Indonesia?

Ruang berkembang media cetak di Indonesia masih terbuka lebar. Berbeda dengan situasi di banyak negara lain, secara alamiah bisnis media cetak di Indonesia terproteksi dari pengaruh luar. Rakyat Indonesia yang jumlahnya sudah melebihi angka juta, hampir 100% berbahasa Indonesia tidak berbahasa Inggris. Kenyataan itu membuat jumlah penduduk tersebut merupakan pasar yang tidak terganggu. Pembangunan selama 25 tahun, telah mendorong kemungkinan pengembangan media cetak: bisnis tumbuh di mana-mana, produksi barang dan jasa meningkat (yang pada gilirannya memerlukan promosi dalam bentuk iklan di media-media cetak), pendidikan meningkat (paling tidak 70% dari penduduk telah bisa membaca surat kabar). Teknologi komunikasi semakin sempurna sehingga memungkinkan distribusi koran lebih cepat dan penggunaan cetak jarak jauh, mesin-mesin percetakan makin canggih dan makin banyak, pabrik kertas koran terus bertambah, sehingga tidak lagi impor dan terkena fluktuasi harga. Kredit perbankan relatif mudah didapat, sumber daya manusia lulusan perguruan tinggi bertambah banyak.

Semua itu, melalui perhitungan nalar, menunjukkan bahwa bisnis media cetak di Indonesia mungkin dan bahkan sangat mungkin dikembangkan.

Dengan 13 juta sirkulasi setiap hari untuk 185 juta penduduk Indonesia sekarang ini, tiras surat kabar masih jauh dari cukup. Yang menjadi kendala utama barangkali suasana politik, dalam hal ini

tingkat demokrasi dan kebebasan. Pembaca surat kabar tentunya 'emoh' (tak mau) membaca koran yang isinya penuh dengan kebohongan terselubung atau opini banci yang menunjukkan ketakutan surat kabar untuk memuat berita yang sebenarnya.

Beberapa fakta membantah hal tersebut di atas:

1. Selama 10 tahun terakhir, surat kabar di Indonesia terus meningkat dalam tiras maupun jumlah nama penerbitan surat kabarnya. Pada tahun 1992, terdapat 277 penerbitan pers di Indonesia. Pada tahun itu, masih terdapat 7 propinsi yang tidak memiliki surat kabar harian yakni: Jambi, Bengkulu, NTB, Kalimantan Tengah, Sulawesi Tenggara, Irian Jaya, dan Timor Timur. Pada akhir tahun 1993, tinggal Kalimantan Tengah dan Sulawesi Tenggara yang tidak memiliki surat kabar harian.

2. Tingkat keterbukaan pemerintah telah semakin besar, malah Presiden Soeharto sendiri, ketika itu, menyatakan bahwa pemerintah akan lebih terbuka untuk menerima kritik dan saran yang membangun dalam rangka menghadapi era globalisasi. Pada tahun 1981, penelitian terhadap 5 surat kabar masing-masing *Kompas*, *Suara Karya*, *Berita Yudha*, *Pelita* dan *Sinar Harapan*, menunjukkan persentase berita politik merupakan nomor dua setelah berita penerangan (Ishadi SK, 1982).

3. Budaya telepon telah berakhir, setidaknya pada masa Dirjen PPG yang sekarang. SIUPP, walupun masih berlaku, telah berulang kali dipermasalahkan secara terbuka dan sejak SIUPP SKH *Prioritas* dicabut 4 tahun yang lalu, tidak pernah lagi terjadi pencabutan SIUPP.

4. Ekspansi koran-koran daerah dipelopori oleh *Jawa Pos* yang mencapai tiras 200.000, dan telah mengembangkan koran daerah di 20 propinsi. Harian tersebut sekarang berambisi untuk membeli sebuah koran di Jakarta, menunjukkan adanya perkembangan pers daerah yang sehat.

5. Lahirnya koran baru *Republika* dan majalah baru *Sinar* pengiringi terbitnya berbagai majalah tabloid dan penerbitan baru di berbagai kota di Indonesia.

6. Mulai beroperasinya cetak jarak jauh

dipelopori oleh *Jawa Pos*, untuk koran harian *Manuntung* di Samarinda menunjukkan era teknologi modern telah mulai dimanfaatkan, menyusul teknologi cetak warna yang digunakan oleh surat kabar yang terbit di pusat maupun di daerah.

7. Berkembangnya surat kabar desa yang diprakarsai *Pikiran Rakyat*, yang sudah mulai mandiri di berbagai desa bekerjasama dengan BKKBN memperlihatkan adanya peluang penetrasi pasar hingga ke pedesaan.

8. Izin surat kabar harian untuk terbit dengan 20 halaman setiap hari sebagai bagian dari keputusan Dewan Pers tahun 1993, merupakan indikator bahwa media cetak berkembang dan masyarakat mempercayai media cetak dan bahwa media cetak makin menikmati tugasnya untuk menyiarkan fakta secara bebas dan bertanggungjawab.⁸

Dari pendapat Ishadi (1999) tersebut terlihat bahwa meskipun dunia peyiaran televisi semakin meningkat, tetapi keberadaan media cetak tidak mudah tergeser. Apalagi dengan dilikuidasinya Deppen, kini siapa pun bisa menerbitkan media cetak. Untuk itu, sinergi merupakan langkah positif untuk kemajuan bersama.

Seperti sudah diketahui umum, beberapa tv swasta di Indonesia juga mengalami pasang surut. Beberapa waktu lalu sebuah stasiun tv diberitakan menanggung utang cukup besar. Juga ada tv swasta yang banyak menunggak pembayaran biaya produksi bagi suatu tayangan tertentu. Ini menunjukkan bahwa media televisi di Indonesia juga kondisinya tidak sehat semua. Untuk itu sinergi, penulis pikir, sebagai solusi terakhir agar keduanya tetap bertahan. Caranya?

Awalnya, proses sinergi ini memang belum populer. Sebab, ada paradigma bahwa kedua jenis media ini dalam kerangka 'bersaing'. Mereka berusaha untuk paling dulu menyampaikan informasi kepada khalayak. Padahal, dengan sinergi, justru masing-masing bisa meraih khalayak secara bersamaan. Contohnya, jika sebuah koran akan menurunkan berita hangat seputar isu politik yang ramai dibicarakan, maka ajaklah televisi untuk menayangkan *spot news*-nya (berita sekilasnya)

tentang hal itu, sehingga khalayak merasa penasaran untuk membaca korannya di pagi hari. Sebaliknya, jika sebuah stasiun tv akan menyiarkan suatu tayangan yang menarik terlebih dulu diulas dalam koran sehingga pada hari 'H' khalayak akan serta merta menyaksikannya. Yang terjadi sekarang, memang kurang seimbang. Misalnya, sebuah tayangan akan disiarkan di tv swasta, maka media cetak berlomba untuk mengulasnya terlebih dulu, yang dalam pikiran penulis, ini semacam iklan terselubung. Sementara, jika sebuah koran akan memuat suatu pemberitaan hangat akan diulas televisi. Beruntung kini, banyak stasiun tv yang mengulas isi koran di pagi hari. Keterbatasannya memang soal waktu. Masing-masing stasiun tv hanya mengulas sekilas tentang materi atau *headline* koran yang terbit hari itu. Dan tidak semua koran diulas oleh stasiun tv, sehingga ada persepsi koran yang tidak diulas kurang bonafid. Keuntungan lain bagi koran (meskipun koran daerah) akan terpublikasikan secara nasional.

Sinergi yang sudah dilakukan ini hendaknya dilestarikan bersama-sama, lebih-lebih diusahakan agar sinergi ini bisa dikembangkan secara lebih baik lagi, antara lain dengan cara menjual *slot time*. Misalnya, majalah mingguan *Panjimas* beberapa kali mengadakan acara "debat terbuka" membahas satu topik yang sedang hangat. Acara seperti ini kemudian disiarkan di SCTV dengan ditonton jutaan pemirsa. Secara promosif, acara seperti ini menguntungkan kedua belah pihak. SCTV semakin dikenal karena mau menyiarkan acara langka tersebut dan majalah *Panji* semakin dikenal masyarakat Indonesia di seluruh pelosok tanah air. Hanya saja, tidak semua media cetak bisa menayangkan acara ini karena harga *slot time* untuk acara ini masih cukup mahal, yakni Rp 60 juta. Namun dalam wacana bisnis tentu ini bisa diantisipasi oleh media cetak. Bagaimana pun, seperti yang dikemukakan Ishadi SK di atas, sebagai satu komoditas bisnis, kedua media itu memang lebih dijalankan dengan konsep bisnis. Dan harusnya media cetak dalam mengulas suatu pertunjukkan tv juga bisa memungut biaya dari tv yang bersangkutan. Jika media tv menjual *slot time*, maka media cetak bisa menjual 'halaman'.

Penutup

Jelaslah bahwa perkembangan media televisi di Indonesia tidak akan melibas keberadaan media cetak, sebab keduanya mempunyai karakteristik yang berbeda dan *audience* yang berbeda pula.

Sebagai salah satu kegiatan bisnis, awalnya kehadiran televisi swasta dianggap sebagai malapetaka bagi pengelola media cetak. Namun, ternyata kekuatiran ini tidak terbukti karena, potensi pasar pembaca media cetak banyak yang tidak tersentuh media tv lantaran kekhasan media cetak.

Kedua media tersebut masing-masing mempunyai kelebihan dan kelemahan, sehingga jika keduanya bersitegang untuk saling bermusuhan salah satu atau kedua-duanya bisa saja menjadi korban.

Media tv tidak begitu saja akan berjalan kokoh. Sebab, sebagai suatu bidang bisnis, suatu saat media ini bisa runtuh juga, seperti pengalaman di Amerika dan Eropa. Media cetak pada awalnya saja merasa kuatir, tapi ternyata semakin ke sini kekuatiran ini kian sirna. Apalagi dengan deregulasi di bidang pers (misalnya, dengan dilikuidasinya Deppen) maka perkembangan media cetak semakin sehat. Juga dengan adanya UU Otonomi Daerah, kini sudah banyak dikembangkan koran lokal yang berusaha untuk lebih dekat kepada pembacanya.

Alhasil, kedua jenis media tersebut sebaiknya tidak saling berseteru, yang lebih aman justru saling bersinergi. Formulasi sinergi ini sebagai usaha untuk memajukan kedua media tersebut sehingga keduanya bisa maju bersama-sama tanpa harus mematikan satu dengan lainnya. ●

Catatan

¹ Onong Uchjana Effendy, , 1993, *Televisi Siaran Teori dan Praktek*. Bandung : Mandar Maju hlm.55-56

² *Ibid*, hlm.56-57

³ Ishadi SK, 1999. *Prospek Bisnis Informasi di Indonesia*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar. hlm. 38-40.

⁴ Ishadi SK, 1999. *Dunia Penyiaran Prospek dan Tantangannya*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. hlm. 189-190

⁵ Ishadi SK, 1999. *Prospek Bisnis Informasi di Indonesia*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar. hlm. 186.

⁶ *Ibid*, hlm. 187

⁷ JB Wahyudi, 1996. *Dasar-Dasar Jurnalistik Radio dan Televisi*, Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti. hlm. 8-9

⁸ Ishadi, *loc. cit.* hlm. 170-175

Daftar Pustaka

Bari, M. Habibi, *Teknik dan Komunikasi Penyiar TV, Radio, MC, Sebuah Pengetahuan Praktis*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1995.

Chen, Milton, *Anak-anak dan Televisi*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 1996

Effendy, Onong Uchjana, *Televisi Siaran Teori dan Praktek*, Bandung : Mandar Maju, 1993.

Hidayati, Arini, *Televisi dan Perkembangan Sosial Anak*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 1998.

Ishadi SK, *Dunia Penyiaran Prospek dan Tantangannya*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 1999.

—————, *Prospek Bisnis Informasi di Indonesia*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 1999.

Majalah Film, No. 12 Th. 2000

Majalah Film, No. 13 Th. 2000

Panjaitan, Hinca, *Memasung Televisi, Kontroversi Regulasi Penyiaran di Era Orde Baru*, Jakarta : Institut Studi Arus Informasi, 1999.

Wahyudi, JB *Dasar-Dasar Jurnalistik Radio dan Televisi*, Jakarta : PT Pustaka Utama Grafiti, 1996.

—————, *Dasar-Dasar Manajemen Penyiaran*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 1994

Theo Stokkink, *The Professional Radio Presenter*, Yogyakarta : Kanisius, 1997