

PENATAAN LEMBAGA PENYIARAN KOMUNITAS DALAM AKVITAS PENYIARAN DI INDONESIA

Ahmad Budiman

Abstract

Community Broadcasting Agency (LPK) is one of several agencies of broadcasting existing in Indonesia today. Its activity is not commercial in nature, and it is created by certain groups of community. Its loyal users and limited frequency capacity cause its program focus only on issues of information, education and culture of its community. Some operational problem facing by the LPK are difficulty in obtaining broadcasting license, as well as limited budget provided by the state to support its activity, and also the quality of program. The new approach is intended to maximize the functions of this community broadcasting for public. Away from this, the new approach is perceived necessary for the reasons of improving its legal basis, source of budget, the availability of channels, its covering capacity, and program quality.

Keywords: Community broadcasting agency, LPK, broadcasting, broadcasting frequency, broadcasting programs

Abstrak

Lembaga Penyiaran Komunitas merupakan salah satu penyelenggara penyiaran yang ada di Indonesia. Kegiatannya tidak komersial dan didirikan oleh komunitas tertentu. Komunitas yang loyal dan daya jangkau frekuensinya yang terbatas, menyebabkan program siarannya fokus pada informasi, pendidikan dan budaya komunitasnya. Kendala operasionalnya yaitu ijin penyelenggara penyiaran yang sulit didapatkan, anggaran dan kualitas program siaran yang terbatas. Penataannya dimaksudkan memaksimalkan kemanfaatan lembaga penyiaran ini bagi masyarakat. Penataan yang perlu dilakukan terkait dengan dasar hukum kelembagaan, sumber anggaran, ketersediaan dan daya jangkau frekuensi, serta peningkatan kualitas program siaran.

Kata Kunci: Lembaga penyiaran komunitas, LPK, penyiaran, frekuensi siaran, program siaran

A. Latar Belakang Masalah

Kehadiran lembaga penyiaran komunitas (LPK) memiliki semangat dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat komunitas akan materi penyiaran. Semangat ini setidaknya tercermin dari pasal-pasal dalam Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran (UU Penyiaran) yang juga mengatur masalah penyiaran komunitas. UU Penyiaran menyebutkan LPK merupakan lembaga penyiaran yang berbentuk badan hukum Indonesia didirikan oleh komunitas tertentu, bersifat independen, dan tidak komersial, dengan daya pancar rendah, luas jangkauan wilayah terbatas, serta untuk melayani kepentingan komunitasnya.¹

LPK diselenggarakan tidak untuk mencari laba atau keuntungan atau tidak merupakan bagian perusahaan yang mencari keuntungan

semata. LPK diselenggarakan untuk mendidik dan memajukan masyarakat dalam mencapai kesejahteraan dengan melaksanakan program acara yang meliputi budaya, pendidikan, dan informasi yang menggambarkan identitas bangsa. Selanjutnya secara kelembagaan LPK merupakan organisasi yang tidak mewakili organisasi atau lembaga asing serta bukan komunitas internasional, tidak terkait dengan organisasi terlarang, dan tidak untuk kepentingan propaganda bagi kelompok atau golongan tertentu.²

Pada saat pendiriannya, LPK didirikan atas biaya yang diperoleh dari kontribusi komunitas tertentu dan menjadi milik komunitas tersebut. Lembaga Penyiaran Komunitas dapat memperoleh sumber pembiayaan dari sumbangan, hibah, sponsor, dan sumber lain yang sah dan tidak mengikat. Namun demikian LPK dilarang untuk menerima bantuan dana

¹ Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, Pasal 21 ayat (1).

² *Ibid.*, ayat (2) dan ayat (3).

awal mendirikan dan dana operasional dari pihak asing. LPK dilarang melakukan siaran iklan dan/atau siaran komersial lainnya, kecuali iklan layanan masyarakat.³

Keberadaan televisi maupun radio komunitas sekarang ini jumlahnya memang sudah cukup banyak. Berikut ini data televisi komunitas yang terhimpun dalam Asosiasi Televisi Komunitas Indonesia (ATVKI) yaitu:

Tabel 1.

Televisi Komunitas Anggota ATVKI

No	Televisi Komunitas	Lokasi
1	Rajawali TV Komunitas	Bandung
2	TV IKI	Jakarta
3	TV Warga Jobang	Jombang
4	IAIN TV	Banten
5	UNTIRTA TV BANTEN	Banten
6	Inovasi TV	Cimahi
7	Kreatif TV	Jakarta
8	Radya TV	Puworejo
9	NHTV	Karawang
10	MMTC TV	Yogyakarta
11	TV Edukasi Jombang	Jombang
12	Belmo BLPT TV	Semarang
13	Insan Mulia TV	Jakarta
14	TV Edukasi Situbondo	Situbondo
15	Tunas TV	Pati
16	TV 4	Malang
17	STEKMENSI TV	Sukabumi
18	GRABAG TV	Magelang
19	Carkrabuana TV	Depok
20	TV Edukasi Magelang	Magelang
21	Bahurekso TV	Kendal
22	Experimen TV	Kendal
23	GMTV	Bondowoso
24	LISA TV	Jakarta
25	CNO TV	Batu
26	FARA TV	Malang
27	PIPITAN TV	Serang
28	Bhakti Karya TV	Magelang
29	AVME TV	Karawang
30	VMC TV	Karawang
31	CIDORO TV	Karawang

Sumber: PR2Media (diolah)

Keberadaan TV Komunitas memang hanya berada di Pulau Jawa dan belum ada yang didirikan di luar Pulau Jawa. Kondisi ini tentunya berbeda jauh dengan keberadaan radio komunitas yang hampir tersebar di seluruh wilayah di Indonesia, sebagaimana data berikut ini:

Tabel 2.

Radio Komunitas Anggota Jaringan Radio Komunitas Indonesia

No	Provinsi	Jumlah Radio
1	Aceh	23
2	Sumatera Utara	9
3	Sumatera Barat	11
4	Lampung	8
5	Banten	22
6	DKI Jakarta	4
7	Jawa Barat	34
8	Jawa Tengah	60
9	DI Yogyakarta	37
10	Bali	9
11	NTB	22
12	NTT	3
13	Kalimantan Barat	15
14	Sulawesi Tengah	12
15	Sulawesi Selatan	15
16	Sulawesi Tenggara	15
17	Papua	5

Sumber: PR2Media (diolah)

Penyebaran radio komunitas sudah hampir merata di semua pulau atau berada di 17 provinsi di Indonesia. Jumlah radio komunitas terbanyak berada di provinsi Jawa Tengah yaitu 60 stasiun penyiaran dan jumlah paling sedikit terdapat di provinsi NTT dengan 3 stasiun penyiaran. Hal ini mengindikasikan keberadaan LPK sudah berada dekat dengan masyarakat di wilayahnya masing-masing. Materi siarannya juga pasti sesuai dengan kebutuhan materi penyiaran dari masyarakat komunitasnya.

Melihat kepentingan komunitas yang semakin bervariasi, penyiaran komunitas mampu berperan dalam tiga aspek. Pertama, berperan sebagai fungsi sosial dalam rangka memberdayakan komunitas. Dengan demikian, *information sharing* dapat dilakukan secara efektif. Kedua, berperan dalam pengembangan sumber daya manusia (SDM). Kontribusinya dalam menyiarkan informasi dan pendidikan akan dapat menopang pengembangan SDM. Ketiga, dapat membina *sense of morality* masyarakat. Oleh karenanya, dengan adanya penyiaran komunitas diharap mampu membina moralitas warga dengan layanan penyiaran yang mengedepankan budaya dan moral, misalnya menyiarkan siraman rohani, penyuluhan seks, pendidikan agama.⁴

⁴ M. Riyanto, "Urgensi Radio Komunitas", <http://www.suaramerdeka.com/harian/0510/29/opi4.htm>, diakses tanggal 20 Juni 2013.

³ *Ibid.*, Pasal 22 dan Pasal 23.

Penyelenggaraan LPK selama ini dilakukan oleh radio komunitas dan televisi komunitas. Bahkan penyelenggaraan radio komunitas sudah mengorganisasikan diri dalam organisasi Jaringan Radio Komunitas Indonesia (JRKI). Meski demikian, implementasinya masih menemui banyak kendala. Salah satu masalah yang mendera LPK yaitu masih banyak radio komunitas yang belum memiliki ijin operasional sehingga menyulitkan perkembangan radio komunitas bersangkutan. Hal ini sebagaimana terjadi di Provinsi Jawa Barat, berdasarkan data dari Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) Jawa Barat tercatat 400 radio komunitas di provinsi ini belum memiliki ijin operasional.⁵

Kendala lainnya yaitu keterbatasan frekuensi dan jangkauan. Radio komunitas saat ini hanya diperbolehkan beroperasi pada tiga kanal. Berdasarkan Keputusan Menteri Perhubungan Nomor 15 Tahun 2002 dan Nomor 15A Tahun 2003 yakni di frekuensi FM 107,7 Mhz; 107,8 Mhz; 107,9 Mhz, dengan jangkauan yang terbatas yaitu *power* maksimal 50 watt dan jangkauan layanan maksimal 2,5 km. Padahal frekuensi tersebut sangat dekat frekuensi yang digunakan untuk penerbangan. Sedangkan dari sisi partisipasi audiensnya sangat rendah karena harus bersaing dengan lembaga penyiaran swasta dalam menjangkau audiensnya. Banyak LPK didirikan hanya untuk mengangkat agendanya sendiri ketimbang memfasilitasi dan mendorong komunitasnya agar dapat mewujudkan radio komunitas.⁶

Penyelenggaraan LPK, pada praktiknya juga sering ditemukan masalah rendahnya kualitas isi siarannya. Hal ini disebabkan oleh rendahnya kualitas isi siaran yang sesuai dengan kebutuhan warga komunitasnya. Sedangkan dari sisi kelayakan teknis, LPK masih terkendala untuk memancarluaskan isi siaran dengan kualitas yang baik. Alat peralatan pemancar siaran yang tidak sesuai dengan standar *broadcast* dan sudah banyak berusia

tua, sehingga tidak mampu memancar isi siaran dengan baik kepada masyarakat. Hal yang lain terkait dengan kualitas kompetensi SDM pengelola usaha dan siaran LPK masih di bawah standar kualitas SDM lembaga penyiaran.⁷

B. Permasalahan

Kehadiran LPK diharapkan memiliki dampak yang positif kepada komunitasnya. Potensi untuk mengembangkan masyarakat dimiliki oleh LPK dalam setiap aktivitas penyiarannya. Namun berbagai kendala tidak bisa dipungkiri harus dihadapi oleh LPK dalam mengelola kelembagaannya dan menyajikan materi penyiaran kepada masyarakat. Berbagai kendala yang dihadapi oleh LPK seperti soal kepemilikan, perijinan, sumber anggaran, program siaran, kemampuan memancarluaskan siaran, dan kualitas SDM pada akhirnya bermuara pada bagaimana penataan LPK agar kehadirannya benar-benar memberikan manfaat yang maksimal bagi masyarakat. Oleh karena itu, sejalan dengan sedang dilakukannya pembahasan RUU tentang Penyiaran, maka pertanyaan yang dikemukakan dalam tulisan ini yaitu bagaimana penataan LPK dalam aktivitas penyiaran di Indonesia?

C. Tujuan

Sesuai dengan permasalahan yang diajukan, maka tulisan ini bertujuan mengetahui penataan lembaga penyiaran komunitas (LPK), agar peranannya dalam aktivitas penyiaran di Indonesia bisa menjadi maksimal. Tulisan ini juga dimaksudkan dapat menjadi masukan berharga bagi para pembuat kebijakan, tentang bagaimana melakukan penataan dan memaksimalkan kinerja LPK. Sedangkan bagi penyelenggara LPK, tulisan ini diharapkan dapat menginspirasi pembenahan pengelolaan LPK agar lebih mampu mendatangkan hasil kerja yang semakin maksimal.

D. Kerangka Pemikiran

Media penyiaran yaitu radio dan televisi merupakan salah satu bentuk media massa yang efisien dalam mencapai audiensnya dalam

⁵ "Radio Komunitas Masih Menunggu Ijin", <http://diskominfo.jabarprov.go.id/radio-komunitas-masih-menunggu-ijin/#.UspZAs7y5H0> diakses tanggal 6-1-2014.

⁶ "Tentang Radio Komunitas", <http://www.rakita.org/rakom.html> diakses tanggal 6-1-2014.

⁷ "Mengupas Lembaga Penyiaran Komunitas", <http://seputar-penyiaran.blogspot.com/2008/04/mengupas-lembaga-penyiaran-komunitas.html>, diakses tanggal 31-3-2013.

jumlah yang sangat banyak. Karenanya media penyiaran memegang peranan yang sangat penting dalam ilmu komunikasi pada umumnya dan khususnya ilmu komunikasi massa.⁸ Pada umumnya studi mengenai komunikasi massa termasuk media penyiaran berkaitan erat dengan persoalan efek komunikasi massa terhadap audiens. Efek media dapat dioperasionalkan sebagai evaluasi kemampuan media untuk memberikan kepuasan audiens.⁹

Media siaran sebagai organisasi dan sebagai lembaga sosial di Indonesia juga telah dikembangkan dalam kajian sistem penyiaran Indonesia dan kajian sistem komunikasi Indonesia tentang relasi dan interaksi dengan lembaga sosial lainnya seperti hubungan struktural dan fungsional antara media siaran dengan pemerintah dan masyarakat. Disebut sebagai lembaga sosial karena merupakan wadah kerjasama sejumlah individu dalam menyelenggarakan dan melayani informasi sosial atau informasi publik dengan cepat dan teratur secara melembaga.¹⁰

Penyelenggaraan penyiaran dilaksanakan melalui media radio dan televisi. Radio telah menjadi medium massa yang ada di mana-mana, tersedia di semua tempat di sepanjang waktu. Faktor-faktor yang mempengaruhi kekuatan radio siaran adalah daya langsung, daya tembus dan daya tarik. Daya langsung radio siaran berkaitan dengan proses penyusunan dan penyampaian pesan pada pendengarnya yang relatif cepat. Daya tembus, bahwa audiens dengan mudah dapat berpindah channel dari satu radio siaran kepada radio siaran lainnya. Radio siaran tidak mengenal jarak dan rintangan. Daya tarik disebabkan sifatnya yang serba hidup berkaitan tiga unsur yang ada padanya yakni musik, kata-kata dan efek suara (*sound effect*).¹¹

⁸ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio dan Televisi*, Jakarta, Penerbit Kencana Prenada Media Group, 2009, h.13.

⁹ *Ibid.*, h. 27.

¹⁰ Anwar Arifin, *Sistem Penyiaran Indonesia*, Jakarta, Penerbit Pustaka Indonesia, 2012, h.43.

¹¹ Elvinaro Ardianto dan Lukita Komala Erdinaya, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Penerbit Remadja Rosdakarya, Bandung, 2007, h. 120.

Perbedaan mendasar antara radio dengan media massa lainnya, menurut Mark W. Hall sebagaimana dikutip Ardianto terletak pada stimulasi alat indera. Untuk radio siaran, komunikannya hanya mendengar sesuai dengan pilihan gaya radio siaran yang disukainya. Gaya radio siaran ini disebabkan oleh sifat radio siaran yang mencakup imajinatif, auditori, akrab, dan gaya percakapan.¹²

Televisi dapat menggerakkan orang. Karakter televisi fiksional dapat memesona imajinasi publik. Kritikus sosial Michael Novak mengatakan televisi adalah pembentuk geografi jiwa. Televisi membangun struktur ekspektasi jiwa secara bertahap. Televisi melakukan hal itu persis seperti sekolah memberi pelajaran secara bertahap, selama bertahun-tahun. Televisi mengajari pikiran yang belum matang dan mengajari mereka cara berpikir.¹³

Siaran televisi adalah pemancaran sinyal listrik yang membawa muatan gambar proyeksi yang terbentuk melalui pendekatan sistem lensa dan suara. Pancaran sinyal ini diterima oleh antena televisi untuk kemudian diubah kembali menjadi gambar dan suara. Untuk menyelenggarakan siaran televisi, maka diperlukan tiga komponen disebut trilogi televisi yaitu studio dengan berbagai sarana penunjangnya, pemancar atau transmisi dan pesawat penerima yaitu televisi.¹⁴

Radio dan televisi termasuk media komunikasi penyiaran dengan pemahaman sebagai berikut:

1. Radio adalah media elektronik yang bersifat khas sebagai media audio. Oleh karena itu ketika khalayak menerima pesan dari pesawat radio, khalayak pada tataran mental yang pasif dan bergantung pada jelas tidaknya kata-kata yang diucapkan oleh penyiar.
2. Televisi merupakan media yang dapat mendominasi komunikasi massa karena

¹² *Ibid.*, h. 123.

¹³ John Vivian, *Teori Komunikasi Massa*, alihbahasa Tri Wibowo B.S, Penerbit Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2008, h. 226.

¹⁴ Morissan, *Jurnalistik Televisi Muakhir*, Penerbit Kencana Media Group, Jakarta, 2010, h. 4.

sifatnya yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan khlayak.¹⁵

Pelaksanaan siaran radio dan televisi dilakukan dengan menggunakan frekuensi penyiaran. Dalam studi komunikasi, frekuensi dikategorikan sebagai milik publik atau *publik domain*. Terdapat tiga pemaknaan atas status frekuensi sebagai *publik domain* yaitu: 1) benda publik, (2) milik publik, (3) ranah publik.¹⁶ Karena itu perlu disusun suatu regulasi penyiaran yang terintegrasi dalam pembangunan nasional segala bidang serta dapat menghindari timbulnya dampak langsung di bidang ideologi, politik, ekonomi, sosial budaya, pertahanan dan keamanan serta gangguan elektromagnetik yang merugikan.¹⁷

Jika hubungan antara lembaga siaran (radio dan televisi) dengan pemerintah dan masyarakat dikaji berdasarkan teori sistem atau teori fungsionalisme struktural, maka meskipun lembaga penyiaran (radio dan televisi) itu bersifat otonom sebagai sebuah lembaga, namun selalu berada dalam keadaan saling ketergantungan dengan masyarakat dan negara (pemerintah) di mana radio dan televisi itu bekerja (Parson, 1951). Hal itu berarti bahwa dalam keseluruhan sistem sosial dari suatu masyarakat, lembaga penyiaran (radio dan televisi) adalah subkulturalnya.¹⁸

Salah satu penyelenggara media siaran yang diatur dalam UU Penyiaran yaitu Lembaga penyiaran komunitas (LPK). Komunitas oleh banyak pihak dilihat sebagai “*a relatively limited geographical region*”¹⁹, yang bisa meliputi lingkungan, desa atau kota. Determinan geografis ini sering dikontraskan dengan “*community of interest*” dimana anggota komunitas berbagi interest kultur, sosial dan bahkan publik yang sama.²⁰

LPK adalah lembaga penyiaran yang memberikan pengakuan secara signifikan terhadap peran supervisi dan evaluasi oleh anggota komunitasnya melalui sebuah lembaga supervisi yang khusus didirikan untuk tujuan tersebut, dimaksudkan untuk melayani satu komunitas tertentu saja dan memiliki daerah jangkauan yang terbatas.²¹

Penyiaran komunitas disebut sebagai *low power broadcasting* atau penyiaran berdaya pancar rendah. Untuk di Indonesia jangkauan penyiaran komunitas sebaiknya hanya berkisar radius 6 kilometer saja. Alasan utama adalah fakta bahwa semakin kecil/terbatas daerah operasi sebuah LPK, semakin dapat ia menjalankan prinsip “dari, oleh dan untuk anggota komunitas”. Selanjutnya upaya untuk meningkatkan daya pancar siaran LPK, maka LPK dapat membentuk jaringan dalam sistem penyiaran berjaringan atau dapat pula menitipkan program siarannya kepada LPP.²²

Sebagai pembanding dengan negara lain, Swedia memiliki lebih dari 2000 radio komunitas. Denmark terdapat sekitar 300 radio komunitas yang memberikan akses kepada 96% dari jumlah total populasi. Perkembangannya juga terjadi di negara-negara Amerika Latin seperti Brasil dan Ekuador, juga di Asia seperti di Nepal, India, Srilangka dan Filipina.²³

Menurut hasil riset *Combine Resources Institution* (CRI) pada tahun 2002, tipologi

¹⁵ Riswandi, *Dasar-Dasar Penyiaran*, Penerbit Graha Ilmu, Jogjakarta, 2009, h. 2.

¹⁶ Frekuensi radio adalah jumlah getaran elektromagnetik untuk satu periode, sedang spektrum frekuensi radio adalah kumpulan frekuensi radio. Penggunaan frekuensi radio didasarkan pada ruang jumlah getaran dan lebar pita yang hanya dapat dipergunakan oleh satu pihak, misalnya penggunaan secara bersamaan pada ruang dan jumlah getaran serta lebar yang sama atau berhimpitan yang akan saling mengganggu (*interference*). Frekuensi dalam telekomunikasi digunakan untuk membawa atau menyalurkan informasi sehingga pengaturan frekuensi meliputi: pengalokasian pita frekuensi dan peruntukannya. Oleh karena itu sejak berdirinya forum internasional di bidang telekomunikasi yaitu *International Telecommunication (ITU)*, penyiaran dalam aspek teknik operasionalnya ditangani oleh ITU sehingga menurut regulasi internasional, penyiaran merupakan bagian dari telekomunikasi. Masduki, *Regulasi Penyiaran Dari Otoriter Ke Liberal*, Penerbit LKIS, Yogyakarta, 2007, h. 14-15.

¹⁷ Hinca Panjaitan, *Memasung Televisi, Kontroversi Regulasi Penyiaran di Era Orde Baru*, Institut Studi Arus Informasi, Jakarta, 1999, h. 21.

¹⁸ *Ibid.*, h. 67.

¹⁹ Nick Jankowski, *Community Media in the Information Age*, New-Jersey, Hampton Press Inc, P. 5.

²⁰ Muhamad Mufid, *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*, Jakarta, Penerbit Kencana Prenada Media dan UIN Press, h. 75.

²¹ Effendi Ghazali dkk, *Konstruksi Sosial Industri Penyiaran Plus Acuan tentang Penyiaran Publik dan Komunitas*, Jakarta: Penerbit Departemen Ilmu Komunikasi UI, 2003, h. 131.

²² *Ibid.*, hal 141.

²³ *Ibid.*

radio komunitas, khususnya di Indonesia terdiri dari empat bentuk yaitu:

- a. *Community based* (radio berbasis komunitas)
Radio yang didirikan oleh komunitas yang menempati wilayah geografis tertentu sehingga basisnya adalah komunitas yang menempati suatu daerah dengan batas-batas tertentu.
- b. *Issue/sector based* (radio berbasis masalah/sektor tertentu)
Radio yang didirikan oleh komunitas yang terikat oleh kepentingan dan minat yang sama.
- c. *Personal initiative based* (radio berbasis inisiatif pribadi)
Radio yang didirikan perseorangan karena hobi atau memiliki tujuan yang lain.
- d. *Campus based* (radio berbasis kampus)
Radio yang didirikan oleh warga kampus perguruan tinggi dengan berbagai tujuan, termasuk sebagai sarana laboratorium dan sarana belajar mahasiswa.²⁴

Kekuatan dan kelebihan media komunitas untuk mempengaruhi pendengarnya itu disebabkan beberapa faktor yaitu:

1. Penyajian informasinya lebih bersifat interaktif dengan keterlibatan khalayak sasaran dengan pengelola dalam aktivitas *on-air* dan *off air* cukup tinggi.
2. Adanya faktor kedekatan (*proximity*) baik secara fisik, studio radio berada dekat dengan lingkungan tempat tinggal warga, maupun secara psikis yang menyiarkan materi acara yang dekat dengan kehidupan warga.
3. Memenuhi keingintahuan anggota komunitas tentang berbagai peristiwa yang terjadi di lingkungan terdekatnya, sehingga warga tidak ketinggalan informasi.²⁵

Penggunaan media dan dampaknya di komunitas dapat ditelaah dengan menggunakan model komunikasi *uses and gratifications*

²⁴ Combine Resources Institution, Perkembangan Radio Komunitas di Indonesia dalam Konteks Makro, Makalah seminar hasil penelitian. Jakarta.

²⁵ Atie Rachmiate, 2007, *Radio Komunitas Eskalasi Demoratisasi Komunikasi*, Penerbit Simbiosis Rekatama Media, Bandung, h. 58.

(manfaat dan gratifikasi). Pendekatan manfaat dan gratifikasi melibatkan suatu pergeseran fokus dari tujuan penyampaian pesan ke tujuan penerimaan pesan. Pendekatan ini berusaha menentukan fungsi apa saja yang dijalankan oleh komunikasi massa kepada audiennya.²⁶

Unsur yang tercakup dalam model manfaat dan gratifikasi ialah:

- a) Audiens dipandang bersikap aktif, artinya peranan penting manfaat media massa diasumsikan berorientasi pada sasaran
- b) Dalam proses komunikasi massa, banyak inisiatif pengaitan antara kebutuhan dan pilihan media yang terletak pada audien
- c) Media bersaing dengan sumber-sumber pemenuhan kebutuhan yang lain.²⁷

Klasifikasi kebutuhan dan gratifikasi audien dalam model manfaat dan gratifikasi dalam kategori-kategori berikut:

- a) pengalihan - pelarian dari rutinitas dan masalah atau pelepasan emosi;
- b) hubungan personal – manfaat sosial informasi dalam percakapan; pengganti media untuk kepentingan perkawanan;
- c) identitas pribadi atau psikologi individual – penguatan nilai atau penambah keyakinan; pemahaman-diri; eksplorasi realitas; dan sebagainya
- d) pengawasan – informasi mengenai hal-hal yang mungkin mempengaruhi seseorang atau akan membantu seseorang melakukan atau menuntaskan sesuatu.²⁸

Karakteristik program dan isi siaran radio komunitas yang berprinsip “dari-untuk-oleh warga komunitas” berakibat pada pemilihan dan pemunculan nara sumber. Siapa saja boleh menjadi nara sumber bergantung pada konteksnya. Sebagai konsekuensinya,

²⁶ Severin, Werner, J dan Tankard, James, W. Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa. 2011. Kencana. Jakarta. p 353.

²⁷ Katz, E., M. Gurevitch, dan H. Haas. *On the use of mass media for important things. American Sociological Review.* 1973. p.164.

²⁸ Dennis McQuail, J. G. Blumer, dan J. R. Brown. *The television audience: A revised perspective.* Dalam McQuail (ed), *Sociology of Mass Communication*, Harmondsworth, London, 1972. p. 135.

informasi yang dihasilkan menjadi beragam. Semua tersedia sesuai dengan keinginan dan kebutuhan warga komunitas setempat. Sedangkan terkait dengan aspek teknik, sistem peralatan dan pemancarluasan isi siaran umumnya rakitan atau peralatan sederhana. Sebagai konsekuensinya, frekuensi bisa “bocor” kemana-mana dan masuk ke jalur frekuensi penerbangan.²⁹

Hal utama yang menjadi perhatian dalam setiap kegiatan komunikasi politik diantaranya adalah efek yang terbentuk oleh pengaruh media komunikasi. Efek yang diciptakan karena pengaruh media massa, menjadi stimulus yang sangat kuat bagi pembentukan opini publik. Walaupun opini publik tidak hanya terbentuk dari aktivitas media massa saja, tetapi juga terbentuk karena faktor kredibilitas utamanya dalam membangun citra dirinya. Namun yang perlu disadari opini publik ini tidak terbentuk seketika melainkan memerlukan proses dan waktu.³⁰

Kalau kita belajar dari negara maju tentang lembaga penyiaran komunitas, maka lembaga penyiaran jenis ini pun dapat berperan besar dalam membangun kebudayaan warga. Sebagai contoh, di Amerika Serikat lembaga penyiaran komunitas tumbuh subur dan sekaligus menjadi *public access broadcasting*, yaitu tempat publik atau warga yang ingin belajar media penyiaran dengan biaya yang seminim-minimnya atau gratis. *Public access center* ini menjadi tempat untuk belajar, menampung karya-karya warga, serta sekaligus sebagai tempat menyiarkan siaran hasil produksi warga. Jadi lembaga ini berfungsi sebagai tempat untuk melakukan media literacy dan sekaligus sebagai wadah siaran suara warga. Tempatnya sangat memadai dan fasilitasnya lengkap sebagai sebuah stasiun televisi.

Penyediaan tempat dan fasilitas ini semuanya ditanggung dari anggaran negara bagian atau pemerintah lokal (semacam APBD), tetapi pengelolaannya diserahkan kepada lembaga independen. Pemerintah lokal sama

²⁹ *Ibid.*, hal. 109-110.

³⁰ Rhenald Kasali, *Manajemen Public Relations Konsep dan Aplikasi di Indonesia*, Jakarta: Penerbit Grafiti, 2005, hal. 30.

sekali tidak ikut campur dalam pengelolaannya. Jadi pemerintah lokal selalu mengalokasikan dana untuk pos *public access* ini dalam mata anggaran tahunan yang sumbernya diambil dari pajak media komersial. Selain itu, outlet lain dari karya warga di *public access broadcasting* ini adalah saluran TV berlangganan. Jadi setiap saluran TV berlangganan yang bersiaran di sebuah kota, diwajibkan oleh peraturan pemerintah, menyediakan dua kanalnya untuk menampung siaran pendidikan dan siaran agama hasil karya *public access broadcasting*.³¹

E. Pembahasan

1. Kondisi Lembaga Penyiaran Komunitas

Salah satu penyelenggara penyiaran komunitas dimiliki oleh Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, yang memiliki Pusat Pengembangan Teknologi Dakwah (PPTD) yang di dalamnya terdapat radio siaran bernama “*Rasida*” (Radio Siaran Dakwah). Mengudara di frekuensi 107,7 Mhz. Namun dari mulai awal pendiriannya, penggunaan frekuensi radio harus berbagi dengan radio komunitas “Bina Martani” (radio komunitas Agama Kristen). Hal ini menyebabkan kedua radio komunitas ini harus berbagi jam kegiatan siaran. *Rasida FM* yang segmentasi pendengarnya adalah mahasiswa bersiaran pagi hingga sore hari, sedangkan Radio Bina Martani (radio komunitas agama Kristen) bersiaran sore hingga malam hari. Meski demikian frekuensi tersebut sering kali bergeser menuju frekuensi 107,8-107,9 Mhz sehingga membuat pendengar setianya harus mencari pancaran siaran *Rasida FM*.³²

Rasida FM digunakan sebagai laboratorium kepada mahasiswa yang harus melakukan praktik siaran radio. Pada saat ini *Rasida FM* digunakan sebagai media komunikasi dan media

³¹ Awang Ruswandi, “Mengoptimalkan Lembaga Penyiaran Publik dan Komunitas”, <http://staff.blog.ui.ac.id/awang.ruswandi/2008/03/19/mengoptimalkan-lembaga-penyiaran-publik-dan-komunitas/>, diakses tanggal 30-7-2013.

³² Laporan Hasil Penelitian Tim Politik Dalam Negeri Tahun 2013, “Penataan Penyiaran di Indonesia Menuju terciptanya Demokratisasi Penyiaran,” h. 55.

promosi yang terkait dengan berbagai kegiatan kampus UIN. Selain itu juga dipergunakan oleh para aktivis kampus untuk menyuarakan aspirasinya, terutama saat pemilu pengurus mahasiswa.

Program siaran yang dikembangkan disesuaikan dengan target pendengarnya, walaupun tidak secara langsung dimaksudkan untuk meningkatkan demokratisasi di kalangan mahasiswa. Walaupun potensi sebagai media informasi cukup besar di kalangan mahasiswa, namun hingga saat ini tidak pernah dipergunakan Pemda untuk menyosialisasikan program dan kegiatan pembangunan daerah.

Kebijakan universitas harus dipatuhi oleh *Rasida FM*. Ciri sebagai media dakwah harus diwujudkan dalam setiap program siaran maupun lagu-lagu yang disampaikannya. Misalnya pada hari Jumat semua acaranya bersifat religi, seperti acara “*Islamic Zone*”, “*Kultum*”, “*Siaran Langsung Sholat Jumat*”, “*Mutiara Khidmah*”, “*Obrolan Mahasiswa*”, dan lagu-lagu rohani.

Kendala utama penyelenggaraan LPK yaitu pada masalah ketersediaan anggaran pengelolaan yang terbatas. Selain itu juga banyak hal yang membatasi kemampuan memperluas jangkauan siaran dan keragaman segmentasi pendengar. Kekurangan ini pada akhirnya menyebabkan *Rasida FM* hanya bisa menyelenggarakan tugas siaran yang minimalis dan sangat jauh untuk melakukan penyesuaian teknologi.

Program siaran yang minimalis, target audiens dan jangkauan siaran yang terbatas, menyebabkan lembaga penyiaran komunitas memiliki ikatan yang kuat untuk melakukan kerjasama dengan lembaga penyiaran komunitas lainnya dalam bentuk Jaringan Radio Komunitas. Hal ini seperti dilakukan di Yogyakarta melalui Jaringan Radio Komunitas Yogyakarta (JRKY).

Jaringan Radio Komunitas Yogyakarta (JRKY) memiliki tekad untuk meningkatkan iklim demokratisasi di komunitasnya melalui berbagai program siaran yang dirancang sendiri walau penuh dengan keterbatasan dan tanpa sponsor. Tujuannya adalah satu yaitu bagaimana masyarakat komunitas dapat terpenuhi

kebutuhan informasinya, mampu memilih dan memilah informasi sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya, serta memiliki pola dan kebijakan dalam mengkonsumsi informasi khususnya yang terkait dengan upaya-upaya perubahan sosial. Sedangkan iklan disajikan hanya dalam bentuk spot iklan yang diproduksi dan disiarkan disela-sela acara yang sedang berlangsung.³³

Terbatasnya program siaran dan target audiens, justru bisa menimbulkan dampak positif bagi penyajian materi siaran yang fokus pada materi siaran tertentu. Hal ini sebagaimana terjadi pada radio komunitas di Kalimantan Barat yang tergabung pada Jaringan Radio Komunitas Kalimantan Barat (JRK Kalbar), yang mengusung gerakan untuk mendukung Indonesia bersih dan terbebas dari korupsi. Salah satunya dengan cara mengudara melawan korupsi. Sejumlah komitmen yang dihasilkan yakni mendukung setiap upaya pemberantasan korupsi di Indonesia khususnya di Kalbar. Kemudian, mendorong kesadaran kritis masyarakat untuk aktif dalam gerakan anti korupsi. Radio komunitas juga mengawal dan memastikan terwujudnya transparansi dan akuntabilitas tata kelola pembangunan daerah bagi publik.³⁴

Materi siaran yang fokus dan target audiens yang militan, diyakini oleh Wakil Ketua KPK, Bambang Wijayanto, bahwa Gerakan Anti Korupsi yang dibangun melalui Radio Komunitas sangat strategis. Radio Komunitas mempunyai anggota Komunitas yang militan dan Jaringan NGO dalam dan luar negeri. Oleh karena itu kampanye anti korupsi yang dilakukan melalui Radio Komunitas diseluruh Indonesia akan berhasil. Menanggapi pernyataan ini, Ketua JRKI, Sinam M Sutarno, menandakan jika kerjasama dengan KPK adalah bentuk tanggung jawab Radio Komunitas terhadap kondisi bangsa Indonesia untuk terus menyuarakan Gerakan Anti Korupsi.³⁵

³³ *Ibid.*, h. 56.

³⁴ “Radio Komunitas Kalbar Usung Gerakan Indonesia Bersih”, <http://regional.kompas.com/read/2013/04/22/02104842/Radio.Komunitas.Kalbar.Usung.Gerakan.Indonesia.Bersih>, diakses tanggal 12-3-2014.

³⁵ “KPK Launching Program Kerjasama Dengan Radio Komunitas”, <http://www.jrkijatim.com/?p=987>, diakses tanggal 12-3-2014.

Fokus pada program siaran tertentu dan target komunikasi yang spesifik, juga diberlakukan pada penyelenggaraan televisi komunitas. Berangkat dari kecemasan terhadap realitas sekarang ini, banyak media yang berparadigma bahwa *bad news is good news* cenderung menjadi industri, maka Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) sebagai lembaga pendidikan yang mencetak para pendidik perlu mengelola media sendiri untuk mengembangkan Jurnalisme Pendidikan. Padahal pengaruh media dalam pendidikan sangat signifikan. Hal inilah yang mendasari berdirinya TV UPI. TV UPI terdiri atas format berita tentang kegiatan rektorat; berita tentang kegiatan fakultas; berita tentang kegiatan jurusan dan program studi (prodi); sinetron pendidikan; kuis pendidikan; dan lain-lain. Dalam rangka mengisi acara di atas, unit produksi bekerja sama dengan semua fakultas, jurusan, prodi, direktorat dan lembaga di lingkungan UPI.³⁶

Kesadaran tentang arti penting informasi dan kendala penerimaan frekuensi siaran televisi, mendasari lahirnya *Grabag TV* di Kecamatan Grabag Kabupaten Magelang Jawa Tengah. Pada tahun 2009, kondisi Kecamatan Grabag termasuk daerah *blank spot* yang hanya bisa menerima siaran dari TVRI. Pada hal disisi yang lain, masyarakat juga membutuhkan informasi dari penyelenggara penyiaran yang lain, kecuali bagi masyarakat yang mampu untuk membeli antena parabola. Hal inilah yang mendorong lahirnya *Grabag TV*. *Grabag TV* lahir dengan visi menjadi sebuah wadah pengembangan masyarakat melalui siaran televisi pedesaan, yang merupakan media kreasi dan komunikasi “multi arah” secara berimbang dan demokratis.³⁷

Searah dengan semboyan televisi komunitas: “Dari masyarakat oleh masyarakat dan untuk masyarakat”, maka pelaksana siaran dan produksi program acara adalah warga masyarakat sendiri. Mereka mendapat pelatihan secara sederhana di bidang penyiaran

dan produksi program televisi. Mereka bukan merupakan karyawan tetap *Grabag TV* sehingga tidak mendapatkan honor atau gaji. Pada masa sekarang ini dengan jarak pancar siarannya hanya 5 kilometer, tentunya sangat berat bagi *Grabag TV* untuk mampu bersaing dengan televisi swasta yang jarak pancar siarannya cukup jauh dan waktu penayangannya yang lebih lama. Oleh karena itu strategi yang diterapkannya sekarang ini yaitu:

1. “menjual” kelokalan atau kedekatan *Grabag TV* dengan penontonnya;
2. menjadikan *Grabag TV* sebagai media yang bisa dimanfaatkan oleh siapa saja, terutama untuk kepentingan aspirasi, ekspresi dan kreasi;
3. menjadikan masyarakat sebagai produser atau kreator program televisi secara aktif; dan
4. menjaga agar materi siaran selalu berkaitan dengan kepentingan masyarakat, sehingga masyarakat selalu merasa membutuhkan siaran *Grabag TV*.

2. Penataan LPK

1) Penataan Kelembagaan

Eksistensi LPK sampai dengan saat ini masih tetap dirasakan penting oleh masyarakat untuk mendapatkan informasi terutama informasi yang terkait dengan komunitasnya. LPK menyebabkan masyarakat yang berada pada komunitas ini menjadi lebih mudah mendapatkan informasi dan mempergunakan sesuai dengan kepentingannya. LPK didirikan oleh komunitas yang sudah sadar mengenai pentingnya informasi.

Urgensi LPK merupakan lembaga sosial yang merupakan wadah kerjasama sejumlah individu dalam komunitasnya untuk menyelenggarakan dan melayani informasi sosial atau informasi publik dengan cepat dan teratur secara melembaga. Meski LPK adalah lembaga penyiaran yang otonom, namun selalu berada dalam keadaan saling ketergantungan dengan masyarakat dan negara (pemerintah) di mana radio dan televisi itu bekerja. Hal itu berarti bahwa dalam keseluruhan sistem sosial dari suatu masyarakat, LPK adalah subkulturalnya.

³⁶ “Televisi Komunitas UPI Dinilai Layak”, <http://berita.upi.edu/2012/01/06/televisi-komunitas-upi-dinilai-layak/> diakses tanggal 17-3-2014.

³⁷ “Profil *Grabag TV*”, <http://grabagtv.blogspot.com/2009/07/profil-grabag-tv.html> diakses tanggal 17-3-2014.

Penataan LPK melalui upaya pemberdayaan tentunya berangkat dari potensi keunggulan yang dimiliki LPK dan juga didasari kendala yang selama ini dihadapinya. LPK sifat penyiarannya lokal yang berisi mengenai informasi yang dibutuhkan oleh komunitasnya. Isi siaran yang ada didalam LPK ini adalah apa yang dibutuhkan oleh komunitasnya, misalnya informasi mengenai aktivitas di kampus atau informasi tentang pedesaan.

Merujuk hasil riset *Combine Resources Institution* (CRI) pada tahun 2002, mengenai tipologi radio komunitas di Indonesia yaitu *community based* (radio berbasis komunitas), *Issue/sector based* (radio berbasis masalah/sektor tertentu), *personal initiative based* (radio berbasis inisiatif pribadi), dan *campus based* (radio berbasis kampus), maka penyelenggaraan LPK perlu diarahkan pada tujuan yang maksimal yaitu

- a. mendidik dan memajukan masyarakat dalam mencapai kesejahteraan, dengan melaksanakan program acara yang meliputi budaya, pendidikan, dan informasi yang menggambarkan identitas bangsa;
- b. mendorong partisipasi komunitas dalam menyelesaikan permasalahan komunitas dan terlibat aktif dalam proses pengambilan kebijakan publik di tingkat komunitas;
- c. mendorong peningkatan kapasitas ekonomi masyarakat komunitas;
- d. memelihara dan mengembangkan kearifan dan kompetensi komunitas; dan/atau
- e. menumbuhkembangkan sarana ekspresi budaya komunitas dengan semangat multikulturalisme.

Mengelola televisi komunitas memang menghadapi tantangan yang lebih berat ketimbang mengelola radio komunitas. Tantangan terberat berasal dari faktor modal awal pendirian usaha televisi komunitas yang hakekatnya memiliki item yang sama dengan pendirian sebuah televisi di LPS. Namun kondisi ini kemudian pada penerapannya jelas berbeda, dimana penyelenggaraan televisi komunitas tidak diarahkan untuk tujuan yang bersifat komersial. *Rating* bukan menjadi

“Dewa” penentu bagi program siaran televisi komunitas, karena yang menjadi penentuan dari program siaran tersebut adalah terpenuhinya kebutuhan komunitas akan materi siaran yang diinginkannya. Dan bila hal ini sudah mampu terpenuhi, tidak heran televisi komunitas akan memiliki pemirsa yang begitu loyal terhadap materi siaran yang disajikan serta tidak mau beralih ke materi siaran lain termasuk yang berasal dari LPS.

Mengingat penyelenggaraannya dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan komunitas, maka diperlukan kemampuan membidik kebutuhan masyarakat dengan cermat untuk kemudian dituangkan menjadi sebuah program siaran. Sikap pemirsa televisi komunitas menjadi semakin loyal terhadap program siaran yang disajikan, apabila dalam penyajiannya tidak akan pernah terganggu oleh kepentingan iklan komersial yang menyita keseluruhan waktu penyajian program siaran tersebut. Kondisi ini jelas merupakan keuntungan tersendiri dari penyelenggaraan televisi komunitas dibandingkan dengan penyelenggaraan televisi swasta.

Komitmennya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan materi penyiaran, menyebabkan teridentifikasinya penyelenggaraan televisi komunitas. Identifikasinya seperti pada bidang pendidikan, bidang profesi atau pekerjaan komunitas, area wilayah komunitas, dan kesamaan kegemaran komunitasnya. Dari sisi komunikasi kondisi seperti ini sangat memungkinkan terjadinya komunikasi yang efektif walaupun melalui perantara media televisi. Materi siaran pada televisi komunitas adalah sumber informasi yang pasti menjadi perhatian dan aktivitas komunikasi komunitas yang berada pada lingkaran pertama arus komunikasi (kelompok primer). Interaksi komunikasi pada kelompok primer ini sesungguhnya bisa menjadi materi yang berharga, saat mana mereka harus berinteraksi komunikasi dengan lingkup masyarakat yang lebih luas lagi (kelompok skunder). Hal inilah yang menyebabkan televisi komunitas harus mampu melakukan tindakan kreatif baik dalam bidang pendanaan, produksi isi siaran dan pemancarluasan siaran.

Medium radio sebagai bagian dari media LPK pastinya memiliki keunggulan tersendiri dibandingkan dengan televisi komunitas atau media massa lainnya. LPK melalui medium radio memiliki kemampuan yang lebih cepat untuk menyusun dan menyajikan program acara kepada pendengarnya. Hal ini disebabkan radio komunitas memang diformat untuk selalu menyajikan materi siaran yang hanya dibutuhkan pendengarnya. Dekatnya capaian frekuensi siaran dengan lokasi sebaran pendengarnya, menyebabkan kemudahan dalam penerimaan frekuensi siaran radio komunitas. Dua hal inilah yang menyebabkan masyarakat komunitasnya, tidak akan mudah untuk memindahkan saluran radionya kepada siaran radio yang lain, apalagi jika acara tersebut benar-benar dibutuhkan oleh mereka. Mengingat siarannya yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat pendengarnya, maka walaupun penyajian siaran melalui radio komunitas sangat sederhana namun justru sangat hidup di masyarakat komunitasnya. Kehadiran program siaran radio komunitas diyakini dapat menstimulasi pendengar untuk hanya memilih materi siaran yang disajikan radio komunitas. Gaya radio komunitas yang mencakup imajinatif, auditori, akrab, dan gaya percakapan, sangat sesuai dengan komunitas pendengarnya.

2) Penataan Kualitas Program Siaran

Meski banyak didera dengan berbagai permasalahan, namun LPK tetap memiliki potensi untuk selalu berada dekat dengan kebutuhan masyarakat akan materi penyiaran. LPK selalu menempatkan audiens atau pemirsanya memiliki kesempatan yang aktif untuk memilih atau menilai sebuah program acara yang benar-benar sesuai dengan kebutuhannya. Mereka juga memiliki pengaruh yang besar untuk tidak menyukai suatu program acara disiarkan oleh LPK. Namun demikian kondisi seperti ini, bagi LPK bukanlah suatu permasalahan. Hal ini disebabkan, keinginan komunitasnya itu justru menginspirasi media untuk menyajikan *output* yang selalu berorientasi kepada kebutuhan audiensnya. Kekhasan inilah yang hingga

saat menjadikan LPK tetap mampu bertahan ditengah “gempuran” materi penyiaran dari LPS. Tapi, potensi ini juga sekaligus menjadi tantangan bagi LPK untuk tidak begitu saja dapat “dikuasai” kepemilikannya oleh LPS yang melihat potensi komersial dari kegiatan LPK selama ini.

Keunggulan inilah yang menyebabkan masyarakat mau tetap bertahan menjadi audiens atau pemirsa dari LPK. Penggunaan materi siaran LPK oleh masyarakat akan sangat erat kaitannya dengan rutinitas aktivitas masyarakat. LPK juga dijadikan bagian dari penunjukkan eksistensi komunitas karena selalu ada kaitannya dengan materi program siaran LPK dengan rutinitas aktivitas komunitasnya. LPK juga menjadi media komunikasi yang efektif bagi komunitas untuk melakukan partisipasi pengawasan terhadap rutinitas aktivitasnya.

Kedekatan jarak maupun kebutuhan informasi bagi komunitas terhadap radio *Rashida FM*, Jaringan Radio Komunitas di Jatim dan Yogyakarta, *UPI TV* dan *Grabag TV*, adalah potensi utama dari LPK. Potensi ini terkait dengan kekhasan pendengar radio dan pemirsa televisi komunitas yang memiliki kesetiaan kepada stasiunnya. Hal ini menyebabkan materi siaran yang terkait dengan pemberantasan korupsi, pasti efektif disajikan melalui LPK karena memang materi itulah yang menjadi kebutuhan masyarakat. Untuk itu penataan terhadap LPK perlu dilakukan dalam rangka meningkatkan kualitas program siarannya.

Penataan LPK harus dimulai dari awal didirikannya oleh komunitas dalam wilayah tertentu, bersifat mandiri, tidak mencari keuntungan, dan untuk melayani kepentingan komunitasnya. Untuk itu LPK perlu diselenggarakan untuk mendidik dan memajukan masyarakat dalam mencapai kesejahteraan. Adapun program acaranya meliputi budaya, pendidikan, dan informasi yang menggambarkan identitas bangsa.

Loyalitas untuk hanya menyajikan materi program acara yang benar-benar dibutuhkan masyarakat, menyebabkan LPK banyak

diminati oleh audiens yang cukup loyal pula. Harus terbuka kesempatan kepada LPK untuk menyajikan program siaran yang sesuai dengan dinamika kebutuhan informasi di masyarakat komunitasnya. Hal ini sesungguhnya merupakan potensi berharga apabila keberadaan LPK dapat dipergunakan secara positif oleh pemerintah daerah untuk menyampaikan program-program kebijakannya kepada seluruh masyarakat dengan biaya yang tidak terlalu mahal. Sifatnya yang tidak komersil menyebabkan kelembagaan LPK tidak memerlukan biaya publikasi yang terlalu mahal sebagaimana terjadi di lembaga penyiaran swasta (LPS).

3) Penguatan Regulasi LPK

Melakukan penataan LPK berarti semakin memberikan kesempatan kepada LPK untuk meningkatkan kualitas program siaran dan menjadi lebih dekat dengan masyarakat komunitasnya. Regulasi yang terkait dengan LPK harus mendapatkan penguatan dan penyesuaian dengan dinamika kebutuhan masyarakat akan materi penyiaran komunitas. Intinya masyarakat komunitas harus diberikan kemudahan sekaligus perlindungan dari pemerintah untuk mengembangkan kualitas siarannya yang sangat diminatinya.

Memperhatikan strategi yang diterapkan *Grabag TV*, jelas tersurat potensi keunggulan LPK dalam mendekati dengan masyarakat, bahkan lebih sukses bila dibandingkan dengan LPS. Pemirsanya dapat menentukan materi siaran yang benar-benar sesuai dengan kebutuhannya. Televisi komunitas hadir sebagai media alternatif yang mengusung keberagaman kepemilikan (*diversity of ownership*), yang juga mendorong adanya keberagaman isi (*diversity of content*) dalam program-program siaran karena melayani komunitasnya yang juga beragam. Oleh karena keberagaman kepemilikan itulah, masyarakat bisa melakukan control sendiri (*self controlling*) terhadap isi siaran.³⁸

Untuk itu perlu definisi yang tegas dan lengkap mengenai LPK. Jaminan kelembagaan

LPK memang sangat ditentukan oleh lingkup pengertian LPK yang dicantumkan dalam pengaturan norma penyiaran di Indonesia. LPK adalah lembaga penyiaran yang didirikan oleh komunitas tertentu, bersifat independen, dan nirlaba, luas jangkauan wilayah siarannya terbatas, serta untuk melayani kepentingan komunitasnya yang siarannya dipancarluaskan melalui media penyiaran televisi, radio, dan/atau melalui media dalam jaringan.

Definisi ini jelas memberikan penekanan, bahwa LPK merupakan lembaga penyiaran yang memberikan pengakuan secara signifikan terhadap peran supervisi dan evaluasi oleh anggota komunitasnya melalui sebuah lembaga supervisi yang khusus didirikan untuk tujuan tersebut dan dimaksudkan untuk melayani satu komunitas tertentu saja serta memiliki daerah jangkauan yang terbatas. LPK merupakan komunitas nonpartisan yang keberadaan organisasinya tidak mewakili organisasi atau lembaga asing serta bukan komunitas internasional. LPK juga tidak untuk kepentingan partai politik dan/atau organisasi politik tertentu.

Memajukan LPK berarti sangat memperhatikan kondisi sumber anggaran yang banyak dikeluhkan oleh semua LPK yang ada. Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2005 tentang Lembaga Penyiaran Komunitas dalam salah satu pasalnya memang menekankan, bahwa LPK dilarang melakukan siaran iklan dan siaran komersil. Untuk itu LPK memang tetap harus diberikan kesempatan untuk menyajikan tayangan iklan yang dipesan oleh kegiatan usaha berskala lokal yang keberadaannya dekat dengan masyarakat komunitas dari LPK. Misalnya LPK bisa memproduksi dan menyajikan iklan dari usaha lokal kebutuhan pokok masyarakat atau jasa yang dibutuhkan masyarakat lokal.

Idealnya LPK didirikan atas biaya yang diperoleh dari kontribusi komunitas tertentu dan menjadi milik komunitas tersebut. Namun saat ini LPK perlu ditunjang oleh bantuan sumber pembiayaan yang berasal dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah

³⁸ Puji Riyanto (et.al), *Kepemilikan dan Intervensi Siaran Perampasan Hak Publik, dan Bahaya Media Ditangan Segelintir Orang*, Jakarta: Penerbit Yayasan Tifa dan PR2Media, 2014, h. 83.

dan/atau pendapatan lain yang sah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Untuk itu LPK wajib membuat laporan keuangan setiap akhir tahun anggaran. Hal yang tidak boleh dilakukan yaitu sumber pembiayaan LPK tidak boleh berasal dari sumbangan pihak asing. Penataan LPK juga dimaksudkan agar program siaran yang sedang disajikan tidak hidup karena adanya sponsor spot iklan komersial maupun iklan politik.

Kedekatan LPK dengan masyarakat komunitasnya memang merupakan potensi strategis yang dapat dipergunakan oleh banyak pihak, termasuk juga dari partai politik (parpol). LPK memiliki audiens yang cukup loyal dengan lembaga maupun materi siaran. Interaksi masyarakat dalam materi siaran LPK sangat tinggi baik dalam aktivitas *on-air* dan *off air*. Loyalnya masyarakat terhadap LPK juga disebabkan karena faktor kedekatan (*proximity*) baik secara fisik, studio radio berada dekat dengan lingkungan tempat tinggal warga, maupun secara psikis yang menyiarkan materi acara yang dekat dengan kehidupan warga. Dampaknya, warga tidak ketinggalan informasi karena LPK selalu dapat memenuhi kebutuhan masyarakat.

Kedekatan lain yang menjadi ciri keunggulan LPK yaitu berprinsip “dari-untuk-oleh warga komunitas” yang berdampak pada pemilihan dan pemunculan nara sumber. Siapa saja boleh menjadi nara sumber bergantung pada konteksnya. Sebagai konsekuensinya, informasi yang dihasilkan menjadi beragam. Semua tersedia sesuai dengan keinginan dan kebutuhan warga komunitas setempat.

Kondisi-kondisi inilah yang membuat partai politik berminat untuk memanfaatkan keunggulan LPK baik dari disisi kedekatan materi siaran dengan kebutuhan masyarakat, ataupun dengan kedekatan LPK dengan lingkungan komunitasnya berada. Partai politik memiliki keuntungan bila mampu menyisipkan kepentingannya dalam program acara yang disukai oleh komunitas dari LPK. Daya pengaruh dari materi siaran LPK sangat menguntungkan bila juga dimanfaatkan parpol

untuk mempengaruhi komunitas yang loyal terhadap LPK.

Kondisi pragmatis jelas-jelas menjadi ancaman bagi LPK, disebabkan oleh minimnya kemampuan sumber anggaran, kondisi alat peralatan penyiaran yang sangat terbatas, serta kualitas program siaran. Melihat kondisi ini tentunya amat mudah bagi para parpol yang banyak diisi oleh para pengusaha untuk memberikan “suntikan” dana kepada LPK dalam bentuk pembelian kepemilikan LPK atau menjadikannya sebagai bagian dari jaringan LPS yang dimilikinya. Untuk kepentingan menambah jumlah massa dari parpol, maka menguasai LPK adalah salah satu langkah efektif. Masyarakat komunitas dari LPK dapat digunakan juga sebagai massa dari parpol dimaksud. Praktek semacam inilah yang pada akhirnya membuat LPK ditinggalkan pengikut setianya, dan pada akhirnya cenderung untuk berubah status menjadi LPS. Hal inilah yang menyebabkan LPK tidak dibolehkan untuk terlibat pada praktek politik praktis, baik dari sisi kepemilikan maupun dari sisi program siaran.

LPK menyelenggarakan siaran yang alokasi wilayah frekuensinya wajib dekat dengan kegiatan komunitas. LPK memancarluaskan siaran hanya pada satu wilayah siar. Pada saat ini frekuensi yang diperoleh LPK berada pada wilayah frekuensi yang mendekati frekuensi jalur penerbangan.³⁹ Keberadaan frekuensi LPK tersebut jauh dari frekuensi yang digunakan oleh masyarakat pada umumnya. Alokasi wilayah frekuensi yang diperoleh LPK wajib dekat dengan kegiatan masyarakat. Alokasi wilayah frekuensi yang dekat dengan kegiatan masyarakat dimaksudkan agar masyarakat dapat memperoleh siaran yang dilakukan oleh LPK khususnya pada frekuensi yang rendah.⁴⁰ Mengingat pada pelaksanaannya, LPK biasa melakukan siaran berjaringan maka perlu

³⁹ Frekuensi yang diperoleh LPK biasanya berada pada frekuensi kisaran 107-107,9 FM, dimana pada frekuensi 108 merupakan jalur frekuensi untuk penerbangan.

⁴⁰ Biasanya masyarakat menggunakan frekuensi antara 88 – 100 FM. Dimana lebih mudah diakses pada frekuensi tersebut.

dibuka kesempatan untuk memancarluaskan siaran melalui jaringan LPK.

Pengembangan keberadaan LPK di masa yang akan datang memang harus memperhatikan kecerdasan kondisi sosial masyarakat yang berada pada radius tertentu dari stasiun radio tersebut berada. Hal ini disebabkan program acara yang disajikan adalah program acara yang memang hanya bisa sesuai dengan kondisi masyarakat yang berada pada jangkauan radius siarannya. Perhatian dari pemerintah daerah memang sangat dibutuhkan terutama dalam memberikan kesempatan kepada LPK untuk membantu menyampaikan kebijakan yang dihasilkan pemda. Namun kesempatan yang diberikan pemda ini tidak dimaksudkan untuk merubah format kelembagaan dan format siaran LPK yang selama ini sudah begitu dekat dengan masyarakat pendengarnya.

LPK harus tetap independen dan netral dalam menjalankan usaha dan menyajikan program siarannya. Sebaliknya potensi yang dimiliki LPK ini harus mampu dibaca oleh pemda untuk membantu menyosialisasikan kebijakan yang dihasilkan kepada masyarakat. Wujudnya pemda bisa saja mengisi satu program acara LPK yang banyak penggemarnya, untuk menyiarkan kebijakan dimaksud. Bentuk lainnya, pemda dapat hanya menyajikan materi kebijakan dimaksud, karena selanjutnya LPK lah yang akan menyusunnya menjadi format siaran.

Pada sisi yang lain LPK perlu mendapatkan kemudahan dalam mendapatkan ijin penyelenggaraan penyiaran (IPP). Peryaratan perijinan harus dipermudah dan waktu untuk keluarnya IPP harus dipersingkat. Lamanya waktu pengeluaran IPP, berdampak LPK sangat jarang mendapatkan kesempatan untuk memberitakan atau mengiklankan kebijakan pemerintah yang perlu disosialisasikan kepada masyarakat. Pemda mempersyaratkan adanya IPP bagi penyelenggara penyiaran yang akan memberitakan atau menyiarkan iklannya, hal ini sebagai bukti pertanggungjawaban kegiatan yang telah dilakukan oleh pemda. Kondisi inilah yang pada akhirnya membuat LPK tidak bisa

memperoleh kesempatan untuk mengiklankan kebijakan pemerintah daerah.

3. Media Independen

Penataan LPK dari sudut pandangan komunikasi politik, berarti meletakkan LPK pada posisi media massa yang independen. Keseluruhan aktivitas LPK benar-benar ditujukan pada kebutuhan dan peningkatan kualitas komunitasnya. LPK sebagai media yang independen harus dapat menjadi *Public access center* yaitu tempat untuk belajar, menampung karya-karya warga, serta sekaligus sebagai tempat menyiarkan siaran hasil produksi warga. LPK dimaksimalkan untuk berfungsi sebagai tempat melakukan media literacy dan sekaligus sebagai wadah siaran suara warga.

Penataan LPK melalui penerapan prinsip independensi media, juga berlaku dalam rangka interaksi LPK dengan Pemerintah Daerah (Pemda). Meski LPK harus dibukakan kesempatan yang luas untuk menyiarkan hasil kerja pemda ke masyarakat, namun pemda sama sekali tidak boleh ikut campur dalam pengelolaannya. Untuk itu pemda harus selalu mengalokasikan dana untuk pos public access yang penggunaannya dapat melalui berbagai program acara yang terdapat di LPK.

Menjadikan LPK sebagai media yang independen dan hanya berorientasi kepada kebutuhan komunitasnya, juga perlu ditelaah dari seberapa besar komunitasnya mampu menggunakan LPK dalam kehidupan sehari-hari serta dampak yang dihasilkannya. Fungsi LPK sebagai media massa harus terus ditingkatkan, terutama dalam berorientasi kepada kebutuhan komunitasnya. Harus dipahami, bahwa komunitas LPK adalah *auidens* yang selalu bersikap aktif meningkatkan kualitas dirinya. Orientasi ini sesungguhnya upaya efektif dari LPK untuk dapat mendekatkan dirinya dengan kebutuhan dan pilihan media dari komunitasnya, sekaligus juga memenangkan persaingan media dalam merebut pilihan komunikannya.

Mengukur keberhasilan penataan LPK melalui pendekatan komunikasi politik juga

dapat dilihat dari seberapa besar keseluruhan aktivitas LPK mampu menghasilkan efek berupa terbentuknya opini publik. Efek yang diciptakan karena pengaruh siaran LPK, menjadi stimulus yang kuat bagi pembentukan opini publik. Kedekatan media dengan komunitasnya dan rutinitas siarannya, menjadi modal yang sangat berharga bagi LPK dalam membentuk opini publik yang positif.

F. Penutup

1. Simpulan

Lembaga Penyiaran Komunitas merupakan Penyelenggara Penyiaran yang memproduksi siaran, didirikan oleh komunitas tertentu, bersifat mandiri, dan tidak komersial, dengan daya pancar rendah, luas jangkauan wilayah terbatas, serta untuk melayani kepentingan komunitasnya yang dipancarluaskan melalui media penyiaran televisi dan/atau radio.

Urgensi LPK selain sebagai media informasi juga dimaksudkan untuk mendorong partisipasi komunitas dalam menyelesaikan permasalahan komunitas, meningkatkan daya saing, mempertahankan kearifan lokal dan mengajak komunitasnya untuk terlibat aktif dalam proses pengambilan kebijakan publik di tingkat komunitas. LPK memiliki potensi yang sangat tinggi dalam menyosialisasikan materi kebijakan pembangunan daerah kepada masyarakat komunitasnya. Kedekatan masyarakat dengan program siaran LPK menyebabkan pengaruh materi siaran pembangunan daerah akan sangat positif direspons oleh masyarakat.

Berbagai kendala memang masih sering terjadi pada penyelenggaraan LPK. Dimulai dari perijinan yang hingga saat ini sangat sulit sekali didapatkan, walaupun sudah sejak lama diajukan kepada pemerintah melalui KPI. Kepemilikan modal usaha yang terbatas, menyebabkan LPK banyak memiliki keterbatasan dalam penyelenggaraan penyiaran terutama dari aspek kualitas isi siaran dan daya jangkauannya. Sumber anggaran LPK sangat terbatas, karena pada umumnya hanya bergantung kepada pemasukan sukarela dari komunitasnya. LPK selama ini tidak boleh

mendapatkan sumber pemasukan anggaran dari menyelenggarakan siaran iklan lokal.

Penataan terhadap LPK perlu dilakukan terutama terkait dengan penataan kelembagaan yang lebih profesional, peningkatan kualitas program siaran, serta penguatan regulasi yang mengatur tentang LPK. Penataan LPK juga ditujukan untuk tetap menjaga independensi media LPK dan hanya bekerja untuk kebutuhan komunitasnya. Penataan terhadap LPK yang dilakukan secara menyeluruh dan terpadu akan mendatangkan efek berupa terbangunnya opini publik yang positif.

2. Saran

Pemberdayaan LPK berarti memberikan aturan kepada LPK agar bisa memaksimalkan produksiarannya yang sesuai dengan semaksimal mungkin kebutuhan masyarakat komunitasnya. UU Penyiaran harus memberikan kesempatan kepada LPK untuk mendapatkan kemudahan dalam pengurusan ijin penyelenggaraan penyiaran (IPP), sebagai syarat sah bersiaran. Diversifikasi sumber anggaran bagi LPK harus diberikan kesempatan, tanpa merubah tatanan prinsip penyelenggaraan penyiaran dari LPK.

Penataan harus memberikan kesempatan kepada LPK untuk mendapatkan perlindungan dari pemerintah dengan memberikan kesempatan kepadanya untuk menyosialisasikan program-program pembangunan daerah kepada masyarakatnya. LPK perlu diberikan kesempatan untuk mendapatkan sumber anggaran yang besar agar dapat menghasilkan program siaran yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan komunitasnya. Frekuensi LPK juga harus sedekat mungkin dengan wilayah jangkauan masyarakat komunitasnya.

Penguatan LPK perlu dilakukan agar keberadaan lembaga penyiaran ini akan tetap mampu bertahan dari derasnya pengaruh kekuatan LPS di masyarakat. Kunci suksesnya yaitu tetap menjadikan LPK sebagai media hiburan dan media pemberdayaan masyarakat komunitasnya. Beberapa materi siaran yang berpotensi menjadikan LPK sebagai media pemberdayaan masyarakat, diantaranya menyajikan materi siaran

yang bersifat interaktif dengan masyarakat dalam rangka pemantauan program pemerintah pusat dan daerah. Pemberdayaan masyarakat melalui pemberdayaan kelembagaan LPK juga bisa dilakukan dengan mengajak LPK terlibat dalam media kampanye program berskala nasional atau lokal.

LPK juga dapat efektif bila digunakan sebagai media penyiaran yang melakukan pendidikan dan penyadaran masyarakat komunitasnya melalui siaran kampanye penyadaran hukum. Hal ini dimaksudkan meningkatkan kembali budaya kesadaran hukum khususnya di masyarakat komunitas. Materi siaran LPK punya potensi yang besar dalam rangka meningkatkan aktivitas sosial ekonomi komunitas. Penguatan LPK harus dipandang sebagai bagian dari penguatan masyarakat komunitasnya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Anwar Arifin, *Sistem Penyiaran Indonesia*, Jakarta, Penerbit Pustaka Indonesia, 2012.
- Atie Rachmiatione, *Radio Komunitas Eskalasi Demoratisasi Komunikasi*, Penerbit Simbiosia Rekatama Media, Bandung, 2007.
- Dennis McQuail, J. G. Blumer, dan J. R. Brown. *The television audience : A revised perspective*. Dalam McQuail, ed., *Sociology of Mass Communication*, London, Harmondsworth, 1972.
- Effendi Ghazali dkk, *Konstruksi Sosial Industri Penyiaran Plus Acuan tentang Penyiaran Publik dan Komunitas*, Jakarta: Penerbit Departemen Ilmu Komunikasi UI, 2003.
- Elvinaro Ardianto dan Lukita Komala Erdinaya, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Penerbit Remadja Rosdakarya, Bandung, 2007.
- Hinca Panjaitan, *Memasung Televisi, Kontroversi Regulasi Penyiaran di Era Orde Baru*, Institut Studi Arus Informasi, Jakarta, 1999.
- John Vivian, *Teori Komunikasi Massa*, alihbahasa Tri Wibowo B.S, Penerbit Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2008.
- Katz, E., M. Gurevitch, dan H. Haas. *On the use of mass media for important things*. *American Sociological Review*. 1973.
- Morissan, *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio dan Televisi*, Jakarta, Penerbit Kencana Prenada Media Group, 2009.
- , *Jurnalistik Televisi Mutakhir*, Penerbit Kencana Media Group, Jakarta, 2010.
- Muhamad Mufid, *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*, Jakarta, Penerbit Kencana Prenada Media dan UIN Press, 2005.
- Nick Jankowski, *Community Media in the Information Age*, New-Jersey, Hampton Press Inc.
- Puji Riyanto (et.al), *Kepemilikan dan Intervensi Siaran Perampasan Hak Publik, dan Bahaya Media Ditangan Segelintir Orang*, Jakarta: Penerbit Yayasan Tifa dan PR2Media, 2014.
- Rhenald Kasali, *Manajemen Public Relations Konsep dan Aplikasi di Indonesia*, Jakarta: Penerbit Grafiti, 2005,
- Riswandi, *Dasar-Dasar Penyiaran*, Penerbit Graha Ilmu, Jogjakarta, 2009.
- Werner J Severin dan James W Tankard, Jakarta, *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*. Kencana, 2011.

Undang-Undang

Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran.

Laporan Penelitian

Laporan Hasil Penelitian Tim Politik Dalam Negeri Tahun 2013, "Penataan Penyiaran di Indonesia Menuju Terciptanya Demokratisasi Penyiaran

Makalah

Combine Resources Institution, *Perkembangan Radio Komunitas di Indonesia dalam Konteks Makro*, Makalah seminar hasil penelitian. Jakarta.

Laman

Awang Ruswandi, “*Mengoptimalkan Lembaga Penyiaran Publik dan Komunitas*”, <http://staff.blog.ui.ac.id/awang.ruswandi/2008/03/19/mengoptimalkan-lembaga-penyiaran-publik-dan-komunitas/>, diakses tanggal 30-7-2013.

KPK *Launching Program Kerjasama Dengan Radio Komunitas*”, <http://www.jrkijatim.com/?p=987> diakses tanggal 12-3-2014.

“*Mengupas Lembaga Penyiaran Komunitas*”, <http://seputar-penyiaran.blogspot.com/2008/04/mengupas-lembaga-penyiaran-komunitas.html>, diakses tanggal 31-3-2013.

M. Riyanto, “*Urgensi Radio Komunitas*”, <http://www.suaramerdeka.com/harian/0510/29/opi4.htm>, diakses tanggal 20 Juni 2013.

“*Profil Grabag TV*”, <http://grabagtv.blogspot.com/2009/07/profil-grabag-tv.html> diakses tanggal 17-3-2014

“*Radio Komunitas Masih Menunggu Ijin*”, <http://diskominfo.jabarprov.go.id/radio-komunitas-masih-menunggu-ijin/#.UspZAs7y5H0> diakses tanggal 6-1-2014.

“*Radio Komunitas Kalbar Usung Gerakan Indonesia Bersih*”, <http://regional.kompas.com/read/2013/04/22/02104842/Radio.Komunitas.Kalbar.Usung.Gerakan.Indonesia.Bersih>, diakses tanggal 12-3-2014

“*Televisi Komunitas UPI Dinilai Layak*”, <http://berita.upi.edu/2012/01/06/televisi-komunitas-upi-dinilai-layak/>, diakses tanggal 17-3-2014.

“*Tentang Radio Komunitas*”, <http://www.rakita.org/rakom.html> diakses tanggal 6-1-2014.

