

PERAN STRATEGIS TELEVISI KOMUNITAS DALAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT

Hartanto

Institut Kesenian Jakarta (IKJ)
Jalan Cikini Raya No. 73 Jakarta 10330

Abstract

"Grabag TV, one of the few active community television stations in Indonesia. Grabag TV was founded in 2005 by Hartanto, a lecturer from the Jakarta Institute of the Arts and native of Grabag. At the time, Grabag residents could only receive the commercial television channel RCTI, relayed from Jakarta by antenna because of the village's mountainous surroundings. Grabag TV has a small studio, provided basic equipment, and organised training sessions on script-writing, filming and editing. Using the existing antenna, villagers began broadcasting programs written and produced by their fellow citizens. Grabag TV, has two-hour broadcasts every Monday, Wednesday and Friday afternoon. Any villager with an idea for a program or a general interest in broadcasting is welcome to make a contribution. Farmers and traders go on air to talk about their professional problems, plans and strategies. Programs have featured students from primary and secondary schools discussing the positive and negative effects of television on education, part of Grabag TV's efforts to raise the media literacy of Grabag's citizens. The art and culture programs often contain popular Javanese dance and music performances. Grabag TV also organised live coverage of elections for the village head, thus providing a new mechanism for monitoring local political processes".

Keywords: *television, community, media literacy.*

Abstrak

"Grabag TV adalah salah satu dari hanya sedikit stasiun televisi komunitas yang aktif di Indonesia. Grabag TV didirikan pada tahun 2005 oleh Hartanto, seorang dosen dari Institut Kesenian Jakarta dan penduduk asli Grabag. Pada saat itu, para penduduk Grabag hanya bisa menangkap siaran dari stasiun televisi komersial RCTI yang ditayangkan dari Jakarta, dengan menggunakan antena, dikarenakan desa ini terletak di tengah wilayah pegunungan. Grabag TV memiliki studio kecil, menyediakan peralatan dasar, dan menyelenggarakan acara pelatihan tentang penulisan naskah, pembuatan film, dan penyuntingan. Dengan menggunakan antena yang sudah ada, para penduduk desa mulai menyiarkan berbagai acara yang ditulis dan diproduksi oleh masyarakat setempat. Grabag TV menyiarkan berbagai acara selama dua jam setiap hari Senin, Rabu, dan Jumat sore. Setiap orang yang mempunyai ide untuk mengisi acara atau tertarik dengan bidang penyiaran boleh membantu. Para petani dan pengusaha bisa mengisi acara untuk membicarakan masalah-masalah profesi mereka, serta rencana dan strategi mereka. Beberapa acara pernah menampilkan siswa dari sekolah dasar sampai sekolah menengah atas yang membahas berbagai pengaruh positif dan negatif televisi terhadap pendidikan. Ini adalah bagian dari upaya Grabag TV untuk meningkatkan literasi media di antara para penduduk Grabag. Acara seni dan budaya seringkali menampilkan pertunjukan tari dan musik Jawa yang populer. Grabag TV juga menyelenggarakan siaran langsung tentang pemilihan kepala

daerah setempat sehingga menyediakan mekanisme baru untuk memantau proses politik lokal.¹²

Kata kunci: televisi, komunitas, literasi media.

Pendahuluan

Televisi sebagai salah satu media komunikasi yang dominan di masa kini, telah memberikan manfaat yang besar bagi khalayak penonton-nya. Informasi, ilmu pengetahuan, kesenian, dan hiburan disampaikan oleh media televisi dengan gaya dan kemasan yang sangat atraktif sehingga memiliki daya pesona yang membuat khalayak penonton kecanduan. Tetapi ada suatu fakta bahwa industri televisi dikuasai oleh segelintir personil yang memiliki kecenderungan dan motivasi tertentu sehingga selalu berada dalam ranah subjektif untuk memenuhi kepentingan para pemilik dan pengelolanya. Akibatnya, selain manfaat yang besar bagi masyarakat, televisi juga membawa muatan-muatan yang bersifat negatif yang merugikan masyarakat. Karena pertelevisian kita didominasi oleh televisi swasta yang didasari motivasi bisnis, maka semakin terasa dampak negatifnya sebagai berikut.

a. meningkatnya sikap dan perilaku konsumtif, melalui tayangan iklan komersial dan sinetron yang menjual mimpi

b. mengarahkan pada gaya hidup, perilaku, dan budi pekerti yang sangat metropolitan, tidak sesuai dengan budaya

dan kemampuan finansial sebagian besar khalayak penonton, terutama di kota kecil dan desa.

c. mengurangi produktivitas dalam kehidupan sehari-hari, karena waktu dan perhatiannya tersita oleh siaran televisi komersial yang sangat atraktif.

d. menciptakan keseragaman yang mematikan keberagaman yang menjadi kekayaan negeri ini.

Muatan acara televisi bisa digolongkan menjadi tiga jenis, acara televisi yang bersifat madu, racun, dan candu. Khalayak penonton pada umumnya mampu membedakan acara yang bersifat madu (bermanfaat) dan racun (merusak). Tetapi tidak mudah untuk mengetahui mana acara yang bersifat candu (merusak perlahan-lahan).

Di tengah kritikan dan hujatan terhadap televisi swasta yang menayangkan acara bersifat racun dan candu, pengelola stasiun televisi swasta selalu berkilah bahwa untuk membiayai siaran dan produksi acara televisi membutuhkan dana yang besar, karena itu mereka tidak mau rugi (dan maunya keuntungan yang sebesar-besarnya). Karena itu lebih mementingkan acara yang ratingnya tinggi meskipun bersifat racun atau candu.

Secara legal sebetulnya yang dilakukan oleh televisi-televisi swasta

tidak menyalahi Undang-undang no 32 tahun 2002 tentang Penyiaran tahun. Pasal 16 ayat (1) menyatakan:

"Lembaga Penyiaran Swasta sebagaimana dimaksud dalam pasal 13 ayat (2) huruf b adalah lembaga penyiaran yang bersifat komersial berbentuk badan hukum Indonesia, yang bidang usahanya hanya menyelenggarakan jasa penyiaran radio atau televisi"

Kata *komersial* itulah yang membuat para pengelola stasiun tele-visi swasta tidak peduli ketika me-nyiarkan racun dan candu terhadap khalayak penonton televisi, sepanjang racun dan candu tersebut memberikan keuntungan material yang tinggi.

Di tengah dominasi televisi swasta (yang bersifat komersial) sebetulnya Undang-undang Penyiaran juga memberikan kesempatan pada lembaga penyiaran televisi non komersial yang lebih memihak ke khalayak penonton. Dua jenis lembaga penyiaran tersebut adalah televisi publik lokal dan televisi komunitas. televisi publik lokal adalah *lembaga penyiaran yang didirikan oleh pemerintah daerah, bersifat independen, netral, tidak komersial dan berfungsi memberikan layanan untuk kepentingan masyarakat*. Sedangkan televisi komunitas adalah *lembaga penyiaran yang didirikan oleh komunitas tertentu, bersifat independen, dan tidak komersial, dengan daya pancar rendah, luas jangkauan wilayah terbatas, serta untuk melayani kepentingan komunitasnya*. Jelas lebih banyak kesamaan di antara kedua jenis penyiaran televisi tersebut, dibandingkan

dengan perbedaannya: yaitu pada sifatnya yang independen, tidak komersial dan berfungsi memberikan layanan kepada masyarakat atau komunitasnya.

Berdasar pada kondisi yang sudah dipaparkan, maka mulai bulan November tahun 2004, penulis mendorong warga Grabag untuk mendirikan dan mengembangkan sebuah Televisi komunitas di kecamatan Grabag kabupaten Magelang, *Grabag TV*. Tetapi baru pertengahan tahun 2005 hingga akhir tahun 2006 penulis melakukan pengembangan *Grabag TV* secara intensif.

Tujuan dari artikel ini adalah untuk memberikan pemahaman tentang televisi komunitas, terutama *Grabag TV*, yang diarahkan untuk memberikan wawasan perkembangan media audio visual atau yang sering juga disebut dengan media rekam. Dan karena penulis mengambil jalur Penciptaan Seni, maka semua yang penulis lakukan selalu diarahkan untuk menghasilkan sesuatu yang bukan sekedar kajian tetapi merupakan dorongan terhadap gerakan-gerakan kemasyarakatan yang mampu memberikan arah positif bagi perkembangan seni audio visual di negeri ini khususnya dan pengembangan karakter bangsa pada umumnya.

Memahami Media Komunitas

Secara konseptual, belum ada rumusan tentang komunitas yang cukup komprehensif. Batasan-batasan

komunitas bisa meliputi (Masduki, 2005: 147):

- a. Administratif (wilayah pemerintahan)
- b. Geografis (wilayah desa, kota, pantai, dan sebagainya)
- c. Demografis (karakteristik penduduk)
- d. Psikografis (preferensi kegemaran, gaya hidup)
- e. Sosio-ekonomis (level pendidikan & pendapatan)
- f. Teknologis (batasan frekuensi, standar teknis)
- g. Programatis (isi, orientasi, dan cara kerja)
- h. SDM (partisipasi, keterwakilan semua pihak)

Secara sosiologis, komunitas adalah kumpulan sejumlah orang di suatu tempat yang terikat faktor kerabat atau kepentingan primordial lain, dari yang bersifat praktis sampai ideologis. Dalam hal ini, komunitas berada di level ketiga setelah individu dan keluarga.

Komunitas terbentuk oleh dua hal (1) kesamaan lokasi (geografis), (2) kesadaran kolektif untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu (Masduki, 2005: 148). Di pedesaan, faktor pembentuk komunitas adalah kesamaan geografis dan ikatan kekerabatan. Sifat pembentuk ini relatif stabil dan tahan lama. Di perkotaan, komunitas terbentuk dari kesadaran kolektif akan kesamaan profesi, jabatan, kebutuhan praktis untuk saling menjaga keamanan, dan citra diri, sifatnya labil dan mudah bubar. Di komunitas yang berdasarkan

hobi, semisal komunitas motor gede, komunitas filateli, komunitas *underground*, faktor pembentuknya jelas kesadaran kolektif, kesamaan lokasi geografis menjadi tidak penting. Begitu juga, di dunia maya, komunitas terbentuk oleh kesadaran dan minat yang sama, faktor geografis sama sekali tidak penting.

Di kalangan penggiat televisi komunitas, batasan komunitas rupanya juga belum disepakati benar. Sebagian penggiatnya menggunakan pendekatan geografis. Komunitas mengacu pada pengertian sosiologis yang berarti sekelompok masyarakat yang tinggal dalam wilayah tertentu dan terikat pada kepentingan maupun nilai bersama. Sementara, bagi para penggiat televisi komunitas yang berbasis lembaga pendidikan, komunitas dipahami sebagai anggota lembaga tersebut. Maka wajar jika ada perguruan tinggi yang membuat televisi internal kemudian mengakuinya sebagai televisi komunitas.

Lepas dari perbedaan pemaknaan tersebut, terdapat semboyan umum media komunitas yang disepakati oleh semua penggiatnya, yaitu: oleh (*by*), dengan (*with*), dan untuk (*for*) warga komunitas (Lucas, 1995). Semboyan itu bisa kita lacak juga pada rumusan UNESCO tentang radio komunitas, yaitu radio yang dioperasikan di komunitas, untuk komunitas, tentang komunitas, dan oleh komunitas, berdasarkan kesamaan geografis atau minat yang sama di antara sekelompok orang.

Pasal 1 ayat 2 Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2005 tentang Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Penyiaran Komunitas memberikan definisi media komunitas:

“Lembaga Penyiaran Komunitas adalah lembaga penyiaran radio atau televisi 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.”

Berangkat dari definisi dalam peraturan pemerintah tersebut, dilengkapi dengan rumusan sejumlah lembaga seperti UNESCO dan Jaringan Radio Komunitas Indonesia (JRKI), kita akan menemukan sejumlah karakteristik yang melekat dalam media komunitas, yaitu: batasan geografis, partisipatif, dan *local content* (sebagai perbandingan, lihat Masduki, 2005: 150). Beberapa karakteristik dasar tersebut bisa kita gunakan untuk memahami, menganalisis, dan mengevaluasi televisi komunitas.

Prinsip pertama, batasan geografis. Artinya, media komunitas adalah media berskala lokal, memiliki jangkauan terbatas pada komunitas tertentu. Pasal 1 Ayat 3 PP Nomor 51 Tahun 2005 menyebutkan definisi komunitas yang mengacu pada batasan geografis: “Komunitas adalah sekumpulan orang yang bertempat tinggal atau berdomisili dan berinteraksi di wilayah tertentu”. Pasal 5 ayat 1 lebih tegas membuat batasan: “Radius siaran Lembaga

Penyiaran Komunitas di batasi maksimum 2,5 km (dua setengah kilometer) dari lokasi pemancar atau dengan ERP (*effective radiated power*) maksimum 50 (lima puluh) watt.”

Prinsip kedua, partisipatif. Partisipasi berarti keterlibatan warga secara aktif, bukan sekedar ikut serta (pasif), sejak pendirian hingga operasional siaran. Partisipasi adalah prinsip dasar pengelolaan media komunitas. Tanpa partisipasi dari anggota komunitas, segenap aktivitas siaran akan kehilangan makna dan tidak signifikan. Ketimbang mendikte ide-ide pribadinya, pengelola televisi komunitas yang baik akan selalu mengupayakan masukan berbagai pihak, dalam merancang dan memproduksi sebuah program siaran (Masduki, 2005: 149).

Di komunitas yang heterogen dalam hal umur, pendidikan, pekerjaan, strata ekonomi, dan lainnya, bentuk partisipasi juga akan heterogen. Dalam komunitas yang seperti itu, sebuah media komunitas perlu merumuskan bentuk-bentuk partisipasi yang beragam, agar setiap individu memiliki peluang berpartisipasi, tanpa merasa kecil kontribusi siarannya. Peluang partisipasi harus dibuka lebar, baik dalam pemilihan, pendanaan, produksi siaran, maupun selaku pihak pendengar yang harus terlayani hak dan kepentingannya. Untuk seorang pengusaha atau pejabat publik, dukungan yang tepat berbentuk dana dan kebijakan. Untuk guru atau pelajar, dukungan yang tepat bisa berupa turut

aktif mengelola, menjadikan media komunitas sebagai media belajar bagi para siswa, ataupun menjadi pendamping siaran.

Termasuk dalam prinsip partisipasi, teknologi media yang digunakan sesuai dengan kemampuan ekonomi komunitas. Artinya, pengadaan dan pengembangan peralatan yang digunakan berasal dari partisipasi anggota komunitas.

Dalam prinsip partisipasi ini, terkandung sebuah aksioma bahwa semakin mikro sebuah media, maka akan semakin partisipatif. Semakin kecil cakupan geografis televisi komunitas, semakin banyak individu yang terlayani sebagai subjek siaran, *covering* isu-isu lokal bisa dilakukan secara merata. Sebaliknya, televisi yang luas cakupan siarannya akan cenderung elitis dan makin sulit dikontrol oleh warga. (Masduki, 2005: 149).

Prinsip ketiga, *local content*. Media komunitas hadir dengan misi melayani komunitas, dimotivasi oleh cita-cita bersama dari komunitasnya, bukan untuk mencari keuntungan. Isi siaran sesuai dengan konteks komunitasnya, membahas dan mencari solusi atas masalah bersama. Ada beberapa ciri khas dalam media komunitas:

Pertama, proximity. Peristiwa-peristiwa dan persoalan yang disajikan berkenaan dengan warga komunitas. Terdapat tingkat relevansi yang tinggi antara isi media dengan kebutuhan informasi dan hiburan warga komunitas. *Kedua*, terdapat nilai berita yang

khas di media komunitas, yaitu *empathy*, atau kecenderungan berbagi rasa. Hal ini terbentuk karena kesamaan kultur, tujuan dan kepentingan dalam kehidupan bersama warga komunitas. *Ketiga*, sifat interaktif atau respons yang bersifat segera. Warga komunitas dapat dengan mudah mengunjungi studio media komunitas untuk mengemukakan saran, masukan atau keluhan yang berkenaan dengan isi maupun organisasi media komunitas itu sendiri. Para pengelola dapat dengan mudah menerima saran tersebut karena tingkat empati yang tinggi serta ketiadaan hambatan struktural manajerial tertentu.

Prinsip Dasar dan Struktur Televisi Komunitas

Prinsip dasar televisi komunitas adalah dari, oleh, dan untuk warga. Dalam prinsip ini, keterlibatan aktif menjadi kata kunci. Dalam prinsip keterlibatan ini, tidak ada manajemen yang ketat seperti halnya dalam perusahaan-perusahaan swasta. Orang-orang yang terlibat tidak terikat dengan sistem kepegawaian. Sistemnya sederhana: bergiliran, siapa yang bisa dan siapa yang tidak pada jadwal tertentu. Jadwal ini sangat fleksibel dan berubah-ubah sesuai kondisi. Dalam proses produksi, siapa saja boleh memproduksi ataupun terlibat dalam proses produksi program.

Struktur yang tetap hanyalah Dewan Penyiaran Komunitas (DPK) dan

Pelaksana Penyiaran Komunitas (PPK). Sifat permanen DPK dan PPK hanya dalam hal kelembagaan, bukan pada orang-orang yang ada di dalamnya. Artinya, DPK dan PPK harus tetap ada, menjalankan fungsi-fungsi tertentu, namun orang-orang yang mengisi dua lembaga tersebut dipilih untuk masa waktu tertentu, berganti-ganti secara periodik.

DPK merupakan perkumpulan yang berisi wakil-wakil dari semua elemen masyarakat yang ada di komunitas setempat. Tugas utama DPK adalah mengawal agar televisi komunitas tetap menjadi ruang publik bagi komunitas, bukan menjadi kendaraan bagi kelompok tertentu yang ada di dalam atau di luar komunitas. Sementara, PPK adalah lembaga yang dalam kesehariannya bertanggung jawab terhadap keberlangsungan aktivitas televisi komunitas. PPK bertugas merencanakan, memproduksi, dan melangsungkan siaran televisi komunitas.

Grabag TV

Grabag adalah sebuah kota kecamatan di kabupaten Magelang, Jawa Tengah. Alamnya subur, dengan ketinggian sekitar 680 m di atas permukaan laut, dengan demikian iklimnya cukup sejuk, cukup ideal sebagai daerah pertanian dan tempat tinggal. Tetapi tidak seperti daerah lainnya yang bergelimang dengan informasi dan hiburan melalui televisi, daerah Grabag adalah termasuk dalam *blank spot*. Kalau daerah-daerah lain

bisa menikmati paling sedikit lima siaran TV nasional, maka warga masyarakat Grabag harus cukup puas dengan menikmati siaran TVRI saja, kecuali bagi warga yang berkecukupan bisa membeli perangkat parabola sehingga bisa menerima seluruh siaran TV swasta nasional: RCTI, SCTV, TPI, Indosiar, Antev, Trans TV, Metro TV, Global TV, Lativi dan TV-7. Bahkan dengan parabola tersebut kita bisa menikmati siaran TV lokal dan TV khusus seperti Bali TV, Space Toon dll. Tetapi bagi sebagian besar warga masyarakat Grabag, parabola adalah sebuah kemewahan.

Saat ini memang sebagian warga Grabag bisa menikmati siaran RCTI dan Trans TV melalui sarana relay yang ada di kecamatan, tetapi daya jangkauannya terbatas, sehingga tidak bisa mencakup seluruh area kecamatan yang luas. Kualitas gambar serta suaranya pun masih di bawah standar.

Justru karena wilayah kecamatan Grabag berada dalam *blank spot*, di mana tidak banyak limpahan siaran TV yang bisa dinikmati warga masyarakat, maka *televisi komunitas* memiliki kemungkinan luas untuk dikembangkan, inilah yang menjadi "modal awal" untuk mendukung niatan mendirikan *Grabag-TV*.

Atas inisiatif beberapa orang warga Grabag, dimotori oleh seorang warga Grabag yang menjadi dosen sekolah Film dan Televisi di Jakarta, dilakukannya siaran sosialisasi TV komunitas *Grabag TV*. Siaran sosialisasi perdana dilakukan tanggal 8 November 2004.

Siaran ini menggunakan pemancar yang sehari-hari merelai RCTI, lokasinya di Kecamatan Grabag. Respons masyarakat ternyata tinggi, dilihat dari semakin meningkatnya jumlah anggota masyarakat yang mau terlibat dalam kegiatan *Grabag TV*. Dari siaran pertama ini terbukti TV komunitas bisa menjadi sarana kontrol sosial yang efektif. Secara tidak sengaja seorang warga yang sedang naik sepeda sambil merokok terekam oleh kamera *Grabag TV*, saat itu bulan puasa. Ketika disiarkan pada hari berikutnya, sang anak yang nonton siaran protes kepada ayahnya mengapa ayahnya tidak puasa. Sang ayah tidak bisa mengelak (Siaran tanggal 8 November 2004, bertepatan dengan bulan puasa). Ini adalah bukti adanya *proximity* antara sesama warga komunitas.

Sesuai dengan misi utama TV komunitas yaitu memberikan hak kepada masyarakat untuk menggunakan udara di wilayahnya bagi kepentingan mereka, maka diadakanlah pelatihan-pelatihan untuk mempersiapkan mereka membuat acara yang disiarkan pada sosialisasi *Grabag TV*. Yang ikut pelatihan terdiri dari berbagai profesi, petani, guru, siswa, karyawan, penyuluh, penyanyi, supir truk, MC, dll. Mereka lah kemudian yang menjadi kru *Grabag TV*.

Grabag TV mulai dikenal luas, terutama karena menyiarkan kegiatan sehari-hari masyarakat Grabag. Muncul lah kebutuhan masyarakat akan media televisi ini. *Grabag TV*

menyiarkan acara-acara pengajian, upacara Hari Kemerdekaan, acara ritual tradisi, penyuluhan pertanian, pendidikan dan media ajar. Pada masa itu setiap kegiatan Bupati di daerah Grabag selalu disiarkan *Grabag TV*.

Pada mulanya seluruh produksi program dilakukan warga, dikerjakan siang malam oleh warga. Hal ini menimbulkan kendala tersendiri karena warga juga harus bekerja di siang hari. Kendala ini teratasi dengan banyaknya mahasiswa dan siswa yang magang di *Grabag TV*, misalnya dari Akindo Yogya, SMK Penyiaran Kendal, Poltek Negeri Semarang, SMK Muhammadiyah Magelang, SMK Bondowoso, dan lainnya. Dengan keberadaan siswa dan mahasiswa magang ini, pola kerja *Grabag TV* berubah, pagi hingga siang hari aktivitas-aktivitas bisa ditangani oleh peserta PKL, sore hingga malam hari dikerjakan oleh warga Grabag.

Idealnya, untuk menjaga keberlangsungan program-program televisi komunitas, perlu seorang 'penjaga gawang' yang menjaga kontinuitas siaran televisi komunitas. Penjaga gawang inilah yang bertanggung jawab, melakukan koordinasi, sekaligus turut memproduksi program-program televisi komunitas dalam keseharian. Penjaga gawang ini selayaknya digaji, walaupun tentu saja tidak dengan standar gaji profesional dunia *broadcasting*.

Lalu, bagaimana dengan pengelolaan keuangan televisi komunitas? Berdasarkan pengalaman *Grabag TV*,

total pengeluaran tiap bulan lebih kurang Rp 800.000,00. Tiga ratus ribu Rupiah adalah biaya listrik, lima ratus ribu Rupiah adalah biaya produksi program. Jumlah pengeluaran tersebut tidak termasuk biaya pengadaan kaset karena selama ini *Grabag TV* mendapatkan bantuan kaset dari donatur di Jakarta.

Dari mana sumber dananya? Dalam konteks *Grabag TV*, dana Rp 800.000,00 tersebut ditutup dengan sumbangan warga. Di Grabag, warga bersedia menyumbang karena memang tingkat partisipasi dan rasa kepemilikan terhadap *Grabag TV* sudah terbangun. Namun, tentu saja, hal ini bukan kondisi ideal. Untuk menjaga keberlanjutan televisi komunitas, harus tetap dilakukan upaya-upaya *fund rising* yang kreatif.

Salah satunya adalah model iklan usaha milik warga. Artinya, warga yang memiliki usaha bisa beriklan di televisi komunitas. Memang, masalah iklan ini masih menjadi perdebatan dalam televisi komunitas. Pasal 27 PP Nomor 51 Tahun 2005 menegaskan: "*Lembaga Penyiaran Komunitas dilarang melakukan siaran iklan dan/atau siaran komersial, lainnya, kecuali iklan layanan masyarakat.*" Namun, sebenarnya semangat yang mendasari bukan berarti televisi komunitas dilarang beriklan. Yang diharamkan dalam televisi komunitas adalah menjadikan televisi komunitas sebagai tempat untuk mencari keuntungan. Oleh karena itu, menurut penulis, iklan

diperbolehkan dalam televisi komunitas, sepanjang tidak diorientasikan untuk mencari keuntungan, namun semata untuk menghidupi kelangsungan televisi komunitas, serta tidak memengaruhi independensi siaran.

Mekanismenya tidak harus sama dengan model periklanan televisi komersial di mana pengiklan menyewa biro iklan untuk membuatkan tayangan iklan yang mereka inginkan. Tayangan iklan usaha warga komunitas tidak perlu seperti iklan di televisi swasta yang biasa kita tonton. Dalam televisi komunitas, warga yang memiliki usaha bisa saja meminta pengelola televisi komunitas untuk membuatkan liputan singkat tentang usahanya lalu menyiarkannya melalui televisi komunitas. Warga tersebut membayar sejumlah uang tertentu, secara sukarela, yang kemudian bisa digunakan untuk biaya produksi program-program televisi komunitas.

Strategi lainnya yang mungkin dilakukan adalah menjadi jasa dokumentasi acara-acara warga, baik yang bersifat pribadi maupun kelompok, misalnya acara resepsi pernikahan. Warga yang memunyai hajatan bisa meminta televisi komunitas mendokumentasikan acaranya, sekaligus menyiarkan sebagian dokumentasi tersebut melalui televisi komunitas. Sebagai gantinya, warga yang memiliki hajatan tersebut menyumbang sejumlah uang pada televisi komunitas.

Lebih luas, dalam konteks kelangsungan siaran, pertukaran program

dengan televisi komunitas lainnya menjadi sangat penting. Bisa juga, dilakukan produksi program bersama antar televisi komunitas.

Materi Siaran

Apa yang disiarkan televisi komunitas? Berbagai jenis acara disiarkan di televisi komunitas. Mulai dari acara dusun, rembug warga, kerja bhakti, kontes menyanyi, pertunjukan kesenian tradisional, debat calon-calon kepala desa, dialog kebudayaan yang diselengi seni tradisi lokal, *talkshow* seputar persoalan warga, pengajian/siraman rohani, semarak tujuh belas Agustus-an, warta warga, video klip lagu-lagu daerah, cerita (*story telling*) tentang legenda setempat oleh pelajar, pemutaran film pendek (film non komersial) dan karya video komunitas, serta berbagai program acara lain yang tidak pernah ditayangkan oleh televisi swasta.

Tiap televisi komunitas memiliki tekanan dan fokus siaran yang berbeda-beda, sesuai dengan kondisi komunitas masing-masing. Di *Grabag TV* hampir seratus persen program diproduksi sendiri. Semuanya tentang sesuatu yang ada di Grabag, sesekali tentang daerah lain di sekitarnya. Dengan proses produksi seperti itu, warga Grabag secara luas diharapkan bisa terlibat ataupun tampil di *Grabag TV*.

Grabag TV mempunyai tiga tema utama: pertanian dan wirausaha,

pendidikan, dan kesenian. Pemilihan tiga tema itu berdasarkan realitas sosial di Grabag di mana warganya sebagian besar hidup dari pertanian, sebagian lainnya dengan wirausaha. Tema pendidikan dan kesenian muncul lebih karena visi *Grabag TV* yang ingin mengusung kesenian-kesenian tradisional serta menjadi media pendidikan bagi warganya. Siaran tentang seni tradisi dan kesenian rakyat, selain menjadi hiburan bagi warga, juga menjadi media apresiasi terhadap seni tradisi lokal, sekaligus mendidik masyarakat untuk menjaga nilai-nilai dan tradisi lokal.

Sejumlah orang tampak berdebat bak politikus kawakan di layar televisi. Mereka adalah para calon kepala desa yang sedang berdebat. Lokasinya bukan di studio ber-AC atau hotel berbintang yang didesain sebagai tempat debat calon gubernur atau calon presiden sebagaimana biasa kita lihat di layar televisi swasta, namun perdebatan mereka berlokasi di halaman balai desa, duduk melingkar di kursi plastik dengan dekorasi seadanya. Beberapa penonton di studio alamiah tersebut malah terlihat berkerudung sarung untuk mengusir hawa dingin. Sese kali debat yang seru itu diselengi nyanyian biduan lokal berupa lagu *campursari*. Penyanyi pun berjoget bak bintang kontes dangdut. Meriah!

Acara debat calon kepala desa tersebut adalah bagian dari program *Grabag TV* dalam meliput proses pemilihan kepala desa Grabag. *Grabag*

TV bahkan menyelenggarakan siaran langsung sehabis penuh, dari pagi hari hingga malam hari, mulai dari pencoblosan hingga penghitungan suara. Jadi, waktu itu sebagian warga Grabag lebih memilih mengikuti proses penghitungan suara dari rumah masing-masing, melalui siaran *Grabag TV*. Begitu juga, waktu mau 'nyoblos', warga memantau melalui *Grabag TV*, apakah TPS masih ramai dan mengantre atau tidak. Sebelumnya, *Grabag TV* juga menyelenggarakan acara bertajuk *Genuk-Genuk Roso*, bertujuan menggali aspirasi warga tentang sosok kepala desa yang mereka inginkan. Dengan peliputan proses pilkades ini, partisipasi warga Grabag meningkat tajam.

Selain tentang kegiatan komunitas, isi siaran televisi komunitas bisa berupa *everyday life* warga setempat, misalnya tentang pertanian, pasar, aktivitas di balai desa, sekolah, atau lainnya. Hal ini bisa diterapkan sebagai strategi memperluas keterlibatan warga. Misalnya, untuk melibatkan kelompok-kelompok RT, tiap RT diminta membuat program yang menjelaskan seluk beluk RT masing-masing. Untuk melibatkan guru-guru sekolah, televisi komunitas bisa menjadi media ajar bagi mereka.

Contoh nyata adalah program reportase tentang bertanam cabe yang diproduksi warga Grabag dari lahan miliknya sendiri. Berbekal *camera handycam* seharga Rp 2.500.000,00 dibantu *tripod* seharga Rp 500.000,00

milik Grabag TV, warga Grabag tersebut berperan sebagai kamerawan sekaligus reporter. Setelah memberikan narasi pembuka dengan teknik kamera *close up* kepada dirinya sebagai reporter, sejenak kemudian ia berhenti dan mendekat ke kamera, mengubah *shot* kamera menjadi *long shot* agar petani yang berdiri di sampingnya masuk dalam sorotan kamera. Kemudian sang reporter yang juga merangkap kamerawan tersebut melanjutkan reportasenya dengan melakukan wawancara terhadap petani sebagai narasumber.

Sungguh menggelikan sekaligus menghibur karena disiarkan melalui televisi tanpa proses *editing* yang sempurna, penampilan reporter yang terpaksa bolak-balik ke kamera dan si petani yang sesekali terlihat melirik ke kamera menjadi warna tersendiri bagi program siaran *a la* televisi komunitas tersebut.

Dalam beberapa kesempatan, televisi komunitas bisa menyelenggarakan acara yang memang dirancang secara khusus untuk mendukung peran dan visinya di tengah-tengah komunitas. Misalnya, *Grabag TV* mempunyai misi menjadi agen pendidikan literasi media bagi masyarakat, maka *Grabag TV* menyelenggarakan *talk-show* tentang literasi media dengan menghadirkan pembicara yang kompeten. Dalam hal pendidikan jurnalistik, *Grabag TV* pernah mengadakan *talkshow* tentang jurnanisme warga.

Dalam tahap awal pendirian televisi

komunitas, siaran bisa dilakukan berdasarkan bahan yang ada, misalnya bisa berupa dokumentasi kegiatan di komunitas. Tayangan pertama itu tentu saja mengejutkan sekaligus mendebarakan bagi warga komunitas. Pada tahap awal ini, biasanya akan muncul kritikan dan keluhan mengenai kualitas gambar yang masih buruk, misalnya kamera yang tidak fokus, bergerak-gerak, gambar tidak terlalu jelas, atau lainnya. Kritik ini muncul karena warga telah terbiasa dengan televisi swasta. Namun, kritik ini harus dipandang secara positif, menunjukkan bahwa warga memerhatikan keberadaan televisi komunitas tersebut. Bahkan, kritik ini bisa dijadikan titik awal untuk menarik partisipasi warga secara lebih luas. Dengan kritik tersebut, bisa diselenggarakan pelatihan produksi program televisi komunitas bagi warga. Pelatihan ini bisa diselenggarakan secara bertahap. Jarak antar pelatihan bisa panjang, misalnya enam bulan atau setahun sekali. Lebih lanjut, selain kepada warga, pelatihan bisa ditujukan kepada siswa SMA atau SMP yang ada di komunitas tersebut. Sehingga, lama-kelamaan warga yang melek secara teknologi dan produksi program akan semakin banyak. Asumsinya, warga yang terlibat dalam berbagai aktivitas televisi komunitas pun akan semakin banyak.

Itulah televisi komunitas, isi siaran selalu tentang komunitas sendiri, tentang hal-hal yang dekat dengan keseharian warga. Tayangan televisi

komunitas terlihat sangat natural, apa adanya. Berbeda jauh dengan televisi swasta Jakarta yang penuh tayangan glamor, menggambarkan ruangan berkelas, rumah mewah, mobil terbaru, dan produk-produk konsumtif yang sedang *trendy*. Tidak ada kualifikasi dan persyaratan khusus dalam proses produksi seperti layaknya di televisi swasta, tidak perlu persyaratan *camera face*, berpenampilan dan bersuara menarik, dan syarat-syarat lainnya. Bahkan wajah reporter maupun pemain terlihat alamiah tanpa *make up*, kadang berkilau karena keringat yang membasahi dahi dan wajah mereka.

Begitu juga dengan masalah peralatan, siaran bisa menggunakan teknologi seadanya. *Grabag TV* selama satu tahun pertama siaran menggunakan satu kamera dan satu *video editing*. Keterbatasan peralatan tidak menyurutkan para pegiat televisi komunitas di Grabag untuk menyuguhkan tayangan alternatif bagi pemirsanya. Dengan tingkat dukungan warga yang semakin kuat, peralatan bertambah pelan-pelan, yaitu beberapa kamera dan *video switcher*. Dengan peralatan sumbangan warga tersebut, *Grabag TV* sekarang bisa mengadakan produksi dengan banyak kamera.

Televisi komunitas tidak mempunyai studio siaran. Alam dan lingkungan yang menjadi studio mereka. Produksi tidak dilakukan di sebuah studio, namun di kantor kecamatan, balai desa, atau rumah warga.

Saat ini, dengan dukungan kuat warga, *Grabag TV* memiliki studio yang sangat sederhana, jauh dari gambaran studio televisi komersial. Di studio yang terbuat dari bambu inilah *Grabag TV* mengadakan *talkshow* dan produksi program lainnya. Namun, prinsip dasarnya tidak berubah, alam dan lingkungan adalah studio mereka yang sebenarnya. Di sekeliling studio tersebut terdapat beberapa penginapan yang juga sederhana. Penginapan ini biasa digunakan untuk tempat tinggal siswa-siswa SMK ataupun mahasiswa yang tengah magang di *Grabag TV*, biasa juga dipakai oleh peserta pelatihan-pelatihan yang diselenggarakan di *Grabag TV*.

Program siaran di televisi komunitas selalu melibatkan banyak orang, mulai dari sutradara, kamerawan, *tukang lampu* (mereka menyebutkan begitu), *editor*, hingga pembawa acara. Semua peran itu dilakukan warga setempat. Partisipasi warga ini bisa menjadi ajang pendidikan literasi media yang sangat efektif. Dari proses produksi program, warga menjadi sangat sadar bahwa setiap orang punya hak untuk memproduksi berita, tidak hanya menjadi konsumen berita. Terdapat juga kesadaran bahwa program televisi sangat kental subjektivitas. Seorang produser program bisa membuat apa yang diinginkannya. Sebagai contoh, muncul kesadaran bahwa semua sinetron dikonstruksi oleh pembuatnya, kenapa tidak membuat sinetron sendiri? Akhirnya, warga Grabag terbiasa memproduksi film sederhana, salah

satu yang rutin dilakukan adalah film Idul Fitri.

Pada tahun 2007 banyak kegiatan dan siaran yang mendongkrak popularitas *Grabag TV*, dalam istilah penyiaran, *rating*-nya naik. Kegiatan Pilkades desa Grabag bulan Mei 2007 disiarkan *Grabag TV*, mulai dari persiapan sampai dengan pelantikan Kades terpilih. *Grabag TV* juga membuat acara *Genuk-genuk Roso* yang mengajak masyarakat mengungkapkan aspirasi mereka; Kades seperti apa yang menjadi harapan mereka. Kru *Grabag TV* keliling ke dusun-dusun melakukan liputan acara Genuk-genuk Roso ini.

Acara kampanye dan pemungutan suara disiarkan langsung oleh *Grabag TV*. Salah satu manfaat yang sangat signifikan dari siaran langsung ini adalah tidak adanya penumpukan massa pada saat kampanye, pemungutan suara, dan penghitungan suara. Dengan demikian menghindari kemungkinan terjadinya bentrokan antar pendukung calon-calon kades.

Pada tanggal 30 Mei 2007 dalam seminar nasional TV komunitas yang diselenggarakan Departemen Kominfo dan Fakultas Film & Televisi IKJ di hotel Borobudur Jakarta, *Grabag TV* diberi kesempatan untuk presentasi. Ternyata mendapat sambutan yang sangat luar biasa, bahkan ada yang menyatakan bahwa presentasi *Grabag TV* "dahsyat".

Untuk pertama kalinya di Grabag, dan mungkin untuk pertama kalinya di seluruh Indonesia, Upacara HUT

Kemerdekaan RI tingkat kecamatan disiarkan secara langsung melalui televisi.

Akhir bulan Agustus *Grabag TV* menjadi tuan rumah "*Workshop dan Pertemuan TV Komunitas seluruh Indonesia*". Acara ini merupakan kerja sama *Grabag TV* dengan Fakultas Film dan Televisi Institut Kesenian Jakarta. *Workshop* yang diikuti oleh pengelola TV komunitas dan calon TV komunitas seluruh Indonesia ini dilaksanakan selama tiga hari. Hasil *workshop* diterapkan pada peliputan kesenian tradisi dan acara Grabag Olah Vokal (GOLAV). Golav adalah lomba nyanyi semacam *Indonesian Idol*. Sebelum acara final Golav, para finalis dibimbing oleh Didi Petet, artis dan Dekan Fakultas Seni Pertunjukan IKJ dalam hal penampilan panggung dan penggunaan vokal.

Tanggal 2 September diadakan pertemuan para pengelola dan calon pengelola TV komunitas, dihadiri oleh Bimo Nugroho dari Komisi Penyiaran Indonesia Pusat, Wisnu Tri Anggoro dari Komisi Penyiaran Indonesia Jawa Tengah, Afras Sumarno dari Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan Diknas dan Camat Grabag. Pertemuan ini memutuskan untuk membentuk kelompok kerja yang target utamanya adalah pendirian Asosiasi TV Komunitas seluruh Indonesia.

Pada tahun ini *Grabag TV* mulai menerima Praktik Kerja Lapangan (PKL) mahasiswa perguruan tinggi dan

siswa Sekolah Menengah Kejuruan. Dari perguruan tinggi antara lain, Akademi Komunikasi Indonesia (Akindo) Yogya dan Politeknik Negeri Semarang (Polines), Universitas Negeri Yogyakarta. Sedang di tingkat sekolah menengah, dari SMK Negeri I Kendal, SMK Muhammadiyah Magelang, SMK Negeri I Bondowoso, SMK Negeri III Batu, Malang. Permintaan untuk melakukan PKL di *Grabag TV* semakin meluas, SMK yang sudah pernah mengirim siswanya pun menyatakan akan terus mengirimkan siswanya untuk PKL di *Grabag TV*.

Akhir tahun 2007 seorang mahasiswa Jurusan Komunikasi FISIP UGM melakukan penelitian di *Grabag TV*, dalam rangka penulisan skripsi. Menyusul dalam waktu dekat mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogya juga menulis skripsi tentang TV komunitas dengan subyek utama *Grabag TV*.

Tanggal 20 Mei 2008 adalah tepat 100 tahun Kebangkitan Nasional (1908–2008). Berbagai kegiatan dilakukan untuk memperingati momentum yang sangat langka ini, terutama menghadapi berbagai permasalahan besar yang melanda negeri ini. Saat ini ketika kita telah berhasil membebaskan diri dari penjajahan atas tanah air kita, pada kenyataannya kita kembali terjajah secara ekonomi dan budaya melalui ranah udara. Karena itulah tanggal 20 Mei 2008 kita jadikan sebagai kebangkitan melawan penjajahan melalui ranah udara terhadap negeri kita.

Pada tanggal 17-20 Mei 2008 diadakan Temu Nasional TV Komunitas Indonesia di Grabag, dihadiri oleh sekitar 120 orang. Mereka adalah para penggiat TV komunitas, kalangan perguruan tinggi, SMK Penyiaran dan LSM. Grabag TV menjadi tuan rumah dari acara ini. Puncaknya adalah pendirian Asosiasi TV Komunitas Indonesia (ATVKI). Supriyanto dari *Grabag TV* menjadi salah seorang pengurus ATVKI.

Nama *Grabag TV* semakin berkibar sebagai sebuah model TV komunitas yang berbasis warga. *Grabag TV* sering disebut-sebut di media cetak dan internet. Beberapa kali menjadi tujuan dari para peminat TV komunitas untuk studi banding.

Pro Kontra TV Komunitas

Dimasukkannya Lembaga Penyiaran Komunitas ke dalam Undang-undang no. 32 tentang penyiaran mengalami tentangan yang cukup keras dari pihak pemerintah dan PRSNI (Persatuan Radio Siaran Nasional Indonesia). Untuk mendapatkan gambaran terjadinya pro kontra yang cukup serius terhadap TV komunitas, dikutip dari *Tempo Interaktif* berikut ini.

DRAF Rancangan Undang-undang Penyiaran kembali dibahas dan rencananya Indonesia mulai Agustus 2002 sudah memunyai UU Penyiaran. Namun diperkirakan pembahasan RUU Penyiaran babak kedua ini bakal berjalan alot. Di antaranya yang bakal seru dibahas adalah soal keberadaan

lembaga penyiaran komunitas.

Sebelumnya, DPR menggunakan hak inisiatifnya dengan mencantumkan tiga lembaga penyiaran di Indonesia yang meliputi lembaga penyiaran publik, swasta, dan komunitas. Dasar DPR mencantumkan LPK itu sama dengan pendapat pakar, pengamat pers, dan juga UNESCO yang menyatakan lembaga ini cukup berpotensi mengembangkan demokrasi di kalangan masyarakat bawah.

Namun keberadaan LPK ini ditentang secara terang-terangan oleh pemerintah dan Perhimpunan Radio Siaran Swasta Niaga Indonesia (PRSSNI). Bahkan Ketua PRSSNI Gandjar Suwargani menyebutkan LPK sebagai pesanan asing. Gandjar juga menuding penyiaran komunitas berpotensi merusak nasionalisme dan menumbuhkan konflik di kalangan akar rumput.

Sementara pemerintah memberi alasan bahwa masyarakat belum siap. Selain itu keberadaan LPK untuk sementara masih dapat dipenuhi lembaga penyiaran publik dan swasta. Terakhir, pemerintah juga menyebutkan keberadaan LPK malah menyebabkan pemborosan penggunaan spektrum frekuensi.

Di balik penolakan itu gerakan pegiat LPK di daerah-daerah tak tinggal diam. Mereka terus berjuang untuk menunjukkan keberadaannya sehingga dapat diakomodir dalam UU Penyiaran. Maka berdirilah Jaringan Televisi Komunitas (JTK) yang dideklarasikan di Bontang, Kalimantan Timur. Me-

nyusul kemudian Jaringan Radio Komunitas (JRK) yang dideklarasikan di Jakarta.

Sampai saat ini kurangnya perhatian dan penolakan terhadap televisi komunitas masih berlangsung. Pemerintah belum memberikan alokasi frekuensi untuk televisi komunitas. Dalam perencanaan migrasi ke televisi digital tahun 2008-2018 televisi komunitas tidak diperhitungkan. Semakin jelas bahwa frekuensi yang diakui sebagai ranah publik lebih banyak diserahkan pada lembaga penyiaran swasta (yang bersifat komersial).

Di tengah pro kontra ini ungkapan dari *Grabag TV* yang ditulis oleh Supriyanto seorang guru SMP yang menjadi Penanggung jawab *Grabag TV*, bisa mencerminkan suara hati para pegiat televisi komunitas sebagai berikut.

Regulasi pengaturan penggunaan spektrum frekuensi sama sekali tidak memberikan ruang untuk tumbuhnya media komunitas, kepentingan TV komunitas semakin terpinggirkan. Peraturan Dep Hub KM 76 melarang TV komunitas menggunakan kanal UHF, kanal VHF akan dipergunakan untuk radio digital, tidak akan ada alokasi kanal khusus untuk TV komunitas di kanal TV Digital, akan dibedakan antara network provider dan content provider yang pasti akan menciptakan penguasa-penguasa baru di media. Dalam kondisi ini terasa semakin gagap-gempitanya kerakusan kelompok-kelompok manusia untuk melakukan eksplorasi terhadap spektrum frekuensi di ranah udara

kita. Gelombang mikro semakin dirambah untuk kepentingan komersial dengan dalih pengembangan sarana komunikasi dan informasi. Saat ini memang baru menjamah bilangan giga hertz, kalau dibiarkan saja pasti akan sampai pada hitungan tera hertz. Apakah kita tidak pernah belajar dari masa lalu? Kecerakahan manusia telah mengakibatkan rusaknya alam: kerusakan hutan, berubahnya lahan pertanian menjadi hutan beton, kerusakan tanah pertanian akibat penggunaan pupuk kimia yang berlebihan, polusi udara yang arahnya pada pemanasan global. Selama ini manusia digelisahkan oleh *global warming* yang membuat Bumi semakin panas. Tetapi apakah kita tidak berpikir tentang kemungkinan terjadinya *global vibrating*, penggetaran global, akibat penggunaan getaran yang berlebihan. Memang para ahli bisa berkilah bahwa frekuensi yang digunakan dalam komunikasi menghasilkan energi dengan power yang relatif kecil. Tetapi apakah kita tidak berpikir tentang interferensi, harmonik, resonansi dari getaran-getaran yang digunakan dalam komunikasi, terhadap alam di sekitar bumi kita ini? Yang kita takutkan adalah kalau-kalau penggetaran global bisa jadi lebih dahsyat dari pemanasan global. Tidak banyak yang dituntut oleh pelaku TV komunitas. Biarkan kami bicara, biarkan kami menyanyi, biarkan kami menari dan biarkan kami berbuat untuk kemaslahatan kita bersama, dalam lahan sempit di ranah udara kita. Janganlah semua spektrum frekuensi dijadikan komoditi, jangan sampai semua kanal komunikasi berada dalam pelukan tauke-tauke media. Sisakan setitik kanal untuk kami, para pelaku media komunitas di seluruh negeri ini, agar muncul keragaman pemikiran, keragaman

budaya, keragaman aspirasi, untuk menuju Indonesia yang bisa kita banggakan dalam percaturan dunia.

Literasi Media

Tidak banyak yang menyadari betapa gawatnya pengaruh televisi, film dan internet terhadap masyarakat menghadapi serbuan media tersebut. Kesadaran memberikan bekal kepada masyarakat (terutama anak-anak) menghadapi pengaruh negatif tayangan media yang bersifat racun dan candu belum menyentuh para pengambil kebijakan. Di sinilah semestinya gerakan literasi media dimulai meskipun sudah terlambat 10 tahun.

Apa sesungguhnya yang dimaksud dengan literasi media? Secara sederhana literasi media diartikan sebagai melek media. Batasan yang lebih formal: "Kemampuan mengakses, menganalisis, mengevaluasi dan mengkreasi media". Dari batasan ini terkandung dua arah pengertian, yaitu kemampuan untuk membaca (*decode*) media dengan kritis dan kemampuan untuk menulis (*encode*) media. Berdasarkan batasan ini pula penulis berpendapat bahwa pengertian literasi media sebagai melek media kurang tepat. Melek media adalah kemampuan untuk membaca media. Setiap anak yang sudah bisa nonton acara televisi berarti sudah mulai belajar untuk membaca kode-kode yang ditampilkan oleh acara televisi,

baik yang berupa visual, grafik, maupun audio. Artinya setiap penonton televisi bisa dianggap sudah melek media. Penulis lebih cenderung menggunakan istilah kritis media dibanding melek media.

Di tengah hujan kritik terhadap acara televisi komersial, film Indonesia, dan penggunaan media interaktif yang tidak bertanggung jawab, perlu dilakukan langkah-langkah menyatukan kekuatan-kekuatan yang selama ini sudah mulai melakukan kegiatan literasi media.

Kita sebut saja misalnya Yayasan Pengembangan Media Anak (YPMA), dosen-dosen di Universitas Indonesia, Universitas Islam Bandung (Unisba), Universitas Paramadina, Aisyiyah, Universitas Muhammadiyah Malang (UMM), Institut Kesenian Jakarta (IKJ), Komisi Penyiaran Indonesia Pusat (KPI) dan Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID), LSM pemantau media, beberapa Dinas Infokom tingkat provinsi. Tidak dilupakan keikutsertaan beberapa perseorangan atau lembaga yang sudah melakukan langkah-langkah literasi media tetapi di luar pantauan penulis.

Marilah kita satukan langkah-langkah tersebut dalam "Gerakan Literasi Media". Gerakan ini dimulai dengan meningkatkan kajian, sosialisasi dan promosi literasi media secara luas dan berkesinambungan. Antara lain melalui seminar, lokakarya, publikasi media, dan pembuatan jaringan para pelaku literasi media. Dalam hal

ini kita bisa bekerjasama dengan media cetak, radio, lembaga penyiaran publik, dan komunitas.

Selain itu kegiatan informal (pertemuan RT/RW, karang taruna, arisan, PKK) juga bisa digunakan untuk kepentingan ini. Bersamaan dengan itu kita juga harus mulai memotivasi agar literasi media bisa masuk ke dalam kurikulum pendidikan formal, mulai dari SD hingga perguruan tinggi (Di Malang Jawa Timur sudah ada sekolah dasar yang memasukkan literasi media ke dalam muatan lokal).

Masalah yang selalu menghantui setiap gerakan kemasyarakatan adalah masalah dana. Gerakan Literasi Media membutuhkan dana besar. Untuk mengawali gerakan ini memang kita harus berjuang keras. Kita harus mulai dengan dana dari partisipasi masyarakat melalui kegiatan kemasyarakatan hingga partisipasi lembaga pendidikan. Perjuangan berikutnya adalah mendapatkan dana dari anggaran negara, yang pasti akan memerlukan proses yang panjang dan berliku. Dana dari lembaga internasional juga harus kita gali. UNICEF cukup punya perhatian dalam masalah ini.

Perjuangan lain adalah mendorong eksekutif dan legislatif membuat peraturan yang mewajibkan lembaga penyiaran televisi komersial menyisihkan dana sebagai bagian dari tanggung jawab sosialnya. Kita sudah selayaknya meminta tanggung jawab sosial televisi komersial karena mereka telah menggali dana masyarakat melalui

belanja iklan. Kalau misalnya saja bisa disisihkan 1/1000 (satu permil) belanja iklan untuk kegiatan literasi media. Itu akan sangat berarti.

Yang lebih menguatkan tuntutan kita adalah, televisi swasta (yang menurut UU Penyiaran 2002, bersifat komersial) telah dan akan selalu memengaruhi masyarakat kearah konsumtivisme dan gaya hidup yang tidak sesuai dengan budaya dan kemampuan finansial sebagian besar anggota masyarakat kita. Kalau literasi media berhasil dikembangkan sehingga masyarakat sudah menjadi kritis media, maka yang diuntungkan justru televisi swasta sendiri.

Penjelasannya: Gerakan Literasi Media membuat masyarakat bersikap kritis terhadap media. Artinya masyarakat hanya mau nonton acara yang berkualitas sehingga memaksa stasiun televisi swasta hanya menyiarkan acara yang berkualitas. Akhirnya akan meningkatkan citra stasiun televisi swasta sendiri.

Penutup

Dengan semakin meningkatnya kesadaran masyarakat betapa pentingnya media alternatif yang mampu mengimbangi dominasi media komersial, maka prospek televisi komunitas sangat menjanjikan. Pengembangan televisi komunitas bukanlah untuk melawan televisi swasta (yang tidak akan terlawan), tetapi untuk menutupi sisi negatifnya dan memberikan

muatan yang tidak bisa diberikan oleh televisi swasta (yang bersifat komersial). Perlu ditegaskan lagi prospek dan peran strategis televisi komunitas sebagai salah satu kekuatan menentukan arah perkembangan bangsa. Dengan demikian fungsi strategis dari televisi komunitas adalah:

1. Menjadi sarana penyampaian informasi multi arah yang secara langsung bersentuhan dengan kehidupan sehari-hari, yang bermuara pada meningkatnya kesejahteraan masyarakat.
2. Menjadi sarana pendidikan dan penyuluhan yang langsung bermanfaat bagi masyarakat, karena kedekatannya pada sasaran.
3. Menjadi agen pendidikan literasi media, yaitu mempersiapkan masyarakat yang memiliki imunitas terhadap dominasi siaran televisi komersial yang bersifat negatif.
4. Memberi ruang bagi keberagaman budaya dan keberagaman cita rasa.
5. Memberi ruang bagi berkembangnya pemikiran, aspirasi, dan kreasi yang bersifat lokal tetapi berskala nasional atau bahkan global.
6. Menumbuhkan kedekatan antara rakyat biasa dengan pimpinan daerah dan wakil rakyat di lembaga legislatif, yang dengan sendirinya akan memperlancar program pembangunan.
7. Ikut mendorong dan menjaga keterbukaan sebagai bagian dari *good governance* di tingkat pemerintah daerah, kecamatan dan desa.

Daftar Pustaka

- Down, Brenda & Miller, Steve. *Media Studies*. London: Teach Your self Book. 1998.
- Douglass, John S & Harnden, Glen P. *Art of Technique, Aesthetic Approach to Film and Video Production*. Boston: Allyn and Bacon. 1996.
- Holland, Patricia. *Television Hand Book*. London: Routledge 1997.
- Masduki. "Perkembangan dan Problematika Radio Komunitas di Indonesia". *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fisip, Univ. Atmajaya Yogyakarta. Volume 2, Nomor 2, Desember 2005.
- Morisson, *Media Penyiaran, Strategi mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Ramdina Prakarsa, 2005.
- Peransi, D.A. *Film/Media/Seni*. Jakarta: FFTV Press. 2005.
- Sudibyo, Agus. *Ekonomi Politik Media Penyiaran*. Jakarta: LKis, 2004.
- Usman, Sunyoto. *Pembangunan dan Pemberdayaan Masyarakat*. Yogyakarta: Pustaka elajar, 1998.
- Withers, Robert S. *Introduction to Film*. New York : Barnes & Noble Books 1983.
- Wurtzel, Alan. *Television Production*. New York: McGraw Hill Book Company. 1989.