

DIVERSIFIKASI MEDIA MASSA DAN DEMOKRASI DI INDONESIA *Penguatan Peran Media Massa serta Masyarakat dalam Mewujudkan Demokrasi*

Manap Solihat

Dosen Tetap Prodi Ilmu Komunikasi Unikom

Abstract

Democracy as a form that ideology of the people as owners of the power as a channel their aspirations. The mass media has many functions, particularly those related to the implementation of democracy. Indonesia's efforts to achieve a democratic, progressive, and powerful. Its seems far from reality. Conditions of transition until now is still felt, the situation is still "all concerned". The mass media is gigamedium presenting a public space that becomes a mirror for anyone. Such a large impact on the sustainability of human life. Political and social developments in the community this nation can not be separated from how it all represented in a variety of communications media, especially television and the internet. According to the normative theory of modern mass communication, worthy for the life of the mass media in a democratic country, as well as Indonesia in the future is the fulfillment of some conditions such as: (1). Freedom of publication, which guarantees freedom of expression, conveying information and the truth. (2). Plurality of ownership, it is to reduce bias interests of media owners. (3). Diversity of information available to the public, namely the diversity of information provided to the public. (4). Diversity of expression of opinion. provide opportunities more or less equal access to various social groups, cultural minorities that exist in society. (5). Extensive reach, mass media system capable of reaching wide range of audiences. (6). Quality of information and culture available to the public, information and culture are presented to the public guaranteed quality. (7). The creation of the Indonesian mass media's commitment to support the democratic political system. (8). respect the privacy and rights in general. Alternative media system in democratic is built on a based of five sectors of the media types, namely with the core public service media, civic media , private commercial media , social marketing media, and cyber media. The second type of media sector which is the civic media, or citizens medium. This type of media is media that support the existence of organizations that exist in a democracy. Owned media such as CBOs, NGOs, interest groups, to political parties. The fourth type of media sector is social marketing media. The next type of private media companies. Then the last is the alternative media likes CyberMedia. This type of media that uses Internet technology, or digital technology. CyberMedia existence becomes more powerful when in reality are in the virtual space but the influence is now undeniable, many people take advantage of this medium, and on the future will be more important.

Keywords: democracy, gigamedium, normative theory, alternative media, cyber media

Abstrak

Demokrasi sebagai bentuk ideologi dimana rakyat sebagai pemilik kekuasaan membutuhkan ‘jembatan’ untuk dapat menyalurkan aspirasinya. Media massa memiliki banyak fungsi, khususnya yang berkaitan dengan pelaksanaan demokrasi di suatu negara. Upaya mewujudkan Indonesia yang demokratis, maju, adil, dan kuat, merupakan cita-cita reformasi selama ini. Namun nampaknya memang masih jauh dari realitas. Kondisi transisi hingga sekarang masih terasa, keadaannya masih “serba memprihatinkan”. Media massa adalah *gigamedium* yang setiap saat hadir sebagai ruang *public* yang menjadi cermin bagi siapapun. Dampaknya demikian besar pada keberlangsungan kehidupan manusia. Perkembangan sosial politik di dalam masyarakat bangsa ini tidak bisa dipisahkan dari bagaimana semuanya direpresentasikan di dalam berbagai media komunikasi, khususnya televisi dan internet. Menurut teori normative komunikasi massa modern, yang layak diimpikan untuk kehidupan media massa di suatu negara yang demokratis, sebagaimana halnya Indonesia di masa mendatang adalah terpenuhinya beberapa keadaan diantaranya : (1). *Freedom of publication*, yang menjamin adanya kebebasan berpendapat, menyampaikan informasi dan mengetahui kebenaran. (2). *Plurality of ownership*, hal penting untuk mengurangi bisa kepentingan pemilik media. (3). *Diversity of information available to public*, yaitu keragaman informasi yang disediakan untuk khalayak. (4). *Diversity of expression of opinion*. memberikan kesempatan akses yang kurang lebih sama kepada berbagai kelompok sosial, minoritas budaya yang ada pada masyarakat. (5). *Extensive reach*, sistem media massa mampu menjangkau secara luas berbagai khalayak. (6). *Quality of information and culture available to public*, informasi dan budaya yang disampaikan pada publik terjamin kualitasnya. (7). Terciptanya komitmen media massa Indonesia untuk mendukung sistem politik demokrasi. (8). menghargai privasi dan hak azasi secara umum. Sistem media alternatif yang demokratis dibangun atas landasan lima

sektor jenis media, yakni dengan inti sektor media pelayanan publik (*public service media*), sektor civic media, sektor media swasta yang komersial, sektor media pemasaran sosial, dan media alternatif (*cyber media*). Jenis sektor media yang kedua adalah *civic media*, atau media warga. Media jenis ini merupakan media yang mendukung keberadaan organisasi yang ada pada alam demokrasi. Seperti media milik Ormas, LSM, kelompok kepentingan, hingga partai politik. Jenis sektor media yang keempat adalah media pemasaran sosial (*social market sector*). Jenis sektor media berikutnya adalah media dalam sektor perusahaan swasta. Kemudian sektor media yang terakhir, adalah media alternatif yakni *cybermedia*. Media jenis ini merupakan media yang menggunakan teknologi internet, ataupun teknologi digital untuk operasionalnya. Keberadaan *cybermedia* menjadi suatu realitas yang nyata walaupun pada kenyataannya berada pada ruang maya tetapi pengaruhnya kini tak terbantahkan lagi, orang sudah banyak memanfaatkan media ini, dan hal ini kedepan akan semakin kuat kedudukannya.

Kata Kunci : demokrasi, gigamedium, teori normatif, media alternatif, cyber media

1. Pendahuluan

Demokrasi sebagai bentuk ideologi dimana rakyat sebagai pemilik kekuasaan membutuhkan ‘jembatan’ untuk dapat menyalurkan aspirasinya. Dalam sistem ketatanegaraan, lembaga penyalur aspirasi dan agregasi salah satunya adalah melalui alat komunikasi politik yaitu media. Untuk mencapai masyarakat yang sangat luas (mass media) menjadi sangat penting peranannya dalam berdemokrasi. Media massa memiliki banyak fungsi, khususnya yang berkaitan dengan pelaksanaan demokrasi di suatu negara.

Upaya mewujudkan Indonesia yang demokratis, maju, adil, dan kuat, merupakan cita-cita reformasi selama ini. Namun nampaknya memang masih jauh dari realitas. Kondisi transisi hingga sekarang masih terasa, keadaannya masih “serba memprihatinkan”.

Fase pemerintahan setelah bergulirnya reformasi telah berganti dari mulai masa pemerintahan Abdurahman Wahid yang diteruskan oleh Megawati yang maju sebagai presiden setelah dilengserkannya Gus Dur (sapaan akrab Abdurahman Wahid), lalu presiden Susilo Bambang Yudoyono (SBY) dan sekarang dengan pemerintahan dipimpin oleh Joko Widodo (Jokowi – JK).

Gaduhnya perilaku elit politik dan jalannya roda pemerintahan terekam jelas dalam suatu volume informasi yang digelontorkan pada publik baik melalui media massa konvensional maupun media jejaring sosial sebagai indikasi kekuatan yang mulai diperhitungkan sebagai saluran aspirasi

masyarakat. Masalahnya adalah bagaimana media massa menyajikan informasi yang benar pada publik tanpa distorsi ataupun pretensi negatif tentang keberpihakan media yang cenderung (menjadi rahasia umum) bersifat partisan.

Sistem pengaturan penyiaran di Indonesia telah berlangsung lebih dari satu dasawarsa merujuk pada Undang-Undang Nomor 32 tahun 2002 tentang penyiaran. Terlepas dari kontroversi pada awal diberlakukannya undang-undang tersebut, dimana media hanya menjadi alat penguasa untuk mempertahankan hegemoni atas informasi dan mereka memiliki kekhawatiran, salah satunya adalah pembentukan KPI dinilai akan membelenggu kreativitas awak media. Kontroversi pemberlakuan Undang-Undang Penyiaran, bisa menjadi bukti betapa media massa telah menjadi instrument penting dalam peta politik Indonesia, khususnya di era reformasi ini.

Mengapa media massa menjadi hal yang penting untuk pembentukan Indonesia masa depan? Karena media massa bukan sekadar institusi bisnis tempat orang cari kerja dan keuntungan, namun media massa merupakan institusi sosial, sekaligus politik, yang menyentuh alam pikiran masyarakat luas, yang prosesnya potensial mempengaruhi apa yang terjadi pada masyarakat di masa mendatang, baik dalam proses politik, kehidupan sosial, atau ekonomi.

Tulisan ini ingin menyajikan pemikiran bagaimana sebaiknya media massa di Indonesia memiliki peran kontributif bagi tumbuhnya

demokrasi, ditengah maraknya media baru (diversifikasi media).

Media Massa dan Realitas Politik

Media massa adalah *giga medium* yang setiap saat hadir sebagai ruang *public* yang menjadi cermin bagi siapapun. Dampaknya demikian besar pada keberlangsungan kehidupan manusia. Perkembangan sosial politik di dalam masyarakat bangsa ini tidak bisa dipisahkan dari bagaimana semuanya direpresentasikan di dalam berbagai media komunikasi, khususnya televisi dan internet. Dunia sosial politik dan dunia komunikasi adalah dua dunia yang saling berhubungan di dalam masyarakat informasi dewasa ini meskipun ada relasi yang *problematic* di antara keduanya.

Seperti televisi dan internet adalah lukisan politik Indonesia di ruang publik sehingga makna keIndonesiaan itu sendiri bisa dibaca secara lengkap (meskipun ironis) di dalam program-program televisi, *trending topics* pada media jejaring sosial. Televisi dapat dikatakan sebagai sebuah pemadatan atau peledakan ke arah dalam realitas keIndonesiaan secara keseluruhan sehingga menonton televisi berarti menonton totalitas lukisan wajah Indonesia itu sendiri. Televisi dan bentuk media massa lainnya merupakan sebuah ruang yang didalamnya berlangsung berbagai bentuk eksperimen politik yang berupaya mencipta citra politik tertentu yang digerakkan oleh teknologi politik pencitraan, sementara internet dengan berbagai aktifitasnya melalui jejaring sosial (*social networking*), aktivitas para *blogger* dan penggunaan hypermedia lainnya adalah bentuk perluasan sebagai alternatif saluran komunikasi politik yang berlangsung, dan bentuk partisipasi yang lebih intens dari publik untuk terlibat langsung dalam suatu *discourse* pada isu-isu tertentu.

Akan tetapi politik yang hidup di dalam ruang publik tidak dengan sendirinya melukiskan realitas politik dalam pengertian politik nyata. Politik informasi dan pencitraan politik dalam bentuknya yang sekarang justru telah menggiring politik pada wujud *hiper*

realitasnya yaitu wujud simulasinya dalam media yang berbeda bahkan dapat terputus sama sekali dari realitas politik di ruang nyata. Jean Badrillaard dalam *In the Shadow of the Silent Majorities* (1983), mengemukakan bahwa media memproduksi semacam realitas kedua (*second reality*) yang mempunyai logikanya sendiri, yang pada titik tertentu dapat menetralsir bahkan membunuh realitas sosial politik dunia nyata, yang menggiring pada kematian sosial dan politik, sehingga yang tinggal hanyalah simulasinya. Dengan kata lain situasi ini disebut hiperpolitik yaitu politik yang hidup dalam wujud simulasinya di dalam ruang pencitraan yang tidak lagi mempresentasikan politik yang sesungguhnya di dunia nyata, ada keterputusan antara realitas politik di dalam media, realitas politik di dunia nyata dan realitas masyarakat sendiri (*politic of discontinuity*), bahkan politik itu sendiri dipanggungkan ibarat "*theatre of dreams*".

Kondisi yang Diinginkan

Menurut teori-teori normative komunikasi massa modern, kondisi ideal yang layak diimpikan untuk kehidupan media massa di suatu Negara yang demokratis, sebagaimana halnya Indonesia di masa mendatang adalah terpenuhinya beberapa keadaan sebagai berikut:

1. *Freedom of publication*. Hal ini merupakan dasar utama demokrasi, yang menjamin adanya kebebasan berpendapat, menyampaikan informasi dan mengetahui kebenaran.
2. *Plurality of ownership*. Pluralitas pemilihan media hal penting untuk mengurangi bias kepentingan pemilik media. Altschull (1984) dalam *second law of journalism*-nya, dikatakan "*the content of the media always reflect the interest of those who finance them*" (McQuail,2000:198).
3. *Diversity of information available to public*, yaitu keragaman informasi yang disediakan untuk khalayak.
4. *Diversity of expression of opinion*. Yaitu system media massa memungkinkan memberikan kesempatan akses yang kurang

lebih sama kepada berbagai kelompok social, minoritas budaya yang ada pada masyarakat.

5. *Extensive reach*, yaitu sistem media massa. Indonesia mampu menjangkau secara luas berbagai khalayak yang ada di negeri ini.
6. *Quality of information and culture available to public*. Maksudnya informasi dan budaya yang disampaikan pada publik terjamin kualitasnya.
7. Terciptanya komitmen media massa Indonesia untuk mendukung sistem politik demokrasi.
8. Media massa Indonesia menghargai privasi dan hak azasi secara umum.

2. Kajian Pustaka

Peran media massa dalam kehidupan sosial tidak ada yang menyangkal atas perannya yang penting dalam masyarakat modern. Mc Quail misalnya, dalam bukunya *Mass Communication Theories* (2000: 66), merangkum pandangan khalayak terhadap peran media massa. Setidaknya ada enam perspektif dalam hal melihat peran media. *Pertama*, melihat media massa sebagai *window on events and experience*. *Kedua*, media juga sering dianggap sebagai *a mirror of events in society and the world, implying a faithful reflection*. *Ketiga*, memandang media massa sebagai *filter, atau gatekeeper* yang menyeleksi berbagai hal untuk diberi perhatian atau tidak. *Keempat*, media massa acapkali pula dipandang sebagai *guide*, penunjuk jalan atau *interpreter*, yang menerjemahkan, dan menunjukkan arah atas berbagai ketidakpastian, atau alternatif yang beragam. *Kelima*, melihat media massa sebagai *forum untuk mempresentasikan berbagai informasi dan ide-ide kepada khalayak*, sehingga memungkinkan terjadinya tanggapan dan umpan balik. Yang terakhir. *Keenam* media massa sebagai *interlocutor*, yang tidak hanya sekedar tempat berlalu lalangnya informasi, tetapi juga partner komunikasi yang memungkinkan terjadinya komunikasi yang interaktif.

Pendeknya, semua itu ingin menunjukkan, peran media dalam kehidupan sosial bukan sekedar sarana *diversion*, pelepas ketegangan atau hiburan, tetapi isi dan informasi yang disajikan, mempunyai peran yang signifikan dalam proses sosial. Isi media massa merupakan konsumsi otak bagi khalayaknya, sehingga apa yang ada di media massa akan mempengaruhi -- menurut istilah Peter Berger (1979:13)-- *realitas subyektif pelaku interaksi sosial*. Atau dengan istilah lain, *media massa mampu menanamkan the pictures in our heads* (istilah Walter Lippman, 1921) tentang realitas yang terjadi di dunia ini. Gambaran tentang realitas yang "dibentuk" oleh isi media massa inilah yang nantinya mendasari respond dan sikap khalayak terhadap berbagai obyek sosial. Informasi yang salah dari media massa akan memunculkan gambaran yang salah pula pada khalayak, sehingga akan memunculkan respond dan sikap yang salah juga terhadap obyek sosial itu. Karenanya media massa dituntut menyampaikan informasi secara akurat dan berkualitas. kualitas informasi inilah yang merupakan tuntutan etis, dan moral penyajian isi media.

Persoalannya dalam kehidupan empiris, sikap, dan perilaku manusia atas suatu obyek lebih ditentukan oleh gambaran yang ada di kepalanya atas obyek itu, daripada keadaan yang sesungguhnya atas obyek tersebut. Dengan demikian jika isi media sebagai realitas simbolik, banyak menyajikan realitas kekerasan politik, dan ini tertanam pada gambaran yang ada di kepala khalayak, maka khalayak-pun akan beranggapan bahwa bahwa politik itu memang penuh kekerasan, dan pelakunya tidak bermoral. Dan respon mereka terhadap elite politik bisa negatif. Asumsi semacam inilah yang mendasari pemikiran *Cultivation Theory* (George Gerbner, 1972), *Spiral of Silence* (Noelle Neumann, 1974), ataupun juga *Agenda Setting* (McComb & Donald L. Shaw, 1969). Di sinilah pentingnya peran media massa sebagai realitas simbolik yang dianggap merepresentasikan realitas obyektif sosial, dan berpengaruh pada realitas subyektif yang ada pada para pelakunya.

3. Pembahasan

Sistem media yang demokratis pada dasarnya harus mewujudkan tiga karakteristik (Cuilenberg & McQuail, 1998:67). Pertama, terdapat independensi dari media yang ada. Sifat independence atau kemerdekaan ini berarti tidak ada campur tangan baik dari pemerintah, maupun monopoli swasta, termasuk di sini kepentingan pasar. Selanjutnya, media yang ada harus mempunyai *accountability*, pertanggungjawaban secara profesional baik terhadap masyarakat secara umum, maupun kepada pengguna atau khalayaknya. Karakteristik terakhir, sistem media harus menjamin adanya keberagaman, *diversity*, baik keberagaman politik (*political diversity*), maupun keberagaman sosial (*social diversity*).

Dengan mengambil contoh pemikiran Antony Giddens dalam *the third way* (1999), sistem media alternatif-pun memerlukan suatu percampuran antara prinsip liberalisme dengan sosialisme. Dalam pemikiran ini, mekanisme pasar mendapatkan tempat yang terhormat, tetapi pasar tidak bisa menggantikan keseluruhan peran negara (Gidens, 1999: 55). Artinya masih ada celah bagi negara melalui regulasinya untuk menjamin terciptanya kondisi yang demokratis. Hanya saja pengertian negara dalam konteks demokrasi, tidak identik dengan pemerintah, melainkan negara dalam arti luas, termasuk kesepakatan rakyat.

Sistem media alternatif yang demokratis dibangun atas landasan lima sektor jenis media, yakni dengan inti sektor media pelayanan publik (*public service media*), sektor civic media, sektor media swasta yang komersial, sektor media pemasaran sosial, dan media alternatif (*cyber media*).

Media pelayanan publik merupakan inti pengimbang bias mekanisme pasar. Media ini bekerja berdasarkan prinsip-prinsip fairness dan imparial. Orientasi utamanya adalah melakukan pemberitaan yang obyektif, dan pelayanan terhadap publik yang beragam untuk menjamin *social diversity* maupun *political diversity*, sebagaimana kondisi riil Indonesia yang berbhineka dalam berbagai hal. Isi media

contentnya lebih mengedepankan pada fungsionalisme media dalam proses demokrasi. Seperti fungsi *surveillance*, yaitu memberikan informasi pada warga negara tentang apa yang terjadi di sekitar mereka. Fungsi *education*, mengajarkan secara obyektif mengenai makna dan arti dari fakta-fakta yang terjadi. Fungsi pembentukan wacana atau menyediakan suatu *platform* untuk wacana politik publik, dan memfasilitasi terbentuknya opini publik. Di dalamnya termasuk menyediakan *space* untuk pendapat yang berbeda. Berikutnya adalah fungsi *publicity* mengenai kerja institusi politik dan pemerintah, sekaligus menjalankan peran jurnalismenya sebagai *watchdog* terhadap institusi-institusi tersebut. Terakhir, media ini memberikan fungsi *advocacy* terhadap pandangan politik masyarakat melalui prinsip keterbukaan (McNair, 1999: 21-22).

Media pelayan publik ini keberadaannya dilindungi dengan undang-undang sebagaimana model penyiaran publik diperankan oleh TVRI dan RRI, hanya saja perlu dilakukan pembenahan dan perubahan citra secara total pada kedua lembaga penyiaran ini. Penegakan prinsip *fairnes, imparialitas, independen* dan *obyektif*, serta *akuntabilitas* pada publik perlu dilakukan secara besar-besaran. Berperan sebagai *public service* tidak berarti isinya boleh tidak menarik, justru di sini media seperti itu dituntut untuk mengemas informasi yang bermakna pada publik tersebut dalam bentuk yang menarik oleh tangan-tangan yang benar-benar profesional. Nantinya media semacam ini diharapkan akan menjadi lambang kualitas dan akurasi isi media, baik dalam pemberitaan maupun jenis informasi lainnya. Selain itu media ini pulalah yang mengcover wilayah-wilayah yang tidak mempunyai potensi pasar, serta menampung budaya-budaya minoritas, sehingga menjaga prinsip *diversity* dalam sistem komunikasi massa.

Selanjutnya melalui sistem *licence fee, charity, iklan corporate, dan anggaran negara*, media pelayanan publik ini dihidupi. Karena itu pengelolanya harus bertanggungjawab secara profesional mengenai prinsip-prinsip demokrasi

yang melandasi keberadaan media itu pada publik.

Jenis sektor media yang kedua adalah *civic media*, atau *media warga*. Media jenis ini merupakan media yang mendukung keberadaan organisasi yang ada pada alam demokrasi. Seperti media milik Ormas, LSM, kelompok kepentingan, hingga partai politik. Media ini bertujuan untuk memperjuangkan visi dan misi organisasi yang membentuknya, termasuk dalam hal perjuangan politik, kesadaran lingkungan, keagamaan dan lain-lain. Untuk media cetak (*print media*), semua komponen sosial di atas boleh memiliki media untuk kepentingan organisasinya, dan bebas dalam pengelolaan. Tetapi untuk media elektronik (TV dan Radio) ---karena menggunakan sarana frekuensi milik publik (*public domain*), yang jumlahnya terbatas--- dalam pemberitaannya mereka diberlakukan prinsip obyektifitas dan imparialitas atau *fairness doctrine*. Pelaksanaan prinsip ini bukan lagi sekadar etika, melainkan menjadi regulasi yang diawasi oleh lembaga independen penyiaran yang dipilih oleh parlemen sebagaimana FCC di AS, dan IBA di Inggris. Civic media yang berbentuk media cetak “diperlakukan berbeda”, karena pada dasarnya media cetak itu seluruh komponen yang digunakan dalam proses komunikasi adalah menggunakan milik mereka sendiri, yaitu menggunakan kertas-kertas mereka sendiri. Sementara untuk penyiaran mereka harus “meminjam” dan menggunakan frekuensi milik publik yang jumlahnya amat terbatas. Belum lagi, penetrasi pengaruh penyiaran terhadap persepsi publik jauh lebih besar dibanding dalam media cetak (Gerbner, 1972). Karena itu media penyiaran yang mengabaikan kepentingan publik yang beragam, bisa tidak diberi ijin frekuensi, atau tidak diperpanjang penggunaannya oleh lembaga independen tersebut.

Media warga (*civic media*) bisa dibiayai melalui iklan, *charity*, maupun subsidi dari organisasi yang mendirikannya. Media semacam ini bebas untuk masuk dalam

mekanisme pasar, atau berubah menjadi media yang riil mencari keuntungan (*swasta*).

Jenis sektor media berikutnya adalah *media dalam sektor perusahaan swasta*. Jenis media ini murni mengikuti mekanisme pasar, mereka mempunyai kebebasan yang amat luas dalam hal isi media, dan terlepas sama sekali dari kewajiban yang dipersyaratkan dalam pelayanan publik. Namun walaupun bersifat komersial etika jurnalistik tetap berlaku sebagai bagian dari akuntabilitas terhadap publik. Sedang untuk jenis media komersial yang berupa media elektronik, seperti radio dan TV, selain mengikuti etika, mereka juga dituntut untuk “tunduk” terhadap regulasi yang berkaitan dengan penggunaan frekuensi yang ditetapkan oleh komite nasional penyiaran yang independen. Jenis media swasta yang komersial ini dibiayai sepenuhnya dari penjualan *space iklan*, langganan, ataupun usaha komersial lainnya. TV swasta seperti RCTI, SCTV, Indosiar, TPI, Antevu, dan Metro TV bisa masuk dalam katagori media ini. Begitu pula radio-radio swasta yang tergabung dalam PRRSNI, dan media cetak yang murni perusahaan swasta.

Jenis sektor media yang keempat adalah *media pemasaran sosial (social market sector)*. Bentuk media ini adalah media-media kecil, minoritas yang tumbuh dari kelompok-kelompok kecil masyarakat dan mempunyai concern terhadap eksistensi kelompok kecil tersebut. Media semacam ini dimungkinkan memperoleh kebijakan subsidi secara selektif baik oleh anggaran negara, maupun usaha *charity* di masyarakat. Media milik kelompok tani, koperasi, mahasiswa, atau juga kelompok minoritas yang lemah, atau *subculture* tertentu, merupakan contoh-contoh jenis media pemasaran sosial.

Kemudian sektor media yang terakhir, adalah *media alternatif yakni cybermedia*. Media jenis ini merupakan media yang menggunakan teknologi internet, ataupun teknologi digital untuk operasionalnya. Cybermedia bisa bersifat komersial atau swasta, dan juga bisa pula berupa *civic media* yang

mempunyai tujuan persuasi dan berafiliasi terhadap kelompok sosial, politik atau kepentingan tertentu, ataupun juga merupakan media pemasaran sosial. Yang jelas karena sifatnya cyber, berada di dunia maya, tanpa batas yuridiksi suatu negara, media ini lebih bebas dari regulasi apapun. Media ini merupakan bagian dari public space yang memberikan berbagai alternatif wacana secara bebas, dan diharapkan akan memunculkan kecerdasan dan resistensi penggunaannya. Semua tanggungjawab terhadap isi media ini dikembalikan kepada etika para pelaku komunikasi, dan selektivitas pengguna. Karena media ini lebih bersifat interaktif, tidak massal, publik-nya bersifat spesifik, pendanaannya murni dari usaha pengelolanya sendiri, apakah dengan cara komersial ataupun yang lain. Yang jelas negara tidak mempunyai kewajiban untuk mencarikan subsidi untuk sektor ini.

Namun sebagai perbandingan di United Kingdom (Inggris), mulai tahun 2001 jenis media digital, yang menggunakan internet, *mobile selullere*, dan televisi khusus (digital) telah digunakan untuk *publik service*, maupun komersial. Sir Christopher Bland, pimpinan BBC, pada tahun 2005 sistem media digital digunakan secara besar-besaran untuk melengkapi peran broadcast konvensional, baik untuk televisi maupun radio. Pada tahun 2001 BBC di negaranya mulai bisa menikmati era televisi digital dengan *BBC Three*, *BBC Four*, dan *BBC Children Channel*. Sementara untuk radio, sistem digital dipakai untuk *BBC Network X*, *Network Y*, *Network Z*, *BBC Sport* (*BBC Radio 4* dan *5*), serta *BBC Asean Network*. Sementara di luar BBC yang sudah menggunakan sistem digital adalah *ITV*, *Channel 4*, *Chanel 5*, dan *S4C*. Namun untuk Indonesia, jenis media ini masih amat terbatas, karena itu hanya merupakan media alternatif.

4. Kesimpulan

Dalam tulisan ini secara implisit menunjukkan kompleksitas suatu sistem media yang demokratis, sekaligus menunjukkan pula tidak mudahnya upaya proses untuk

mewujudkan sistem itu. Ada banyak persoalan, baik berkaitan dengan tantangan ke depan dari teknologi komunikasi, kesiapan masyarakat, pemerintah, perangkat regulasi, maupun filosofi yang mendasari. Yang jelas upaya membangun sistem demokrasi tidak pernah lepas dari upaya memperkuat masyarakat, dan institusi-institusi sosialnya, yang kesemuanya harus ditempuh melalui proses yang panjang, serta pendanaan yang tidak sedikit. Tentu saja dalam kondisi ekonomi yang tidak menentu, sebagaimana pada masa transisi, membangun sistem media menjadi sesuatu yang sulit. Namun bagaimanapun sistem komunikasi massa merupakan aspek yang amat penting, karenanya layak untuk dipikirkan. Makalah ini sebenarnya dilihat dari ide dasarnya telah banyak dikemukakan oleh banyak orang (pakar), dalam upaya memunculkan suatu kerangka bangunan media massa yang benar-benar memihak pada kepentingan publik, bukan mengabdikan pada penguasa atau pengusaha (pemilik modal), dengan maksud terjadinya diskursus mengenai pembangunan sistem media di Indonesia ke depan, yang lebih maju, dan demokratis.

DAFTAR PUSTAKA

- Albarran, Alan B., *Media Economics, Understanding Markets, Industries, and Concepts* (Ames: Iowa State University Press, 1996).
- Berger, Peter., & Lucman, Thomas., *The Social Construction of Reality* (New York: Penguin Press, 1979).
- Biagi, Shirley, *Media Impact, Pengantar Media Massa*, Salemba Humanika, Jakarta, 2010.
- Cuilenberg, J.J. van & McQuail, Denis., "*Media Policy Paradigm Shifts, in Search of a New Communication Policy Paradigm*," in *G Picard (ed.), Evolving Media Market, Effect of Economic and Policy Changes* (Turku, Finland: Economic Research Foundation for Mass Communication, 1998).

- Curran, James., & Gurevitch, Michel., 2000, *Mass Media and Society*, Third Edition, (London: Arnold Co., 2000).
- DeFleur, Melvin., & Ball Rokeach, Sandra, *Understanding of Mass Communication* (New York: Longman Inc, 1994).
- Giddens, Anthony, The Third Way: *The Renewel of Social Democracy* (Malden: Blackwell Publisher Ltd, 1999).
- Hallin, D., *We Keep American on Top of The World* (London: Routledge, 1994).
- Iyengar, S., *Is Anyone Responsible? How Television Frames Political Issues* (Chicago: University of Chicago Press, 1991).
- Liebes, T., "*Television's Disaster Marathons: A Danger for Democratic Process?*," in T Liebes and Curran (eds) *Media Ritual and Identity* (London: Routledge, 1998).
- Jacobs, Norman, ed., *Mass Media in Modern Society* (New Brunswick and London: Transaction Publishers, 1992).
- Kleden, Ignas, "*Naturalisme dalam Politik Indonesia*," Kompas, 12 Agustus 2000.
- Littlejohn, Stephen.,W. Karen A. Foss, *Teori Komunikasi*, Salemba Humanika, 2012.
- McNair, Brian, 1999, "*Politics Democracy and the Media*," dalam *An Introduction to Political Communication. Second Edition* (London: Routledge, 1999).
- McQuail, Denis, *Mass Communication Theories*. Fourth edition (London: Sage Publications, 2000).
- McQuail, Denis, *Mass Communication Theories*, Third edition (London: Sage Publications, 1994).
- Rudick, Merlin, "*Menggaet Khala-yak*," dalam *Pers Tak Terbelenggu* (Jakarta: Dinas Penerangan Amerika Serikat (USIS), 1997).
- Schlesinger, P., "*Changing Space of Political Communication: The Case of the European Union*," dalam *Political Communication* (London: Routledge, 1999).
- Wimer, Roger, D., & Dominick, Josep, R., *Mass Media Research*, Six Edition (New York: Wadsworth Publishing Company, 2000).
- Sumber Lain :
- Internews Indonesia, *Membangun Partisipasi Publik terhadap RUU Usul Inisiasi DPR RI tentang Penyiaran*, tahun 2000, , Jakarta.