

# Realitas TV Lokal dan Celah Hukum: Studi Kasus Kerjasama Kompas TV dan BCTV Surabaya

Rahmad Harianto<sup>1</sup>  
rahmad78@gmail.com

**Abstract:** This article discusses the reality of local television after nine years of Law No. 32 of year 2002 on Broadcasting endorsed. Kompas TV cases cooperating with ten local television in the early emergence is one such example, even some of the local television that eventually acquired by private national television that they did have a very strong capital. This paper argues that what Kompas TV in this case is an ingenious attempt to exploit a legal loophole, which on the one hand that what Kompas TV is considered against the rules, on the other hand it is possible or not regulated in detail.

**Keywords:** restructuring law of broadcast, Kompas TV, local broadcast

**Abstrak:** Artikel ini mendiskusikan tentang realitas televisi lokal setelah sembilan tahun UU Nomor 32 tahun 2002 tentang Penyiaran disahkan pemerintah. Kasus kerjasama Kompas TV dengan sepuluh televisi lokal pada awal kemunculannya adalah salah satu gambaran bagaimana nasib televisi lokal sesungguhnya, bahkan tidak sedikit televisi lokal yang pada akhirnya diakuisisi oleh televisi swasta nasional yang secara modal memang lebih kuat. Tulisan ini berargumentasi bahwa apa yang dilakukan Kompas TV dalam kasus ini merupakan upaya cerdas memanfaatkan celah hukum yang ada, yakni di satu sisi apa yang dilakukan Kompas TV dianggap menyalahi aturan, tapi di sisi lain hal itu diperbolehkan atau belum diatur secara detail.

**Kata Kunci:** restrukturisasi UU penyiaran, Kompas TV, siaran lokal

---

<sup>1</sup> Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Ampel, Surabaya

## Pendahuluan

Undang-undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran yang disahkan pemerintah pada akhir tahun 2002, membuka kran demokratisasi di bidang penyiaran di Indonesia. Puluhan televise bermunculan di negeri ini, dan kehadiran Kompas TV pada 9 September 2011 termasuk menambah daftar alternatif tayangan televisi di masyarakat. Dengan *tagline* Inspirasi Indonesia, Kompas TV menjanjikan tayangan yang berbeda dengan sejumlah Televisi Swasta Nasional<sup>2</sup> yang lebih dulu eksis. Pendiri Kompas Gramedia Grup, Jakob Oetama, mengatakan, Kompas TV mengemban tanggung jawab untuk turut mencerahkan masyarakat.

”Melalui Kompas TV, kita akan melihat dimensi lain. Bukan hanya alam Indonesia yang indah, melainkan maknanya. Makna itu hanya ada dalam hubungannya dengan manusia. Yang memperkaya adalah manusia,” (Kompas 9 September 2011).

Dengan konsep produksinya yang mengeksplorasi Indonesia, baik kekayaan alam, khasanah budaya, Indonesia kini, hingga talenta berprestasi, tayangan Kompas TV mendapat respon positif dari masyarakat. Hal itu bisa dilihat sejumlah komentar balik dari mereka yang menjadi *follower* (pengikut akun) di akun *twitter* resmi Kompas TV di @KompasTV.<sup>3</sup>

Dalam memancarkan tayangannya, Kompas TV menjalin kerjasama dengan 10 stasiun televisi lokal yakni, MOS TV Palembang, Komedi TV Banten, STV Bandung, Borobudur TV Semarang, Art TV Purworejo, BCTV Surabaya, Agropolitan TV Batu, Dewata TV Bali,

---

<sup>2</sup> Penulis sebenarnya lebih suka menyebut sebagai TV lokal Jakarta yang bersiaran nasional. Penyebutan di atas untuk memudahkan karena istilah tersebut lebih populer. Jika merujuk pada UU No 32 Tahun 2002, tidak ada definisi TV Swasta Nasional, melainkan disebut Lembaga Penyiaran Swasta. Secara lebih prinsip ditegaskan di pasal 20 dimana dalam pasal tersebut yang dimaksud lembaga penyiaran swasta adalah lembaga jasa penyiaran yang masing-masing hanya dapat menyelenggarakan satu siaran dengan satu saluran pada satu cakupan wilayah siaran. Ini artinya semua stasiun tv swasta bisa dikatakan sebagai tv lokal jika mengacu pada pasal 20 tersebut.

<sup>3</sup> Pengamatan penulis yang kebetulan menjadi follower akun @Kompas TV.

KTV Pontianak dan Makassar TV Makassar. Kerjasama yang diterapkan Kompas TV diakui sebagai kerjasama operasi dan manajemen. Dalam hal ini Kompas TV memasok program tayangan hiburan dan berita pada stasiun televisi lokal yang menjadi afiliasinya. Pihak Kompas TV beralih kerjasama itu untuk memberikan alternatif tontonan yang segar, orisinal, inspiratif sekaligus menghibur dengan sinematografi kelas dunia. Harus diakui, pada sisi ini, program stasiun televisi lokal masih jauh dari yang diharapkan dalam hal kualitas tayangan. Tuntutan kreatifitas dan kebutuhan biaya yang tinggi hampir tidak mampu dipenuhi oleh stasiun-stasiun televisi lokal. Akibatnya, banyak televisi lokal mengambil jalan pintas dengan mengisi waktu siar mereka dengan program *home shopping*. Dari langkah itu, stasiun televisi lokal dapat menutup waktu tayangnya sekaligus meraup iklan.

Selain muncul di 10 stasiun televisi lokal itu, Kompas TV juga hadir di sejumlah saluran tv berlangganan yakni pada saluran Telkom Vision Jakarta, Citra TV/ Aora TV Jakarta, Centrin Cable Bandung dan First Media TV Jakarta. Di kanal televisi berbayar ini, Kompas TV mengklaim sebagai televisi berbayar pertama yang memiliki kualitas *High Definition* (HD). Kualitas *High Definition* menyajikan gambar dengan resolusi tinggi sehingga pemirsa dapat menikmati detail gambar dengan kontur jelas dan warna yang lebih tajam. Kualitas *High Definition* ini juga yang menjadi standart tayangan pada sistem digital nantinya.<sup>4</sup>

Berangkat dari realita kondisi TV lokal yang seperti itu, skema kerja sama yang dilakukan Kompas TV bermaksud menyehatkan isi siaran, menata manajemen dan SDM, serta memberikan bantuan teknis terkait pembuatan, penyediaan dan penjualan program TV. Hanya saja, klaim Kompas TV bahwa apa yang dilakukannya sebagai era baru penyiaran tampaknya tidak sepenuhnya diterima begitu saja.

---

<sup>4</sup> Sistem TV Digital rencananya akan dilakukan serentak pada tahun 2017. Sejumlah stasiun tv di Jakarta yang tergabung dalam Konsorsium TV Digital pernah diberi kesempatan untuk memberikan layanan uji coba siaran digital. Namun siaran uji coba tersebut tidak berlanjut dan kini hanya TVRI yang tetap memberikan layanan digital.

Kesan melakukan terobosan menghadapi era konvergensi media dan digitalisasi penyiaran memang bisa dibaca, mengingat Kompas TV sebelumnya hadir secara online, dan kini tampil sebagai penyedia program potensial. Hanya saja, kerangka regulasi tentang kedua hal itu belum ada. Kompas TV bahkan dianggap menerabas sejumlah aturan main dan tidak jelas "jenis kelaminnya". Meski CEO Kompas Gramedia, Agung Adiprasetyo, telah menegaskan bahwa Kompas TV bukan lembaga penyiaran melainkan sebagai penyedia konten yang diproduksi KG Production (Tompo 2011:online). Namun dalam kenyataannya, praktik yang dilakukan Kompas TV layaknya lembaga penyiaran pada umumnya. Ini bisa dilihat acara Kompas Up Date dan acara berita live yang disertai dengan laporan langsung dari daerah.

Kesan Kompas TV seperti stasiun TV pada umumnya juga ditangkap KPID Jawa Timur. Surya Aka, Ketua Bidang Kelembagaan KPID Jawa Timur, menyatakan, sepiantas memang tidak ada yang aneh pada Kompas TV. Perayaan *launching* Kompas TV pada 9 September 2011 di Jakarta Convention Centre dibuat secara spektakuler layaknya stasiun televisi lain pada waktu awal kemunculannya. Kesamaan lain menurut Surya Aka adalah Kompas TV secara teratur memproduksi program berita, feature, dialog dan hiburan. Begitu juga dalam hal bersiaran nasional, Kompas TV juga berjaringan dengan beberapa televisi lokal, baik dalam bentuk sistem relay, maupun siaran lokal (Kominfo 2011: online).

Kesamaan prinsip operasional inilah yang kemudian memunculkan reaksi keras di sejumlah kalangan. Menkominfo, Tifatul Sembiring, melarang Kompas TV menyiarkan program di televisi lokal yang belum memiliki izin penyelenggaraan penyiaran (IPP). Alasannya, Kompas TV hanyalah *Content Provider* yang konsepnya tak lebih dari *Production House* (PH). Karenanya, Tifatul menyarankan Kompas TV berganti nama, agar tidak dikesankan sebagai lembaga penyiaran. Selain itu pihak Kompas TV juga tidak boleh memakai kata "Kompas TV" dalam setiap siarannya. Bahkan secara tegas Tifatul akan mengenakan sanksi terhadap televisi lokal yang menjadi mitra Kompas TV. Tifatul menampik jika sikap tegasnya itu sengaja untuk menjegal kehadiran Kompas TV melainkan semata-mata hanya untuk

menegakkan aturan yang ada dalam UU Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran.<sup>5</sup> Setali tiga uang dengan pemerintah, Ketua Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) Pusat, Dadang Rahmat Hidayat, mengatakan, kerjasama antara Kompas TV dan beberapa TV lokal di daerah, yang sebagian besar masih belum selesai perizinannya, belum dapat dijadikan dasar legal bagi TV lokal tersebut untuk mengubah format siarannya.

Berangkat dari pro dan kontra itulah tulisan ini akan membahas apakah siaran berjaringan yang dilakukan Kompas TV dengan 10 stasiun televisi lokal di sejumlah daerah melanggar UU No. 32 Tahun 2002 tentang penyiaran dan bagaimana solusinya.

### **Realitas TV Swasta Lokal: Berjuang di Tengah Hegemoni TV Nasional**

Definisi televisi swasta lokal sebenarnya tidak beda jauh dengan televisi komersial nasional. Dalam UU Nomor 32 tahun 2002 tentang Penyiaran disebutkan, definisi televisi komersial adalah Lembaga penyiaran yang bersifat komersial berbentuk badan hukum Indonesia yang bidang usahanya hanya menyelenggarakan jasa penyiaran televisi. Yang membedakan hanya daya pancarannya saja. Dari sisi latar belakang legitimasi politis atas lembaga penyiaran swasta lokal sendiri juga berawal dari pertimbangan yang bersifat ekonomis. Yaitu, untuk mengeliminir monopoli kepemilikan media televisi oleh pemodal tertentu, serta untuk melakukan desentralisasi modal dan akumulasi keuntungan dalam bisnis penyiaran, sesuai dengan semangat otonomi daerah. Namun apa yang diharapkan tersebut hingga kini belum bisa terwujud. Sejumlah persoalan membelit televisi swasta lokal mulai dari masalah perijinan, modal, konten maupun dalam hal teknis. Belum lagi harus bersaing dengan televisi swasta lokal Jakarta yang bersiaran nasional yang dalam banyak hal jelas lebih unggul.

---

<sup>5</sup> Lebih jelas mengenai peringatan ini, lihat Siaran Pers No. 65/PIH/KOMINFO/9/-2011 tentang Peringatan Kementerian Kominfo Terhadap Kehadiran Kompas TV (Kominfo 2011:online).

Kondisi ini menyebabkan nasib televisi lokal seolah-olah hanya sebagai pelengkap tontonan saja. Sehingga tak salah jika banyak yang menilai keberadaan televisi lokal di daerah seolah-olah hidup enggan mati tidak mau. Harapan sebagian besar pemilik stasiun televisi lokal untuk bisa meraup untung besar seperti yang dialami stasiun televisi di Jakarta ternyata tidak semudah yang dibayangkan. Proses perijinan yang lama – hingga mendapatkan Ijin Prinsip Penyiaran - dan biaya operasional yang tinggi menjadi beban berat bagi mereka yang tidak kuat secara modal. Berbagai cara dilakukan pengelola stasiun televisi lokal agar bisa tetap *survive*. Mulai dari cara menggandeng investor hingga menjual waktu siar.

Bisnis televisi adalah bisnis yang kompleks. Ada banyak faktor yang menentukan sukses tidaknya sebuah stasiun televisi. Diantaranya modal, manajemen, kompetensi, dan jaring distribusi. Dari sejumlah faktor itu, faktor modal lah yang sangat menentukan. Hal ini bisa dilihat televisi swasta lokal yang paling maju perkembangannya adalah televisi yang didirikan oleh kelompok bisnis yang sudah mapan dalam peta bisnis media (Sudibyo 2004:137). Menjalankan bisnis media televisi memang tidak mudah. Ishadi SK, CEO Trans Corps menyatakan bahwa mengelola televisi itu selain padat modal, padat karya, harus pula padat kreativitas dan kerja keras. Karenanya televisi yang didasari modal kecil dan semangat saja tidak akan mampu bertahan. Hal ini juga dibenarkan Imawan Mashuri, Ketua ATVLI (Asosiasi Televisi Lokal Indonesia). Menurut Imawan, hanya anggotanya yang selama ini bekerja keras saja yang bisa mendapatkan keuntungan di daerahnya masing-masing. Sebaliknya, televisi lokal yang dulu niatnya hanya mengurus perizinan dan hanya ingin menunggu sesuatu, kini hanya pasrah terhadap iming-iming pemodal kuat dari pusat (Kominfo 2011: online).

Sulitnya berkembang bagi televisi lokal di tengah hegemoni televisi swasta nasional ini dibenarkan Bambang Purwadi, Station Manager BCTV. Sebagai salah satu televisi lokal swasta di Surabaya, BCTV pada awal berdirinya mengklaim sebagai saluran televisi berbasis bisnis. Hal ini terlihat jelas dari pemilihan nama BCTV yang berarti Bisnis Channel Televisi. BCTV didirikan pada tahun 2009 oleh

PT. Oxxy yang juga merupakan perusahaan jasa advertising cukup ternama di Surabaya. Namun setelah berjalan 2 tahun, keuntungan dari bisnis televisi lokal ini tak kunjung diperoleh. Justru yang didapat adalah kerugian setiap bulannya. Tingginya biaya operasional setiap bulan, tidak bisa ditutupi oleh pendapatan dari iklan yang diperoleh. Dengan berdasarkan alasan itulah, menurut Bambang Purwadi BCTV memilih bekerja sama dengan Kompas Group.

”BCTV kenapa memilih bekerja sama dengan Kompas, karena kalau BCTV tetap bertahan sebagai TV yang full lokal dengan konten penuhnya lokal, kita tidak akan bisa hidup. Kesulitan pertama TV lokal adalah produksi program yang berkualitas, mereka – TV lokal, pen- tidak bisa karena program berkualitas membutuhkan biaya yang tinggi, rating dari iklan rendah, kenapa rate iklan (nilai jual spot iklan) rendah karena ratingnya juga rendah. Pemirsa TV lokal hanya 11,7 persen, dan kita terus harus bagaimana ini, surabaya dan semua sama, Jakarta malah hanya 9 persen.<sup>6</sup>

Lebih detail lagi Bambang menyebutkan kerugian yang terus dialami BCTV selama dua tahun sejak awal berdirinya. Bahkan ada salah satu televisi lokal di Surabaya yang hanya mendapatkan pendapatan dari iklan hanya 5 juta rupiah, sementara biaya operasionalnya mencapai 50 juta rupiah.

”Bagaimana TV lokal ini mau hidup kalau mengandalkan yang tingkat kepercayaannya cuma 11, 7 persen. Jadi tidak ada jalan lain kecuali kita harus cari alternatif bagaimana merebut pemirsa. Yang pertama itu merebut pemirsa, kalau kita sudah bisa merebut pemirsa, kita bisa cari iklan, kalau kita sudah bisa cari iklan, kita bisa membangun TV ini. Tapi kalau kita tidak bisa merebut pemirsa, dan kita tidak bisa merebut iklan, untuk bertahan lho susah. Ada TV di Jawa Timur, di surabaya, yang per bulannya itu revenue-nya hanya 5 juta dari iklan. Sementara biaya operasionalnya itu 50 juta untuk biaya karyawan, biaya listrik dan sebagainya itu 50 juta. Jadi setiap

---

<sup>6</sup> Wawancara tanggal 11 November 2011.

bulan tombok 45 juta. Bagaimana mungkin tv itu menjadi bagus kalau setiap bulan itu nombok 45 juta. Jadi kalau dipaksakan dengan full lokal, saat ini itu tidak mungkin ditengah hegemoni tv nasional. BCTV bagaimana? BCTV itu sudah 2 tahun, per bulannya itu biaya operasionalnya sekitar 300 juta, itu untuk gaji karyawan, listrik dan sebagainya. Tapi revenue iklannya lho cuma 70 juta. Dan ini berjalan selama dua tahun. Mau bertahan sampai kapan dengan kondisi seperti ini.”<sup>7</sup>

Menurut Bambang Purwadi kerjasama dengan Kompas itu justru yang paling tepat sekarang buat TV Lokal khususnya BCTV. Dikatakan tepat karena Kompas menurutnya tidak mengambil alih saham. Bambang Purwadi juga menampik jika Kompas telah mengambil alih saham BCTV sebagaimana dikesankan oleh sejumlah pihak. Kesan itu menurutnya hanya karena imbas dari beberapa kasus pengambilalihan saham TV Lokal di sejumlah dari yang dilakukan oleh sejumlah TV Nasional dalam beberapa tahun terakhir.

### **Kompas TV, BCTV dan Celah Hukum**

Sistem siaran berjaringan Kompas TV yang kini dijalankan dengan 10 stasiun televisi lokal di daerah mungkin tidak menjadi perdebatan jika saja Kompas TV memiliki ijin siaran sebagaimana yang dimiliki televisi pada umumnya. Jika menengok ke belakang, tepatnya di penghujung tahun 2000, Kompas Group sebenarnya pernah memiliki televisi swasta berskala nasional dengan nama TV-7 melalui PT. Duta Visual Nusantara Tivi Tujuh. Namun dunia baru bisnis televisi ini bagi Kompas Group yang lama malang melintang di bisnis media cetak, dianggap tidak berjalan sesuai harapan. Meski cukup menarik perhatian khalayak, namun perusahaan itu dinyatakan terus merugi. Sehingga pada tahun 2008 sebanyak 55 persen saham TV-7 dijual kepada Para Group milik pengusaha Chaerul Tanjung yang juga pemilik Trans TV. Sejak itu TV-7 berubah nama menjadi Trans7 dan seluruh aktivitas produksinya berpindah menjadi satu gedung dengan

---

<sup>7</sup> Wawancara tanggal 11 November 2011.

Trans TV. Kini rupanya Kompas Gramedia Group menyadari pentingnya bisnis televisi untuk memperkuat bisnis media mereka di tengah persaingan bisnis media saat ini. Apalagi hampir semua pemilik media cetak juga menjalankan bisnis televisi yang dinilai memiliki prospek bagus, menyusul menurunnya grafik penjualan media cetak dalam beberapa tahun terakhir. Selain dianggap kalah bersaing dengan media online, faktor harga kertas yang dari tahun ke tahun terus naik juga turut menyebabkan turunnya angka penjualan koran.

Merujuk pada pasal 13 UU Nomor 32 Tahun 2002 tentang penyiaran, disitu disebutkan terdapat empat jenis lembaga penyiaran yang bisa memberikan jasa penyiaran sebagaimana yang dimaksud dalam pasal 1 UU Nomor 32 Tahun 2002. Empat jenis lembaga penyiaran itu adalah Lembaga Penyiaran Publik, Lembaga Penyiaran Swasta, Lembaga Penyiaran Komunitas, dan Lembaga Penyiaran Berlangganan. Kompas TV tidak termasuk dalam keempat jenis lembaga penyiaran itu. Sejak awal pihak Kompas TV juga sudah menegaskan hanya sebagai *Content Provider* atau penyedia konten siaran untuk saluran televisi berlangganan dan sejumlah televisi lokal yang menjadi afiliasinya. Mengenai langkah Kompas TV melakukan siaran jaringan dengan sejumlah televisi lokal ini menurut Surya Aka, Ketua Bidang Kelembagaan KPID Jawa Timur, bisa jadi karena kekecewaan pihak Kompas TV menyusul ditolaknya permintaan izin mereka untuk menggunakan frekuensi digital oleh Pemerintah dalam hal ini Kementerian Informasi dan Telekomunikasi. Sebagaimana dikemukakan Surya Aka berikut ini:

” Kompas ini kan ceritanya mau bikin tv di Surabaya. Jadi setelah gagal, TV-7 dijual karena bangkrut kemudian dijual ke Trans. Kemudian dia menyesal. Kemudian dia bikin TV di Surabaya, TV digital, resmi, namanya Kompas Gramedia TV. Nah Oleh KPID Jawa Timur sudah direkomendasi, di EDP (Evaluasi Dengar Pendapat -pen) dan disetujui saya bawa ke FRB (Forum Rapat Bersama -pen). Di FRB ditolak. Ditolak alasannya karena pemerintah belum punya standart aturan mengenai tv digital. Itu juga saya protes juga. Lho kenapa sampai ditolak. Kenapa tidak ditunda saja, supaya...e e e

sebentar lagi kan peraturan digital kan keluar. Nggak tahu orang-orang kelihatan agak emosi juga la. Pokoknya intinya ditolak. Nah kemudian setelah ditolak ini dia ketemulah Nugroho ini....Bimo Nugroho kemudian bikinlah mereka PH.”<sup>8</sup>

Sikap KPID Jawa Timur yang semula mendukung rencana Kompas TV untuk mendirikan stasiun televisi digital di Surabaya, berubah menjadi penyesalan menyusul langkah Kompas TV melakukan kerjasama siaran berjaringan dengan televisi lokal yang belum memiliki izin prinsip penyiaran. KPID Jawa Timur menganggap langkah Kompas TV itu menciderai prinsip semangat didirikannya televisi lokal untuk mendorong daerah agar semakin berkembang. Seperti yang dikatakan Surya Aka berikut ini:

”Nah yang jadi penyesalan kita itu adalah ketika mereka bikin PH di Jakarta dan kemudian mencari jalur siaran berjaringan di Surabaya dan Malang, dia memilih TV dalam hal ini BCTV Surabaya dan ATV Batu. Ini sekali lagi kesan kita adalah mereka dibeli. Kenapa kok dibeli, karena tiba-tiba BCTV yang kita tahu bagaimana dulu pertumbuhannya, pertama dia sudah langsung mempromosikan Kompas TV padahal dia kan tv lokal. Kita tegur. Nah yang lucu itu ketika di tengah-tengah kita tegur ketika kita dialog disini, pak logo saya bisa gak diganti dari BCTV. Diganti apa, diganti Kompas TV. Lho pak berarti kesimpulannya sampeyan jual ya, langsung saja kita tuduh seperti itu. Lho pak yang penting kan prospek kita lebih baik begitu alasannya.”<sup>9</sup>

Lebih jauh Surya Aka menjelaskan dugaan kedua stasiun televisi lokal itu telah dibeli oleh Kompas TV karena begitu mengaku bekerjasama sejumlah perubahan terjadi pada kedua stasiun televisi tersebut. Perubahan mencolok terutama dengan penambahan sarana

---

<sup>8</sup> Wawancara pada hari Selasa tanggal 1 November 2011. Sekedar catatan, Bimo Nugroho merupakan mantan anggota KPI Pusat periode 2003-2007. Dia dianggap sebagai orang yang tahu betul celah hukum UU Penyiaran sehingga Kompas TV berani melakukan kerjasama dengan televisi lokal untuk menjadi afiliasi siarannya.

<sup>9</sup> Wawancara pada hari Selasa tanggal 1 November 2011.

seperti studio dan peralatan untuk menunjang proses produksinya. Padahal sebelumnya kedua stasiun televisi tersebut dinilai terus merugi dan kesulitan pembiayaan operasionalnya. Namun walaupun dilakukan langkah lebih jauh, seperti melakukan penelusuran lebih dalam soal jual beli saham itu, akan percuma saja karena hal itu juga tidak bisa dikatakan melanggar jika melihat UU tentang Perseroan Terbatas. Yang akan didapat oleh KPID menurut Surya Aka hanya perasaan kecewa.

Menanggapi dugaan jual beli saham ini, Bambang Purwadi, Stasiun Manager BCTV, menegaskan sampai saat ini tidak satu lembarpun saham BCTV berpindah tangan. Seratus persen saham BCTV hingga kini menurutnya masih menjadi milik PT. Oxcy, perusahaan yang mendirikan BCTV.

” Kami tidak pernah melepas selebar saham pun, sampai hari ini lho. BCTV tidak pernah melepas satu lembar pun ke pihak lain. Ini pun masih milik Oxcy. Saya baca kesan itu, dan itu bisa saya terima. Gedung ini – BCTV – kita bangun sebelum bergabung dengan Kompas. Studio ini – studio di gedung baru, pen - , kan kita punya dua studio, studio yang baru ini adalah pindahan dari studio lama. Peralatan pun kita masih pakai yang lama. Satu-satunya yang kita pakai itu image, image Kompas yang kita pakai untuk jualan.<sup>10</sup>

Lebih jauh mengenai penggunaan *image* ini, BCTV memanfaatkan juga seragam Kompas untuk karyawannya. Alasannya, dengan menggunakan seragam berlogo Kompas itu lebih memudahkan pihak BCTV untuk menjual programnya guna mendapatkan iklan. Soal penggunaan seragam tersebut, diakui dari inisiatif sendiri dari pihak BCTV serta hal itu sudah dilaporkan ke pihak Kompas dan bisa diterima. Menurut Bambang Purwadi, menjual program lokal untuk mencari iklan jika mengandalkan image televisi lokal saat ini sangat sulit. Berbeda jika itu dilakukan dengan menggunakan image perusahaan yang sudah mempunyai nama besar. Dan hal itu dirasakan sangat efektif bagi BCTV dalam mencari iklan, jika dibandingkan

---

<sup>10</sup> Wawancara pada hari Selasa tanggal 1 November 2011.

ketika mereka belum bergabung dengan Kompas. Selain untuk memudahkan dalam mencari iklan, penggunaan image itu termasuk di seragam saat ini dan di mobil operasional nantinya, adalah untuk menumbuhkan semangat pada karyawan agar lebih bersemangat dalam bekerja.

Terkait kerjasama BCTV dengan pihak Kompas, menurut pihak BCTV itu dilakukan atas inisiatif pihaknya dengan pertimbangan saling menguntungkan dan kontrak kerja sama itu berdurasi 5 tahun. Pihak Kompas sebagai penyedia konten diuntungkan dengan wilayah siar yang luas sehingga memudahkan untuk menjual programnya. Dari hasil penjualan itu, pihak BCTV mendapatkan 20 persen sebagai kompensasi digunakan airtime mereka. Mengenai porsi jam siaran yang dominan Kompas, menurut pihak BCTV itu semata-mata karena kemampuan mereka untuk memproduksi program lokal yang dianggap berkualitas dan bisa dijual nantinya, belum bisa seperti apa yang diharapkan. Selama ini pihak BCTV hanya memproduksi 5 jam siaran lokal mereka dari total 20 jam siaran mereka dalam sehari. Pihak BCTV juga menegaskan pembagian porsi jam siaran ini kontrol tetap berada di pihaknya. Harapan pihak BCTV setiap tahun porsi program lokalnya bisa meningkat hingga mencapai porsi yang ideal. Bahkan pihak BCTV kedepan juga berencana menjalin kerjasama dengan TV lain jika mereka sudah bisa mencapai kondisi yang diharapkan. Pihak BCTV mengaku sebelum memutuskan bekerja sama dengan Kompas, juga menjajaki sejumlah penyedia konten dan stasiun televisi dari group besar termasuk yang dari luar negeri untuk diajak bekerja sama. Namun keputusan akhirnya ditujukan kepada Kompas karena selain programnya bagus, juga dianggap paling menguntungkan dari segi materi dan *image* yang diperoleh.

Bekerja sama dengan model sistem berjaringan bagi televisi lokal untuk kondisi saat ini di tengah tidak tegasnya UU Penyiaran terutama dalam pasal pokok lembaga penyiaran lokal dan sistem siaran berjaringan, mungkin menjadi pilihan yang tepat untuk menyelamatkan eksistensi televisi lokal. Morissan (2005:89-92) menyebut setidaknya ada keuntungan yang bisa diperoleh stasiun televisi lokal jika mereka melakukan siaran berjaringan. *Pertama,*

melalui sistem jaringan maka kualitas program siaran menjadi lebih baik. Stasiun televisi lokal yang bekerjasama dengan stasiun jaringan akan mendapatkan berbagai acara yang pada umumnya lebih baik daripada memproduksinya sendiri. Memproduksi suatu acara televisi membutuhkan biaya sebanding dengan biaya produksinya. Rumus yang berlaku dalam industri televisi adalah kualitas acara sebanding dengan biaya produksinya. Semakin bermutu suatu acara maka biasanya semakin mahal acara itu. *Kedua*, dari segi pemasang iklan, stasiun jaringan memungkinkan pemasang iklan mendapatkan jutaan audien di seluruh negeri secara serentak. Dan *ketiga*, dari segi efisiensi stasiun lokal, bagi stasiun lokal kerjasamanya dengan stasiun jaringan akan sangat membantu dalam mengisi program siaran stasiun bersangkutan. Pengelola stasiun lokal tidak perlu repot-repot dan pusing memikirkan acara apa yang perlu dibuat karena semuanya tinggal terima dan menyiarkannya kepada masyarakat setempat.

Namun selain keuntungan, sistem jaringan juga memiliki kelemahan yaitu timbulnya ketergantungan yang sangat besar dari stasiun lokal di daerah kepada stasiun jaringan di pusat. Ketergantungan ini menyebabkan stasiun lokal menjadi anak manis yang patuh dan bersedia menuruti apa saja yang diminta oleh stasiun jaringan. Karenanya stasiun jaringan menjadi sangat berkuasa dan mampu mengikat stasiun lokal ke dalam kontrak yang sangat membatasi hak-hak stasiun lokal. Kelemahan sistem jaringan lainnya adalah tidak munculnya kreativitas lokal dan kejeniusan lokal dalam ranah siaran. Sistem jaringan menjadikan stasiun lokal kurang memiliki motivasi dan kreativitas untuk memunculkan dan mengembangkan program daerah setempat.

Dalam hal ini, jika melihat siaran yang dilakukan BCTV di Surabaya, dapat dikatakan Kompas TV menjadi induk stasiun jaringan<sup>11</sup> karena sebagian besar BCTV melakukan *relay* siaran yang

---

<sup>11</sup> Mengenai stasiun yang menjadi stasiun induk jaringan siaran Kompas TV ini, hingga kini belum jelas. Penulis belum mendapatkan informasi secara pasti mengenai hal itu termasuk apakah siarannya sama antara jalur terrestrial dan yang berbayar. Berdasarkan informasi dari seorang teman di Jakarta yang bekerja di Kompas Gramedia Group, hanya didapati informasi bahwa siaran berita dilakukan dari gedung

dilakukan Kompas TV. Dalam Peraturan Pemerintah tersebut sebenarnya apa yang dilakukan BCTV *merelay* siaran Kompas TV dalam porsi yang besar ini memang tidak melanggar aturan. Dalam UU Penyiaran porsi maksimal yang diperbolehkan untuk *relay* adalah 90 persen dari total jam siaran. Saat ini BCTV memiliki 5 jam siaran dari total 20 jam siaran dalam sehari yang artinya itu masih ada 25 persen alokasi untuk lokal.. Hanya saja cara tersebut dianggap KPID Jawa Timur telah mengingkari spirit dasar didirikan TV Lokal yakni terpenuhinya aspek *diversity of ownership*, *diversity of content*, dan kearifan lokal. Karena keterbatasan kewenangan yang dimiliki KPID dalam hal penindakan—hanya proses perijinan dan pengawasan konten, maka langkah yang bisa dilakukan untuk sementara hanya mengawasi bentuk kerja sama tersebut agar tidak mengarah ke monopoli media lokal oleh pemilik modal besar. Kedepan KPID berharap memiliki kewenangan yang lebih agar bisa menindak langsung segala bentuk pelanggaran, terutama yang terkait dengan pelanggaran prinsip.

”Kejengkelan saya itu juga sudah pernah saya sampaikan ke Komisioner KPI Pusat, dan KPI pusat pun sama juga tidak bisa melakukan tindakan. Karena pelanggaran yang dilakukan itu, ada tapi tipis lah. Katakanlah kalau pelanggaran itu, pelanggaran ringan. Padahal, esensinya itu berat.”<sup>12</sup>

Kesan kuat Kompas TV sebagai bentuk Lembaga Penyiaran Swasta daripada sebagai lembaga *Production House* atau *Content Provider* sebagaimana yang dikhawatirkan Pemerintah dan KPI bisa dikatakan terbukti jika kita lihat pasal 34 Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2005 tentang Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Penyiaran Swasta. Dalam pasal itu dijelaskan sistem jaringan terdiri atas Lembaga Penyiaran Swasta induk stasiun jaringan dan Lembaga

---

Kompas Gramedia di jalan Palmerah Barat. Beberapa kali penulis mencoba mengonfirmasi melalui akun @KompasTV dan @apni (Senior Production Manager KompasTV) namun hingga tulisan ini disusun belum ada balasan. Begitu juga ketika ditanyakan kepada pihak KPID Jawa Timur, mereka mengaku belum mengetahui detail teknis siaran berjaringan itu.

<sup>12</sup> Wawancara pada hari Selasa 1 November 2011.

Penyiaran Swasta anggota stasiun jaringan yang membentuk sistem stasiun jaringan (ayat 1). Secara definisi, sistem berjaringan dapat diartikan sebagai sistem siaran bersama yang dilakukan oleh stasiun induk jaringan bersama stasiun afiliasinya. Ini artinya, stasiun televisi yang berlokasi di Jakarta jika menginginkan siarannya dapat diterima di daerah tertentu, maka ia harus bekerjasama dengan stasiun televisi yang ada di daerah bersangkutan atau jika sudah ada stasiun *relay*nya harus mengubah status stasiun *relay* itu menjadi stasiun televisi lokal. Inilah yang saat ini masih menjadi persoalan besar di dunia penyiaran kita. Banyak stasiun *relay* televisi nasional yang hingga kini masih belum berubah statusnya.

Berbagai persoalan menjadi penyebab kenapa perubahan itu tidak segera terwujud. Mulai dari keberatan pengelola stasiun televisi nasional yang menilai dengan konsep siaran jaringan yang diamanatkan dalam UU Penyiaran beban mereka akan semakin berat. Bisa dibayangkan berapa banyak biaya operasional yang akan dikeluarkan pihak stasiun nasional jika mereka mengubah stasiun *relay* mereka menjadi sebuah stasiun televisi lokal. Biaya operasional dipastikan meningkat karena stasiun lokal tersebut nantinya harus memproduksi siaran lokalnya sendiri minimal 10 persen dari total jam siaran. Persoalan lain tidak semua daerah memiliki investor lokal yang mau atau mampu untuk menggarap bisnis televisi ini. Selain membutuhkan modal besar, potensi pasar bisnis televisi selain di ibukota propinsi masih belum menjanjikan. Kesulitan terbesar adalah menjaring pemasang iklan sebagai pendapatan utama stasiun televisi selama ini.

Melihat berbagai persoalan yang ada di dunia penyiaran televisi kita saat ini, langkah tegas pemerintah sangat dibutuhkan. Pemberlakuan secara tegas UU Penyiaran secara utuh sangat diharapkan pengelola televisi lokal di daerah agar stasiun televisi lokal tetap bisa hidup. Tanpa ada regulasi yang tegas, perjuangan televisi lokal untuk eksis terasa sangat berat di antara hegemoni televisi nasional yang sudah eksis lebih dulu. Kita tidak bisa begitu saja menyalahkan apa yang dilakukan BCTV dan Kompas TV saat ini karena itu memang mungkin pilihan paling logis untuk sekarang. Banyaknya celah antara

regulasi atau peraturan yang satu dengan peraturan lainnya menjadi tameng bagi pihak-pihak yang berusaha memanfaatkannya. Yang perlu dilakukan untuk mengatasi berbagai persoalan dunia penyiaran saat ini adalah pemerintah harus membuat peraturan yang komprehensif dan tidak tumpang tindih sehingga meminimalkan pemanfaatan celah hukum. Pemerintah juga harus berani tegas menjalankan peraturan yang sudah dibuat tanpa harus dibebani berbagai kepentingan terutama dari pemilik modal besar.

### **Solusi Bagi Kompas TV**

Terlepas dari pro dan kontra soal kerjasama Kompas TV dengan sejumlah TV Lokal di daerah, ada empat pilihan yang bisa dilakukan Kompas TV agar siarannya tetap bisa dijalankan sesuai dengan apa yang diharapkan. *Pertama*, Kompas TV bisa mendirikan stasiun lokal di beberapa daerah untuk membentuk sistem stasiun jaringan. Dalam hal ini Kompas TV harus menggandeng investor lokal sesuai yang diamanatkan UU Nomor 32 tahun 2002 terutama mengacu pada pasal 18 tentang pemusatan kepemilikan dan penguasaan Lembaga Penyiaran Swasta oleh satu orang atau satu badan hukum. *Kedua*, Kompas TV mengembangkan sistem stasiun jaringan (SSJ). Dengan sistem ini Kompas TV hanya perlu memiliki satu stasiun televisi lokal untuk mendapatkan izin siaran guna dijadikan sebagai stasiun induk jaringan. Sementara untuk stasiun anggota jaringan mereka bisa melakukan kerjasama dengan televisi lokal lain di daerah sesuai dengan aturan yang ada.

Hanya saja dalam pilihan pertama dan kedua ini, harapan Kompas TV untuk bisa menempatkan stasiun induknya di Jakarta atau Ibukota Propinsi lainnya di Pulau Jawa agaknya sulit diwujudkan. Ini karena hampir semua kanal atau frekuensi di Ibukota Propinsi saat ini sudah habis alokasinya. Padahal pada pasal 36 ayat 1 Peraturan Pemerintah Nomor 50 tahun 2005 tentang Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Penyiaran Swasta, disebutkan induk stasiun jaringan merupakan Lembaga Penyiaran Swasta yang terletak di Ibukota Propinsi. Mengacu pada pasal ini, dugaan Kompas TV yang kini menjadikan KTV (Komedi TV) yang berada di Tangerang sebagai

stasiun induk jaringannya jelas melanggar PP tersebut. Sebab Ibukota Propinsi Banten bukan Tangerang melainkan Serang. Alternatifnya, Kompas TV mendirikan atau mengakuisisi—jika dinilai tidak melanggar aturan—stasiun televisi lokal di ibukota propinsi lain untuk dijadikan stasiun induk jaringannya. Namun cara ini mungkin bagi Kompas TV menjadi pilihan terakhir karena bagaimanapun pangsa pasar bisnis televisi tetap berada di Jakarta.

Pilihan *ketiga*, Kompas TV hanya melakukan kerjasama operasional (KSO). Dalam hal ini Kompas TV hanya menjadi mitra kerja dari stasiun televisi lokal yang diajak bekerjasama. Dalam konsep kerjasama operasional ini Kompas TV bisa saja hanya menyediakan sejumlah konten siaran tapi sifatnya tidak mutlak menguasai jam siaran stasiun televisi lokal yang bersangkutan seperti yang dilakukan saat ini. Kewenangan terbesar untuk mengatur pola siaran dalam kerjasama seperti ini biasanya tetap berada pada stasiun televisi lokal yang bersangkutan bukan pada mitra kerjasama.

Solusi terakhir adalah Kompas TV bersabar menunggu diberlakukannya secara serentak siaran dengan format digital pada tahun 2017 nanti. Dengan format siaran digital, nantinya alokasi kanal yang bisa dipakai lebih banyak jumlahnya dibandingkan dengan format analog seperti saat ini. Sebagai gambaran jika di wilayah siar Surabaya dialokasikan 14 kanal atau frekuensi, maka kanal itu bisa diisi 84 channel stasiun televisi dengan siaran digital. Ini karena dalam format digital, satu kanal bisa ditempati hingga 6 channel stasiun televisi. Namun solusi terakhir ini tentu dianggap sebagai langkah yang tidak menguntungkan dari sisi bisnis, jika dalam rentang waktu enam tahun itu mereka hanya sekedar menunggu. Sementara yang lain sudah mulai melakukan dari sekarang.

## **Simpulan**

Fenomena Kompas TV memang bisa dikatakan mengubah peta penyiaran dari desentralisasi menjadi resentralisasi. Fenomena ini juga terjadi pada beberapa lembaga penyiaran, baik televisi maupun radio. Mereka menyasiasi larangan pemindahan IPP yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 32 tahun 2002 tentang Penyiaran dengan

berbagai cara. Untuk menghindari sanksi pencabutan IPP, penyelenggara penyiaran tidak melakukan jual-beli frekuensi tapi melalui kerjasama penataan manajemen, peningkatan kapasitas SDM, bantuan infrastruktur dan penjualan program. Cara lain adalah melalui utang-piutang dengan kesepakatan bahwa pemberi utang akan diberi opsi pertama untuk menguasai saham mayoritas lembaga penyiaran bersangkutan.

Sejumlah rumusan dalam UU Penyiaran memang dinilai belum final, tidak jelas, ambigu dan tidak tegas. Ketidaktegasan itu diantaranya tentang pasal berjaringan yang hingga kini tidak dilakukan TV Nasional. Banyak stasiun relay mereka di daerah yang seharusnya berubah menjadi lembaga penyiaran lokal hingga kini belum diurus perijinannya dan melakukan siaran lokal. Apalagi, UU Penyiaran tidak diperlakukan sebagai *lex specialis*. Padahal terdapat sejumlah undang-undang lain yang berkaitan dengan lembaga penyiaran dan praktik penyiaran. Adanya lubang regulasi dan tidak terjadinya satu tafsir di antara regulator, dimanfaatkan untuk mengakali aturan yang ada. Kasus akuisisi Indosiar oleh SCTV, menjadi bukti lain bagaimana pengaturan pemusatan lembaga penyiaran oleh satu orang atau satu badan hukum diabaikan. Pasalnya, undang-undang perseroan terbatas membolehkan akuisi atau merger, meski UU Penyiaran tidak menghendaki jika akuisisi atau merger tersebut mengarah pada monopoli bisnis dan monopoli opini.

## Referensi

Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. 2011, '*Siaran Pers No. 65/PIH/KOMINFO/9/2011 tentang Peringatan Kementerian Kominfo Terhadap Kehadiran Kompas TV*'. Diakses pada 13 Nopember 2012 dari [http://kominfo.go.id/siaran\\_pers/detail/-1111/Siaran+Pers+No.+65-PIH-KOMINFO-9-2011+tentang+Peringatan+Kementerian+Kominfo+Terhadap+Kehadiran+Kompas+TV+](http://kominfo.go.id/siaran_pers/detail/-1111/Siaran+Pers+No.+65-PIH-KOMINFO-9-2011+tentang+Peringatan+Kementerian+Kominfo+Terhadap+Kehadiran+Kompas+TV+).

'Megahnya 'Grand Launching' Kompas TV', *Kompas*, 9 September 2011, hal.3

Sudibyo, Agus. 2004, *Ekonomi Politik Media Penyiaran*, LKIS, Yogyakarta.

Morisaan. 2005, *Media Penyiaran, Strategi Mengelola Radio dan Televisi*, Ramdina Prakarsa, Tangerang.

Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2005 tentang Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Penyiaran Swasta

Tompo, R. 2011, 'Era Baru (Menyiasati Regulasi) Penyiaran,' 27 September. Diakses pada 14 Nopember 2012 dari <http://majalahversi.com/kolom/era-baru-menyiasati-regulasi-penyiaran>

Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran