

Bacalah materi tentang *Media dan Kebijakan Media di Indonesia* yang diberikan, Salah satunya ada pernyataan :

Kebijakan media di Indonesia menunjukkan bahwa kebijakan media yang ada saat ini berdinamika di sekitar dua kebijakan utama, yaitu Undang-Undang Penyiaran (UU 32/2002) dan Undang-Undang Pers (UU 40/1999) yang merupakan produk era reformasi. Tambahan dari dua kebijakan itu adalah diterbitkannya Peraturan Pemerintah (PP) 50/2005 mengenai penyiaran swasta, yang sering kali diabaikan dalam pembahasan mengenai kebijakan media di Indonesia

buatlah resume dari materi dimaksud, dan beri analisis pernyataan diatas!

Nama : Imam Muarrif Albanna
Nim : 182910026

Bacalah materi tentang *Media dan Kebijakan Media di Indonesia* yang diberikan, Salah satunya ada pernyataan :

Kebijakan media di Indonesia menunjukkan bahwa kebijakan media yang ada saat ini berdinamika di sekitar dua kebijakan utama, yaitu Undang-Undang Penyiaran (UU 32/2002) dan Undang-Undang Pers (UU 40/1999) yang merupakan produk era reformasi. Tambahan dari dua kebijakan itu adalah diterbitkannya Peraturan Pemerintah (PP) 50/2005 mengenai penyiaran swasta, yang sering kali diabaikan dalam pembahasan mengenai kebijakan media di Indonesia

buatlah resume dari materi dimaksud, dan beri analisis pernyataan diatas!

Industrialisasi media di Indonesia tidak bisa dipandang sebagai sebuah fenomena pasca-reformasi. Akar industrialisasi ini bahkan sudah tertanam sejak Orde Baru. Daniel Dhakidae, sebagaimana dikutip dalam Hill dan Sen (2000: 51), berpendapat bahwa pergeseran dari pers yang berlandaskan wacana politik ke industri komersial berawal saat pemerintahan Soeharto. Sejak pertengahan '80-an, tandatanda awal korporasi media telah muncul. Pertumbuhan ekonomi antara 1970-1980, yang didorong oleh menguatnya bisnis minyak, merangsang tumbuhnya sektor ekonomi baru, termasuk media. Periode ini juga merupakan periode ketika satelit Palapa diluncurkan, televisi berwarna diperkenalkan, dan stasiun relai bumi (ground relay station) digunakan (Hill, 1994: 239). Namun, perkembangan media saat itu masih dalam koridor aturan yang dibuat pemerintah

Faktor berpengaruh lainnya dalam perkembangan industri media di Indonesia adalah pengesahan UU Penanaman Modal Asing No. 20/1994. UU tersebut membuka perekonomian domestik untuk dapat dimasuki modal asing dan mengembangkan industri media

Pernyataan :

Terdapat dua kebijakan pada kebijakan media di Indonesia yaitu Undang-Undang Penyiaran (UU 32/2002) dan Undang-Undang Pers (UU 40/1999) yang merupakan produk era reformasi, Kemudian diterbitkannya Peraturan Pemerintah (PP) 50/2005 mengenai penyiaran swasta

Nama : Khoir Annisa Pertiwi
NIM : 192910008
Kelas : MIK Angkatan 4 Reguler A
Dosen : Prof. Isnawijayani, M. Si., Ph. D. & Dr. Desy Misnawati, M. I. Kom.
Mata Kuliah : Komunikasi Massa

TUGAS PERTEMUAN KE-5

Kebijakan media yang ada saat ini berada disekitar dua kebijakan utama, yakni UU Penyiaran No. 32 Tahun 2002 dan UU Pers No. 40 Tahun 1999 yang merupakan produk dari era reformasi. Tambahannya adalah diterbitkan PP No. 50 Tahun 2005 tentang penyiaran swasta.

Industrialisasi media di Indonesia tidak bisa dipandang sebagai sebuah fenomena pasca reformasi. Hal ini sudah tertanam sejak Orde Baru. Menurut Daniel Dhakidae, pergeseran dari pers yang berlandaskan wacana politik ke industri komersial berawal saat pemerintahan Soeharto. Sejak pertengahan tahun 1980-an, tanda awal korporasi media telah muncul. Pertumbuhan ekonomi sekitar tahun 1970-1980 yang didorong oleh menguatnya bisnis minyak, merangsang tumbuh sector perekonomian yang baru, termasuk media. Pada periode ini juga satelit Palapa diluncurkan., televisi berwarna diperkenalkan dan stasiun relai bumi (ground relay station) digunakan. Namun, pada saat itu perkembangan media masih dalam koridor aturan yang dibuat oleh pemerintah.

Faktor yang berpengaruh dalam perkembangan media di Indonesia lainnya adalah adanya pengesahan UU Penanaman Modal Asing No. 20 Tahun 1994. UU tersebut membuka celah perekonomian domestic untuk dapat dimasuki modal asing dan mengembangkan industri media. Sisi positif dari penggunaan media konvensional secara luas seiring dengan adopsi media baru yang tumbuh dengan cepat adalah membantu politik untuk mengontrol perilaku elit politik. Dan menunjukkan bahwa akhirnya media dapat berfungsi sebagai sebuah bentuk dari control sosial.

Faktor yang mempengaruhi pembuatan kebijakan media, adalah :

1. Pasar terbuka

Media yang digerakkan oleh pasar lebih sulit diregulasi daripada media yang berada di bawah control negara. Dengan demikian, pembuat kebijakan harus menyadari bahwa industri akan memiliki pengaruh yang lebih besar dalam substansi kebijakan dibanding kelompok yang lain.

2. Inovasi Teknologi

Teknologi media adalah salah satu sector teknologi yang berkembang dengan sangat cepat. Lahir dan berkembangnya internet dan web 2.0 tidak hanya mengubah kinerja media, tetapi juga meningkatkan ketidaktertamanan di dalam sector media. Jika tidak diberi pedoman secara hati-hati melalui kebijakan, teknologi media baru justru akan menjauhkan public dari dinamika masyarakat yang nyata dan sejati, baik dalam hal akses maupun konten.

3. Pragmatisme dan Kepentingan Jangka Pendek

Seringnya salah arah dalam birokrasi dan industri bekerja sama. Fungsi menjadi percuma dan hadir hanya untuk memenuhi aspek legal dan formal. Seringnya pada saat seperti ini dimanfaatkan oleh pihak tertentu untuk kepentingan pribadi. Pada karakter birokrasi yang pragmatis, yang hanya bekerja untuk kepentingan jangka pendek. Karena industri sendiri sudah lama hidup dalam iklim yang seperti itu. Dan tidak siap dalam menghadapi perubahan-perubahan.

4. Jaringan dan Hubungan Klien

Isi konten dan hasil akhir pembuatan keputusan sangat dipengaruhi oleh orang atau kelompok atau pihak yang terlibat dalam prosesnya seperti yang ditemukan dalam pembuatan kebijakan media di Indonesia. Isi UU Pers yang memberi dorongan secara normatif merupakan contoh bagus tentang bagaimana kelompok kepentingan berhasil memberi pengaruh dengan menyatakan aspirasi mereka kepada para pembuat keputusan. Namun, jaringan juga bisa bekerja sebaliknya, yaitu dengan membuat kebijakan berjalan sesuai dengan kepentingan pribadi. Akan semakin buruk jika anggota badan regulator juga merepresentasi kepentingan pelaku atau institusi lain. Dengan demikian, faktor jaringan sangat berkaitan dengan faktor sebelumnya, yaitu pada saat birokrasi menjadi bagian dari jaringan dan negara bekerja untuk kepentingan dunia bisnis.

Analisisnya adalah dengan ditambahkan PP No. 50 Tahun 2005 menjadikan kebijakan media di Indonesia juga bertambah, bukan hanya kualitas namun juga kuantitas. Tapi efek dari hal tersebut menambah kerja dari Lembaga terkait untuk mengontrol, menfilter, mengawasi kebijakan yang dibuat oleh media media yang ada di Indonesia. Bisa jadi karena terlalu banyak yang ingin di control, diawasi, di filter, sehingga terkesan terabaikan dalam pembahasan.

E5 TUGAS KOMMAS

RESUME MATERI DAN ANALISA KALIMAT MEDIA DAN KEBIJAKAN MEDIA DI INDONESIA

Untuk memenuhi salah satu tugas

MATA KULIAH KOMUNIKASI MASSA

Dosen Pembimbing :

- 1. Prof. Isnawijayani, M.Si, Ph.D.**
- 2. Dr.Desy Minawati, M.Ikom.**



MHD KHAIRUDDIN

NIM 192910002

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS BINA DARMA
2020**

RESUME MATERI DAN ANALISA KALIMAT

MEDIA DAN KEBIJAKAN MEDIA DI INDONESIA

RESUME

Kebijakan media di Indonesia menunjukkan bahwa kebijakan media yang ada saat ini berdinamika di sekitar dua kebijakan utama, yaitu Undang-Undang Penyiaran (UU 32/2002) dan Undang-Undang Pers (UU 40/1999) yang merupakan produk era reformasi. Tambahan dari dua kebijakan itu adalah diterbitkannya Peraturan Pemerintah (PP) 50/2005 mengenai penyiaran swasta, yang sering kali diabaikan dalam pembahasan mengenai kebijakan media di Indonesia.

Sejak pertengahan '80-an, tanda - tanda awal korporasi media telah muncul. Pertumbuhan ekonomi antara 1970-1980, yang didorong oleh menguatnya bisnis minyak, merangsang tumbuhnya sektor ekonomi baru, termasuk media. Periode ini juga merupakan periode ketika satelit Palapa diluncurkan, televisi berwarna diperkenalkan, dan stasiun relai bumi (ground relay station) digunakan (Hill, 1994: 239).

Sisi positif penggunaan media konvensional secara luas seiring dengan adopsi media baru yang tumbuh dengan cepat adalah membantu publik mengontrol perilaku elit politik, dan menunjukkan bahwa akhirnya media dapat berfungsi sebagai sebuah bentuk kontrol sosial.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pembuatan Kebijakan Media

1. Pasar Terbuka
2. Inovasi Teknologi
3. Pragmatisme dan Kepentingan Jangka Pendek
4. Jaringan dan Hubungan Klien

PERNYATAAN

Kebijakan media di Indonesia menunjukkan bahwa kebijakan media yang ada saat ini berdinamika di sekitar dua kebijakan utama, yaitu Undang-Undang Penyiaran (UU 32/2002) dan Undang-Undang Pers (UU 40/1999) yang merupakan produk era reformasi. Tambahan dari dua kebijakan itu adalah diterbitkannya Peraturan pemerintah (PP) 50/2005 mengenai penyiaran swasta, yang sering kali diabaikan dalam pembahasan mengenai kebijakan media di Indonesia.

ANALISIS PERNYATAAN

Regulator penyiaran. UU No. 24 Tahun 1997 pasal 7 ayat (1) menyatakan bahwa penyiaran dikuasai oleh Negara yang pembinaan dan pengendaliannya dilakukan oleh Pemerintah. Ini adalah wujud otoritarianisme kebijakan dan hukum penyiaran di era sebelum reformasi. Namun, berdasarkan UU No. 32 Tahun 2002, regulator media penyiaran tidak lagi dipegang oleh pemerintah. Meskipun demikian, sebagaimana dicatat oleh Wahyuni (2007) dengan pendekatan politik media, mekanisme self regulation belum dapat dilaksanakan dengan baik. Sebaliknya, pemerintah masih turut campur tangan dalam regulasi penyiaran. Bahkan, posisi pemerintah sebagai regulator penyiaran semakin kuat jika dilihat pada peraturan di bawahnya (PP No. 50 Tahun 2005).

Isi PP 50/2005 berlawanan dengan sejumlah poin yang dimuat dalam UU Penyiaran, terutama yang berkaitan dengan proses perizinan dan kewajiban penerapan sistem siaran berjaringan. Bahkan, PP tersebut bertentangan dengan UU Penyiaran karena mengizinkan jaringan penyiaran untuk mencakup maksimal 75% dari keseluruhan provinsi di Indonesia (Nugroho, Siregar, dan Laksmi, 2012: 39).

- **Nama** : **MHD KHAIRUDDIN**
- **NIM** : **NIM 192910002**
- **Kelas** : **Magister Ilmu Komunikasi Angkatan 4 Reguler A**
- **Dosen** :
 1. **Prof. Isnawijayani, M.Si, Ph.D.**
 2. **Dr.Desy Minawati, M.Ikom.**
- **Mata Kuliah** : **KOMUNIKASI MASSA**