

STRATEGI PEMANFAATAN INSTAGRAM UNTUK SOSIALISASI REGULASI SIARAN SEHAT OLEH KPI PUSAT

Umroh Mahbubah

Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana, Jakarta
umrohmahbubah1@gmail.com

Abstrak. Di Era Digital membuat proses komunikasi memasuki fase baru. Proses Informasi pun berkembang dengan cepat. Kecepatan dalam mengakses informasi terkadang tidak diimbangi dengan ketepatan informasi yang didapatkan. Pengaruh yang besar dari apa yang ditampilkan oleh media massa serta penggunaan frekuensi milik publik dalam melakukan proses siaran harus diawasi penggunaannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi pemanfaatan Instagram untuk sosialisasi regulasi siaran sehat oleh KPI Pusat. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Studi Kasus dengan wawancara sebagai teknik pengumpulan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan instagram untuk sosialisasi regulasi siaran sehat terkendala karena tidak sedikit masyarakat yang malas mencari informasi mengenai tugas dan wewenang KPI Pusat. Media baru sangat berperan penting dalam menginformasikan serta mensosialisasikan suatu informasi juga produk yang baru kepada khalayak. Dalam penggunaan media baru, yang dilakukan oleh Komisi Penyiaran Indonesia Pusat adalah dengan memanfaatkan Instagram untuk mensosialisasikan siaran sehat.

Kata Kunci : Media Baru, Instagram, Komisi Penyiaran Indonesia Pusat

Abstract. In the Digital Age, the communication process enters a new phase. The information process is also developing rapidly. Speed in accessing information is sometimes not matched by the accuracy of the information obtained. The big influence of what is displayed by the mass media and the use of public-owned frequencies in carrying out the broadcast process must be monitored for their use. This study aims to determine the strategy for using Instagram to socialize healthy broadcast regulations by the Central KPI. The methodology used in this study is a case study with interviews as a data collection technique. The results of the study show that the use of Instagram to socialize healthy broadcast regulations is constrained because not a few people are lazy to find information about the duties and authorities of the Central KPI. New media plays an important role in informing and disseminating new information and products to the public. In using new media, what the Central Indonesian Broadcasting Commission does is utilize Instagram to socialize healthy broadcasts.

Keywords: New Media, Instagram, Central Indonesian Broadcasting Commission

PENDAHULUAN

Komunikasi massa menjadi salah satu macam komunikasi yang perkembangannya sangat signifikan, komunikasi yang memiliki arti komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik) ini, memiliki jangkauan yang luas. Teknologi informasi dan komunikasi dan industri media saat ini telah mengubah perilaku dan peradaban manusia secara global, perkembangannya telah menyebabkan dunia seakan tanpa batas (borderless) yang kemudian menyebabkan pula perubahan sosial dari manusianya. Informasi yang bersumber dari satu komunikator melalui media yang kini ada, tak terbandung penyebarannya, siapapun bisa mengakses informasi tersebut. Saat ini, teknologi informasi dan komunikasi telah mengarah pada konvergensi yang memudahkan kegiatan manusia dalam rangka menjadi pencipta, pengembang dan pengguna dari teknologi.

Televisi merupakan salah satu media komunikasi elektronik, selain radio dan yang lainnya. Penyiaran televisi adalah media komunikasi massa dengar dan juga pandang, yang menyalurkan gagasan serta informasi dalam bentuk suara dan gambar secara umum, baik yang sifatnya terbuka ataupun yang tertutup, berupa program yang teratur serta berkesinambungan.

Selain fungsi yang jelas yakni pemenuh pendidikan, informasi dan hiburan bagi masyarakat, media juga mempunyai peran utama yang diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 1999 pasal 6, antara lain:

- a) Memenuhi hak masyarakat untuk mengetahui
- b) Menegakkan nilai-nilai dasar demokrasi, mendorong terwujudnya supremasi hukum, dan Hak

- Asasi Manusia, serta menghormati kebhinekaan
- c) Mengembangkan pendapat umum berdasarkan informasi yang tepat, akurat dan benar
 - d) Melakukan pengawasan, kritik, koreksi, dan saran terhadap hal-hal yang berkaitan dengan kepentingan umum
 - e) Memperjuangkan keadilan dan kebenaran

Penyiaran sebagai kegiatan komunikasi massa mempunyai fungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol, dan perekat sosial. Dalam menjalankan fungsi penyiaran juga mempunyai fungsi ekonomi dan kebudayaan untuk itu KPI sebagai lembaga penyiaran menginginkan agar semua fungsi televisi tercapai secara utuh. Komisi Penyiaran Indonesia adalah lembaga negara yang bersifat independen mengatur hal-hal penyiaran yang ada di pusat dan di daerah yang tugas dan wewenangnya diatur dalam Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 sebagai wujud peran serta masyarakat di bidang penyiaran.

Dalam menjalankan fungsi, tugas, wewenang dan kewajibannya, Komisi Penyiaran Indonesia Pusat (KPI Pusat) diawasi oleh Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia, dan Komisi masyarakat di bidang penyiaran. Dalam menjalankan fungsi, tugas, wewenang dan kewajibannya, Komisi Penyiaran Indonesia Pusat (KPI Pusat) diawasi oleh Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia, dan Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) diawasi oleh Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Provinsi.

KAJIAN TEORI

Strategi. Menurut David (2011:18-19) Strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai. Strategi bisnis mencakup ekspansi geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, pengetatan, divestasi, likuidasi, dan usaha patungan atau joint venture. Strategi adalah aksi potensial yang membutuhkan keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan dalam jumlah besar. Jadi strategi adalah sebuah tindakan aksi atau kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau perusahaan untuk mencapai sasaran atau tujuan yang telah ditetapkan.

POAC. POAC adalah strategi untuk menyusun, memproses serta mengatur organisasi untuk lebih terorganisir dalam visi dan misi. Terdapat banyak konsep manajemen yang dapat dilaksanakan namun konsep POAC sangat kompatibel untuk diterapkan disetiap tingkatan manajemen.

Planning (Perencanaan). Planning adalah sebuah proses untuk mempresentasikan tujuan perusahaan dan menciptakan strategi yang tepat untuk mencapai tujuan tersebut serta merencanakan kegiatan kerja dalam perusahaan. Perencanaan ini sangatlah penting dalam fungsi manajemen karena perusahaan yang tidak memiliki perencanaan yang matang akan mengalami kesulitan untuk menjalankannya.

Terdapat beberapa faktor penting yang harus diperhatikan dalam perencanaan, yaitu :

- Spesifik ; Planning harus di buat dengan jelas yang meliputi maksud, tujuan, dan ruang lingkupnya.
- Measurable : Kesuksesan harus dapat diukur dari program kerja dan perencanaan yang telah dibuat.
- Achievable : Tujuan tersebut harus dapat dicapai serta diwujudkan dan bukan hanya sekedar fiktif dan tidak nyata.
- Realistic : Perencanaan harus dapat disesuaikan dengan kemampuan dan sumber daya yang tersedia agar anda dapat menghadapi tantangan yang akan dihadapi dengan mudah.
- Time : Dalam perencanaan harus terdapat batas waktu yang jelas sehingga perencanaan tersebut dapat di evaluasi dan dinilai

Perencanaan ini dapat di definisikan sebagai proses seorang manajer menetapkan tujuan, menilai ke depan dan mengembangkan tindakan yang di buat untuk mencapai tujuan (Lousie E. Boone dan David L. Kurtz: 1984).

Organizing (pengorganisasian). Pengertian Organizing dalam POAC adalah proses untuk memastikan bahwa penyusunan organisasi telah sesuai dengan tujuan, sumber daya dan lingkungan. Organizing ini dapat meliputi pembagian pekerjaan ke dalam penugasan yang spesifik atau menentukan orang-orang yang berhak untuk menjalankan tugas. Hal penting lainnya dalam organizing adalah pembagian kelompok kegiatan kedalam beberapa departemen atau sub divisi. Ini merupakan bagian dari prinsip manajemen dimana pembagian tugas dan tanggung jawab dalam perusahaan akan di bebaskan pada anggota yang sesuai dengan skill dan kemampuan masing-masing. Pengorganisasian ini biasanya

direalisasikan dalam bentuk hirarki organisasi kemudian bagi dalam berbagai jabatan. Setiap Jabatan yang ada akan memiliki tanggung jawab, wewenang dan tugas masing-masing.

Actuating (pelaksanaan). Sebuah perencanaan yang baik dan pengorganisasian yang rapi tidak akan berarti bila tidak dilaksanakan. Actuating adalah tindakan yang dilakukan dalam rangka upaya agar seluruh perencanaan dan tujuan dari perusahaan dapat tercapai sesuai dengan yang diharapkan. Pada tahapan pelaksanaan ini membutuhkan kerja yang keras, disiplin dan juga kerjasama antar divisi atau departemen. Seluruh elemen dalam organisasi harus dapat di maksimalkan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Pelaksanaan ini wajib dijalankan sesuai perencanaan dan dilaksanakan sesuai dengan jabatan yang ada terkecuali ada hal-hal yang membutuhkan penyesuaian.

Controlling (Pengendalian). Pengertian controlling dalam POAC adalah proses untuk mengendalikan perusahaan untuk mempertahankan organisasi. Semua fungsi sebelumnya tersebut tidak akan pernah berjalan dengan baik apabila tidak adanya kontrol atau pengawasan yang baik. Hal ini berarti pengendalian adalah fungsi yang memastikan bahwa setiap tugas dalam organisasi dan pekerjaan dapat terpelihara dengan baik untuk mencapai tujuan organisasi.

Menurut Lousie E. Boone dan David L. Kurtz, Pengertian Controlling (pengendalian) adalah sebuah proses di mana manajer akan menentukan apakah operasi berjalan konsisten sesuai dengan rencana. Tujuan dari controlling adalah menciptakan aktivitas manajemen yang dinamis, efektif dan efisien sesuai dengan tugas dan tanggung jawab sesuai dengan hirarki organisasi yang sudah ditentukan. Secara umum, fungsi dari controlling adalah :

- Menghindari terjadi penyimpangan didalam organisasi
- Memperbaiki setiap kesalahan atau kelemahan yang ada di dalam perusahaan
- Meningkatkan tanggung jawab setiap orang dalam menjalankan tugas.
- Melakukan koreksi apabila pelaksanaan tidak sesuai dengan perencanaan yang telah ditetapkan

Hal terpenting dalam pengawasan ini adalah mengetahui terjadinya penyimpangan atau penyelewangan yang terjadi baik dalam perencanaan, pelaksanaan serta pengorganisasian.

METODE

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori media baru . Teori media baru adalah salah satu teori pada tradisi sosiokultural. Menurut Littlenjohn dan foss (2009), pada tahun 1990, Mark Poster meluncurkan buku besarnya, *The Second Media Age*, yang menandai periode baru dimana teknologi interaktif dan komunikasi jaringan khususnya dunia maya akan mengubah masyarakat . Era media kedua digambarkan sebagai :

Sementara itu, Martin Lister dkk (2009 : 13-14) menyatakan bahwa media baru memiliki beberapa karakteristik, yaitu digital, interaktif, hipertekstual, virtual, jaringan, dan simulasi.

Digital : Media baru mengacu media yang bersifat digital dimana semua data diproses dan disimpan dalam bentuk angka dan keluarannya disimpan dalam bentuk cakram digital. Terdapat beberapa implikasi dari digitalisasi media yaitu dematerialisasi atau teks terpisah dari bentuk fisik, tidak memerlukan ruangan yang luas untuk menyimpan data karena data dikompres menjadi ukuran yang lebih kecil, data mudah diakses dengan kecepatan yang tinggi serta mudahnya data dimanipulasi .

Interaktif : Merupakan kelebihan atau ciri utama dari media baru. Karakteristik ini memungkinkan pengguna dapat berinteraksi satu sama lain dan memungkinkan pengguna dapat terlibat secara langsung dalam perubahan gambar ataupun teks yang mereka akses .

Hiperteks : Teks yang mampu menghubungkan dengan teks lain di luar teks yang ada. Hiperteks ini memungkinkan pengguna dapat membaca teks tidak secara berurutan seperti media lama melainkan dapat memulai dari mana pun yang diinginkan,

Jaringan : Karakteristik ini berkaitan dengan ketersediaan konten berbagi melalui internet. Karakteristik ini melibatkan konsumsi. Sebuah contoh, ketika kita akan mengkonsumsi suatu teks media, maka kita akan memiliki sejumlah besar teks yang sangat berbeda dari yang tersedia dalam berbagai cara.

Virtual : Karakteristik ini berkaitan dengan upaya mewujudkan sebuah dunia virtual yang diciptakan oleh keterlibatan dalam lingkungan yang dibangun dengan grafis komputer dan video digital.

Simulasi : Simulasi tidak berbeda jauh dengan virtual. Karakter ini terkait dengan penciptaan dunia buatan yang dilakukan melalui model tertentu.

Pengawasan Penyiaran. Eksistensi KPI adalah bagian dari wujud peran serta masyarakat dalam hal penyiaran, baik sebagai wadah aspirasi maupun mewakili kepentingan masyarakat (UU Penyiaran, pasal 8 ayat 1). Legitimasi politik bagi posisi KPI dalam kehidupan kenegaraan berikutnya secara tegas diatur oleh UU Penyiaran sebagai lembaga negara independen yang mengatur hal-hal mengenai penyiaran (UU Penyiaran, pasal 7 ayat 2). Secara konseptual posisi ini mendudukkan KPI sebagai lembaga kuasi negara atau dalam istilah lain juga biasa dikenal dengan auxiliary state institution.

Dalam rangka menjalankan fungsinya KPI memiliki kewenangan (otoritas) menyusun dan mengawasi berbagai peraturan penyiaran yang menghubungkan antara lembaga penyiaran, pemerintah dan masyarakat. Pengaturan ini mencakup semua daur proses kegiatan penyiaran, mulai dari tahap pendirian, operasionalisasi, pertanggungjawaban dan evaluasi.

Dalam melakukan kesemua ini, KPI berkoordinasi dengan pemerintah dan lembaga negara lainnya, karena spektrum pengaturannya yang saling berkaitan. Ini misalnya terkait dengan kewenangan yudisial dan yustisial karena terjadinya pelanggaran yang oleh UU Penyiaran dikategorikan sebagai tindak pidana. Selain itu, KPI juga berhubungan dengan masyarakat dalam menampung dan menindaklanjuti segenap bentuk apresiasi masyarakat terhadap lembaga penyiaran maupun terhadap dunia penyiaran pada umumnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam artikel ini metodologi yang dilakukan menggunakan studi kasus, dimana penulis melakukan pengumpulan data melalui wawancara terhadap 2 informan yaitu Informan 1 Bapak Rafel, selaku Humas KPI Pusat bagian media sosial. Informan yang ke 2 adalah pengikut akun instagram KPI Pusat, Aldy Fadhillah Muhammad mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka. Berdasarkan hasil wawancara dari informan satu. KPI Pusat memanfaatkan fitur bawaan dari instagram, dengan melihat kondisi wilayah pengguna instagram, waktu-waktu tertentu saat masyarakat aktif menggunakan instagram, usia rata-rata followers akun instagram KPI Pusat, pada saat itulah KPI Pusat mensosialisasikan regulasi siaran sehat.

Hambatan dalam mensosialisasikan regulasi siaran sehat, adalah minimnya minat baca atas informasi yang diberikan oleh KPI Pusat. Cara KPI Pusat dalam menangani hambatan dalam sosialisasi regulasi siaran sehat baru-baru ini mempunyai aplikasi brand me 24 dapat mengetahui sentimens masyarakat terhadap KPI, bukan hanya di media sosial saja, namun diplatform media online juga. Misalnya ada seseorang yang menulis blog atau forum tentang KPI Pusat dengan sentimens negative melalui aplikasi terbaru bisa dilacak, isi dari masalah yang dibahas mengenai KPI Pusat. Hal tersebut menjadi bahan evaluasi bagi KPI untuk mengangkat isu-isu yang sedang ramai membicarakan KPI Pusat.



Gambar 1. Beragam aplikasi yang dimiliki oleh KPI Pusat

Menurut keterangan informan banyak sekali komentar di akun instagram KPI Pusat terkait sensor atas program yang ditayangkan oleh televisi, namun KPI tidak memiliki wewenang dalam sensor program,

karena hal tersebut adalah wewenang dari Lembaga Sensor Film. Dan KPI Pusat tidak bisa mengawasi ranah Media Baru karena belum ada Undang-Undang yang mengatur hal tersebut. Untuk saat ini tugas dan kewajiban KPI Pusat diatur oleh Undang-Undang Penyiaran nomor 32 tahun 2002 tentang penggunaan frekuensi milik publik. Dalam pengawasan ranah Media Baru, masih menunggu Rancangan Undang-Undang terbaru, hasil keputusan tersebut bisa saja ranah Media Baru diawasi oleh KPI atau Instansi terkait lainnya.

Tak hanya menggunakan instagram dalam mensosialisasikan regulasi siara sehat, namun KPI Pusat juga memanfaatkan semua jenis media baru, seperti Facebook, Twitter, Youtube. Hal lain yang dilakukan adalah KPI jumpa warga net, mengundang beberapa warganet yang sering menghujat KPI, lalu diundang datang ke KPI Pusat untuk melakukan diskusi menyampaikan permasalahan langsung ke komisioner KPI, sehingga tidak ada jarak antara KPI Pusat dengan Netizen. Harapan KPI Pusat, masyarakat diharapkan memiliki tingkat keingin tahun lebih mengenai KPI Pusat, sebelum menilai buruk tentang KPI.

Berdasarkan hasil wawancara Informan 2, akun Instagram KPI Pusat cukup informatif dalam menginformasikan regulasi penyiaran. Tak hanya regulasi saja yang diinformasikan oleh KPI Pusat, namun dipaparkan pula sanksi atas pelanggaran yang dilakukan oleh program acara dari stasiun televisi. Adapun kegiatan yang dilakukan KPI Pusat lalu di share melalui instagram, sehingga masyarakat dapat mengetahui lebih dalam tugas dan fungsi KPI Pusat.

Menurut informan 2, KPI Pusat aktif dalam membalas komentar dari para warganet, yang tidak paham betul mengenai Undang-Undang Penyiaran. Serta merespon dengan aduan yang dilakukan oleh warganet mengenai tayangan atau program acara yang melanggar Undang-Undang Penyiaran dan P3SPS.

PENUTUP

Pengawasan isi siaran bukan saja tanggung jawab KPI Pusat, melainkan tanggung jawab bersama, karena menggunakan frekuensi milik publik, dalam melakukan proses siaran tentu saja harus bermanfaat bagi seluruh masyarakat Indonesia, karena masyarakat berhak mendapatkan informasi, hiburan dan edukasi dari program acara televisi, bukan sekedar membuat program acara yang hanya menguntungkan pihak media saja, tanpa memikirkan dampak dari program acara yang melanggar Undang-Undang Penyiaran dan P3SPS. Bagi KPI Pusat Instagram merupakan platform paling efektif dalam mensosialisasikan regulasi siaran sehat kepada masyarakat. Namun proses mensosialisasikan regulasi siaran sehat kepada masyarakat, bukan berhenti sampai di situ saja, KPI Pusat terus berusaha untuk mengawasi isi siaran sebagai bentuk tanggung jawab dan wewenang KPI Pusat.

DAFTAR RUJUKAN

- Boone, Louis E., David L Kurtz. (1984). Principles of Managment, New York: Random House.
- David, Fred, R. (2011). Strategic Management Manajemen Strategi Konsep. Jakarta: Salemba Humanika.
- Lister, Martin. dkk. (2009). New Media: a Critical Introduction. New York: Routledge
- Littlejohn, Stephen W. & Karen A. Foss. (2009). Theories of Human Communication. Jakarta: Salemba Humanika.
- McQuail, Dennis. (2010). Mass Communication Theory. London: Sage Publication.
- Moleong, Lexy J. (2001). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. (2011). Ilmu Komunikasi suatu pengantar. Bandung; PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Rulli. (2017). Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Bandung: Alfabeta.
- Wahyudi, J.B. (1996). Dasar-dasar Jurnalistik Radio dan Televisi. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.

Sumber lain :

<http://www.kpi.go.id/index.php/id/>