

# **Dasar Penswastaan Televisyen Di Negara Membangun: Studi Kasus Negara Malaysia dan Indonesia**

**Erman Anom, Ph.D & Dr. Junaidi Abubakar**  
**Universitas Indonusa Esa Unggul dan FSSK, UKM**

## **Abstrak**

Dasar Penswastaan di sektor swasta khususnya televisyen telah memberi kesan positif seperti mana yang diharapkan oleh pemerintah, dalam mempercepat pertumbuhan ekonomi Negara sehingga sektor swasta telah menyokong proses pemulihan ekonomi yang lebih luas serta mengukuhkan lagi daya tahan ekonomi negara. Televisi swasta sebagai alat komunikasi pemerintah, masyarakat dan pembangunan hendaknya memainkan peranannya lagi dalam membantu pemerintah dengan membawa perubahan masyarakat tradisional yang bersifat tertutup menjadi masyarakat yang terbuka dengan mahu melakukan maklum balas terhadap informasi yang diterimanya dan mahu menerima kemajuan serta modernisasi dari luar serta meningkatkan lagi fungsinya sebagai hiburan yang bercorakan keislaman, pendidikan dan informasi kepada masyarakat yang bertamadun.

**Kata Kunci:** Media, penyiaran, penswastaan Televisyen, negara berkembang, pertumbuhan ekonomi, kehidupan masyarakat.

## **Pendahuluan**

Malaysia sebuah negara di Asia Tenggara yang memiliki pertumbuhan ekonomi dan pembangunan paling gemilang yang sekarang telah merdeka selama 50 tahun. Pada masa ini Malaysia sedang giat membangun dan mensejahterakan masyarakat kepada usaha-usaha dan kebijakan-kebijakan pembangunan negara yang meliputi segala aspek kehidupan sosio ekonomi, politik dan kebudayaan melalui teknologi informasi. Malaysia yang pada 15 tahun lagi akan menuju wawasan 2020, khususnya media massa elektronik (televisi swasta) dalam ulang tahun meningkatkan kualiti teknologi komunikasi industri penyiaran bagi masyarakat. Sedangkan

komunikasi dalam pembangunan sangat penting bagi negara yang sedang berkembang seperti di Malaysia. Pengertian komunikasi itu sendiri ialah satu infrastruktur yang penting dalam proses pembangunan. Malahan komunikasi dan pembangunan mempunyai satu hubungan yang bersifat simbiotik di mana “*each feeds upon, stimulates and nourishes each other*” justeru dalam rancangan-rancangan pembangunan “*a sustained and expanding communications component*” adalah perlu (Fauziah Kartini, dkk,1982: 43).

Penswastaan Televisi yang dilakukan untuk mengembangkan kehidupan masyarakat, baik sosio kehidupan masyarakat dunia, aspek ekonomi secara khusus maupun aspek yang lain berkenaan sosio kehidupan masyarakat. Antara kebijakan penswastaan yang paling mendapat sambutan adalah penswastaan media elektronik seperti televisi, terutamanya TV3 yang di dalamnya ada siaran-siaran berpotensi besar untuk menjadi agen perubahan kepada pembangunan masyarakat, bangsa dan negara.

Industri penyiaran televisi mempunyai peranan dalam mempercepat proses modernisasi dan pembangunan sesebuah negara. Penyiaran Radio Televisi Malaysia (RTM) semenjak 28 Disember 1963 adalah saluran tunggal yang dimiliki dan dimonopoli oleh pemerintah yang harus bersaing dengan munculnya rangkaian televisi swasta pada 1 Jun 1984 yang dikenal dengan nama TV3. Persaingan tersebut berpuncak dengan perubahan kebijakan penyiaran pemerintah yang beriringan dengan pengubalan Kebijakan Penswastaan Negara yang mempengaruhi keadaan sosioekonomi dan politik pada saat itu (Rahmah, 1997:1). Sistem penyiarannya adalah di bawah Pengawasan Kementerian Penerangan. Tujuan penulisan ini ialah melihat peranan Teknologi Informasi yang dimainkan oleh media elektronik, seperti televisi swasta, terutamanya TV3. Media elektronik tersebut berperanan penting dalam pembangunan di negara Malaysia dan membangun individu dari keadaan yang mundur ke satu keadaan yang lebih bertamadun. Isu yang diketengahkan dalam penulisan ini, lebih dititikberatkan kepada kebijakan penswastaan televisi yang ada di Malaysia khususnya TV3. Kemudian dilihat juga kesan rancangan industri penyiaran televisi swasta dalam pembangunan, sehingga dengan itu akan menumbuhkan semangat perubahan kebijakan penyiaran televisi pemerintah dan juga televisi swasta iaitu TV3. Begitu juga negara Indonesia Industri penyiaran televisi mempunyai peranan dalam

mempercepat proses modernisasi dan pembangunan sesebuah negara, hal ini dimainkan peranan oleh TV RI, Radio dan televisi swasta nasional dan lokal.

### **Tinjauan Pustaka dan Teori:**

#### **Kebijakan Penswastaan Penyiaran**

Kebijakan biasanya dirancang, dibentuk dan ditentukan oleh pemimpin-pemimpin pada peringkat pentadbiran untuk dilaksanakan oleh agensi-agensi tertentu. Kebijakan lebih merupakan asas atau panduan kepada beberapa pelan tindakan yang telah dirancang untuk memenuhi tujuan-tujuan atau matlamat-matlamat bagi kepentingan sesuatu agensi atau organisasi. Mengikuti amalan biasa, pentadbir dan kakitangan pemerintah berpandukan kepada kebijakan dalam melaksanakan tugas-tugas mereka, terutama dalam menyediakan/melaksanakan perkhidmatan-perkhidmatan kepada orang awam. Oleh itu, kebijakan boleh dianggap sebagai pernyataan rasmi yang diterima dan dikeluarkan oleh badan-badan berkuasa seperti pemerintah, perundangan dan lembaga. Dengan adanya kebijakan, orang awam dapat memahami sebagai tujuan, matlamat atau hala yang hendak dituju atau dicapai oleh sesebuah agensi/organisasi (terutamanya badan-badan pemerintah) dan juga bagaimana rancangan tindakan itu beroperasi pada peringkat nasional dan tempatan (Asnarulkhadi, 1997:10). Pelaksanaan Kebijakan Penswastaan telah banyak membantu negara mengurangkan perbelanjaan pembangunan yang ditanggung oleh pemerintah, salah satunya pembentuk televisi swasta yang memperhatikan aspek sosial, ekonomi atau pembangunan, demi kepentingan, kesejahteraan dan kebajikan sosial dalam masyarakat.

Konsep penswastaan bermaksud pemindahan kepentingan atau pelaburan pemerintah yang tertentu kepada sektor swasta. Penswastaan adalah bertentangan dengan pemiliknegara (*nationalization*). Rasional utama Kebijakan Penswastaan (DP) ialah pengurusan sesebuah perusahaan oleh pemerintah adalah biasanya tidak cekap berbanding pengurusan yang diuruskan oleh pihak swasta. Dengan demikian, penswastaan diharap akan dapat meningkatkan prestasi ekonomi dan perkhidmatan sesebuah perusahaan supaya kadar pertumbuhan ekonomi negara dapat sama-sama

dipertingkatkan. Kebijakan penswastaan yang telah dilancarkan pada tahun 1983 bertujuan untuk mengurangkan beban kewangan pemerintah, meningkatkan kecekapan dan penghasilan kerja, menggalakkan pertumbuhan ekonomi, mengagihkan sumber secara cekap dan mempercepat pencapaian hasrat DEB (Asnarulkhadi , 1997:232).

Pada tahun 1985 Malaysia mengalami kemerosotan di sektor ekonomi berpunca daripada projek komersil mengalami kerugian yang besar sehingga pihak pemerintah menghadkan peranan dalam bidang ekonomi. Dalam hal mengatasi fenomena tersebut, pemerintah mengambil tindakan untuk mengurangkan pembelanjaan negara, pinjaman asing, menjalankan kempen berjimat cermat kepada rakyat, dengan tidak memberi keutamaan kepada Kebijakan Ekonomi Baru, tetapi sebaliknya pemerintah telah memberikan keutamaan kepada pihak-pihak asing yang berkeinginan melabur kepada sektor swasta.

Kesan yang paling dominan dalam pelaksanaan kebijakan penswastaan negara Malaysia adalah pernyataan Dato'Seri Dr. Mahathir yang tidak berpuas hati dengan prestasi syarikat-syarikat milik awam yang tidak cekap dan tidak menguntungkan untuk membiayai organisasinya, dalam hal membayar cukai kepada pihak pemerintah. Sebaliknya, beliau mengkagumi pencapaian ekonomi yang pesat di negara Jepun, Korea Selatan, Taiwan dan di kawasan Timur. Kejayaan negara-negara tersebut meyakinkan Perdana Menteri bahawa penglibatan sektor swasta amat penting untuk mencapai pertumbuhan bidang ekonomi dan lahirlah konsep-konsep Persyarikatan Malaysia dan penswastaan yang kemudian dijadikan kebijakan pemerintah (Rahmah, 1997:5).

Akhir-akhir ini mutu rancangan penyiaran televisi pemerintah kurang diminati oleh penonton dan menimbulkan ketidakpuasan hati para penonton, sehingga masyarakat banyak menonton video dan menonton tayangan penyiaran televisi Singapura. Hal ini cepat diatasi oleh pihak pemerintah dengan menggalakan penglibatan yang lebih banyak di kalangan sektor swasta terutama penswastaan dalam bidang penyiaran televisi dengan pembentukan stesen TV milik swasta yang dikenal dengan TV3. Rahmah mengatakan Syarat pertumbuhan TV3 sebagai saluran komersil

hendaknya memenuhi aspirasi negara, menghormati agama Islam, mematuhi prinsip rukunegara, membantu mengekalkan keselamatan negara dan menanamkan nilai-nilai cinta akan negara, kesedaran sivik dan perpaduan. Juga perlu menyetujui peraturan membenarkan RTM memperoleh “*The first right of refusal*” untuk menyiarkan secara langsung sebarang siaran rancangan tempatan atau luar negara (Rahmah, 1997:9-11).

Beliau mengatakan penswastan dalam bidang penyiaran televisi disamaertikan dengan pembentukan stesen TV milik swasta, TV3, dan juga merujuk kepada penglibatan sektor swasta dalam pengurusan waktu siaran serta penerbitan rancangan-rancangan tempatan yang telah ditentukan dan dikenal pasti. Istilah “penswastan” juga bermakna wujudnya persaingan antara rangkaian televisi milik pemerintah dan milik swasta. Konsep penswastan yang telah diusul dalam Rancangan Malaysia Ke-Lima pada tahun 1986 hingga 1990, telah memberi satu penyertaan yang lebih luas bagi sektor swasta dalam pemilikan, pengoperasian, pengurusan perkhidmatan dan rancangan-rancangan sektor awam.

Dalam hal ini, para pengusaha televisi swasta khususnya TV3 mengambil peranan aktif dalam sektor swasta karena pihak pemerintah telah memberikan kelonggaran dalam beberapa peraturan sistem birokrasi bidang perniagaan. Ini membuktikan bahawa betapa seriusnya pihak pemerintah dalam usaha untuk memberi kemudahan dalam pelaburan dan pertumbuhan sektor swasta. Pada tahun 1980an teknologi komunikasi dan kebijakan penswastan telah mempercepat pertumbuhan dan perubahan sosioekonomi dan budaya di negara Malaysia.

Kebijakan Penswastan televisi berkembang secara bertahap oleh karena negara belum memiliki sebarang bentuk untuk dicontohi. Untuk tahap awal Kebijakan Pengswastan pada mulanya dilaksanakan secara *ad hoc*. Dengan dilancarkan TV3 sebagai televisi swasta telah timbulah masalah tentang kawalan kandungan siaran di mana syarikat ini mementingkan keuntungan dengan menyajikan siaran hiburan yang dipenuhi dengan unsur-unsur seks dan keganasan.

Untuk mengatasi fenomena tersebut pihak pemerintah telah membentuk sebuah Akta yang diberi nama Akta Penyiaran 1988, secara rasminya telah

berkuatkuasa mulai tahun 1989 yang meletakkan kuasa kawalan penyiaran di negara ini ke tangan Menteri Penerangan. Tujuannya untuk memastikan agar TV3 ataupun mana-mana institusi-institusi yang terlibat dengan penyiaran tidak dapat lari daripada kawalan pemerintah (R.Karthigesu,1995:8). Kemudian pada tahun 1998 Akta ini diganti dengan nama Akta Komunikasi dan Multimedia. Dengan kemunculan Akta ini, setidaknya telah menghilangkan keresahan masyarakat sehingga keganasan dan kelucahan akan berkurang dalam rancangan televisi. Sedangkan di Indonesia penswastaaan Televisi di mulai dengan adanya undang-undang penanam modal asing dan terus diikuti muncul televisi swasta pertama RCTI.

## **Pembahasan:**

### **Pertumbuhan Televisyen Swasta**

Pertumbuhan televisi di Malaysia, memainkan peranan yang sangat penting untuk rakyat Malaysia terutama dengan berdirinya sebuah stesen Sistem Televisi Malaysia Berhad (STMB) yang telah gemilang memperolehi lesen televisi swasta pertama yang dikenal dengan TV3. Stesen ini ditubuhkan pada tarikh 15 September 1983, yang dilancarkan pada 1 Jun 1984, iaitu meliputi kawasan di sekitar Lembah Kelang. Dengan tajuk “ Pertama Dalam Berita, Terbaik Dalam Hiburan”. Rahmah mengatakan Datuk Chan Siang Sun (mendiang), bekas Timbalan Menteri Penerangan, memberikan lesen kepada media massa elektronik televisi swasta pada kumpulan Fleet. Selepas pemerintah berpuas hati dalam kepakaran TV3 untuk mengurus stesen televisi swasta dengan memuaskan. Ahmad Merican adalah salah seorang yang sangat berjasa dalam penumbuhan satu stesen TV3. Beliau adalah salah seorang penerbit yang pertama di TV1 pada tahun 1963 dan pernah menjawat jawatan sebagai Ketua Bahagian Hiburan. Kumpulan Fleet mempunyai kemampuan, kebolehan dan kepakaran untuk mengurus stesen televisi swasta dengan memuaskan. Gagasan penumbuhan stesen televisi swasta ini muncul sebahagian dari ketidakpuasan Dr. Mahatir dengan perusahaan publik yang dipercayai tidak mampu menjalankan fungsinya secara efisien dan efektif, dan juga sebagai alat untuk meningkatkan saham ekonomi bumiputera dengan meningkatkan cukai yang tinggi di kalangan sektor swasta (Rahmah, 1997:8).

Hal ini mendorong pemerintah untuk menswastakan aktiviti komersil dalam beberapa sektor. Salah satunya sektor televisi swasta. Kehadiran TV3 menjadi stesen swasta ketika Malaysia mengalami kemerosotan ekonomi. Sepuluh tahun kemudian syarikat-syarikat televisi swasta tumbuh dengan banyak antaranya :

1. TV4. Metrovision merupakan rangkaian televisi perdagangan bahasa Inggeris kedua Malaysia. Metrovision mula dilancarkan pada 18 September 1995 oleh City televisi Sdn Bhd. Kini Metrovision telah diambilalih oleh TV8.
2. TV7 yang dilancarkan pada 7 April 1998 merupakan salah satu televisi swasta yang menawarkan rancangan dalam bahasa Melayu, Inggeris, Mandarin dan Tamil. Antara rancangan yang berkualiti ialah My News Network. Dengan motonya “ Saluran Ceria Anda”.
3. TV8 yang dilancarkan pada 12 Januari 2004 adalah anak syarikat milik TV3. TV8 menyiarkan rancangan untuk kumpulan focus pelanggan yang berbeza iaitu lebih kepada remaja, kanak-kanak, muzik dan juga rancangan bahasa Cina.
4. TV9 dilancarkan pada September 2003. Namum televisi swasta ini tidak bertahan lama iaitu pada Jan 2005, TV9 mengumumkan bahawa ia memberhentikan operasinya pada 1 Februari 2005 untuk tujuan penyusunan semula kredit dan korporat sebelum pelancaran semula pada Februari 2006.
5. Mega TV yang dilancarkan pada November 1995 sebagai stesen televisi kabel pertama 24 jam.
6. Astro pada tarikh 1 Oktober 1996 sebagai penyiaran digital yang menawarkan 22 channel televisi dan 8 radio dengan menggunakan satelit MEASA, National televisi (NTV) yang merencanakan penyiaran program kepada khalayak East Asia Growth Area (EAGA) meliputi Brunei, Filipina Selatan dan Sulawesi sebelum akhir 1997. Namum ada beberapa syarikat-syarikat itu tidak bertahan lama karena faktor ekonomi dan diambilalih oleh TV3 seperti mega televisi dan NTV (Harian Metro Online (Malaysia) [www.Hmetro.com.my/current News/ HM/sunday](http://www.Hmetro.com.my/current%20News/HM/sunday)).

Dengan munculnya pelbagai televisi swasta di negara Malaysia dan Indonesia maka sektor ini akan memainkan perannya dalam pembangunan ke arah pertumbuhan ekonomi Malaysia dan Indonesia yang maju dengan program rancangan yang realiti dan berkualiti.

## **Perkembangan Televisyen Swasta Dalam Pembangunan**

Malaysia sebuah negara yang sedang mengalami pertumbuhan ekonomi dan pembangunan yang paling membanggakan kini telah berumur 50 tahun yang mempunyai penduduk dari pelbagai segi kelompok etnik baik budaya, bahasa dan agama iaitu kelompok etnik Melayu, Cina dan India, sedangkan di Sabah kelompok etnik terbesar adalah Kadazan Dusun, Cina dan Melayu. Sementara di Sarawak pula kelompok terbesar jumlahnya ialah Dayah Iban, Melayu, Dayah Bidayuh, Dayah orang Ulu dan Cina. Malaysia dari segi fizikal dan geografis agak beruntung sedikit karena tidak memiliki hambatan besar yang boleh merumitkan dalam komunikasi. Menurut Fauzia, Wan Asmah dan Rodzi mengatakan keterpisahan fizikal negeri Sabah dan Sarawak dapat diatasi melalui teknologi komunikasi, iaitu dengan menggunakan *troposcatter* dan *seacom*. Sementara dari segi politik Malaysia merupakan negara yang paling stabil di negara-negara Asia Tenggara (Fauzia, dkk, 1982:51).

Kehidupan manusia di masa akan datang banyak bergantung kepada teknologi. Perkembangan teknologi komunikasi yang kian pesat di Malaysia akan mengubah pola arus informasi yang terus berkembang di seluruh dunia memerlukan tindakan segera pembangunan sumber manusia untuk memberi latihan, pengetahuan, kemahiran tentang media massa terutama teknologi komunikasi televisi.

Menurut Fauzia, Wan Asmah dan Rodzi meskipun perkembangan teknologi komunikasi sudah sedemikian pesat, namun peranan sistem penyiaran televisi pemerintah dan swasta di bawah pengawasan Kementerian Penerangan. Di peringkat Polisi, penyiaran di Malaysia diperlakukan dan dipertanggungjawabkan sebagai alat penting untuk membantu dan menyedarkan rakyat kepada usaha-usaha dan kebijakan-kebijakan pembangunan negara. Sistem komunikasi penyiaran di negara Asia Tenggara satu sama lain berbeza. Perbezaan itu dilatarbelakangi oleh keadaan sosioekonomi, politik dan kebudayaan yang dikembangkan. Namun demikian potensi media penyiaran televisi sangat membantu proses pembangunan di setiap negara dalam mempercepat pertumbuhan sosioekonomi, politik dan kebudayaan melalui usaha



teknologi komunikasi dalam rancangan-rancangan penyiaran televisi pemerintah dan swasta (Fauziah, dkk, 1982:52)

Pembangunan negara Malaysia bertujuan untuk mencapai kesejahteraan rakyat supaya semua rakyat tanpa mengira kaum dapat menikmati kehidupan yang sempurna. Di negara ini, pembangunan dikebijakankan kepada matlamat untuk mencapai integrasi nasional. Pengalaman sejarah telah menunjukkan bahawa ketidakseimbangan ekonomi dan jarak sosial antara kaum telah menimbulkan pelbagai masalah dalam usaha memupuk perpaduan.

Dengan demikian, kebijakan-kebijakan pembangunan dibentuk untuk mewujudkan satu masyarakat yang bersatu padu. Usaha-usaha pembangunan ekonomi adalah tujuan untuk mengurangkan lagi jurang perbezaan antara kaum, wilayah dan negeri agar integrasi nasional dapat dicapai (Asnarulkhadi, 1997:222 ).

Beliau mengatakan pembangunan adalah merujuk kepada usaha mengubah masyarakat atau negara daripada keadaan mundur kepada maju. Perubahan ini meliputi pelbagai aspek kehidupan manusia seperti sosial, kebudayaan, politik, ekonomi dan psikologi. Ia juga meliputi aspek-aspek kebendaan dan bukan kebendaan, sumber fizikal dan sumber manusia. Umumnya, pembangunan merupakan kemampuan manusia memenuhi potensi mereka untuk memastikan mereka dapat memperoleh keperluan-keperluan asas (makan, pakaian dan tempat tinggal), pekerjaan dan kesamarataan.

Apa yang penting dalam pembangunan ialah kemampuan manusia memenuhi keperluan-keperluan perkhidmatan asas (kesihatan, pendidikan, bekalan air bersih), keselamatan diri dan hak-hak kemanusiaan. Memandang kepentingan dan keperluan pembangunan, pemerintah telah membentuk kebijakan-kebijakan pembangunan yang akan menjadi asas, pemandu dan peraturan pembangunan. (Asnarulkhadi, 1997:223).

Kehadiran televisi telah memberikan perubahan kepada corak pembangunan bangsa dan negara melalui interaksi komunikasi antara individu khususnya komunikasi massa. Setiap hari pelbagai masalah sosial sering dilaporkan dalam media

elektronik (televisi) seperti penjenayahan, pelacuran di kalangan remaja, pembuangan bayi, penderaan kanak-kanak, penganiayaan terhadap wanita dan orang tua, penyalahgunaan dadah, budaya lepak dan sebagainya.

Media massa elektronik televisi memainkan peranan yang sangat penting dalam pembangunan di negara Malaysia. Sebagai televisi swasta yang pertama dilancarkan pada 1 Jun 1984, TV3 telah menjuarai bidang syarikat televisi swasta tetapi dalam beberapa segi TV3 harus menghadapi pelbagai rintangan dalam industri penyiaran televisi pada peringkat awal kelahirannya. Menurut Poopathy dan Kadir TV3 terpaksa harus membayar import setinggi M\$3000 untuk satu episode dan juga membayar M\$8000 sebulan untuk tujuan penapisan kandungan rancangan. TV3 telah membelanjakan sejumlah M\$45.8 untuk mendirikan stesennya pada bulan 1 Jun 1984. Dari jumlah tersebut kira-kira \$5.2 juta dibelanjakan untuk pembelian tanah, M\$18 juta untuk bangunan dan M\$14.5 untuk kemudahan teknikal. Sumber kewangan TV3 bergantung daripada iklan (Rahmah, 1997:9-11).

Beliau juga mengatakan di sebalik rintangan yang dihadapinya, TV3 berpeluang membeli dan menggunakan teknologi televisi yang canggih dan terkini, di mana stesen-stesen pemancar TV3 memiliki alat-alat pemancar VHF (warna) yang automatik dan boleh dikawal dari jauh. Peralatan itu juga dilengkapi dengan saluran audio yang membolehkan penonton TV3 memiliki salah satu daripada dua bahasa dalam sesuatu rancangan atau dengan kesan bunyi stereo.

Namun hari ini TV3 harus berpuas hati dengan kemajuan yang telah dicapainya dan telah gemilang memartabatkan dan kekal sebagai tunggak kekuatan Media Prima dengan mengukuhkan kedudukannya sebagai siaran televisi swasta percuma yang terunggul di negara ini. Ini tidak terlepas dari sokongan kempen periklanan serta promosi yang agresif, kumpulan telah menggunakan pengaruh strategi penjenamaan serta pemrograman TV3 yang dibina berasaskan “hanya yang terbaik” untuk mencapai kepuasan penonton utamanya dengan lebih berkesan lagi.

Pure Magic mengatakan 12 bulan berakhir 31 Disember 2004, kumpulan telah mencapai prestasi yang boleh dibanggakan dengan untung sebelum cukai disatukan

mencapai RM 49.4 juta berdasarkan pertumbuhan yang kukuh di dalam hasil kumpulan, iaitu sebanyak RM 328.4 juta. Bagi tempoh 16 bulan berakhir 31 Disember 2003, Media prima telah mencatatkan untung sebelum cukai sebanyak RM 178.3 juta, yang mana sebahagian besarnya adalah sumbangan laba luar biasa bernilai RM 145.5 juta, iaitu selaras dengan Skim Penstrukturan Semula Hutang Kumpulan TV3 dalam bulan Ogos 2003. Prestasi ini adalah hasil operasi TV3 yang terus utuh, berpunca daripada pertumbuhan yang kukuh di dalam hasil pengiklanan dan bertunjangan bilangan penonton televisi yang kekal tinggi secara konsisten. TV3 juga telah gemilang mengukuhkan kedudukannya sebagai peneraju di kalangan siaran televisi percuma dengan menawan 44 peratus perkongsian penonton televisi bagi tahun 2004 dan memiliki 43 peratus pembelajaan periklanan televisi (Pure Magic, 2004:10-11).

Beliau juga mengatakan sebagai salah satu Media Prima paling berpengaruh di Malaysia yang menggalas tanggungjawab yang besar dalam menggalak serta memupuk nilai-nilai positif ke arah proses pembangunan negara dengan mempertahankan integriti tertinggi, setia kepada budaya dan warisan Malaysia di dalam pemrograman dan terus memberikan kesan positif mendidik di samping menghibur kepada kehidupan warga Malaysia. TV3 juga mempromosikan nilai-nilai warisan serta budaya melalui kewujudan projek-projek seperti nyonya kebaya dan songket.

### **Potensi dan Kesan Televisyen Bagi Penonton**

Media massa seperti televisi merupakan salah satu agen perubah kepada pembangunan potensi manusia yang meliputi berbagai-bagai aspek, seperti kemahiran hidup sebagai asas pembelajaran untuk meningkatkan ketahanan diri, penyelesaian berbagai-bagai masalah sosial yang boleh menjadi halangan kepada pembangunan potensi individu dan kumpulan dan pengukuhan institusi sosial untuk memainkan peranan yang lebih luas lagi terutamanya dalam aspek-aspek seperti penjagaan, sokongan dan kemahiran hidup untuk kesejahteraan masyarakat.

Media elektronik khususnya televisi merupakan alat komunikasi unggul dan amat berpengaruh di Malaysia karena dewasa ini televisi boleh dikatakan telah mendominasi hampir semua waktu kekosong setiap khalayak. Menurut Hafied Cangara, hasil penelitian pada masyarakat Amerika ditemukan bahawa hampir setiap orang di benua itu menghabiskan waktunya antara 6-7 jam per minggu untuk menonton televisi. Waktu yang paling tinggi terserap pada musim dingin. Di Australia anak-anak terlambat bangun pagi ke sekolah karena banyak menonton televisi di malam hari, sementara di Indonesia penonton televisi di kalangan anak-anak meningkat pada waktu cuti, bahkan melebihi 8 jam per hari (Hafied Cangara, 2004:123).

Media massa elektronik (televisi) adalah salah satu perkara yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari dewasa ini. Pelbagai isu dan kejadian di dalam dan di luar negara senantiasa menjadi perhatian umum. Melalui Media massa elektronik (televisi) masyarakat dapat mengetahui dengan cepat perkembangan terkini yang berlaku. Apalagi dengan sokongan satelit yang canggih. Media massa elektronik televisi swasta telah memainkan peranannya menjadi semakin maju. Setiap buletin berita tidak kira di mana-mana stesen televisi di negara ini kini sudah mampu menyentuh suasana penerangan, perjuangan hak asasi dan kepentingan manusia, maupun yang bercorak *human interest*. Segala-segalanya dapat diamati dengan jelas, seperti peperangan di Bosnia Herzegovina, kekejaman di bumi Palestina serta lain-lain isu hangat di dunia begitu jelas ditonjolkan di kaca televisi.

Tidak hairanlah kalau dewasa ini televisi telah menjadi keperluan dalam kehidupan masyarakat sehari-hari karena televisi memiliki kekuatan yang luar biasa dalam komunikasi massa dan televisi begitu banyak menyita perhatian tanpa mengenal usia, pekerjaan dan pendidikan. Menurut Hafied Cangara, televisi juga mampu mengatasi jarak dan waktu, sehingga penonton yang tinggal di daerah-daerah pedalaman dapat menikmati siaran televisi. Dengan kata lain, televisi membawa wayang ke dalam rumah tangga, mendekatkan dunia yang jauh ke depan mata tanpa perlu membuang waktu dan wang untuk mengunjungi tempat-tempat tersebut (Hafied Cangara, 2004:123).

Dalam hal ini, jarak di antara mereka yang terlibat dalam komunikasi boleh dikatakan tidak terbatas. Kita mungkin akan dapat melihat apa yang berlaku di Amerika Syarikat dan Eropah dalam sekelip mata sahaja melalui liputan berita dalam perkembangan televisi sekarang ini.

Televisi yang pertama di Malaysia pada 28 Disember 1963 iaitu televisi milik pemerintah yang dikenal dengan RTM (TV1 dan TV2). Bahasa pengantar utamanya dalam rangkaian tersebut adalah bahasa Melayu sedangkan bahasa Inggeris, Cina dan Tamil rangkaian kedua. Pada masa penonton mulai jenuh dan bosan dengan rancangan penyiaran yang disiarkan oleh RTM, televisi pemerintah memperkenalkan usaha-usaha pemerintah guna memperoleh dukungan dari masyarakat., sedangkan televisi swasta lebih banyak menyiarkan aktiviti iklan (bisnis) dan hiburan selain informasi. Pada 1 Jun 1984 hadirilah siaran televisi swasta di Malaysia yang dikenal dengan TV3. Dengan kehadiran media massa elektronik televisi swasta tersebut lebih disenangi oleh penonton karena acaranya yang beraneka ragam, mulai dari berita, hiburan dan iklan. Kadang-kadang penonton dengan tidak sedar akan terpengaruhi oleh siaran televisi, di mana seolah-olah penonton seperti melihat tayangan aslinya, ada perpaduan antara suara dan gambar, seperti menonton filem, berita dan sebagainya yang diputar di televisi.

Dewasa ini rancangan dalam tayangan televisi swasta seperti Akademi Fantasia, Malaysian Idol, Mencari Cinta, Mentor dan sebagainya telah menjadi perdebatan pihak-pihak yang mengatakan siaran terlevisyen tersebut telah membawa unsur-unsur negatif bagi penonton khususnya golongan belia. Namun demikian tidak semua pesan-pesan dan informasi baik yang bersifat hiburan telah membawa negatif bagi kaum belia tetapi ada juga yang memberi kesan positif. Golongan belia merupakan golongan yang mudah terpedaya dan terpengaruh dengan keadaan persekitaran mereka. Ibu bapa, ahli keluarga, penerbit filem, media massa, wartawan, guru dan lain-lain mempunyai peranan masing-masing untuk mengelakkan unsur-unsur negatif yang akan merosakkan moral golongan belia. Oleh karena itu keberkesanan suatu rancangan siaran televisi swasta adalah ibarat suatu projek besar yang kompleks dan memerlukan perancangan yang rapi sehingga keberkesanan siarannya dapat dirasakan oleh penonton.

Pelbagai usaha telah dilakukan oleh pelbagai pihak terutamanya oleh pemerintah dalam menyajikan program-program keagamaan yang berfungsi sebagai sumber informasi dan dakwah kepada umat manusia melalui media penyiaran yang semakin canggih ini. Namun program ini kurang mendapat sambutan dan perhatian terutama dari golongan belia karena mereka lebih tertarik kepada bahan-bahan penyiaran yang berbentuk hiburan berbanding dengan program keagamaan yang hanya dianggap sebagai ilmu untuk persediaan dan bekalan hari tua sahaja (Indriaty Hj. Ismail,1999). Justeru itu, pihak media tidak juga melatah dengan penolakan secara tidak langsung segolongan masyarakat, karena ada peringkat usia lain yang meminati siaran-siaran yang bernilai keagamaan, inilah ciri kebijaksanaan yang harus dimiliki oleh pihak berkenaan untuk membentuk masyarakat ke arah yang lebih berdaya saing, hal ini selari dengan seruan Allah dalam firman Allah iaitu:

“Artinya : Serulah ke jalan Tuhanmu ( wahai Muhammad ) dengan hikmah kebijaksanaan dan pengajaran yang baik”(Q.S.An-Nahl 16:125).

Media massa terutama televisi swasta mempunyai kesan utama terhadap pendengar dan penonton yang mempunyai pengaruh besar dalam kehidupan masyarakat. Hendaknya televisi tersebut menampilkan rancangan yang sopan di tengah-tengah masyarakat seperti berpakaian sopan (tidak menjolok), penapisan filem yang berbau seks, hiburan yang sesuai dengan umat Islam dan bercakap yang sopan ini semua akan menjadi teladan kepada generasi belia Islam dan juga bukan Islam. Oleh karena itu penyanyi, pelakon, dan lainnya pada hari ini yang majoritinya beragama Islam haruslah peka terhadap fenomena atau isu-isu masyarakat yang lebih penting bagaimana mereka memainkan peranannya sebagai pendakwah melalui seni dalam membangun dan membina generasi muda yang bermoral karena remaja hari ini menjadikan golongan yang terlibat dengan dunia hiburan sebagai idola mereka.

### **Rancangan Televisyen Swasta**

Setiap rancangan yang diketengahkan memiliki peranan tersendiri dalam usaha memperkasakan minda masyarakat amnya dan menghidupkan industri televisi khususnya. Di samping itu tidak ada satu pengindustrian yang hidup dan bertahan lama

kalau tidak dibentuk sokongan-sokongan dengan plan yang kukuh. Antara rancangan-rancangan yang berperanan memberi pulangan dalam bentuk material dan mental spiritual adalah:

#### 1. Iklan

Iklan memiliki peranan yang sangat penting dalam sesebuah organisasi televisi swasta. Pengiklanan merupakan salah satu kaedah komunikasi pembujukan yang diamalkan untuk tujuan mempengaruhi tingkah laku sosial. Pengiklanan lazimnya digunakan untuk tujuan komersial dalam mempengaruhi masyarakat dengan menjual barangan dan menawarkan perkhidmatan kepada pengguna dengan menampilkan tokoh hiburan popular (artis dan sukan) demi kepentingan ekonomi perusahaan yang menjadi sponsor. Persoalannya kini, jika sekiranya pengiklanan yang ditayangkan dalam televisi gemilang membantu meningkatkan penjualan barangan penggunaan seperti sabun, pelbagai produk makanan, ubat gigi, dan sebagainya, mengapa kita sebagai umat Islam tidak memanfaatkan pengiklanan sebagai '*way of life*' sarana dakwah, seperti bagaimana seseorang dilarang menjual suatu barang dengan menjelaskan keadaan barang yang sebenarnya, sopan santun, berbudi pekerti, menghormati orang tua, budaya tidak boros dan sebagainya. Iklan yang ditayangkan, khususnya di Malaysia banyak terpesong daripada etika dan nilai-nilai ajaran Islam. Saban hari kita disogokkan dengan iklan-iklan yang bercanggah dengan Islam. Wilson mengatakan banyak iklan televisi mempunyai struktur yang terdiri dari 3 unsur : masalah, nasihat dan penyelesaian (Deddy Mulyana dan Idi Subandy, 1997:103).

John McMillin mengatakan bahawa tanggung jawab pertama pengiklanan bukanlah kepada bisnes atau masyarakat, melainkan kepada Tuhan dan kepada prinsip-prinsip yang lebih tinggi daripada diri sendiri, masyarakat atau bisnis. (Deddy Mulyana dan Idi Subandy, 1997:106). Iklan sering di jadikan bisnes dan sumber pendapatan dalam televisi swasta. Jadi tidak perlu hairan kalau kita sedang asyik mengikuti berita dan hiburan tiba-tiba terhenti dengan tayangan iklan. Cara ini memang sangat mengganggu tapi ini sudah menjadi kemestian televisi komersial karena iklan adalah sumber hidupnya. Di Indonesia, iklan yang ditayangkan di tengah-tengah berita itu lebih mahal harganya daripada ditayangkan di tengah-tengah program hiburan. Cara ini dilakukan untuk menarik perhatian khalayak. Menurut

Rahmah dalam konteks negara Malaysia, istilah swasta dan komersial tidak semestinya sama karena rangkaian televisi pemerintah juga menayangkan iklan untuk menampung perbelanjaan penyiaran (Rahmah, 1997:20).

Menurut Mohd. Hamdan Adnan, iklan mempunyai pelbagai fungsi dalam menjayakan tugas menggalakkan khalayak membeli atau menerima sesuatu idea, pengiklanan bukan sahaja memberi kesan kepada masyarakat bahkan turut dipengaruhi olehnya iaitu:

- i. Pengiklanan memberi kebebasan kepada setiap orang untuk membuat pilihan ke atas barang atau perkhidmatan yang dipercayai dapat memuaskan keperluannya. Oleh sebab setiap individu memiliki cara tersendiri dalam menyampaikan pesanan, pengiklanan menyediakan informasi untuk membantu individu berkenaan membuat keputusan yang bersesuaian dengan kemampuan dan kehendaknya.
- ii. Pengiklanan menggalakkan kemunculan keluaran baru yang lebih sempurna. Dalam pemasaran moden, setiap keluaran mestilah selamat, mesra alam, bermutu dan canggih supaya dapat mengatasi persaingannya. Oleh itu, pengeluar dan pedagang sentiasa memperbaharui dan meningkatkan nilai dan mutu keluaran. Pengiklanan tidak dapat secara berterusan memajukan keluaran yang tidak sempurna. Bahkan kata Presiden Kennedy :”Anda boleh menipu sebilang rakyat pada sesuatu ketika. Tetapi anda tidak boleh menipu setiap masa”.
- iii. Pengiklanan membenarkan penaja membantu pertubuhan amal menghubungi masyarakat. Misalnya, banyak syarikat swasta menaja iklan khidmat awam atau iklan pemasaran sosial agensi pemerintah atau pertumbuhan sukarela untuk pesanan-pesanan yang bersifat pendidikan atau kepentingan masyarakat.
- iv. Pengiklanan turut membiayai media massa. Tanpa pengiklanan agak sukar bagi syarikat akhbar, majalah atau televisi swasta menyediakan perkhidmatan dengan harga yang murah. (Mohd. Hamdan Adnan,1997:15)

Walaupun iklan sangat berperanan dalam penghidupan sesebuah organisasi televisi swasta dalam hal keuntungan. Hendaknya televisi swasta mengwujudkan kesan yang memberi keuntungan juga kepada penonton dalam hal memaparkan informasi yang benar tentang kualiti barang yang diiklankan dengan tidak membesar-besarkan kualiti barang mereka demi menjamin kemaslahatan dan keuntungan.



## 2. Hiburan

Dewasa ini televisi swasta masih memainkan peranan siarannya sangat unggul dengan dunia hiburan yang sangat dikemari oleh kaum belia dan anak-anak. Perkataan hiburan tidak terlepas dengan seni yang berbentuk, corak, irama dan lirik yang ditonton dan didengarkan tidak melalaikan waktu, sebaliknya boleh menjadi pengajaran dan membawa ketenangan seperti seni yang berbaur keislaman (qasidah, marhaban dan nasyid ). Hiburan merupakan satu situasi yang perlu kepada rehat dan ketenangan, tidak kira golongan tua, muda dan kanak-kanak kesemuanya kembali kepada fitrah di mana manusia perlu beristirahat setelah penat bekerja. Adapun pengisian dalam istirehat itu ialah hiburan yang berbeza-beza. Ada yang berbentuk nyanyian, sukan, drama, humor, filem dan sebagainya.

Sekarang ini banyak kita lihat hampir tiga perempat bentuk siaran televisi swasta merupakan rancangan program hiburan beragam corak, ini karena Malaysia yang mempunyai penduduk dari pelbagai segi kelompok etnik baik budaya, bahasa dan agama iaitu kelompok etnik Melayu, Cina dan India yang sudah jenuh waktunya untuk bekerja. Dalam dunia global lagi penuh dengan globalisasi ini, hiburan tidak boleh lari daripada media massa. Ini karena manusia dihadang dengan pelbagai bentuk rancangan hiburan berada diujung jari, hanya dengan cara memetik maka terpaparlah rancangan berbentuk hiburan berbanding rancangan ilmiah.

Dalam menyajikan rancangan hiburan hendaknya televisi swasta melakukan penapisan terhadap hiburan yang berbaur lucah, seks dan keganasan sebelum dihadang kepada penonton, sehingga secara tidak langsung peranan televisi swasta telah memartabatkan orang Islam dan bukan orang Islam, yang senantiasa memenuhi tuntutan semasa. Menurut Engku Ibrahim dan Abdul Ghani, segala bentuk filem yang ditayangkan di kaca-kaca televisi yang tidak bercanggah dengan seni Islam seperti jenis filem untuk pendidikan, sama ada bercorak pendidikan agama, rohani maupun akhlak dibolehkan karena tidak ada nas yang jelas mengharamkannya. Manakala jenis filem yang mementingkan bentuk hiburan semata-mata yang menampilkan kerosakan moral dan akhlak manusia dan membelakangi nilai-nilai murni agama dan demikian juga halnya dengan filem-filem iklan yang mempamerkan wanita-wanita jelita untuk tujuan promosi perniagaan adalah haram (Engku Ibrahim dan Abdul Ghani, 1992:49).

### 3. Pendidikan

Televisi sebagai salah satu jenis komunikasi massa merupakan sarana pendidikan bagi penonton, di mana televisi banyak menyajikan hal-hal yang sifatnya mendidik, seperti pengajaran nilai, etika, serta aturan-aturan yang berlaku kepada penonton melalui tayangan hiburan (drama), iklan dan ceramah. Jadi televisi boleh dikatakan persis seperti guru yang memberi pengajaran kepada penonton melalui media elektronik (televisi) dengan rancangan program yang telah dihidangkan untuk peningkatan ilmu dan martabat manusia, di mana rancangan program tersebut telah disusun dengan begitu rapi, ada yang bersifat baik atau buruk. Ini semua bergantung bagaimana penonton memberikan maklum balas terhadap informasi yang telah diterima dalam membentuk keperibadiannya.

Menurut Asnarulkhadi falsafah pendidikan negara yang diasaskan kepada hasrat serta aspirasi negara memberi penekanan kepada usaha melahirkan manusia yang berilmu, berakhlak mulia, seimbang dan harmonis. Hal ini berlandaskan harapan untuk melahirkan satu masyarakat yang berilmu, berdaya saing yang tinggi dan juga mengamalkan nilai-nilai murni untuk kesejahteraan dan keharmonian negara melalui perpaduan yang erat di kalangan rakyat yang berbilang kaum. Kebijakan ini bertujuan untuk membangunkan taraf sosial dan ekonomi belia, di samping mengukuhkan perpaduan dan keselamatan negara. Menyediakan program dan aktiviti. Melalui strategi seperti ini sikap berdikari, berdisiplin dan semangat berpasukan diharap akan dapat dipupuk dan ditingkatkan lagi di kalangan golongan belia. Satu lagi contoh usaha ke arah memenuhi aspirasi negara berhubungan golongan belia ialah program "Ragam Muda". Program seperti ini menggunakan pendekatan yang menyeluruh untuk meningkatkan penglibatan para belia dalam berbagai bidang seperti kesukanan, kebudayaan, dan kesenian disamping mencungkil bakat mereka. Dengan adanya saluran seperti ini, golongan belia dapat dibimbing dan dirangsang untuk menjadi manusia yang seimbang, dinami, tabah dan berani dalam menyahut cabaran negara. (Asnarulkhadi,1997:211-215).

Sebagai media televisi swasta yang sekarang ini diminati oleh penonton, hendaknya memperhatikan rancangan program siarannya dalam mengambil berita-berita yang diimport dari barat seperti keganasan, jenayah membunuh, rompakan,

hiburan dan sebagainya telah memberi kesan kepada penonton baik dari segi moral, psikologi dan spiritual. Oleh yang demikian, budaya asing yang bercanggah dengan budaya dan agama Islam perlu ditapis sehingga televisi yang memiliki sifat pendidikan dalam rancangan tersebut terus terjaga dengan baik.

## **Indonesia**

Penswastaaan Televisyen yang dilakukan di Indonesia untuk mengembangkan kehidupan masyarakat, baik sosio kehidupan masyarakat dunia, aspek ekonomi secara khusus maupun aspek yang lain berkenaan sosio kehidupan masyarakat. Antara kebijakan penswastaaan yang paling mendapat sambutan adalah penswastaaan media elektronik seperti televisi, terutamanya yang dimulakan oleh RCTI pada tahun 1988 dan TPI 1990 kemudian hari disusul oleh televisi swasta nasional lainnya dan televisi lokal, yang di dalamnya ada siaran-siaran berpotensi besar untuk menjadi agen perubahan kepada pembangunan masyarakat, bangsa dan negara.

### **Akhbar Perniagaan**

Dalam era kepimpinan Soeharto 1984-1998 dasar yang diambil kerajaan terhadap akhbar iaitu mengetatkan kawalan kerajaan dan rangsangan pertumbuhan ekonomi. Kedua-dua aspek ini sangat mempengaruhi perkembangan akhbar. Kawalan telah membuatkan akhbar bekerja dengan berhati-hati dan rapuh dalam jumlah peliputan, sedangkan pertumbuhan ekonomi berkembangnya perniagaan akhbar. Fenomena ini bermula pada akhir tahun 1980-an, kemudian menjadi dasar kerajaan Soeharto dalam perkembangan akhbar (Anom, 2006)

Pada era ini yang dikembangkan kerajaan dalam akhbar ialah akhbar harus mempunyai idealisme dan didorong menjadi sebuah akhbar perniagaan. McQuail (1987:60) berpendapat media memiliki kebergantungan pada kekuatan lain dalam masyarakat, terutama politik dan wang. Akhbar dapat menjadi alat kekuatan politik atau kekuatan ekonomi tertentu, sama ada secara tidak langsung atau tidak formal (melalui individu). Justeru itu akhbar menjadi penentu kekuatan politik dan ekonomi. Mengikut Surya Paloh, idealisme dan perniagaan dari akhbar adalah layaknya dua sisi dari mata

wang yang sama. Perjuangan perlu untuk idealisme, tetapi untuk mencapai tujuan kita, kita tidak boleh mengabaikan segi perniagaannya (*Matra*, April 1995:23).

Akhbar perniagaan yang berkembang ialah akhbar yang berorientasikan kepentingan pembaca dan pemasangan iklan, mengutamakan kepentingan komersil, dikuasai oleh wartawan profesional, bersifat neutral dan memiliki jumlah edaran yang besar. Sehubungan itu, grafik akhbar, syarikat akhbar, media pengiklanan dan organisasi wartawan harus dimasukkan dalam organisasi akhbar (Anom, 2008).

Dasar akhbar perniagaan ini diwujudkan oleh kerajaan untuk memudahkan kawalan penerbitan akhbar dan untuk mendapatkan kekuatan hukum untuk menjadi syarikat penerbitan akhbar, semua syarikat penerbitan akhbar harus mendapat kebenaran usaha penerbitan akhbar sehingga sehaluan dengan Peraturan Menteri Penerangan No.01/PER/MENPEN/1984 tentang Surat Izin Usaha Penerbitan Akhbar (SIUPP).

Anom (2006), Akhbar di tahun 1984-1998 menerima keberadaan sistem sosial-politik yang ada. Ini kerana akhbar tersebut dimiliki oleh syarikat-syarikat besar yang berkepentingan dalam sistem sosial-politik pada masa itu, dan semua akhbar diharuskan untuk melakukan ini oleh penguasa. Supaya akhbar tetap berkembang melakukan pelbagai macam teknik kawal diri sendiri iaitu *eufisme*, menghindar dan menutupi berita. Fikri Jufri mengatakan bahawa miguuan *Tempo* hanya memuat 60 peratus daripada bahan berita yang didapati daripada wartawannya dan menyimpan 40 peratus informasi tentang dasar kerajaan (*off the record*) selebihnya sebagai sistem kawal diri sendiri. Fikri berhujah, hal ini dilakukan sebagai wujud keperihatinan terhadap kepentingan kestabilan nasional yang selalu dianjurkan kerajaan (*Suara Pemharuan*, 3 Februari 1995).

Bagi memantapkan peningkatan pertumbuhan ekonomi, kerajaan Soeharto mewartakan peraturan baru iaitu Peraturan Pemerintah No.20/1994, peraturan ini bertujuan melonggarkan kawalan keatas modal pelabur asing, dalam bidang-bidang paling strategik dalam perekonomian Indonesia. Bidang-bidang tersebut adalah pelabuhan laut, penerbangan komersil, kereta api, elektrik, telekomunikasi dan media

massa. Pelonggaran kawalan investasi pelabur asing diharapkan kerajaan Soeharto akan mendapat membelanjakan wang 73 peratus dari pelabur swasta dan asing (Anom, 2008).

Peraturan Pemerintah No. 20/1994 membenarkan pelabur asing memiliki saham sehingga 95 peratus, serta surat izin terbit untuk mengoperasikan industri strategik, termasuk media massa. Peraturan ini, pelabur asing di bidang media massa bertentangan dengan Undang-Undang Pokok Akhbar Fasal 5 iaitu modal perusahaan akhbar seluruhnya harus modal nasional. Beberapa penerbit dan editor akhbar keberatan dengan peraturan Pemerintah No. 20/1994 ini, kerana secara umumnya, perusahaan akhbar di Indonesia merupakan perniagaan kecil dan harus dilindungi oleh kerajaan dari modal asing.

Bagi menjawab persoalan yang ditimbulkan oleh Peraturan Pemerintah No.21/1994, kerajaan Soeharto mengambil keputusan, kedua peraturan iaitu Undang-Undang Pokok Akhbar dan PP No. 20/1994 tersebut sah. Ertinya, secara teoritikal, pelabur asing dapat mengajukan permintaan melabur dalam industri media massa. Secara pratikalnya pula kerajaan tidak akan menerima rayuan itu berlandaskan Undang-Undang Pokok Akhbar.

Di sini dapat dilihat bahawa apapun keputusan kerajaan terhadap akhbar, kerajaan Soeharto tidak dapat menghindarkan diri dari kepentingan pertumbuhan perekonomian, supaya kerajaan Soeharto dapat bertahan dalam persaingan ekonomi internasional kesan daripada globalisasi. Keputusan kerajaan ini walaupun di bawah kawalan yang ketat dari kerajaan dilihat oleh pengusaha industri media massa dan memperlihatkan minat untuk menambahkan pelaburan serta terus bergerak maju dengan perancangan pengembangan akhbar perniagaan.

Kedinamika ekonomi akhbar perniagaan tahun 1984-1998 dapat dilihat melalui perubahan yang terjadi dalam pola pemilikan akhbar. Apa yang terjadi pada masa ini bukan hanya integrasi syarikat-syarikat akhbar ke dalam kelompok media massa yang kuat dan besar, malah pengambilalihan pemilikan saham oleh pihak yang dekat dengan kekuasaan. Mereka yang dekat dengan Soeharto berperanan dalam pemilikan saham

syarikat akhbar seperti saham Bob Hasan dalam *Gatra*, saham Abdul Latief di *Tiras*, Harmoko memiliki saham di 31 syarikat media massa, Bambang Trihatmodjo saham di Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI). Hill (1994:101) mengatakan Bambang Trihatmodjo, putera Soeharto, yang telah mengukuhkan kedudukannya di dunia perniagaan lewat Bimantara Grup, mulai mengoperasikan RCTI pada tahun 1987. RCTI adalah stesen televisyen swasta pertama di Indonesia. Bimantara Grup juga turut mengulurkan bantuan kepada Surya Persindo (milik Surya Paloh), pada 1989, ketika Surya mengambilalih *Media Indonesia*. Sejak itu Bambang Trihatmodjo dan Surya Paloh semakin dekat dalam urusan kewangan dan strategi perniagaan mereka.

Putri Soeharto, Siti Hardijanti Rukmana, memperolehi surat izin mengendalikan Televisi Pendidikan Indonesia (TPI) pada 1990. Sebelumnya dia telah mendapat surat izin menerbitkan tabloid mingguan *Wanita Indonesia*, pada 1989. Siti Hardijanti Rukmana juga berkeinginan untuk membantu dan mengadakan hubungan dengan *Editor* dan *Suara Pembaruan* dan berjanji akan membantu menguruskan surat izin terbit baru asalkan diberi untuk mendapatkan pemilikan saham (Anom, 2008).

Begitu juga Sudwikatmono yang merupakan saudara angkat Soeharto, memulakan penglibatannya dalam perniagaan media massa dengan membina Surya Citra Televisi Indonesia (SCTV) pada 1990, dan menerbitkan tabloid popular *Bintang Indonesia*. Kroni Soeharto lain yang melabur modalnya dalam media massa adalah Liem Sioe Liong di akhbar harian *Bisnis Indonesia*, dan media Televisyen Indosiar pada 1995 (Anom, 2008).

Walaupun *media massa* memaklumkan ramai orang sudah mengetahui dan mempercayai bahawa Menteri Penerangan Harmoko dan ahli keluarganya memiliki saham dalam industri media.

## **Kesimpulan**

Kiranya dapat disimpulkan bahawa dengan pertumbuhan Kebijakan Penswastaan di sektor swasta khususnya televisi swasta telah memberi kesan positif sepertimana yang diharapkan oleh pemerintah, dalam mempercepat pertumbuhan ekonomi negara sehingga sektor swasta telah menyokong proses pemulihan ekonomi yang lebih luas serta mengukuhkan lagi daya tahan ekonomi negara. Televisi swasta sebagai alat komunikasi pemerintah, massa dan pembangunan hendaknya memainkan peranannya lagi dalam membantu pemerintah dengan membawa perubahan masyarakat tradisional yang bersifat tertutup menjadi masyarakat yang terbuka dengan mahu melakukan maklum balas terhadap informasi yang diterimanya dan mahu menerima kemajuan serta modernisasi dari luar serta meningkatkan lagi fungsinya sebagai hiburan yang bercorakan keislaman, pendidikan dan informasi kepada masyarakat yang bertamadun. Dengan memahami fungsi dan aturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah maka televisi swasta akan terus gemilang dengan program yang realiti dan disenangi penonton dan sentiasa terlibat dalam proses pembinaan negara berasaskan yang demokratik, adil dan progresif dalam menjelang wawasan 2020.

## Rujukan

- Asnarulkhadi Abu Saman Jayum A. Jawan. 1997. *Kenegaraan Malaysia*. Serdang. Penerbit Universitas Putra Jaya
- Departemen Agama RI. 2004. *AlQuran dan Terjemahannya*. Bandung. PT Syaamil Cipta Media
- Deddy Mulyana dan Idi Subandy Ibrahim. 1997. *Bercinta Dengan Televisi*. Bandung. Penerbit PT. Remaja Rosdakarya.
- Erman Anom. 2006. *Dasar dan sistem Akhbar Era Kepemimpinan Soeharto 1966-1998*. Tesis Doktor. Bangi: Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Erman Anom. 2008. *Media dan Politik Kekuasaan: Suatu kajian Pendekatan Sistem*. Jakarta. UIEU-University Press.
- Engku Ibrahim Ismail dan Abdul Ghani Shamsuddin. 1992. *Konsep seni dalam islam. Khazanah*. Bil.7. Kuala Lumpur: Akademi Pegajian Melayu Universiti Malaya
- Fauziah Kartini Hassan Basri, dkk. 1982. *Peranan Penyiaran di Dalam Pembangunan Negara Di Kawasan Asean*. Jurnal Komunikasi Jilid 6. Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Harian Metro Online (Malaysia) [www.Hmetro.com.my/current News/ HM/sunday](http://www.Hmetro.com.my/current News/ HM/sunday)
- Hafied Cangara. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada
- Hill. D.T. 1994. *The press in new order Indonesia*. Needlands: University Of Western Australia Press.
- Indriaty Hj. Ismail. 1999. *Antara Media dan Al-Qur'an, Pengaruh Kesan Dalam Pembentukan Peribadi Masyarakat Islam Masa Kini Cabaran Islam dan Di Abab 21*. Penerbit Yayasan Islam Terengganu.
- Noor Bathi Haji Baharuddin. 1998. *The Changing Malaysia TV. Scave: Road To Regionalisation and Globalisation. Media Asia*, Volume 25. No. 1
- McQuail. D. 1987. *Mass Communication theory: an introduction*. London: Sage Publications.
- Pure Magic. 2004 . Annual Report 2004. Selangor. Media Prima Berhad
- Rahmah Hashim. 1997. *Kebijakan Penswastaan Negara: Kesannya Kepada Industri Penyiaran Televisi Di Malaysia*. Selangor. Jabatan Komunikasi Universiti Kebangsaan Malaysia.



Ranggasamy Karthigesu. 1995. *Kebijakan Penyiaran Malaysia Dalam Era Pascakolonial Ke Arah Status Negara Maju*. Pulau Pinang. Universiti Sains Malaysia.