

Kebijakan Media Interaktif: Belum Melancarkan Sistem Komunikasi Indonesia

Ana Nadhya Abrar¹

Abstract: *Some people believe that the communication policy determines the communication system. However, communication policy should be made to create good communication system. It means that to make the communication policy, people should considering the prior communication system. Relating to the interactive media policy, as a kind of communication policy, made by the Indonesian government, this article is intended to explore the relation between that policy and the Indonesian communication system. This article offers the thesis that the interactive media policy has been made by the government without fully considering to the communication system. It is indicated by: (1) not seriously considering the nature of interactive media, (2) not seriously enforcing people to make the social changes, and (3) not responsive.*

Key words: *communication policy, interactive media, Indonesia' communication system, the information and electronic regulation (Undang-undang Informasi dan Elektronik UU/ ITE), blog, electronic news paper.*

¹ Ana Nadhya Abrar adalah staf pengajar pada Jurusan Ilmu Komunikasi, FISIPOL, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.

Tanggal 25 Maret 2008 DPR telah menyetujui Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). UU ini mulai berlaku tanggal 1 April 2008. Maka, dalam hal kepemilikan UU transaksi elektronik, Indonesia sudah sejajar dengan beberapa negara maju, sudah memiliki UU ITE.

UU ITE sesungguhnya merupakan salah satu jenis kebijakan komunikasi. Sebagai sebuah kebijakan komunikasi, UU ITE harus mampu melancarkan gerak sistem komunikasi yang menggunakan internet. Keharusan ini merupakan konsekuensi logis dari posisinya sebagai kebijakan komunikasi. Sebab, seperti disebutkan UNESCO, kebijakan komunikasi adalah kumpulan prinsip dan norma yang sengaja diciptakan untuk mengatur perilaku sistem komunikasi (1980:5).

Sistem Komunikasi, menurut Nurudin, bisa dikelompokkan menurut wilayah geografis, media yang digunakan dan pola komunikasi (2004:9). Khusus mengenai sistem komunikasi berdasarkan media yang digunakan, paling tidak terdapat empat sistem, yaitu sistem media cetak, sistem media elektronik, sistem media tradisional dan sistem media interaktif. Sistem yang terakhir ini punya logikanya sendiri. Ia memiliki pola hubungan sendiri dengan khalayak yang menggunakannya dan melengkapi sistem komunikasi yang ada.

Persoalan yang kemudian muncul adalah, sudahkah kebijakan media interaktif melancarkan sistem komunikasi Indonesia yang ada? Uraian berikut akan mendiskusikan kondisi riil kebijakan media interaktif di Indonesia, yang pada gilirannya bisa menjawab pertanyaan tersebut.

MENGAKOMODASI SIFAT MEDIA INTERAKTIF SETENGAH HATI

Sesungguhnya kebijakan komunikasi terdiri atas kebijakan komunikasi yang menggunakan media dan non-media. Secara konseptual, kebijakan komunikasi bisa berupa Undang-Undang (UU), Peraturan Pemerintah (PP), Keputusan Presiden (Keppres), Instruksi Presiden (Inpres), Keputusan Menteri (Kepmen) dan Peraturan Daerah (Perda). Dalam konteks inilah kebijakan komunikasi disebut sebagai bagian dari kebijakan publik.

Undang-Undang merupakan peraturan perundang-undangan yang dibuat oleh Dewan Perwakilan Rakyat dengan persetujuan Presiden.

Seharusnya terdapat banyak UU tentang proses komunikasi, tetapi yang dikenal luas adalah UU yang berkaitan dengan media massa. Paling tidak terdapat empat UU yang mengatur media massa di Indonesia, yaitu: (i) UU No. 8/1992 tentang Perfilman; (ii) UU No. 36/1999 tentang Telekomunikasi; (iii) UU No. 40/1999 tentang Pers; dan (iv) UU No. 32/2002 tentang Media Penyiaran. Keempat UU ini sering kali disebut sebagai hukum media massa.

PP merupakan peraturan perundang-undangan yang ditetapkan oleh presiden untuk menjalankan UU sebagaimana mestinya. Ketentuan tentang perlunya PP ini, biasanya termuat dalam Ketentuan Penutup sebuah UU. Sebuah contoh adalah Ketentuan Penutup UU No. 32/2002. Dalam pasal 62 UU tersebut tertulis: “Ketentuan-ketentuan yang disusun oleh KPI bersama Pemerintah sebagaimana dimaksud dalam pasal 14 Ayat (10), Pasal 18 ayat (3) dan ayat (4), Pasal 29 ayat (2), Pasal 30 ayat (3), Pasal 31 ayat (4), pasal 32 ayat (2), Pasal 33 ayat (8), Pasal 55 ayat (3), Pasal 60 ayat (3) ditetapkan dengan **Peraturan Pemerintah**” (huruf tebal dari penulis). Tanpa PP, semua pasal ini tidak berlaku. Dengan begitu, pemerintah tetap saja dominan dalam pelaksanaan pasal-pasal UU. Artinya, DPR menyerahkan pelaksanaan pasal UU kepada pemerintah.

Keppres adalah peraturan perundang-undangan yang dibuat oleh Presiden untuk menjalankan UU, tetapi biasanya mengacu kepada PP. Artinya, Keppres dibuat untuk melancarkan pelaksanaan PP. Ini semakin menegaskan bahwa pemerintah sangat dominan dalam pelaksanaan sebuah UU.

Inpres merupakan peraturan perundang-undangan yang dibuat oleh Presiden untuk sesuatu yang belum ada UU dan PP-nya. Biasanya ia menyangkut pengaturan sesuatu yang bersifat sangat mendesak. Sebuah contoh adalah Inpres No. 6/2001 tentang pengembangan dan Pendayagunaan Telematika di Indonesia. Inpres ini dibuat karena waktu itu belum ada peraturan perundang-undangan tentang telematika di Indonesia.

Kepmen merupakan peraturan perundang-undangan yang dikeluarkan oleh menteri, dengan isi yang lebih spesifik dan mengatur hal yang bersifat praktis. Karena itu, Kepmen ini banyak sekali. Tahun 2004 misalnya, terbit 10 Kepmen. Ada Kepmen tentang rencana induk

frekuensi radio penyelenggaraan telekomunikasi khusus, Kepmen tentang penyelenggaraan jaringan lokal tanpa kabel dengan mobilitas terbatas dan sebagainya.

Di luar contoh Kepmen tersebut di atas, terdapat juga Peraturan Menteri (Permen). Permen ini, sebenarnya, sama saja dengan Kepmen. Sebuah contoh Kepmen adalah Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia No. 25/PER/M.Kominfo/5/2007 tentang Penggunaan Sumber Daya Dalam Negeri Untuk Produk Iklan Yang Disiarkan Melalui Lembaga Penyiaran (Isi lengkap tentang Permen ini bisa dilihat dalam buku *Kebijakan Komunikasi: Konsep, Hakekat dan Praktek* hal. 34-43).

Sedangkan Perda adalah peraturan perundang-undangan yang dibuat oleh Dewan Perwakilan Rakyat Daerah dengan persetujuan bersama Kepala Daerah. Sebuah contoh adalah Peraturan Daerah No. 8 Tahun 1998 yang mengatur tentang pemasangan reklame di kota Yogyakarta.

Bila dilihat lebih jauh, sebenarnya kebijakan komunikasi yang menggunakan media bisa dikelompokkan lagi menjadi kebijakan komunikasi menggunakan media sosial, media massa, dan media interaktif. Di antara ketiga kelompok kebijakan komunikasi ini, kebijakan komunikasi tentang media massa-lah yang paling banyak. Yang berbentuk UU saja, seperti sudah disebutkan di atas, paling tidak ada empat. Di samping itu, masih ada kebijakan komunikasi berbentuk SK Menteri dan Peraturan Pemerintah yang mengatur media massa di Indonesia.

Sementara UU ITE termasuk kebijakan komunikasi tentang media interaktif (Media interaktif sering kali dialamatkan kepada semua sumber daya yang terdapat dalam internet). Ia seharusnya membantu mengatur tatanan komunikasi baru, yang ditandai oleh kenyataan bahwa individu-lah yang mengatur lalu-lintas informasi. Tetapi, ia baru sampai pada taraf membantu mereka yang terlibat dalam perdagangan elektronik (*e-commerce*).

Bila dilihat lebih jauh, UU ITE belum sepenuhnya mengakomodasi sifat media interaktif. Ini terlihat dari Pasal 27 Ayat 1, yang melarang pendistribusian informasi dan dokumen elektronik yang memiliki muatan yang melanggar kesusilaan. Larangan ini menyebabkan individu tidak bisa lagi sepenuhnya mengontrol informasi elektronik. Ia juga mengurangi

kemampuan individu berkomunikasi. Kalau sudah begini, maka larangan tersebut sudah menafikkan sifat internet sebagai media: (i) menjadikan individu sebagai pengontrol informasi; dan (ii) meningkatkan kemampuan berkomunikasi individu.

Lebih dari itu, larangan tersebut di atas juga bertentangan dengan posisi informasi dan dokumen elektronik sebagai informasi, yaitu merupakan realitas semu (*virtual reality*) dan bersifat personal. Dalam konteks ini informasi yang dikandung informasi dan dokumen elektronik sudah menjadi informasi yang diatur pihak lain. Realitas yang dikandungnya tidak lagi dipandang sebagai realitas semu, melainkan realitas yang riil yang dianggap berbahaya kalau tidak diatur.

Memahami seluruh situasi yang dimunculkan oleh UU ITE di atas, kita tentu bertanya, ke mana sebenarnya arah formulasi UU ITE? Arah formulasi UU ITE, meminjam pendapat Paula Chakravartty dan Katherine Sarikakis, bisa dilihat melalui konteks, domain dan paradigma yang dipakai (2006:7). Yang dimaksud dengan konteks adalah keterkaitan kebijakan komunikasi dengan sesuatu yang melingkupi dirinya, misalnya politik komunikasi. Konteks ini sangat penting bagi kebijakan komunikasi. Konteks ini bahkan menentukan domain kebijakan komunikasi.

Yang dimaksud dengan domain kebijakan komunikasi adalah muatan nilai yang dikandung kebijakan komunikasi, seperti globalisasi, ekonomi global dan sebagainya. Ia bisa juga disebut fungsi kebijakan komunikasi. Bila sebuah kebijakan komunikasi memilih politik ekonomi sebagai konteksnya, maka domain kebijakan komunikasinya adalah ekonomi global.

Sementara yang dimaksud sebagai paradigma kebijakan komunikasi adalah, cita-cita yang kepadanya kebijakan komunikasi itu menuju, seperti terbentuknya masyarakat informasi, menguatnya *civil society* dan sebagainya. Secara umum paradigma bisa bertolak dari bagaimana masalah yang dihadapi khalayak bisa terselesaikan.

Dengan menggunakan kriteria arah formulasi kebijakan komunikasi di atas, kita bisa menafsirkan bahwa UU ITE mengandung: (i) politik global sebagai konteks komunikasi; (ii) ekonomi global sebagai domain kebijakan komunikasi; dan (iii) masyarakat informasi sebagai paradigma kebijakan komunikasi. **Dengan demikian, UU ITE dirumuskan**

berlandaskan keinginan agar Indonesia bisa menempatkan dirinya sejajar dengan negara maju lainnya, sehingga tidak merasa rendah diri kalau berhubungan dengan negara tersebut. Ini membawa konsekuensi bahwa UU ITE harus memiliki muatan nilai ekonomi global. Semua pelaku ekonomi di Indonesia didorong untuk masuk dan terlibat dalam arus ekonomi global. Harapannya, tentu saja masyarakat informasi di Indonesia makin diakui keberadaannya.

Pelaksanaan UU ITE, dengan demikian tidak peduli dengan suasana masyarakat yang belum benar-benar siap untuk menerima segala konsekuensinya. Pelaksanaan UU ITE bahkan tidak mempertimbangkan masalah yang bakal ditimbulkannya kelak. Soal masyarakat informasi saja misalnya, berapa banyak *sih* masyarakat kita yang benar-benar sudah menjadi masyarakat informasi? Jumlahnya belum banyak. Sebab, masyarakat informasi adalah masyarakat yang: (i) menjadikan informasi sebagai komoditas yang sangat berharga ekonomis; (ii) berhubungan dengan masyarakat lain dalam sistem komunikasi global; dan (iii) mengakses informasi *superhighway* (Abrar, 2003:12).

Bisa saja pemerintah mengatakan bahwa masyarakat Indonesia harus dipacu untuk segera menjadi masyarakat informasi. Boleh saja pemerintah melihat bahwa kemungkinan terbentuknya masyarakat informasi yang semakin luas lewat pelaksanaan UU ITE. Tetapi, masyarakat Indonesia terdiri atas beragam manusia dengan pendidikan, pendapatan, struktur sosial dan obsesi yang berbeda-beda. Mereka tidak bisa dianggap sebagai suatu universum yang tunggal, yang diharapkan menghapuskan pluralisme di antara mereka demi mengikuti keinginan politik pemerintah.

MENDORONG KHALAYAK MENGENDALIKAN PERUBAHAN SOSIAL SETENGAH HATI

Sesungguhnya terdapat dua sumber daya internet yang sering diakses khalayak. Keduanya meliputi *blog* dan surat kabar elektronik. Sebagai sumber daya internet, keduanya tentu saja memiliki sifat: (i) menjadikan individu sebagai pengontrol informasi; dan (ii) meningkatkan kemampuan berkomunikasi individu. Tetapi, pemerintah tidak pernah menerbitkan kebijakan komunikasi tentang keduanya. Pemerintah menyerahkan sepenuhnya kepada individu untuk mengakses keduanya. Dengan kata

lain, pemerintah sama sekali tidak peduli dengan konsekuensi dan manfaat yang ditimbulkan oleh *blog* dan surat kabar elektronik.

Blog, atau sering kali juga disebut *weblog*, adalah situs pribadi dalam internet. Salah satu fungsinya, seperti ditulis Wikipedia, adalah catatan harian *online* (Wikipedia, 2008:1). Dengan fungsi seperti ini, maka *blog* tentu saja menyajikan curahan hati. Ia bersifat pribadi.

Kendati begitu, *blog* memiliki fungsi yang lain, yaitu menyajikan komentar atau berita tentang masalah tertentu (Wikipedia, 2008:1). Dengan demikian, *blog* menyajikan informasi yang berasal dari siapa saja tentang sebuah kejadian atau tanggapannya terhadap kejadian atau ide. Dalam keadaan seperti inilah sebenarnya *blog* menyajikan informasi publik. Wajar bila *blog* kemudian menjadi salah satu media yang paling populer untuk menyiarkan informasi yang diperoleh melalui jurnalisme warga. Jurnalisme warga merupakan jurnalisme yang dipraktekkan oleh khalayak yang selama ini hanya menjadi konsumen media. Dengan mempraktekkan jurnalisme warga, mereka sekaligus menjadi konsumen media dan produsen informasi (Abrar, 2008a:1).

Sekarang *blog* sudah populer di Indonesia. Menurut Aulia A Muhammad, Pemimpin Redaksi *Suara Merdeka Cybernews*, setiap 10 menit di Indonesia lahir 6 *blog* (Wawancara dengan penulis, di Surakarta, 28 Februari 2008). Apabila informasi ini benar, maka setiap jam Indonesia menambah 36 *blog*. Bila dihitung jumlah *blog* yang lahir per hari, maka angkanya mencapai $24 \times 36 = 864$ *blog*. Bertolak dari angka ini, maka dalam setahun pertambahan *blog* di Indonesia mencapai 365×864 *blog* = 315.360 *blog*. Angka ini tentu saja fantastis.

Tetapi, sudahkah khalayak keranjingan mengakses *blog*? Sudahkah para *blogger* memutakhirkan isi *blog*-nya secara periodik, terutama yang berkaitan dengan informasi publik? Tidak mudah menjawab pertanyaan ini tanpa data yang akurat. Kenyataan selintas menunjukkan bahwa tidak banyak khalayak yang mengakses *blog* dan tidak banyak pula para *blogger* yang memutakhirkan isi *blog*-nya.

Lalu, bagaimana tanggapan pemerintah? Sepertinya pemerintah tidak punya perhatian sama sekali terhadap *blog* dan para *blogger*. Pemerintah tidak pernah menghimbau para *blogger*; misalnya, untuk lebih banyak menyajikan informasi publik yang bermanfaat bagi khalayak. Sama

sekali pemerintah tidak menganggap perlu kebijakan komunikasi yang menghimbau agar *blog* lebih banyak menyiarkan informasi publik.

Nasib surat kabar elektronik (SKE) tak berbeda jauh dengan *blog*. Ia juga tidak mendapat perhatian pemerintah. Padahal ia merupakan surat kabar yang hanya bisa diakses melalui internet dan beritanya diperbaharui secara berkala dalam satu hari.

SKE pertama, menurut Hiroyuki Abe (1997:30), lahir di Jepang, bulan April 1996, dan bernama *Mainichi Zaurus Electronic Newspaper*. “Ia lahir atas kerja sama *Mainichi Shimbun* dan Sharp”, tambah Abe (1997:30). Ia bisa diakses dengan bantuan semacam dekoder. Dalam perjalanan waktu yang cukup panjang, sekarang SKE hanya bisa diakses lewat internet.

Kendati begitu, karakteristik SKE dulu masih sama dengan karakteristik SKE sekarang. Karakteristik tersebut, seperti ditulis Sakata (1996:14), meliputi: (i) dibaca khalayak di tempat tertentu, pada waktu tertentu dan dalam keadaan “sendiri”, (ii) jumlah ragam informasinya lebih sedikit daripada ragam informasi surat kabar non-elektronik, dan (3) khalayak pembacanya terbatas. Semua karakteristik ini bisa dijumpai pada *Detik.com*, *Okezone.com* dan *Kompas.com*.

Sebuah penelitian tentang *Detik.com*, *Okezone.com* dan *Kompas.com*, yang dilakukan oleh Ariska Setyawati, menunjukkan bahwa SKE sangat bermanfaat bagi khalayak. Paling tidak ada empat manfaat yang dikandung oleh SKE, yaitu: (i) memberikan informasi tentang masalah publik; (ii) menambah pengetahuan khalayak; (iii) mensosialisasikan nilai egaliter; dan (iv) mendorong khalayak sebagai produsen pengetahuan (Setyawati, 2008: 94-102).

Dengan semua manfaat SKE di atas, sebenarnya pemerintah perlu memberikan perhatian yang lebih kepada SKE. Pemerintah bisa menghimbau pengelola SKE untuk memiliki *data base* dan memfasilitasi diskusi publik lebih intensif, katakanlah, lewat Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. Tetapi, kenyataan menunjukkan bahwa Peraturan Menteri itu tidak ada sehingga khalayak tidak bisa mengoptimalkan akses surat kabar elektronik untuk menjadikan mereka mampu mengendalikan perubahan sosial yang mereka alami secara menyeluruh.

Melihat perlakuan pemerintah terhadap *blog* dan surat kabar elektronik di atas, penulis berpendapat bahwa pemerintah memang tidak berniat membuat kebijakan media interaktif tentang *blog* dan surat kabar elektronik. Ini melahirkan pendapat berikutnya bahwa sebenarnya pemerintah mendorong khalayak mengendalikan perubahan sosial setengah hati. Bukankah salah satu tujuan pembuatan kebijakan komunikasi untuk mengajak khalayak agar ikut mengendalikan perkembangan proses komunikasi yang melingkupi mereka?

Memang secara formal nilai keberhasilan sebuah kebijakan komunikasi terwujud pada kemampuannya melancarkan sistem komunikasi yang ada. Tetapi, pada hakekatnya, nilai keberhasilan itu harus melahirkan kemampuan khalayak untuk ikut mengendalikan perkembangan proses komunikasi yang terjadi dalam kehidupan mereka sehari-hari. Inilah yang seharusnya diperjuangkan secara terus-menerus oleh mereka yang terlibat dalam proses pembuatan kebijakan komunikasi.

Membaca kebijakan komunikasi yang sedang berlaku di Indonesia seharusnya kita menemukan keinginan para pembuatnya untuk menjadikan khalayak ikut mengendalikan perkembangan proses komunikasi yang mereka jalani. Mereka “menyisipkan” dalam kebijakan itu gagasan-gagasan yang mendorong khalayak ikut terlibat dalam pengendalian perkembangan proses komunikasi, tetapi kenyataan menunjukkan bahwa keinginan itu tidak muncul. Aspirasi yang membangkitkan gairah khalayak untuk ikut terlibat dalam pengendalian perkembangan proses komunikasi tidak terdeteksi. Yang tampak dengan jelas adalah keinginan para pembuat kebijakan komunikasi agar khalayak benar-benar menjadi objek kebijakan yang ibarat kerbau dicocok hidung mengikuti perkembangan proses komunikasi. Pada titik inilah kita tampaknya masih perlu prihatin: kebijakan komunikasi ternyata belum bisa memberdayakan khalayak.

KEBIJAKAN YANG BELUM RESPONSIF S

Sejarah kelahiran kebijakan komunikasi memperlihatkan bahwa kebijakan komunikasi dibuat untuk menyelesaikan masalah yang ditimbulkan oleh kegiatan dan proses komunikasi. Tetapi, kenyataan menunjukkan bahwa sebuah kebijakan komunikasi tidak selalu menyelesaikan sebuah persoalan dalam kegiatan dan proses komunikasi.

Tidak jarang ia justru menimbulkan masalah baru.

Ini bisa dilihat dalam UU ITE. Pasal 17 sampai Pasal 22, yang mengatur transaksi elektronik. Di sini disebutkan bahwa semua kegiatan pengajuan harga, kontrak kerja sama, penagihan berbasis elektronik dilindungi hukum. Di samping itu, juga disebutkan bahwa pihak yang melakukan transaksi perbankan, bila merasa dirugikan oleh pengelola transaksi, berhak secara hukum menuntut pengelola transaksi tersebut. Kemudian, pelaku transaksi elektronik, yang menggunakan kartu kredit milik orang lain tanpa sepengetahuan pemiliknya, bisa dituntut di pengadilan. Semua ini tentu saja baik, paling tidak, ia menjadikan pihak-pihak yang melakukan transaksi elektronik bisa merasa nyaman.

Kendati begitu, UU ITE juga menimbulkan masalah baru. Ia tidak memberikan peluang yang luas kepada media pers untuk menggunakan informasi atau dokumen elektronik sebagai sumber berita. Artinya, media pers tidak bisa begitu saja menggunakan informasi dan dokumen elektronik sebagai sumber berita. Padahal kita mengerti bahwa selama ini hampir semua media pers menggunakan informasi atau dokumen elektronik sebagai sumber berita.

Di samping itu, UU ITE melarang sumber daya dalam internet menyiarkan muatan informasi yang melanggar kesusilaan. Kata “kesusilaan” ini merupakan kata abstrak. Artinya, setiap individu dapat mempunyai interpretasi yang berbeda tentang makna kata itu, maka keberagaman interpretasi terhadap kata “kesusilaan” ini bisa menimbulkan masalah baru.

Lucunya, pemerintah tidak peduli dengan situs di dalam internet yang dinilai tidak pantas menurut ajaran sebuah agama. Sebuah contoh adalah, ketidakpedulian pemerintah terhadap situs *Faith Freedom* (Situs ini memang beralamat di luar Indonesia. Dengan begitu, pemerintah tidak berhak menghapus situs ini, tetapi secara praktis, pemerintah bisa memblokirnya). Situs ini, menurut pemeluk agama Islam, sangat meresahkan khalayak. Irsal, misalnya, pernah menuliskan pendapatnya tentang situs ini di *Detik.com* seperti ini: “Situs ini sangat meresahkan sekali. Isi forumnya sangat menjijikkan dan tidak pantas untuk dibaca manusia, terutama umat Islam. Antara lain isinya menjelekkan dan menghina agama Islam. Tentu menghina Nabi Muhammad secara habis-habisan. Juga mengambil ayat-ayat Al

Qur'an sepotong-sepotong kemudian mengubahnya, memalsukannya dan dikatakannya Al Qur'an itu palsu dan menjiplak" (suara pembaca Detik.com, 09/07/2008).

Kutipan isi suara pembaca ini memperlihatkan bahwa isi situs *Faith Freedom* tidak kalah meresahkan khalayak bila dibandingkan dengan isi situs porno. Ia dinilai tidak pantas dibaca oleh umat Islam. Memang setiap individu bisa berbeda pendapat tentang ukuran kepantasan tersebut, tetapi dengan ciri-ciri situs *Faith Freedom* yang diungkapkan Irsal, kita memiliki gambaran mengapa isi situs tersebut tidak pantas.

Bertolak dari kenyataan ini, pemerintah terkesan tidak memiliki visi dalam membuat kebijakan media interaktif. Pemerintah hanya merespons masalah riil yang muncul dalam kehidupan khalayak. Pemerintah tidak mampu membayangkan apa yang akan terjadi pada khalayak yang mengakses media interaktif di masa yang akan datang. Dalam keadaan beginilah kebijakan media interaktif itu disebut belum responsif.

Kalau responsif tidak terkandung dalam sebuah kebijakan media interaktif, apakah kita masih bisa mengatakan kebijakan itu bisa melancarkan sistem komunikasi yang menggunakan media interaktif? Tentu saja tidak bisa. Kebijakan media interaktif itu tidak membuat khalayak merasa nyaman menggunakan media interaktif. Ia bahkan tidak membangkitkan gairah khalayak untuk menggunakan media interaktif.

PENUTUP

Pada dasarnya, sebagai kebijakan komunikasi, kebijakan media interaktif adalah peraturan yang bersifat praktis. Ia harus mengatur bagaimana seharusnya manusia berkomunikasi menggunakan media interaktif. Karena itu, kebijakan media interaktif sering kali disebut sebagai sarana orientasi bagi manusia yang berkomunikasi menggunakan media interaktif. Ia harus bisa diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari. Tegasnya, ia harus diarahkan menjadi peraturan yang aplikatif.

Memang tidak mudah mewujudkan formulasi kebijakan media interaktif yang bersifat aplikatif, tetapi, ia bisa dirumuskan dengan mempertimbangkan tiga aspek, yaitu: (i) isi kebijakan media interaktif; (ii) struktur yang akan menjamin pelaksanaan kebijakan media interaktif; dan (iii) persepsi khalayak tentang kebijakan media interaktif tersebut. Bisa

saja sebagian besar khalayak memahami sebagian besar pasal kebijakan media interaktif dengan baik, namun aparat yang berhak mengawasi pelaksanaan kebijakan tersebut bisa saja melakukan perbuatan berlebihan. Misalnya melakukan investigasi memasuki ranah pribadi. Kalau sudah begini, maka kebijakan media interaktif tersebut belum aplikatif.

Di samping itu, uraian di atas, yang bertolak dari pembahasan UU ITE dan sikap pemerintah terhadap *blog*, surat kabar elektronik dan situs yang tidak pantas (selain situs porno), menunjukkan bahwa kebijakan media interaktif kita belum sepenuhnya melancarkan sistem komunikasi yang menggunakan media interaktif. Kebijakan media interaktif yang ada belum sepenuhnya mengakomodasi sifat media interaktif dan belum responsif. Sementara media interaktif yang bisa bermanfaat buat khalayak untuk mengendalikan perkembangan proses komunikasi yang melingkupi mereka malah tidak diatur dalam sebuah kebijakan media interaktif. Ini tentu saja melahirkan kesimpulan bahwa kebijakan media interaktif belum melancarkan sistem komunikasi Indonesia yang menggunakan media interaktif.

DAFTAR PUSTAKA

- Abe, Hiroyuki. 1997. "The Current State of Electronic and Broadcasting Media". dalam Asano, Osamu (ed), *The Japanese Press 1997*. Tokyo: Nihon Shimbun Kyokai.
- Abrar, Ana Nadhya. 2003. *Teknologi Komunikasi: Perspektif Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Lesfi.
- _____. 2008. *Kebijakan Komunikasi: Konsep, Hakekat dan Praktek*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.
- _____. 2008a. "Nilai Esensial Jurnalisme Warga", makalah yang dipresentasikan dalam Seminar Nasional tentang Jurnalisme Warga, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, 28 Februari 2008.
- Chakravartty, Paula and Sarikakis, Katherine. 2006. *Media Policy and Globalization*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Nurudin. 2004. *Sistem Komunikasi Indonesia*. Jakarta: PT RajaGrafindo

Persada.

Rencana Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik yang sudah disetujui oleh DPR.

Sakata, Hyde. 1996. "General Trends of Japanese Press in 1995-1996". Dalam Asano, Osamu (ed), *The Japanese Press 1996*. Tokyo: Nihon Shimbun Kyokai.

Setyawati, Ariska. 2008. "Peran Surat Kabar Elektronik Dalam Memperkuat Civil Society di Indonesia (Analisis Situs pada *Detik.com*, *Okezone.com* dan *Kompas.com*, selama bulan Agustus 2007)". Tesis Program S-2 Ilmu Komunikasi. Universitas Gadjah Mada.

Suara Pembaca *Detik.com*, tanggal 9 Juli 2008, berjudul "Situs Faith Freedom Tidak Pantas".

UNESCO. 1980. "Preface". Dalam Ugboajah, Frank Okwu, *Communication Policies in Nigeria*. Paris: Unesco.

Wikipedia [http://en .wikipedia.or./wiki/blog-wikipedia](http://en.wikipedia.org/wiki/blog-wikipedia), the free encyclopedia, diakses 18 Maret 2008.

