



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 PENELITIAN TERDAHULU

Peneliti menggunakan tiga penelitian terdahulu sebagai acuan dalam menyusun laporan ini. Pertama, peneliti menggunakan jurnal penelitian terdahulu berjudul *Akurasi Berita di Media Sosial Menurut Pengguna : Studi Fenomenologi Praktisi Media Pengguna Media Sosial* oleh Ido Prijana Hadi pada 2017 dari Universitas Kristen Petra. Ido memfokuskan penelitiannya pada konstruksi pengalaman dan pemahaman mendalam dari para pengguna media sosial, terkait atas apa yang terjadi pada pengguna media tersebut lakukan dan hadapi dalam keseharian pada saat menggunakan media sosial sebagai tempat rujukan untuk membaca berita.

Pada penelitian ini, juga diharapkan para pengguna media sosial untuk dapat memahami dengan jelas bentuk-bentuk dari literasi media karena pengguna media sosial ini nantinya dapat bertanggung jawab atas dampak yang dilakukan terhadap individu lain atau masyarakat.

Relevansi antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah pertama, sama-sama melihat adanya pemanfaatan media sosial untuk mengakses informasi secara cepat. Aktivitas ini dipengaruhi oleh penggunaan internet yang semakin meningkat dari tahun ke tahun. Hal ini dibuktikan dengan hasil survei oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) periode 2016 data yang disajikan terdapat 132,7 juta

penduduk menggunakan internet. Peneliti menggunakan survei APJII 2017 bahwa ada sekitar 143,26 juta jiwa mengakses internet.

Media sosial juga sama-sama dilihat sebagai bentuk transformasi jurnalistik yang baru. Informasi di media sosial dapat digunakan dalam media konvensional seperti televisi, namun apakah informasi yang berada dalam media sosial, dapat diuji kebenarannya karena siapa saja saat sudah dapat mengakses dan memproduksi konten yang nantinya bisa disebarluaskan melalui media sosial dan menjadi berita yang dicerna masyarakat Indonesia.

Penelitian ini dan peneliti sebelumnya juga fokus pada bentuk verifikasi sumber data dalam media sosial. Ingin mengetahui apakah berita yang ada dalam media sosial tersebut dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya dan berfokus pada kode etik jurnalistik dalam mengemas sebuah berita.

Perbedaan penelitian terdahulu ini dengan penulis adalah pada objek penelitian. Penelitian penulis fokus pada acuan media televisi khusus di Indonesia dalam menyikapi fenomena media sosial sebagai rujukan informasi dalam siaran berita. Selanjutnya perbedaan ada pada penggunaan metodologi penelitian yakni menggunakan metode studi kasus.

Kedua, peneliti menggunakan jurnal penelitian terdahulu berjudul *Persepsi Praktik Penyiaran Terhadap Regulasi Penyiaran di Indonesia: Studi Kasus Program Empat Mata dan Bukan Empat Mata di Trans7* oleh Rahmat Edi Irawan pada 2011 dari Universitas Binus. Rahmat Edi Irawan memfokuskan penelitiannya terkait kritik terhadap keterbatasan frekuensi

gelombang penyiaran, selanjutnya perlu dijaminnya keberagaman bentuk informasi atau pesan yang nantinya diterima masyarakat dan terakhir terkait regulasi penggunaan Kode Etik Jurnalistik (KEJ) dan Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS). Fokus terakhir pada penelitian Rahmat yaitu menyangkut prinsip ekonomi, dimana melihat permasalahan monopoli yang ada dalam kepemilikan media masa terkait isi siaran.

Dalam penelitian tersebut, Rahmat menunjukkan bahwa regulasi terkait penyiaran, masih belum ditaati dengan penuh oleh pihak Trans7 soal penayangan program *Bukan Empat Mata* yang sempat mendapat teguran keras hingga pernah diberhentikan oleh pihak KPI. Bentuk teguran terkesan tidak dianggap serius, kenyataannya program yang sempat diberhentikan tersebut tayang kembali dengan mengusung nama acara baru, namun untuk isi dan kemasan program tersebut masih tetap sama dengan acara sebelumnya.

Fenomena ini dapat terjadi karena kurangnya sosialisasi KPI terhadap lembaga penyiaran salah satunya pada kasus tersebut yaitu acara di Trans7. Kehadiran KPI sebagai regulator yang memiliki wewenang dalam mengawasi isi siaran masih banyak ditolak oleh para praktisi dan pengelola penyiaran. Kritik lain yang disampaikan Rahmat dalam karyanya, menjelaskan bahwa regulasi yang dimiliki KPI mengandung aturan dengan pasal-pasal yang menimbulkan multi tafsir. Hal ini yang dijadikan alasan

kenapa masih banyak terjadinya pelanggaran terhadap pedoman yang sudah ditetapkan oleh KPI terkait isi siaran yang tayang di televisi.

Relevansi penelitian peneliti dengan penelitian yang dimiliki oleh Rahmat adalah melihat bagaimana regulasi yang dimiliki oleh KPI dapat menjadi acuan dalam penyiaran, pada kenyataannya beberapa lembaga penyiaran tetap ada yang berani melanggar regulasi yang telah ditetapkan KPI. Hal ini juga menjadi fokus peneliti karena berkaitan dengan siaran berita yang tidak konsisten terhadap penerapan pasal di P3SPS dalam mengatur isi siaran, sehingga memicu terjadinya pelanggaran. Selanjutnya, bentuk relevansi dengan penelitian yang dilakukan Rahmat yaitu bentuk penelitian yang sama-sama menggunakan metode studi kasus dengan jenis penelitian kualitatif.

Satu lagi yaitu artikel yang dimuat dalam jurnal penelitian dan peneliti gunakan sebagai rujukan yaitu *Social Media in Television News: The Effects of Twitter and Facebook Comments on Journalism* atau *Media Sosial pada Berita Televisi : Efek terhadap Twitter dan Komentar pada Facebook terhadap Karya Jurnalistik* oleh Sherice Gearhart dari University of Nebraska dan Seok Kang dari The University of Texas.

Pada artikel ini, kedua penulis ingin menunjukkan realitas pada penggunaan media sosial khususnya *Twitter* dan *Facebook* terkait kolom komentar yang memiliki pengaruh besar dalam mempengaruhi khalayak pengguna media sosial.

Penelitian ini menunjukkan bagaimana berita di televisi cenderung menggunakan komentar-komentar pada kolom komentar media sosial, dalam mempengaruhi opini publik terkait suatu isu yang dibahas. Khalayak menjadi terpengaruh terkait pesan mediasi pada berita yang disiarkan sehingga khalayak menilai realitas sosial berdasarkan hasil pengolahan dari berita.

Publik bisa saja dengan mudah terpengaruh dengan isu-isu yang ditampilkan pada televisi. Televisi juga menjadi salah satu sumber dalam menerima informasi dan masih diminati oleh masyarakat, dengan menyediakan sejumlah konten yang dapat dinikmati oleh pengguna televisi.

Relevansi peneliti menggunakan rujukan tersebut dalam penelitian ini adalah dalam melihat fenomena penggunaan media sosial yang dilakukan oleh media televisi. Pada penelitian tersebut peneliti melihat televisi menjadi lebih menarik di masyarakat saat ada suatu konten dalam media sosial yang digunakan oleh stasiun televisi dan membawanya menjadi bagian dari sebuah elemen berita.

Padahal realitanya adalah informasi yang ada di media sosial belum tentu benar secara utuh karena saat ini setiap orang bisa memproduksi informasi-informasi yang diinginkan setiap hari dengan bermacam-macam isu tanpa adanya konfirmasi data, sehingga terkadang informasi yang di terima melalui media sosial sulit dipercaya secara langsung. Peneliti juga melihat bentuk media sosial apa yang dapat digunakan ketika memang informasi itu penting untuk diambil.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis ada pada metodologi dan subjek penilitin. Penelitian dalam artikel tersebut lebih fokus pada persepsi khalayak terhadap kolom komentar pada media sosial dan pengaruh yang ditimbulkan ketika media sosial disatukan ke dalam tayangan berita televisi. Persamaan penelitian penulis dengan artikel penelitian yang telah dijadikan jurnal terdahulu ini, ada pada pemilihan objek penelitian yaitu stasiun televisi yang menyiarkan berita atau karya jurnalistik dan penggunaan media sosial pada media televisi.

Tabel 2.1 Tabel Perbandingan Penelitian Terdahulu

| No | | Peneliti I | Peneliti II | Peneliti III | Penelitian IV |
|----|--------------------------|--|--|---|--|
| 1. | Nama Peneliti | Ido Prijana Hadi | Rahmat Edi Irawan | Sherice Gearhart dan Seok Kang | Vividha Jati Ariya Gotami |
| 2. | Tahun Penelitian | 2017 | 2011 | 2014 | 2019 |
| 3. | Asal Universitas | Universitas Kristen Petra | Universitas Binus | University of Nebraska; The University of Texas | Universitas Multimedia Nusantara |
| 4. | Judul Penelitian | Akurasi Berita di Media Sosial Menurut Pengguna: Studi Fenomenologi Praktisi Media Pengguna Media Sosial | Persepsi Praktik Penyiaran Terhadap Regulasi Penyiaran di Indonesia: Studi Kasus Program Empat Mata dan Bukan Empat Mata di Trans7 | Social Media in Television News: The Effects of <i>Twitter</i> and <i>Facebook</i> Comments on Journalism | Pemanfaatan Informasi dari Media Sosial di Lembaga Penyiaran Televisi <i>MNC Group</i> |
| 5. | Jenis & Sifat Penelitian | Kualitatif Deskriptif | Kualitatif Deskriptif | Kualitatif | Kualitatif |

| | | | | | |
|----|------------------|--|---|--|--|
| | | | | | |
| 6. | Metodologi | Fenomenologi | Studi kasus | <i>Elaboration likelihood model</i> | Studi Kasus |
| 7. | Hasil Penelitian | <p>Media “mainstream” membuat akun di media sosial guna mensinergikan dan mengelola berita/informasi untuk kepentingan warga dan mediana.</p> <p>Media “mainstream” berkolaborasi dengan warga dalam meliput peristiwa sebagai bentuk kesadaran media ikut memberdayakan warga masyarakat lebih melek media.</p> | <p>Menunjukkan masih sedikitnya pengetahuan praktisi penyiaran tentang KPI dan regulasi penyiaran di Indonesia.</p> <p>Selain itu, masalah multitafsir pada beberapa aturan main dalam regulasi penyiaran, juga menjadi penyebab kenapa masih sering terjadi pelanggaran yang dilakukan praktisi penyiaran terhadap regulasi penyiaran.</p> <p>Untuk mengatasi hal tersebut, dibukanya ruang dialog antara KPI dan praktisi penyiaran menjadi salah satu jalan menjembatani perbedaan kepentingan di antara mereka, yang tentu akan berguna untuk peningkatan</p> | <p>Menilai pengaruh <i>Twitter</i> dan komentar <i>Facebook</i> dibandingkan dengan wawancara orang di jalan pada para audiens, hasilnya menunjukkan komentar pada media social tersebut memainkan peran penting dalam mempengaruhi audiens terhadap sebuah berita khususnya yang ditayangkan pada televisi.</p> | <p>Lembaga televisi swasta menggunakan media sosial sebagai sumber informasi dalam mengemas produk jurnalistik.</p> <p>Penggunaan media sosial tidak dibarengi dengan konsistensi penerapan KEJ dan P3SPS dalam mengontrol isi tayangan, sehingga bisa jadi menimbulkan bias informasi di masyarakat.</p> <p>Regulator seperti Dewan Pers dan KPI belum menanggapi fenomena ini dengan serius, padahal beberapa stasiun televisi swasta sudah ada yang membuat program dari informasi viral dengan memanfaatkan informasi berupa video dan komentar pengguna media sosial.</p> |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| | | | kualitas tayangan televisi di Indonesia. | | |
|--|--|--|--|--|--|

2.2 LANDASAN TEORI

Landasan teori berisikan konsep-konsep yang telah disusun secara sistematis oleh penulis dan menjadi dasar yang kuat untuk fenomena dalam penelitian ini. Landasan teori yang peneliti gunakan bersumber dari buku dan jurnal penelitian terdahulu.

2.2.1 Teori Sistem Pers Tanggung Jawab Sosial

Teori sistem pers tanggung jawab sosial ini merupakan pengembangan dari kritik terhadap teori pers liberal, dimana pada pers liberal dikenal dengan kepemilikan media yang melakukan kegiatan monopolistik, sehingga adanya indikasi manipulasi pada informasi-informasi yang disajikan untuk khalayak.

Pers harus menjamin kesetaraan semua pihak dalam menyuarakan aspirasi melalui media. Pada teori tanggungjawab sosial ini, pers memiliki badan independen dalam memantau dan menilai fungsi-fungsi yang berkaitan dengan pekerja media (Masduki, 2007, p. 66).

Tanggung jawab sosial dalam pers mengukur seberapa besar informasi yang disampaikan kepada khalayak memiliki kepentingan publik, dan media tidak boleh menyampaikan informasi-

informasi yang bersifat tidak benar atau berita bohong dan menyesatkan. Serta, media tidak diperbolehkan hanya menayangkan informasi terkait kepentingan pemilik media saja (Siregar, 2010, p. 91).

Peneliti menggunakan Teori Pers Tanggung Jawab Sosial untuk melihat apakah di dalam media *MNC Group*, khususnya pada praktek kerja jurnalis dalam memproduksi program jurnalistik untuk beberapa program beritanya, memiliki kontrol dalam penggunaan sumber informasi-informasi dari media sosial, sebelum menyajikan siaran berita tersebut kepada masyarakat.

2.2.2 Media Sosial

Media sosial menjadi salah satu medium yang erat dengan kehidupan masyarakat modern khususnya di Indonesia. Romli (2014) dalam bukunya *Jurnalistik Online* memaparkan bahwa individu akan cenderung mengalami tren 3S yaitu *Social*, *Share* dan *Speed*. Kecenderungan inilah yang membentuk media sosial akan mudah diterima dan menjadi bagian dalam kehidupan setiap individu (Romli, 2014, p. 103).

Tren pertama yaitu sosial atau *social* ini adalah adanya interaksi antar individu dengan individu yang lainnya, dimana masing-masing orang saling terhubung. Kedua adalah *share*, dimana individu membagikan pengalamannya kepada orang lain dengan jenis yang beragam seperti foto, video atau tulisan melalui media sosial. Selanjutnya adalah *speed*, ini berkaitan dengan kecepatan. Setiap

individu yang terhubung dengan jejaring sosial dapat menyebarkan dan menerima informasi dengan cepat (Romli, 2014, p. 103).

Romli memaparkan bahwa media sosial merupakan tempat dimana para penggunaannya dapat dengan mudah menciptakan berbagai konten yang dimuat dan disebarakan melalui jejaring sosial seperti *Facebook* dan *Twitter*, dimana kedua bentuk media sosial ini paling banyak digunakan masyarakat di berbagai negara (Romli, 2014, p. 104).

Sedangkan pandangan Andreas M. Kaplan dan Michael Haenlein (2010) (dalam Sulianta, 2015, p.6) menjelaskan terkait media sosial, yaitu :

“Media sosial adalah kelompok dari aplikasi berbasis internet yang dibangun atas dasar ideologi dan teknologi web versi 2.0 yang memungkinkan website interaktif”

Media sosial menjadi medium dalam melakukan komunikasi dengan cara baru, dapat mengajak setiap individu untuk terlibat atau berpartisipasi dalam memberi tanggapan secara terbuka, seperti memberi komentar dan mampu membagikan beragam informasi secara cepat dan tidak dibatasi oleh ruang dan waktu.

Kecepatan media sosial dapat menggantikan peranan media konvensional seperti surat kabar, televisi dan radio dalam menyebarkan berita. Namun, untuk tetap menjaga eksistensi media konvensional saat ini media tersebut juga menggunakan media sosial dalam menyebarkan informasi yang dibuat oleh para jurnalisnya.

Sehingga informasi dapat disebarakan dengan lebih cepat dan luas (Romli, 2014, p. 104).

2.2.3 Televisi Sebagai Media Komunikasi Massa

Komunikasi massa memiliki dua proses yang melibatkan komunikan yaitu individu yang menerima pesan dan komunikator sebagai individu yang melakukan pengiriman pesan. Proses pertama, pesan yang akan disampaikan oleh komunikator akan di salurkan melalui suatu medium dan diterima oleh komunikan. Selanjutnya, proses kedua, tanggapan yang diterima oleh komunikan akan memungkinkan adanya umpan balik dan memungkinkan terjadinya interaksi antara komunikan dan komunikator (Winarso, 2005, p. 18).

Komunikasi massa juga memiliki fungsi-fungsi utama yang diantaranya sebagai fungsi informasi, hiburan, persuasi, transmisi budaya, selanjutnya sebagai bentuk pengawasan, hubungan dan pewarisan sosial (Nurudin, 2007, p. 66-93).

Medium dalam melakukan komunikasi massa tersebut diantaranya adalah surat kabar, televisi, radio dan film yang ditujukan kepada khalayak ramai. Komunikasi massa menyiarkan informasi yang berisi gagasan dan sikap kepada komunikan yang jumlahnya cukup banyak (Effendy, 2000, p. 79-83).

2.2.4 Berita Televisi

Berita membantu individu untuk dapat mengetahui dan memperoleh informasi suatu peristiwa yang sedang terjadi, pergantian

peristiwa, dan juga membahas soal tokoh-tokoh berpengaruh. Berita juga dapat mengontrol dan mengikat masyarakat dengan konten-konten tertentu (Kovach & Rosenstiel, 2006, p. 16).

Pesan yang diuraikan dalam berita adalah suatu pengetahuan yang secepatnya harus dipahami oleh para pembaca. Berita sendiri memiliki sifat yang relatif pendek, karena suatu berita dapat diganti oleh *follow up* berita yang lebih faktual atau tergantikan oleh berita-berita lain yang lebih menarik (Dewabrata, 2010, p. 32).

Berita televisi menjaga kebaruan isi berita. Informasi yang dimuat dapat ditayangkan dan disiarkan secara langsung dari tempat kejadian suatu peristiwa berlangsung. Namun, berbeda dengan media cetak, media massa ini tidak dapat secara langsung melakukan *update* berita karena sifat dari media ini tidak terjalinnya komunikasi dua arah, sehingga berita yang disajikan sudah tergantikan dengan berita lain yang lebih menarik dan faktual (Dewabrata, 2010, p. 10).

2.2.5 Jenis Berita

Luwi Ishwara (2005) dalam bukunya berjudul *Catatan-Catatan Jurnalisme Dasar* memaparkan bahwa berita adalah sesuatu yang nyata, berkaitan dengan peristiwa yang baru saja terjadi. Peristiwa tersebut dapat menjelaskan kejadian pada masa lampau dan masa yang akan datang (Ishwara, 2005, p. 52).

Berita juga dibagi kedalam dua bentuk, untuk membedakan isi dari berita yang akan disajikan kepada pembaca. Pertama, berita

terpusat pada peristiwa atau lebih dikenal dengan *event centered news*, menyajikan berita-berita terkait dengan peristiwa yang baru saja terjadi. Sehingga berita ini harus segera disampaikan kepada pembaca, mengingat perkembangan berita akan terus terjadi sehingga fakta yang baru saja ditulis bisa saja sudah tidak sesuai dengan perkembangan berita yang terjadi.

Jenis kedua adalah berita terbentuk berdasarkan proses peliputannya (*process centered news*) yang disajikan dengan interpretasi tentang kondisi dan situasi dalam masyarakat. Contohnya adalah berita editorial yang muncul di halaman depan atau di halaman lain yang berbentuk tulisan *feature*. Berita ini sifatnya *timeless*, sehingga dapat dimuat tanpa ada batasan waktu dan tidak terikat dengan peristiwa tertentu (Ishwara, 2005, p. 52).

2.2.6 Sumber Berita

Sumber berita menjadi penting karena pengumpulan data-data dalam menulis suatu berita menentukan kecukupan informasi dan berita yang ditulis menjadi lebih akurat. Menurut Webb dan Salancik (dalam Ishwara, 2005, p.67) seorang jurnalis dapat memperoleh informasi atau memperoleh data dengan melakukan observasi langsung dan tidak langsung, sesuai dengan situasi peristiwa saat melakukan liputan.

Selanjutnya, jurnalis dapat melakukan proses wawancara kepada narasumber, yang dimana jurnalis melaksanakan proses

wawancara *doorstop* atau secara langsung. Cara lain yang dapat dilakukan dengan mencari data melalui dokumen publik, dan terakhir adalah melakukan partisipasi langsung dalam kejadian atau peristiwa (Ishwara, 2005, p. 68).

Cara-cara tersebut dinilai dapat menjaga objektivitas para jurnalis dalam memaparkan sebuah berita. Sehingga berita dapat berimbang dan teruji kebenarannya. Jurnalis memperoleh informasi yang akurat saat menemukan data di lapangan (Ishwara, 2005, p. 67).

2.2.7 Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS)

Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS) salah satu regulasi terkait penyiaran. Aturan tersebut mengawasi bentuk-bentuk penyiaran mulai dari seluruh elemen penyelenggara, penayangan sebuah siaran di televisi dan mengawasi regulator penyiaran sesuai dengan undang-undang yang tertera yaitu Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002. Pada Pasal 1 terkait ketentuan umum dalam P3SPS, menjamin kepastian hukum serta mewujudkan keadilan terhadap masyarakat, serta menjamin penyelenggaraan penyiaran yang profesional dan mewujudkan tujuan negara. P3SPS juga berisikan etika bagi lembaga penyiaran. Etika dalam perspektif jurnalistik berisikan nilai atau norma yang menjadi pegangan pengelola media massa dan jurnalis itu sendiri.

P3SPS ini menjadi acuan peneliti dalam mengamati lembaga penyiaran swasta khususnya pada MNC Group, apakah

media tersebut menjalankan prinsip jurnalis yang menjunjung keakuratan (KPI, 2012, p. 17).

Penelitian ini, berfokus pada P3 dan SPS. Pada Pedoman Pedoman Perilaku Penyiaran (P3), penulis fokus pada Pasal 22 yaitu terkait prinsip-prinsip program penyiaran pada produk jurnalistik. Pada pasal tersebut memuat lima poin penting. Khusus pada poin kedua, terkait lembaga penyiaran yang diwajibkan untuk menyajikan tayangan berita dengan menerapkan isi berita yang berimbang, adanya keadilan, tidak memiliki niat buruk, tidak menyesatkan, berita tidak mencampurkan bentuk opini jurnalis dan fakta di lapangan, tidak memuat berita yang menyinggung soal SARA (suku, agama, ras, antar golongan), tidak menyiarkan berita cabul, fitnah dan bohong (*hoax*) (KPI, 2012, p. 17).

Peneliti juga memiliki fokus pada Standar Program Penyiaran (SPS), pasal yang mengatur penggambaran kembali pada stasiun televisi yaitu Pasal 42. Di dalam pasal tersebut untuk poin pertama dinyatakan, dalam menggunakan dokumentasi suatu peristiwa tertentu harus disebutkan tanggal beserta lokasi peristiwanya. Pada poin kedua, terkait peristiwa tertentu yang dimaksudkan adalah kerusuhan, bencana dan bentrokan (KPI, 2012, p. 17).

Selanjutnya, fokus P3SPS lainnya yang peneliti gunakan pada SPS Pasal 43 dan Pasal 52. Pada Pasal 43 tersebut memuat terkait aturan yang harus dipatuhi, sebelum menyiarkan program

dengan mengandung unsur kekerasan dan kejahatan. Pada pasal tersebut juga mengatur terkait kewajiban penyamaran untuk unsur-unsur tertentu yang dipaparkan ke dalam beberapa poin-poin (KPI, 2012, p. 67).

Pada Pasal 52 sendiri membahas terkait hak siar dalam penayangan berita. Pasal tersebut memaparkan tiga poin penting. Poin pertama, lembaga penyiaran wajib mencantumkan dan memiliki hak siar terkait program yang disiarkan. Poin kedua, program siaran yang menggunakan potongan gambar dan suara harus mencantumkan hak siar lembaga penyiaran lain. Tidak merugikan pihak yang dijadikan objek siaran. Selanjutnya, harus menyebutkan asal sumber, melakukan verifikasi kebenaran isi dari tayangan yang digunakan sebagai data pelengkap dalam sebuah siaran (KPI, 2012, p. 70).

Tayangan berita selain mematuhi kaidah etika jurnalistik, seharusnya juga mematuhi pasal-pasal dalam P3 dan SPS. P3 atau Pedoman Perilaku Penyiaran yang ditetapkan KPI, mengatur batasan perilaku dan pengawasan siaran pada lembaga penyiaran televisi di Indonesia. Selain itu, SPS atau Standar Program Siaran mengatur terkait kewajiban, pelarangan serta sanksi berdasarkan pedoman di dalam SPS. Batasan-batasan tersebut mengatur apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan pada sebuah program siaran di lembaga penyiaran televisi.

2.2.8 Kode Etik Jurnalistik

Kode Etik Jurnalistik (KEJ) menjadi pedoman moral dan etika dalam melakukan fungsi sebagai jurnalis. Dilansir dari *tirto.id* di dalam KEJ terdapat 11 Pasal, peneliti memfokuskan pada Pasal 1, 2, 3 dan 4. Pada Pasal 1 jurnalis Indonesia dituntut untuk dapat bersikap independen, akurat, berimbang dan tidak menimbulkan kerugian bagi pihak lain dalam membuat sebuah produk jurnalistik (*tirto.id*, 2016, para.4).

Selanjutnya, pada Pasal 2 jurnalis Indonesia harus melakukan atau menempuh cara-cara profesional seperti memperoleh informasi yang sumbernya jelas dan tidak melakukan rekayasa terhadap penggunaan foto, video dan tulisan. Penting untuk menampilkan sumber secara berimbang (*tirto.id*, 2016, para. 6-7).

Pada pasal 3 jurnalis tidak mencampuradukkan fakta dengan opini. Dalam pasal ini verifikasi menjadi penting bagi jurnalis untuk dapat menguji keberimbangan berita sebelum disajikan untuk masyarakat.

Pasal ini juga mengatur adanya penerapan asas praduga tidak bersalah, sehingga menjadi penting untuk tidak menghakimi seseorang melalui bentuk produk jurnalistik. Selanjutnya, pada Pasal 4 jurnalis tidak diperbolehkan membuat berita bohong, fitnah, sadis dan cabul. Pada pasal ini jurnalis dituntut untuk dapat mencantumkan tempat dan tanggal informasi yang dijadikan sumber berita diperoleh (*tirto.id*, 2016, para. 8-11).

Pada lembaga penyiaran televisi terutama yang memiliki program siaran berita, tentu sangat penting untuk mematuhi KEJ sebagai pedoman dalam kerja jurnalistik. Sehingga jurnalis dapat menyajikan berita yang memiliki standar keamanan dan dapat dipertanggungjawabkan. KEJ nantinya dapat mencegah adanya pihak-pihak yang dapat dirugikan dari suatu siaran berita dan kerja jurnalistik tersebut.

2.2.9 Pemanfaatan Media Sosial di MNC Group

Top Viral iNews adalah salah satu program yang dimiliki oleh MNC *Group* dalam memanfaatkan informasi dari media sosial. Informasi yang ditayangkan dikemas dalam bentuk tayangan berita. Konten dalam tayangan Top Viral ini diambil murni dari media sosial. Program *Top Viral* di iNews ini sudah tayang sejak 8 Januari 2018.



Gambar 2.1 Top Viral iNews Pemanfaatan Media Sosial di Televisi

(Sumber : *Youtube*, 2018)

Media sosial yang digunakan dalam mencari informasi publik ini berupa Instagram, Facebook atau Twitter. Namun, penulis sudah menemui salah satu *News Anchor* yang juga merupakan Produser Berita di iNews Siang, Aulia Nurmalasari Pane. Aulia mengatakan bahwa *Top Viral* merupakan sebuah program berita yang berisikan informasi ringan dengan konten yang unik dan menarik untuk diketahui. Semua informasi yang diperoleh dalam mengemas program ini berasal dari media sosial, terutama *Instagram*.

Pemilihan *Instagram* sebagai sumber informasi utama di Program *Top Viral* ini sesuai informasi yang penulis peroleh dari hasil wawancara dengan Produser Berita iNews. Saat ini masyarakat Indonesia cenderung menggunakan media sosial untuk mencari informasi berita dan informasi yang beredar di *Instagram* cukup cepat tersebar.



Gambar 2.2 Survei APJII 2017 Terkait Layanan yang di Akses
(Sumber : Survei APJII, 2017)

Memang dari hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) sendiri juga menganalisa bahwa layanan yang paling sering digunakan oleh masyarakat Indonesia, khususnya pada periode 2017 adalah media sosial dengan jumlah 87,13 persen pengguna internet.

Instagram dipilih juga karena lebih banyak menampilkan foto dan video yang mana akan sangat mudah ketika dapat disajikan kepada penonton terkait peristiwa yang sedang terjadi dengan jelas dan tidak menggunakan durasi penayangan terlalu panjang. Rata-rata video di *Instagram* hanya berkisar 1 menit saja.

Penggunaan media sosial sebagai sumber berita juga tidak hanya dilakukan oleh media di *MNC Group* saja. *CNN Indonesia* juga mengenal dengan adanya program *CNN Indonesia Viral*, yang tayang sejak 31 Juli 2018. Beberapa lembaga penyiaran swasta mulai menggunakan media sosial sebagai bagian dalam menyiarkan produk jurnalistik mereka.

Program *CNN Indonesia Viral* yang peneliti amati dari beberapa tayangan yang dilihat langsung dari siaran televisi maupun siaran dari *Youtube official CNN Indonesia*, juga melakukan praktik yang sama dengan *Top Viral*. Mereka menggunakan media sosial seperti *Facebook*, *Twitter* dan terutama *Instagram*. Informasi yang disiarkan juga seputar kejadian yang sedang hangat di bicarakan pada

kalangan masyarakat dan tayangan yang disajikan juga semua hal yang ada di media sosial.

Dengan munculnya program-program dengan sumber informasi dari media sosial, menjadi bukti bahwa saat ini televisi telah melakukan transformasi dengan memanfaatkan konten media sosial menjadi bagian dari sumber informasi berita di beberapa stasiun televisi swasta di Indonesia yang bergerak dalam program siaran berita.

2.3 ALUR PENELITIAN

Alur penelitian yang peneliti gunakan terkait *Penerapan Regulasi Penyiaran dalam Pemanfaatan Informasi Dari Media Sosial di Lembaga Penyiaran Televisi MNC Group* dengan mengamati beberapa lembaga penyiaran swasta yang fokus pada siaran berita di Indonesia.

Peneliti melakukan studi kasus pada siaran berita yang tayang pada Januari hingga Juli 2018, berita yang dipilih merupakan berita yang tergolong *hard news* dan *soft news*. Peneliti juga akan melakukan penghitungan jumlah berita yang menggunakan sumber media sosial sebagai konten utama, selanjutnya mengklasifikasikan berita yang ada dalam periode Januari hingga Juli 2018.

Bentuk studi kasus yang peneliti lakukan dengan mengamati sumber-sumber media sosial yang digunakan oleh lembaga penyiaran swasta MNC Group, sumber-sumber tersebut nanti akan dikategorikan berapa banyak televisi mengambil sumber informasi dari media sosial dari Facebook,

Twitter dan *Instagram*. Selanjutnya melakukan wawancara kepada tiga informan yang telah ditetapkan untuk menambah data pendukung dalam penelitian ini.

Siaran berita yang ditayangkan akan diidentifikasi, apakah ada indikasi melakukan pelanggaran atau tidak. Sehingga, penelitian ini nantinya akan dilakukan dengan metode kualitatif deskriptif guna mengamati dua unsur utama yaitu Kode Etik Jurnalistik (KEJ) dan Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS), apakah kedua peraturan tersebut sudah sesuai diterapkan oleh lembaga penyiaran swasta yang diteliti.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



UIN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA