



### **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 TEORI

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dibuat untuk membandingkan antara penelitian yang sudah ada sebelumnya dengan penelitian yang akan diteliti oleh peneliti. Dengan adanya penelitian ini memungkinkan untuk melihat suatu objek penelitian dari sisi lainnya, sehingga muncul suatu penelitian baru yang mungkin dapat menambahkan dari penelitian yang sudah ada, atau bahkan belum ada sama sekali.

Skripsi yang pertama, diambil dari penelitian Gelda Anggraini Surya, mahasiswi Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra, dengan judul *“Potret Pelanggaran Kode Etik Jurnalistik dan Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran pada Tayangan Infotainment “Insert Siang” Trans TV”*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sifat penelitian deskriptif. Dalam penelitiannya, peneliti membahas mengenai sebuah program infotainment terkait dengan pemberitaan selebriti atau *gossip*. Program *infotainment* yang tayang di bulan suci Ramadhan, masih saja ditemukan pelanggaran kode etik jurnalistik dan P3SPS, dalam mencari berita maupun ketika menyajikan beritanya. Berita-berita yang disampaikan dirasa kurang

berimbang, dan presenter dari program ini yang menganggap berita yang ditampilkan sebagai lelucon.

Berhubung dalam penelitian tersebut terjadi pelanggaran kode etik jurnalistik dan P3SPS, maka dengan menggunakan metode analisis isi peneliti berusaha melihat seberapa besar pelanggaran-pelanggaran tersebut jika dilihat dari beberapa aspek. Sehingga pada hasil akhirnya ditemukan pelanggaran terbanyak di pasal 51 tentang perilaku presenter pada P3SPS, serta pasal 1 tentang berita berimbang pada kode etik jurnalistik.

Penelitian kedua yang relevan dengan kajian dari penulis adalah hasil penelitian Kartika J.R, mahasiswi Universitas Indonesia, yang berjudul “*Pelanggaran kode Etik Jurnalistik Televisi Indonesia Pada Program Berita Kriminal (Analisis Isi Tayangan Berita Kriminal Patroli Indosiar)*”. Yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah program kriminal Patroli di Indosiar.

Berita mengenai kejahatan dan kriminal cukup diminati oleh masyarakat, sehingga dalam penyayangannya dibutuhkan etika supaya tidak menimbulkan permasalahan ke depannya. Melihat hal ini, peneliti menggunakan analisis isi untuk mengidentifikasi beberapa indikator yang dilanggar program Patroli ketika disiarkan di televisi. Pada hasil akhirnya memang ditemukan jika program Patroli masih terdapat pelanggaran Kode Etik jurnalistik Televisi Indonesia.

Melihat dua hasil penelitian terdahulu, peneliti melihat bahwa dalam industri penyiaran baik itu program berita maupun hiburan, ternyata tidak bisa lepas dari adanya pelanggaran etika. Pelanggaran ini tidak hanya dilihat dari isi

pemberitaan, akan tetapi bagaimana suatu berita dibawakan dan orang-orang yang berperan dalam menyampaikan berita turut menjadi perhatian.

Dua hasil penelitian di atas bisa dikatakan masih sama-sama terkait dengan pemberitaan, akan tetapi yang membedakan penelitian peneliti dengan sebelumnya adalah peneliti mengambil tayangan hiburan dalam hal ini program musik sebagai objek. Program musik sebenarnya cukup banyak yang sudah meneliti, tapi sebagian besar dari yang peneliti lihat, isinya lebih kepada segi kepuasan audien terhadap tayangan musik. Oleh karena itu peneliti meneliti program musik dahSyat untuk melihat jika adanya pelanggaran etika dalam pelaksanaannya.

Dengan menggunakan Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS), peneliti dapat melihat indikator-indikator apa saja yang mungkin dilanggar sebuah program musik dalam sekali penayangannya. Karena bagaimanapun program hiburan sama halnya dengan program infotainment maupun berita kriminal, yang mana sama-sama sebagai media sosial memiliki peran dan tanggung jawab kepada masyarakat.

## 2.2 Televisi

### 2.2.1 Sejarah dan Perkembangan Televisi di Indonesia

#### a. Sejarah

Televisi pertama kali hadir di Indonesia ketika akan dilangsungkannya Asian Games ke-4 di Jakarta pada tahun 1962. Alasan kehadiran televisi pada saat itu adalah terkait peningkatan reputasi Indonesia di mata internasional, melalui siaran Pekan Olahraga tersebut (Mufid 2005:47).

Siaran televisi di Indonesia pertama kali ditayangkan pada 17 Agustus 1962, bertepatan dengan Hari Kemerdekaan Republik Indonesia ke XVII, sebagai siaran percobaan. Barulah pada tanggal 24 Agustus 1962, TVRI yang menjadi stasiun pertama, mengudara pertama kali dengan siaran langsung upacara pembukaan Asian Games IV dari Gelora Bung Karno (Mufid 2005:48).

Siaran televisi di Indonesia bisa terjadi karena bantuan dari para ahli dan peralatan dari Jepang, serta pelatihan dari Inggris di bawah naungan *Organizing Committee Asian Games IV*. Karena mampu memiliki siaran televisi, menjadikan Indonesia sebagai negara keempat di Asia yang memiliki siaran televisi (Mufid 2005:48).

Sebagai satu-satunya stasiun televisi di Indonesia, TVRI pada tahun 1974 menjadi bagian dari organisasi dan tata kerja Departemen

Penerangan, yang bertanggung jawab pada Direktorat Jenderal Radio, TV, dan Film Departemen Penerangan RI. Tugas TVRI adalah untuk menyampaikan kebijakan pemerintah kepada rakyat. Selain itu TVRI juga diharapkan bisa menjadi alat hubung masyarakat dalam melaksanakan pembangunan mental, khususnya manusia sosialis Indonesia (Mufid 2005:48).

Di tahun 1976, Indonesia meluncurkan satelit siaran domestik Palapa, diikuti dengan Satelit Palapa B2 di tahun 1983. Nama satelit ini diambil dari sumpah Gajah Mada (Sen 2007:110). Setelah peluncuran satelit pertama, secara bertahap di beberapa daerah dibentuk Stasiun-stasiun Produksi Keliling (SPK), yang berfungsi memproduksi dan merekam paket acara untuk dikirim dan disiarkan TVRI Pusat di Jakarta.

#### *b. Kemunculan Stasiun Swasta*

Pada tahun 1980-an sedang terjadi tren monopoli televisi di beberapa negara. Di Indonesia, karakteristik nepotisme dalam pemerintahan Orde Baru dalam mengeluarkan lisensi untuk operator swasta, pemerintah tidak memiliki kendali, dan pada rezim Soeharto, ia mempertahankan monopoli atas televisi di Indonesia (Sen 2007:112).

Di tahun 1988 RCTI hadir menjadi stasiun televisi swasta pertama di Indonesia dengan masa percobaan TV berbayar di Jakarta. Pemilik dari RCTI pada saat itu adalah Bambang Trihatmojo yang merupakan putra ketiga dari Soeharto. Karena merupakan stasiun TV-bayar, maka hanya

pelanggan yang membayar iuran dapat menangkap siaran RCTI. Pada Agustus 1990 RCTI akhirnya menjadi stasiun televisi yang bebas melakukan penyiaran, karena melepaskan dekodernya (Sen 2007:112).

RCTI pada waktu itu dapat melakukan siaran dengan mengantongi izin dari Departemen Penerangan dan berpartisipasi dalam penyelenggaraan Siaran Saluran Terbatas (SST) dalam wilayah Jakarta dan sekitarnya. Isi siaran dari RCTI sendiri bisa dikatakan terbatas, karena tidak diperkenankan melakukan siaran warta berita sendiri, dan wajib merilai siaran dari TVRI serta siaran-siaran resmi pemerintah.

Televisi swasta kedua adalah SCTV. Mengudara pertama kali pada 24 Agustus 1990, di Surabaya, Jawa Timur, yang merupakan kota terbesar kedua di Indonesia. Setelah pada tahun 1991, SCTV berhasil meluaskan jangkauan siarannya, 1 Januari 1993, SCTV mengantongi SK Menteri Penerangan No.111/1992 (Media Promosi, 2012), untuk mengudara secara nasional. Pemilik dari SCTV adalah Hendri Pribadi, yang merupakan pebisnis keturunan Cina, yang masih ada hubungan dengan sepupu dari Soeharto, serta Sudwikatmono (Sen 2007:112).

Stasiun televisi selanjutnya yang muncul adalah Televisi Pendidikan Indonesia (TPI), atau yang sekarang lebih dikenal sebagai MNCTV. TPI memulai siaran pada Desember 1990, dengan meminjam fasilitas transmisi dari TVRI. Sesuai dengan kepanjangan nama

stasiunnya, TPI menayangkan tayangan pendidikan. TPI merupakan stasiun televisi milik putri dari Soeharto, Siti Hardiyanti Rukmana (Tutut).

Dua stasiun televisi terakhir yang muncul adalah AN-TeVe (1993) dan Indosiar (1995). Indosiar merupakan bagian dari Salim Group, salah satu bagian bisnis terbesar etnis Cina dari Lim Sioe Liong. Lim Sioe Liong masih kenal dekat dengan Soeharto. Sedangkan AN-TeVe (Cakrawala Andalas Televisi), merupakan stasiun televisi lokal di Sumatera Barat. AN-TeVe merupakan milik Bakrie Group (Sen 2007:113). Berdasarkan Keputusan menteri Penerangan RI No.04A/1993, AN-TeVe mendapat izin siaran (Media Promosi, 2012). Jadi bisa dikatakan pada masa ini, kepemilikan media masih dimonopoli oleh segelintir orang yang memiliki hubungan erat dengan keluarga Soeharto.

Jika pada masa Orde Lama, stasiun televisi digunakan untuk propaganda pemerintahan, alat untuk kebijakan pemerintah, dan sebagai situs dari definisi rezim kebudayaan nasional Indonesia. Televisi telah dirprivatisasikan untuk memperthankan control pusat terhadap konsumsi budaya warga Indonesia., di era keterbatasan moneter pemerintah, dan peningkatan pada sektor bisnis.

Perluasan lingkup televisi melonggarkan pengaruh negara terhadapnya. Di mana suasana kompetisi yang terjadi tidak hanya dengan stasiun lokal, melainkan stasiun luar juga. Program televisi tujuannya juga

sudah berubah, yaitu untuk mencari penonton sebanyak-banyaknya guna mendapat pengiklan demi kelangsungan hidup televisi.

Pengendalian pada Orde Baru, pada 3 Februari 1999, Menteri Informasi Yunus Yosfiah, mengumumkan ekspansi dramatik pada sektor penyiaran dan pembentukan televisi kabel. Setiap bisnis yang berbonafid diizinkan mendirikan dan melakukan penyiaran dan menggunakan saluran kabel. Akan tetapi, hal itu dibatasi oleh frekuensi. Perubahan potensi pasar ini nyatanya juga membawa perubahan kebijakan akan adanya investasi dari pihak asing. Pada masa Presiden Habibie yang tertarik untuk memasuki pemekaran televisi dengan pasar yang lebih besar dan menetapkan jenis control pengendali yang mana pada masa Soeharto tidak ada. Selain itu percobaan pada masa Soeharto nyatanya menunjukkan jika kepemilikan hanya memberikan kendali penuh atas implikasi politik dari media (Sen, 2007:131).

Pada masa kini kepemilikan media bisa dikatakan cukup terjadi monopoli, terutama melihat persaingan yang ada antara satu media dengan media lainnya. Satu orang pemilik media dapat memiliki lebih dari satu ataupun dua media. Media terutama televisi juga memiliki kebebasan untuk menyiarkan sesuatu kepada masyarakat luas. Sudah tidak ada tekanan dari pemerintah yang bertujuan untuk melakukan propaganda, melainkan media benar-benar bertindak sebebasnya.

Kebebasan inilah yang nyatanya menimbulkan beberapa polemik, sehingga sebagai negara yang demokratis media penyiaran perlu dibuatkan aturan. Di mana media haruslah mampu mengatur berbagai aspek, supaya kebebasan yang diberikan tidak kebablasan. Kebijakan ini haruslah mengandung keterbukaan dan keadilan baik bagi masyarakat maupun pelaku penyiaran. Di mana dengan adanya UU dapat memfalisasi pengembangan media saat ini yang saling berkompetisi satu sama lain, baik dari segi domestic maupun global (Masduki, 2007:103).

### **2.2.2 Televisi Sebagai Media Massa**

Sebagai media massa, televisi bekerja untuk menyampaikan informasi kepada khalayak, informasi itu dapat membentuk, mempertahankan, dan meredefinisikan citra. Televisi diibaratkan sebagai jendela kecil untuk menyaksikan berbagai peristiwa yang jauh dari jangkauan alat indera manusia (Rakhmat 2005:224).

Realitas yang ditampilkan dalam media televisi adalah realitas yang sudah diseleksi. Hal ini menyebabkan audien tidak dapat melakukan pengecekan peristiwa-peristiwa yang disajikan media, dan audien cenderung memperoleh informasi berdasarkan apa yang dilaporkan media. Pada akhirnya terbentuklah citra tentang lingkungan sosial berdasarkan realitas yang ditampilkan media massa. Contohnya adalah di televisi kerap kali ditayangkan berita terkait kekerasan atau kejahatan, sehingga apa

yang diterima audien cenderung memandang bahwa dunia luar itu keras dan tidak aman (Rakhmat 2005:224).

Media massa melaporkan dunia nyata secara selektif, tentu mempengaruhi pembentukan citra tentang lingkungan sosial yang timpang, bias, dan tidak cermat, sehingga terjadi stereotipe. Emil Dofivat mendefinisikan stereotipe sebagai gambaran umum tentang individu, kelompok, profesi, atau masyarakat yang tidak berubah-ubah, bersifat klise, dan seringkali timpang serta tidak benar (Rakhmat 2005:225). Sebagai contoh dari stereotipe yang seringkali muncul adalah artis adalah orang yang suka menikah lalu bercerai. Karena televisi seringkali memberitakan perceraian artis secara berlebihan, sehingga masyarakat menganggap seorang artis adalah orang yang suka selingkuh dan cerai.

Berdasarkan pada Morissan (2008:21), secara teknis dapat dilihat empat ciri-ciri pokok dari komunikasi massa, jika menggunakan media massa yang salah satunya televisi, yaitu:

- a. Bersifat tidak langsung, maksudnya adalah komunikasi tidak dilakukan secara langsung atau dengan kata lain tatap muka, melainkan melalui sebuah media teknis.
- b. Bersifat satu arah, sehingga tidak memungkinkan terjadinya interaksi langsung antara komunikator dengan komunikan.
- c. Bersifat terbuka, artinya ditujukan kepada publik yang tidak terbatas dan anonim. Karena komunikasi menggunakan massa menggunakan medium yang banyak digunakan orang dan siapapun

bisa menerima pesan. Bahkan antara satu komunikasi dengan komunikasi lain bisa dibayangkan tidak saling mengenal.

- d. Mempunyai publik yang secara geografis tersebar. Penggunaan media massa memperluas cakupan wilayah untuk pengiriman pesan, sehingga pesan dari komunikator bisa tersebar di seluruh Indonesia, bahkan bisa ke luar negeri.

Sebagai media massa, fungsi televisi sama dengan media lainnya. Fungsi tersebut meliputi memberikan informasi, mendidik audien, menghibur, dan membujuk. Akan tetapi, dari beberapa fungsi di atas televisi lebih condong ke arah menghibur. Hal ini bisa dilihat dari tayangan yang disajikan lebih banyak berupa tayangan hiburan (Ardianto 2009:137).

Fungsi komunikasi melalui media massa menurut Dominic seperti dikutip Ardianto (2009:14), terdiri atas surveillance (pengawasan), interpretation (penafsiran), linkage (pertalian), transmission of value (penyebaran nilai-nilai), dan entertainment (hiburan).

- Surveillance (Pengawasan)

Fungsi pengawasan terdiri atas dua bentuk, yaitu pengawasan peringatan dan pengawasan instrumental. Media massa memberikan informasi tentang ancaman akan terjadinya bencana alam dan menayangkannya untuk jangka panjang, supaya audien bisa lebih berhati-hati atau dapat mengantisipasi kemungkinan terburuk yang terjadi nantinya. Dari fungsi instrumental, media memberikan informasi yang

memiliki nilai kegunaan bagi audien dalam hidup sehari-hari. Bentuk informasi yang disampaikan berupa tren mode terbaru, resep masakan, maupun film-film terbaru yang akan tayang di bioskop.

- Interpretation (Penafsiran)

Media massa tidak hanya memberikan data atau fakta yang sedang terjadi, akan tetapi media juga membeberkan penafsiran mendalam akan suatu kejadian penting. Dengan adanya penafsiran akan suatu kejadian, audien diharapkan dapat memahami lebih dalam dan memperluas wawasannya. Contoh dari fungsi penafsiran ini salah satunya tayangan Delik di RCTI.

Program Delik muncul pada tahun 2004 sebagai bagian dari pengembangan produk redaksi Seputar Indonesia dengan pendekatan in-depth-report news magazine yang menyoroti kasus-kasus hukum/lainnya yang sifatnya kontroversial. Ciri khas dari Delik adalah penelusuran yang menyajikan aspek human interest, drama, dan ketegangan (RCTI <http://www.rcti.tv/programs/view/243/delik>)

- Linkage (Pertalian)

Media massa mampu menyatukan masyarakat yang homogen hanya berdasarkan kepentingan dan minat yang sama akan suatu hal, sehingga terbentuk suatu linkage. Sebagai contoh, ketika Prita seorang ibu yang menulis keluhan terhadap rumah sakit, melalui surat elektronik atau

e-mail. Kemudian keluhannya tersebut menjadi masalah dan Prita dituntut atas pencemaran nama baik. Masyarakat yang mengetahui kemudian bersama-sama mengumpulkan koin untuk memberikan dukungan kepada Prita. Dukungan dari masyarakat ini membentuk suatu ikatan yang baru karena perasaan mereka yang simpati akan nasib Prita.

- Transmission of values (Penyebaran nilai-nilai)

Fungsi ini disebut juga sebagai sosialisasi. Media massa menampilkan berbagai jenis tayangan baik dari dalam maupun luar negeri. Tanpa disadari apa yang disaksikan melalui televisi memberikan sebuah perubahan terhadap nilai-nilai budaya yang dianut oleh masyarakat Indonesia. Tayangan-tayangan luar negeri, khususnya Korea, saat ini memberikan budaya-budaya baru dalam keseharian masyarakat Indonesia. Hal ini pernah dibahas di salah satu artikel [kompasiana.com](http://kompasiana.com) yang berjudul “Demam K-Pop Lovers”, oleh Ade Surya Utami.

Inti tulisan ini adalah bagaimana segala bentuk invasi negeri ginseng ke Indonesia dalam bentuk drama, musik, makanan, dan fashion, mampu memberik pengaruh kepada kebudayaan remaja di Indonesia. Di mana remaja Indonesia cenderung bergaya dan menyenangi hal-hal yang berkaitan dengan Korea, bahkan cara mereka berbicara juga mengikuti dan menggunakan kalimat bahasa Korea.

- Entertainment (Hiburan)

Hampir semua media apapun bentuknya, sebagian besar konten atau isinya merujuk pada hiburan. Tayangan hiburan yang ditayangkan di televisi ini diharapkan mampu memenuhi kebutuhan audien yang sangat beragam. Walaupun tidak semua media isinya hanya berfokus pada hiburan, karena ada beberapa media atau stasiun televisi yang mengutamakan informasi dalam menjalankan fungsinya.

Setiap media massa memiliki beberapa karakteristik yang bisa membedakan antara satu media dengan media lainnya. Dilihat dari stimulasi alat indera, dalam siaran radio, surat kabar, dan majalah, hanya satu indera yang mendapat stimulus, baik mata atau telinga saja. Akan tetapi televisi tidak, karena stimulasi alat indera terjadi pada beberapa bagian. Berikut ini adalah karakteristik dari media massa televisi:

- a. Audiovisual

Kelebihan televisi dibanding media massa lain yaitu bisa didengar sekaligus dilihat. Antara gambar dan suara saling terjadi kesesuaian dan harmonis, serta saling mendukung (Ardianto 2009:137). Sebagai contoh: pemberitaan jatuhnya pesawat Lion Air beberapa waktu lalu. Jika pemberitaannya hanya melalui suara, maka audien mengalami kesulitan untuk mengetahui kondisi fisik pesawat atau sulit membayangkan keadaan di tempat kejadian. Dengan adanya gambar maka audien lebih mendapat informasi

secara lengkap, karena dapat melihat langsung kondisi pesawat dan apa yang dilakukan oleh relawan maupun tim SAR.

b. Berpikir dalam gambar

Ada dua tahap yang dilakukan dalam proses berpikir dalam gambar. Pertama adalah visualisasi, yaitu menerjemahkan kata-kata yang mengandung gagasan menjadi gambar secara individual. Tahap kedua adalah penggambaran, yaitu kegiatan merangkai gambar sedemikian rupa sehingga tersusun secara baik dan memiliki makna.

c. Pengoperasian lebih kompleks

Pengoperasian televisi lebih kompleks karena melibatkan banyak orang dalam prosesnya (Ardianto 2009:139). Dalam produksi Suara Anda Metro TV misalnya, program ini dibawakan oleh seorang host yang membacakan pilihan berita, akan tetapi dibelakang host ada beberapa orang yang memiliki desk kerja masing-masing. Orang-orang tersebut saja ada produser, juru kamera, audioman, PD, asisten produksi, dan beberapa orang lainnya.

Kelebihan televisi sebagai media massa adalah kemampuannya untuk mencakup wilayah jangkauan yang luas dan segera menciptakan stimulasi pada alat indera manusia. Televisi mampu meniadakan

perbedaan jarak dan waktu, sehingga sejauh apapun antara satu orang dengan orang lain, dapat menikmati tayangan secara bersamaan. Tampilan televisi juga lebih menarik dibanding media lainnya, dengan adanya gabungan antara audio dan visual.

Di mana ada kelebihan, maka ada kelemahan. Beberapa kelemahan televisi adalah tidak bisa dilakukan pengulangan maupun disimpan oleh audien. Tayangan bisa diulang jika pihak televisi kembali menayangkan kembali tayangan tersebut. Biasanya yang diulang berupa sinetron. Karena televisi merupakan media satu arah, maka hanya bisa menyampaikan pesan dan tidak bisa menerima umpan balik secara cepat. Yang terakhir adalah televisi terikat oleh jadwal, sehingga audien tidak bisa menonton kapan dan di mana saja (Sutisno 1991:3).

Kelemahan lain dari televisi terkait dengan topik penelitian ini adalah masalah etika. Salah satu yang menjadi perhatian terkait pelanggaran etika penyiaran, khususnya bagi tayangan *live* (langsung). Salah satu contoh pelanggaran etika penyiaran terdapat pada salah satu tayangan di Lativi.

Tayangan ini muncul sekitar tengah malam. Konsepnya adalah audien mengirim SMS ke tayangan tersebut dan biasanya host memberikan waktu beberapa menit. Semakin banyak yang SMS, maka berkesempatan mengikuti kuis. Pada saat itu hostnya adalah Cut Memey dan ia membuka pakaiannya satu persatu, padahal program tersebut tayang

secara langsung. Walaupun program tersebut tayang pada tengah malam, akan tetapi apa yang dilakukan oleh Cut Memey melanggar Standar Program Siaran (SPS), terkait norma kesopanan dan kesusilaan, serta muatan seksualitas. Video Cut Memey ini bisa dilihat pada *link* <http://www.youtube.com/watch?v=meAoQnKdoxs> (Mercidankethanks, 2010).

Steven H.Chaffee (Rakhmat, 2005:220) mengemukakan lima hal terkait efek media massa. Lima hal itu terdiri atas: (a) efek ekonomis, (b) efek sosial, (c) efek pada penjadwalan kegiatan, (d) efek pada penyaluran penghilangan perasaan tertentu, dan (e) efek pada perasaan seseorang terhadap media.

a) Efek ekonomis

Dilihat dari kemampuan media massa untuk menciptakan peluang usaha, baik itu produksi, distribusi, dan konsumsi. Dengan adanya media massa ini maka membuka peluang untuk pencari kerja seluas-luasnya. Sebut saja di media televisi, dapat memberikan lowongan pekerjaan di bidang penyiaran maupun di bidang seni.

b) Efek sosial

Mempengaruhi perubahan pada interaksi dan struktur di lingkungan sosial. Teutama di daerah pedesaan di waktu dulu, jika salah satu warga memiliki televisi, maka warga sekitarnya akan datang untuk

menyaksikan acara televisi bersama-sama, sehingga tercipta suatu hubungan di antara masyarakat.

c) Efek penjadwalan kembali kegiatan sehari-hari

Kemunculan televisi telah mengubah pola hidup seseorang. Jika dulu di televisi belum banyak bermunculan FTV (Film Televisi) di malam hari, remaja akan tidur antara pukul Sembilan atau sepuluh malam. Setelah FTV muncul, banyak yang memilih untuk tidak tidur melainkan menonton dulu hingga tengah malam, misalnya.

d) Efek penyaluran/penghilangan perasaan tertentu

Seseorang menggunakan media massa salah satunya adalah untuk memenuhi kebutuhan psikologis. Media massa digunakan saat perasaan sedang tidak enak, seperti sedih setelah putus dari pacar, kesepian, dan marah. Media digunakan tanpa diketahui isi pesan yang disampaikan oleh media itu sendiri. Saat itu yang terpenting adalah bagaimana seseorang bisa menghilangkan perasaan tidak enaknya dengan menggunakan media.

e) Efek pada perasaan seseorang terhadap media

Selain menghilangkan perasaan tidak enak, media juga menumbuhkan suatu perasaan tertentu. Ketika individu terbiasa menghabiskan waktunya untuk di depan televisi, maka individu tersebut memiliki ketertarikan yang lebih pada tayangan di televisi. Keluarga di sekitarnya menjadi kurang dapat perhatian dari individu tersebut.

Televisi sebagai media massa, memiliki dua peran yaitu sebagai service provider dan content provider. Untuk itu diperlukan Undang-Undang Telekomunikasi diperlukan untuk mengatur penyiaran sebagai telecommunication provider, dan Undang-Undang diperlukan untuk menata penyiaran sebagai infrastruktur dan *content provider* (Masduki 2007:9). Dasar dari Undang-Undang ini adalah Undang-Undang Penyiaran No.32 Tahun 2002.

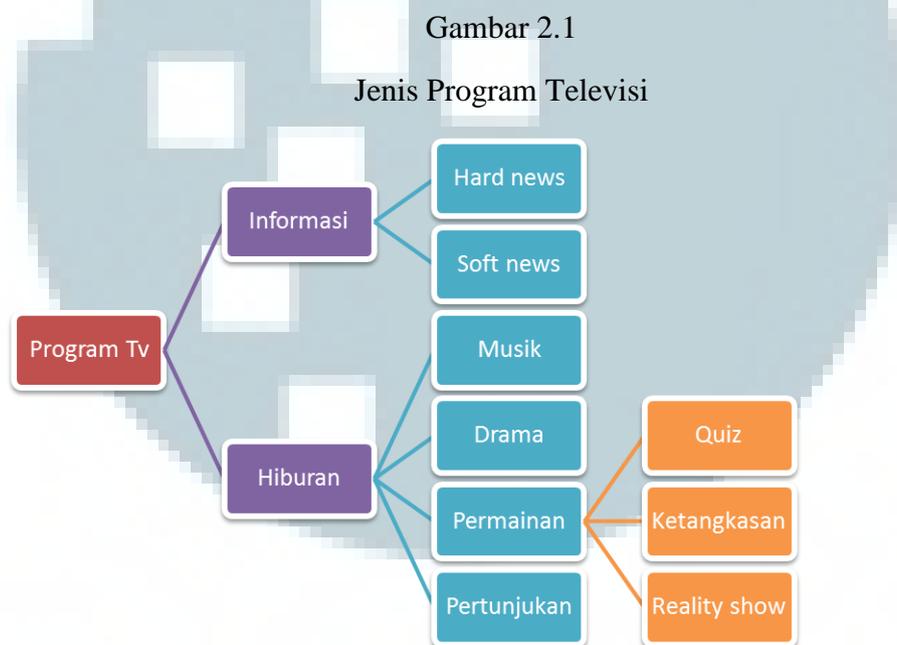
Menurut McQuali, media penyiaran dikontrol pada dua wilayah dan alasan, yaitu wilayah isi karena alasan politik dan kultur, dan wilayah infrastruktur karena alasan ekonomi dan teknologi (Masduki 2007:12). Aturan kedua menunjukkan isi siaran diatur karena mudah mempengaruhi sikap dan perilaku *audience*. Pedoman isi siaran dibagi dalam tiga kategori, yaitu (1) sopan dan menyenangkan, (2) seperlunya, (3) penting bagi publik (Masduki 2007:12).

### **2.2.3 Televisi Sebagai Media Hiburan**

Tayangan pada televisi biasanya disebut program atau di Indonesia lebih dikenal dengan istilah siaran. Program televisi adalah bahan yang telah disusun dalam suatu format dengan unsur video yang didukung unsur audio, yang secara teknis memenuhi syarat layak siar, serta memenuhi standar estetika dan artistik yang berlaku (Sutisno 1991:9).

Istilah “program” berasal dari Bahasa Inggris programme atau program yang berarti acara atau rencana (Morissan 2008:209). Di

Indonesia istilah program lebih dikenal sebagai “siaran”. Undang-undang menggunakan istilah siaran yang didefinisikan sebagai pesan atau rangkaian pesan yang disajikan dalam berbagai bentuk. Program atau siaran memiliki fungsi untuk memenuhi kebutuhan audiennya yang beragam (Morissan 2008:210).



Sumber:Morissan (2008:225)

### 1) Program informasi

Manusia memiliki sifat keingintahuan yang sangat besar. Mereka ingin tahu apa yang sedang terjadi di lingkungan masyarakat mereka, bahkan hingga ke luar negeri. Program informasi adalah segala jenis siaran yang tujuannya untuk memberikan pengetahuan kepada khalayak audien (Morissan 2008:218).

Program informasi dibagi menjadi dua bagian, yaitu berita keras (*hard news*) dan berita lunak (*soft news*). Berita keras adalah informasi yang penting dan harus disiarkan oleh media penyiaran, karena sifatnya harus segera ditayangkan agar dapat diketahui audien secepatnya (Morissan 2008:219). Contohnya adalah *Breaking News* terkait pemberitaan terkini terkait jatuhnya pesawat Lion Air. Selanjutnya berita lunak, adalah informasi yang penting dan menarik yang disampaikan secara mendalam, namun tidak terikat waktu untuk menayangkannya (Morissan 2008:221). Contohnya, Reportase Investigasi di TransTV, yang merupakan tayangan investigasi, namun bisa ditayangkan kapan saja.

## 2) Program hiburan

Pengertian program hiburan adalah segala bentuk siaran yang bertujuan menghibur audien dalam bentuk musik, lagu, cerita, dan permainan (Morissan 2008:223). Jadi program hiburan bisa dikatakan fungsinya untuk menghibur, menghilangkan kejenuhan, serta merekatkan hubungan keluarga.

Tayangan hiburan yang disajikan oleh media televisi beragam jenisnya, karena pada hakikatnya kebutuhan manusia itu sangatlah beragam dan berubah-ubah. Berikut ini adalah tayangan hiburan yang ditayangkan di televisi, seperti: (1) musik, (2) drama, (3) permainan, dan (4) pertunjukan (Morissan 2008:3).

- Musik

Program musik ini bisa ditampilkan dalam bentuk dua format, yaitu videoklip atau konser. Untuk bentuk konser, mungkin saat ini bisa diganti dengan penampilan live. Format musik jenis ini bisa dilakukan di luar (*outdoor*) maupun di dalam (*indoor*) studio (Morissan 2008:229). Contoh dari tayangan musik yang dilakukan di *outdoor* yaitu Inbox (SCTV), dan *indoor* dahSyat (SCTV).

- Drama

Definisi dari program drama adalah pertunjukan cerita mengenai kehidupan dari karakter-karakter yang ada di dalamnya, dengan percikan emosi serta konflik, supaya drama ini menjadi semakin seru (Morissan 2008:223). Biasanya cerita yang dijadikan drama ini tidak jauh dari kisah kehidupan manusia dalam kehidupan nyata sehari-hari. Bentuk dari tayangan drama ini seperti sinetron dan film.

- Permainan

Permainan atau istilah dalam bahasa Inggrisnya *game show*, merupakan program yang melibatkan banyak orang di dalamnya baik individu maupun tim untuk bersaing demi mendapatkan hadiah (uang tunai atau barang). *Game show* dapat dibedakan ke dalam beberapa kategori, yaitu *quiz show*, ketangkasan, dan *reality show* (Morissan 2008:227).

a) *Quiz show*: merupakan program permainan yang berusaha mengasah intelektualitas dari pesertanya.

b) *Ketangkasan*: Peserta yang mengikuti acara ini harus bersaing secara ketat dengan mengandalkan ketangkasan dan fisik mereka, supaya bisa memenangi permainan tersebut.

c) *Reality Show*: Program ini tidak mengandalkan intelektualitas maupun ketangkasan fisik dari peserta, melainkan lebih menunjukkan emosi dan konflik.

- **Pertunjukan**

Program yang menampilkan kemampuan individu maupun beberapa orang dalam suatu studio, baik dilakukan di dalam maupun luar ruangan. Untuk program jenis ini, biasanya diproduksi sendiri oleh stasiun televisi. Contoh: *Master Chef* di RCTI.

*Master Chef* merupakan program yang menghadirkan pertarungan peserta yang berasal dari berbagai wilayah di Indonesia. Mereka diadu untuk dilihat kemampuannya dalam mengkreasikan dan menginovasi masakan dengan waktu yang terbatas. Peserta yang mampu menarik perhatian juri dan bertahan hingga final, maka berhak membawa pulang hadiah yang sangat besar jumlahnya (RCTI, 2013).

Dari sekian banyak program hiburan yang ada di televisi, salah satu yang bisa dibilang cukup mendapat perhatian dari masyarakat

Indonesia adalah program musik. Kehadiran program musik memang bukanlah hal baru, karena beberapa tahun lalu sudah ada, namun mungkin belum sebesar dan berkembang seperti saat ini.

Program musik dapat dimasukkan ke dalam kategori program seni budaya. Karena program seni budaya termasuk dalam produksi karya artistic dalam produksi program televisi (Produksi Media Video, 2011). Jadi dalam program musik yang ditampilkan adalah penyanyi baik solo maupun grup, di mana mereka bernyanyi diiringi oleh alat musik atau musik saja.

Musik, masuk ke dalam program karya artistik yang merupakan ide gagasan dari perorangan maupun tim-kreatif, yang dalam proses produksinya lebih mengutamakan keindahan dan kesempurnaan sesuai rencana (Djamal 2011:163).

## **2.3 Program Musik**

### **2.3.1 Lahirnya Program Musik di Tahun 2000-an**

Pada awalnya di Indonesia sudah ada beberapa program musik yang tayang dan beberapanya menjadi tontonan wajib beberapa kalangan, sebut saja MTV (*Music Television*) dan Clear Top 10. Beberapa program musik yang ada menayangkan video musik dengan genre pop, akan tetapi tidak dipungkiri di Indonesia ini ada pula program musik yang khusus menayangkan musik dangdut.

Salah satu program MTV yang ditayangkan di Indonesia adalah MTV Ampuh, yang menayangkan peringkat 10 besar di industri musik Indonesia. Tidak hanya peringkat 10 besar, audien juga bisa melihat perkembangan naik dan turunnya lagu-lagu Indonesia setiap minggu. Program MTV Ampuh ini ditayangkan di Global TV (Global TV, "MTV Ampuh"). Era 1990-an program musik di Indonesia lebih didominasi dengan penayangan video klip saja.

Hadirnya program musik di tahun 2000-an bisa dibilang hanyalah daur ulang dari ide-ide program musik yang sudah ada sebelumnya, yang dilakukan hanyalah menuangkan ide baru yang lebih kreatif dan segar untuk menjadi program baru. Hal ini diungkapkan oleh Fabry Muthia dalam video yang diunggah ke youtube (unmutetv, 2012).

Sekitar tahun 2000-2005 menurut Fabry yang pernah bekerja di SCTV, untuk mendapatkan slot bagi program musik cukup sulit. Hal ini dikarenakan *mindset* (pemikiran) yang menyatakan program musik bernilai besar sekali untuk satu kali produksi. Banyak hal yang harus diperhatikan dan dipersiapkan, baik dari segi panggung, pencahayaan, sound, dan lain sebagainya.

Televisi pada saat itu juga merasa segan untuk membuat program musik, karena pihak televisi lebih mementingkan suatu program yang bisa mendapatkan rating tinggi. Rating dalam industri penyiaran sangat penting, karena rating adalah sumber kehidupan televisi. Semakin tinggi rating, maka pengiklan juga semakin banyak yang menaruh iklan di program tersebut. Sehingga apa yang ditayangkan televisi adalah tayangan yang sedang musim pada saat itu. Jika konsep tayangan

yang bukan sedang menjadi pembicaraan audien, pihak televisi kurang berminat untuk membuat program tersebut. (unmutetv, 2012).

Masih menurut Fabry Meuthia, terbesit keinginan untuk membuat suatu program musisi yang tidak mahal dan menggunakan panggung outdoor sebagai tempat pertunjukkan. Akhirnya hadirlah Hip Hip Hura yang merupakan program musik yang tayang seminggu sekali, setiap Sabtu sore. Hadirnya program musik Hip Hip Hura di tahun 2006 ternyata mendapat respon yang positif dari masyarakat, dan menimbulkan keinginan untuk membuat program lainnya.

Masih bersumber hasil wawancara unmutetv dengan Fabry Meuthia, tahun 2007 muncul Inbox yang tidak hanya menghadirkan musisi dan pemutaran video klip, juga ada pembacaan pesan dari audien di rumah. Munculnya Inbox dibarengi dengan penurunan penjualan fisik album dan penjualan RBT yang sedang naik. Sehingga posisi program Inbox berada di tengah-tengah. Di satu sisi membantu promosi musisi melalui tampil langsung, sisi satunya meningkatkan penjualan RBT dengan adanya iklan di tiap segmen.

Setelah beberapa hari mengudara Inbox mampu meraih rating yang cukup tinggi sekitar 25% dihari keempatnya. Hal ini yang membuat stasiun televisi lain membuat program sejenis, salah satunya RCTI yang membuat program musik dahSyat. Akan tetapi, keberadaan program musik sejenis tidak langsung berhasil merebut audien begitu saja. Seperti RCTI yang menggunakan panggung indoor dan untuk menarik audien guna bersaing dengan program sejenis, maka dahSyat menggunakan keunggulan hostnya.

Kemunculan program-program musik awalnya hanya mendatangkan musisi atau penyanyi baru, ternyata menarik perhatian dari musisi-musisi yang sudah cukup besar. Musisi merasa butuh dengan program musik untuk mempromosikan karyanya, terutama setelah penjualan fisik menurun otomatis pendapatan musisi turut terkena dampaknya. Program musik yang mungkin di awalnya sebagai acara hiburan di pagi hari, akhirnya membuka kesempatan dan memberikan manfaat positif bagi musisi yang tampil dan audien bayaran yang hadir.

### **2.3.2 Program Musik Sebagai Medium Pertunjukan**

Menurunnya penjual fisik dan beberapa toko musik di Indonesia mulai gulung tikar, membuat musisi kehilangan gairah. Pembajakan dan download melalui internet menjadi penyebab utama atas penurunan tersebut. Selain lebih murah, kualitas download melalui internet kadang sama baiknya dengan membeli album, yang harganya cukup mahal.

Setelah pembajakan merebak, muncul RBT (*Ring Back Tone*) yang sempat *booming* dan menciptakan beberapa musisi dengan penjualan RBT fantastis sempat terjadi di Indonesia. Merasa tidak puas dengan penjualan fisik, musisi Indonesia kemudian menggunakan RBT untuk mempertahankan hidupnya. Dan memang terbukti RBT bisa dibilang sebagai penyelamat pihak di industri musik Indonesia, yang mulai mengalami penurunan drastis (Hidayat 81:105).

Munculnya beberapa persoalan dalam industri musik, program musik menjadi alternatif sebagai tempat penyanyi Indonesia memperkenalkan musiknya

secara langsung, dan mendapatkan penghasilan setiap tampil di televisi. Dan pertunjukan langsung di televisi memang cukup menjanjikan, apalagi jika penyanyi atau grup tersebut sering diundang untuk tampil.

Dengan kata lain, program musik yang ada saat ini cukup memberikan kontribusi bagi musisi-musisi Indonesia untuk terus berkarya dan mempertahankan hidupnya, di tengah maraknya pembajakan dan unduh gratis yang dilakukan oleh orang-orang terhadap karya mereka melalui media *internet*.

## **2.4 Etika Media Massa dan P3SPS**

### **2.4.1 Etika Media Massa**

Media merupakan sarana utama dalam menyampaikan dan mendapatkan informasi. Hal ini menyebabkan media memiliki peranan yang penting dalam hidup manusia. Akan tetapi pada kenyataannya hak untuk mendapatkan informasi kerap diwarnai adanya pertarungan kepentingan antar media yang satu dengan yang lainnya. Media kini lebih memfokuskan pada pencarian keuntungan dibandingkan memperhatikan kualitas dari informasi dan hiburan yang ditampilkan (Haryatmoko 2007:20).

Hal ini menyebabkan media memiliki sebuah dilema. Di satu sisi, idealisme media dalam menjalankan peran sebagai sarana pendidikan, akan tetapi di sisi lain pragmatisme ekonomi yang memaksa media mengadopsi logika mode yang lebih condong untuk memberikan sesuatu secara sensasional, spektakuler

dan pesan yang beragam (Haryatmoko 2007:30). Dilema ini salah satu penyebabnya adalah tuntutan dari rating, yang menyebabkan media harus mencari cara untuk mempertahankan jumlah audiensnya supaya pengiklan tetap tertarik untuk mengiklan pada medianya. Sehingga segala cara dilakukan, audiens semakin tidak bisa membedakan apa yang benar dan salah.

Pergeseran pola berpikir media pada saat ini dihadapkan pada tanggung jawab yang besar kepada masyarakat yang menjadi pengguna media, dalam industri penyiaran adalah audiens atau penonton. Tanggung jawab media yang paling penting dalam industri televisi terkait dengan etika. Etika pada media massa ini tidak hanya melibatkan satu individu dengan individu, melainkan banyak pihak di dalamnya. Seperti salah satu karakter dari media massa yang menjangkau khalayak dalam skala besar, masalah etika ini jika dilanggar sekali akan memberikan dampak dalam skala besar, karena akan ada banyak pihak yang merasa dirugikan.

Contoh dari pesan televisi yang tidak memperhatikan etika media massa adalah tayangan Silet. Dalam pemberitaannya Silet dianggap meresahkan warga Yogyakarta, karena meramalkan akan terjadi letusan dahsyat dan semburan awan panas dari Merapi, selain itu komentar presenter yang menyatakan Yogyakarta sebagai “kota malapetaka”, menimbulkan reaksi keras dari masyarakat, tidak hanya di Yogyakarta melainkan di beberapa daerah di Indonesia. Silet dianggap menyiarkan pemberitaan yang tidak berimbang dan faktual, sehingga akhirnya dilaporkan ke KPI dan diberhentikan sementara (Rumar, 2010).

Etika merefleksikan gagasan masyarakat mengenai suatu kebenaran atau kesalahan dari suatu perbuatan dan perbedaan antara kebaikan dan kejahatan. Hal ini menyebabkan etika digambarkan sebagai seperangkat prinsip atau kode etik dari perilaku moral. Etika melibatkan sebuah evaluasi dan penerapan nilai-nilai moral yang masyarakat atau budaya yang diterima sebagai sebuah norma. (Day 2006:3)

Jika mencoba untuk mencari relevansi masalah etika dalam media massa, dengan topik yang sedang dibahas dalam penelitian, peneliti mengambil tiga buah pembahasan dalam buku "*Ethics In Media Communications: Cases and Controversies*", karangan Louis Alvin Day, yaitu terkait *media and privacy*, *content media and juveniles*, dan *stereotype in media communication*. Berikut adalah penjelasannya:

#### 1) *Media and Privacy*

Media semakin bebas, bahkan antara urusan pribadi dengan kepentingan umum sudah tidak dapat dibedakan lagi, karena media melakukan invasi dengan mengumbar urusan pribadi seseorang dalam sebuah media. Ibaratnya pemberitaan yang sensasional dengan mengekspose tokoh publik akan membuat penonton menjadi semakin terpesona atas kemalangan dari tokoh yang masalah pribadinya diekspose melalui media (Day 2006:135).

Jadi permasalahan pribadi menjadi sebuah magnet bagi para pelaku pencari berita maupun industri penyiaran, untuk mendapatkan perhatian

masyarakat yang lebih besar. Selain itu masyarakat atau audien justru menyukai tayangan dan pemberitaan yang mengumbar masalah pribadi seseorang.

## 2) *Content Media and Juveniles*

Televisi memasuki kehidupan anak-anak, jauh sebelum keterampilan kognitif mereka memperoleh kapasitas untuk melakukan penegasan rasional dan diskriminasi, hal ini menyebabkan kritikus media bahkan merasa khawatir terhadap potensi kerusakan dalam kehidupan masyarakat yang rentan (Day 2006:357).

Televisi saat ini menyajikan pemberitaan dan serial drama bagi remaja dengan masalah korupsi dalam dunia politik, disfungsi dalam keluarga, dan model peran yang ambigu, serta menantang afiliasi moral di antara orangtua dan anak mereka. Penggambaran seperti itu ternyata malah memberi efek yang meratakan dan cenderung mempersempit jurang antara anak-anak dan orang dewasa.

Pengaruh televisi dalam kehidupan anak-anak dan remaja menimbulkan dilemma etika bagi produsen pemrograman hiburan, karena mereka harus memiliki kebebasan artistik untuk mengembangkan kualitas yang menunjukkan realitas dari masyarakat kontemporer audien massal, dengan segmen anak-anak dan remaja. Akan tetapi mereka tetap harus peka terhadap kebutuhan moral audien segmen anak-anak dan remaja yang mungkin lebih memahami daripada pendahulu mereka, akan tetapi tetap

saja pengaruh televisi begitu kuat, dan anak-anak masih rentan dan mudah terpengaruh (Day 2006:358)

### 3) *Stereotypes in media communication*

Sementara memberikan informasi dan hiburan, media dengan gencar mentransmisi nilai-nilai sosial. Stereotipe media secara nyata mengabadikan dunia diskriminasi, pelecehan yang terlalu sering, dan kekerasan terhadap kelompok-kelompok dan gender yang dianggap sebagai orang lain yang berbeda.

Stereotip adalah gambaran yang diberikan pada suatu kelompok, dan melekat pada semua anggotanya. Contohnya adalah Wanita cantik adalah yang berkulit putih dan langsing. Biasanya stereotip digunakan sebagai mekanisme pertahanan untuk menyembunyikan kekurangan atau membenarkan perasaan yang rapuh akan siperioritas. Contohnya adalah stereotip negative terhadap keturunan Afrika Amerika yang membenarkan adanya perbudakan anglo dari Afrika dan tertanam dalam budaya Anglo Afrika Amerika (Day 2006:418).

Ada kecenderungan untuk mengasosiasikan stereotip dengan isu-isu yang terlihat, seperti masalah seksisme dan prasangka atas ras dan etnis. Hal ini tidak diragukan lagi karena paling kontroversial dari stereotip yang ada, tetapi tidak adil karena meluas ke area interaksi sosial (Day 2006:418). Beberapa bentuk stereotip dalam produksi konten media sebenarnya dapat dihindari, tetapi strategi harus dilakukan untuk

menghadapi stereotip yang tidak adil untuk segmen orang tertentu (Day 2006:420).

#### **2.4.2 Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS)**

Komisi Penyiaran Indonesia (KPI), lahir atas amanat Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002, yang terdiri atas KPI Pusat dan KPI Daerah. KPI merupakan wujud peran serta masyarakat, berfungsi mewadahi aspirasi serta mewakili kepentingan masyarakat akan penyiaran harus mengembangkan program-program kerja hingga akhir kerja dengan memperhatikan tujuan seperti dalam Undang-Undang Nomor 32 tahun 2002 Pasal 3, berdasarkan tulisan yang dibuat oleh AN (2012), berikut ini adalah tujuan KPI:

*“Penyiaran diselenggarakan dengan tujuan untuk memperkuat integrasi nasional, terbinanya watak dan jati diri bangsa yang beriman dan bertaqwa, mencerdaskan kehidupan bangsa, memajukan kesejahteraan umum, dalam rangka membangun masyarakat yang mandiri, demokratis, adil, dan sejahtera, serta menumbuhkan industri penyiaran Indonesia.”*

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

KPI dalam hal ini melakukan koordinasi dengan pemerintah dan lembaga negara lainnya terutama terkait kewenangan yudisial dan yustisial dari pelanggaran UU Penyiaran. Selain itu juga berhubungan dengan masyarakat dalam menampung dan menindaklanjuti bentuk apresiasi masyarakat terhadap lembaga penyiaran maupun dunia penyiaran.

**Tabel 2.1**  
**Kewenangan, Tugas dan Tewajiban KPI**

Wewenang	Tugas dan Kewajiban
Menetapkan standar program siaran	Menjamin masyarakat untuk memperoleh informasi yang layak dan benar sesuai dengan hak asasi manusia
Menyusun peraturan dan menetapkan pedoman perilaku penyiaran yang diusulkan oleh asosiasi/masyarakat kepada KPI	Ikut membantu pengaturan infrastruktur bidang penyiaran
Mengawasi pelaksanaan peraturan dan pedoman perilaku penyiaran serta standar program siaran	Ikut membangun iklim persaingan yang sehat antar lembaga penyiaran dan industri terkait
Memberikan sanksi terhadap pelanggaran peraturan dan pedoman perilaku penyiaran serta standar program siaran	Memelihara tatanan informasi nasional yang adil, merata, dan seimbang
Melakukan koordinasi dan/atau kerjasama dengan Pemerintah, lembaga penyiaran, dan masyarakat	Menampung, meneliti, dan menindaklanjuti aduan, sanggahan, serta kritik dan apresiasi masyarakat terhadap penyelenggaraan penyiaran

Sumber: KPI (2007)

Di dalam website resmi KPI, dicantumkan beberapa undang-undang yang terkait dengan penyiaran. Berikut ini adalah beberapa undang-undang terkait:

**Tabel 2.2**  
**Undang-Undang Terkait Penyiaran**

No.	Undang-Undang Terkait
1.	Undang-Undang Dasar 1945 (Amandemen Keempat)
2.	Undang-Undang No.8 Tahun 1992 tentang perfilman
3.	Undang-Undang No..5 Tahun 1999 tentang Praktek Monopoli dan Persaingan Tidak Sehat
4.	Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
5.	Undang-undang No. 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi
6.	Undang-undang No. 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia
7.	Undang-undang No. 40 Tahun 1999 tentang Pers
8.	Undang-undang No. 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta
9.	Undang-undang No. 23 Tahun 2002 tentang Perlindungan Anak
10.	Undang-undang No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran
11.	Undang-undang No. 10 Tahun 2004 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan
12.	Undang-undang No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah

**Sumber: KPI - ST (2013)**

Dari beberapa aturan-aturan terkait dalam dunia penyiaran, salah satu yang paling tepat dan digunakan, jika dikaitkan dengan penelitian ini adalah Undang-Undang No.32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran. Undang-Undang Penyiaran tersebut lebih dikenal sebagai Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS). Akan tetapi P3SPS yang dipakai oleh peneliti merupakan yang terbaru dan ditetapkan oleh KPI, pada tanggal 22 Maret 2012.

P3SPS dibagi ke dalam dua konsentrasi, yaitu Pedoman Perilaku Penyiaran (P3) dan Standar Program Siaran (SPS), dengan total 94 Pasal, dari

BAB I hingga BAB XXXII (P3SPS,2012). Yang membedakan antara pembahasan Pedoman Perilaku Penyiaran (P3) dengan Standar Program Siaran (SPS), yang terlihat adalah pada sasaran dari tiap pasal yang ditentukan KPI.

Pedoman Perilaku Penyiaran (P3) lebih memfokuskan pada lembaga penyiarannya, seperti yang tertulis dalam BAB I, pasal 1: “Pedoman Perilaku Penyiaran adalah ketentuan-ketentuan bagi lembaga penyiaran yang ditetapkan oleh Komisi Penyiaran Indonesia sebagai panduan tentang batasan perilaku penyelenggaraan penyiaran dan pengawasan penyiaran nasional.” Dengan kata lain isi dari P3 lebih kepada masalah penyiaran, cara mendapatkan informasi, dan penyajian program berita.

Sedangkan untuk Standar Program Siaran (SPS) lebih mendetail dan memperhatikan masalah isi siaran dari program yang dibuat atau ditayangkan oleh lembaga penyiaran. Program siaran merupakan tolok ukur kesuksesan suatu lembaga penyiaran untuk meraih keuntungan, sehingga untuk mengantisipasi penyelewengan isi siaran maka dibuatlah Standar Program Siaran (SPS) ini.

Melihat dari topik yang peneliti pilih, yang dijadikan acuan adalah Standar Isi Siaran (SPS), karena peneliti merasa pelanggaran tayangan dahSyat lebih kepada isinya. Berikut ini adalah pasal-pasal yang berhubungan dengan Standar Program Siaran, isi siaran dari program musik dahSyat: (P3SPS, 2012)

Tabel 2.3

Daftar Standar Isi Siaran

NO.	STANDAR ISI SIARAN
1	<p style="text-align: center;"><b>BAB IV</b></p> <p style="text-align: center;"><b>PENGHORMATAN TERHADAP NILAI-NILAI KEUSKUAN,AGAMA, RAS, DAN ANTARGOLONGAN</b></p> <p><b>Pasal 6:</b></p> <p>Program siaran wajib menghormati perbedaan suku, agama, ras, dan antargolongan yang mencakup keberagaman budaya, usia, gender, dan/atau kehidupan sosial ekonomi.</p> <p><b>Pasal 7:</b></p> <p>Materi agama ada program siaran wajib memenuhi ketentuan sebagai berikut:</p> <p>Tidak berisi serangan, penghinaan dan/atau pelecehan terhadap pandangan dan keyakinan antar atau dalam agama tertentu serta menghargai etika hubungan antarumat beragama.</p> <p><b>Pasal 8:</b></p> <p>Program siaran tentang keunikan suatu budaya dan/atau kehidupan sosial masyarakat tertentu dengan muatan yang dapat menimbulkan ketidaknyamanan khalayak wajib disiarkan dengan gambar <i>longshot</i> atau disamarkan dan/atau tidak dinarasikan secara detail.</p>
2.	<p style="text-align: center;"><b>BAB V</b></p> <p style="text-align: center;"><b>PENGHORMATAN TERHADAP NORMA KESOPANAN DAN KESUSILAAN</b></p> <p><b>Pasal 9:</b></p> <p>Program siaran wajib memperhatikan norma kesopanan dan kesusilaan yang dijunjung oleh keberagaman khalayak baik terkait agama, suku, buday, usia, dan/atau latar belakang ekonomi.</p>
3.	<p style="text-align: center;"><b>BAB VI</b></p>

	<p style="text-align: center;"><b>PENGHORMATAN TERHADAP ETIKA PROFESI</b></p> <p><b>Pasal 10:</b></p> <p>Program siaran wajib menghormati etika profesi yang dimiliki oleh profesi tertentu yang ditampilkan dalam isi agar tidak merugikan dan menimbulkan dampak negatif di masyarakat,</p>
4.	<p style="text-align: center;"><b>BAB VII</b></p> <p style="text-align: center;"><b>PERLINDUNGAN KEPENTINGAN PUBLIK</b></p> <p><b>Pasal 11:</b></p> <p>Program siaran wajib dimanfaatkan untuk kepentingan publik dan tidak untuk kepentingan kelompok tertentu.</p>
5.	<p style="text-align: center;"><b>BAB VIII</b></p> <p style="text-align: center;"><b>PROGRAM LAYANAN PUBLIK</b></p> <p><b>Pasal 12:</b></p> <p>Program interaktif maupun dialog antarwarga yang mewedahi hak warga negara agar dapat ikut berperan dalam pembangunan serta menunjukkan kiprah positifnya dalam kehidupan bermasyarakat;</p>
6.	<p style="text-align: center;"><b>BAB IX</b></p> <p style="text-align: center;"><b>PENGHORMATAN TERHADAP HAK PRIVASI</b></p> <p><b>Pasal 13:</b></p> <p>Program siaran wajib menghormati hak provasi dalam kehidupan objek isi siaran</p> <p><b>Pasal 14:</b></p> <p>Masalah kehidupan pribadi sebagaimana dimaksud pada pasal 13 dapat disiarkan dengan ketentuan sebagai berikut:</p> <p style="margin-left: 40px;">a. Tidak berniat merusak reputasi objek yang disiarkan;</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>b. Tidak memperburuk keadaan objek yang disiarkan;</li> <li>c. Tidak mendorong berbagai pihak yang terlibat dalam konflik mengungkapkan secara terperinci aib dan/atau kerahasiaan masing-masing pihak yang berkonflik;</li> <li>d. Tidak menimbulkan dampak buruk terhadap keluarga, terutama bagi anak-anak dan remaja;</li> <li>e. Tidak dilakukan tanpa dasar fakta dan data yang akurat;</li> <li>f. Menyatakan secara eksplisit jika bersifat rekayasa, reka ulang atau diperankan oleh orang lain;</li> <li>g. Tidak menjadikan kehidupan pribadi objek yang disiarkan sebagai bahan tertawaan dan/atau bahan candaan; dan</li> <li>h. Tidak boleh menghakimi objek yang disiarkan</li> </ul>
7.	<p style="text-align: center;"><b>BAB X</b></p> <p style="text-align: center;"><b>PERLINDUNGAN KEPADA ANAK</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Bagian Pertama</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Perlindungan Anak-Anak dan Remaja</b></p> <p><b>Pasal 15:</b></p> <p>Program siaran wajib memperhatikan dan melindungi kepentingan anak-anak dan/atau remaja.</p> <p style="text-align: center;"><b>Bagian Kedua</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Program Siaran tentang Lingkungan Sekolah</b></p> <p><b>Pasal 16:</b></p> <p>Program siaran dilarang melecehkan, menghina, dan/atau merendahkan lembaga pendidikan</p>
8.	<p style="text-align: center;"><b>BAB XI</b></p> <p style="text-align: center;"><b>PERLINDUNGAN KEPADA ORANG DAN MASYARAKAT TERTENTU</b></p> <p><b>Pasal 17:</b></p> <p>Program siaran dilarang menampilkan muatan yang melecehkan orang</p>

	<p>dan/atau kelompok masyarakat tertentu.</p> <p>Orang dan/atau kelompok masyarakat tertentu sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) antara lain, tetapi tidak terbatas:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Pekerja tertentu, seperti: pekerja rumah tangga, hansip, pesuruh kantor, pedagang kaki lima, satpam;</li> <li>b. Orang dengan orientasi seks dan identitas gender tertentu;</li> <li>c. Lanjut usia, janda, duda;</li> <li>d. Orang dengan kondisi fisik tertentu, seperti: gemuk, ceking, cebol, bibir sumbing, hidung pesek, memiliki gigi tonggos, mata juling;</li> <li>e. Tunanetra, tunarungu, tunawisma, tunadaksa, tunagrahita, autisme;</li> <li>f. Pengidap penyakit tertentu, seperti: HIV/AIDS, kusta, epilepsy, Alzheimer, latah; dan/atau</li> <li>g. Orang dengan masalah kejiwaan.</li> </ol>
9.	<p style="text-align: center;"><b>BAB XII</b></p> <p style="text-align: center;"><b>PELARANGAN DAN PEMBATASAN SEKSUALITAS</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Bagian Pertama</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Pelarangan Adegan Seksual</b></p> <p><b>Pasal 18:</b></p> <p>Program siaran yang memuat adegan seksual dilarang:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Menayangkan ketelanjangan dan/atau penampakan alat kelamin;</li> <li>b. Menampilkan adegan yang menggambarkan aktivitas seks dan/atau persenggamaan;</li> <li>c. Menayangkan kekerasan seksual;</li> <li>d. Menampilkan suara yang menggambarkan berlangsungnya aktivitas seks dan/atau persenggamaan;</li> <li>e. Menampilkan percakapan tentang rangkaian aktivitas seks dan/atau persenggamaan;</li> <li>f. Menayangkan adegan dan/atau suara yang menggambarkan hubungan seks antarbinatang secara vulgar;</li> </ol>

- g. Menampilkan adegan ciuman bibir;
- h. Mengeksplorasi dan/atau menampilkan bagian-bagian tubuh tertentu seperti: paha, bokong, payudara, secara *close up* dan/atau *medium shot*;
- i. Menampilkan gerakan tubuh dan/atau tarian erotis;
- j. Mengesankan ketelanjangan;
- k. Mengesankan adegan ciuman bibir; dan/atau
- l. Menampilkan kata-kata cabul.

### **Bagian Kedua**

#### **Seks di Luar Nikah, Praktek Aborsi, dan Pemerksaan**

**Pasal 19:**

Program siaran dilarang memuat pembenaran hubungan seks di luar nikah.

### **Bagian Ketiga**

#### **Muatan Seks dalam Lagu dan Klip Video**

**Pasal 20:**

Program siaran dilarang berisi lagu dan/atau video klip yang menampilkan judul dan/atau lirik bermuatan seks, cabul, dan/atau mengesankan aktivitas seks.

### **Bagian Keempat**

#### **Perilaku Seks**

**Pasal 21:**

Program siaran yang menampilkan muatan mengenai pekerja seks komersial serta orientasi seks dan identitas gender tertentu dilarang memberikan stigma dan wajib memperhatikan nilai-nilai kepatutan yang berlaku di masyarakat.

### **Bagian Kelima**

#### **Program Bincang-Bincang Seks**

	<p><b>Pasal 22:</b></p> <p>Program siaran yang berisikan pembicaraan atau pembahasan mengenai masalah seks wajib disajikan secara santun, berhati-hati, dan ilmiah didampingi oleh praktisi kesehatan atau psikolog, dan hanya dapat disiarkan pada klasifikasi D, pukul 22.00-03.00 waktu setempat.</p>
10.	<p style="text-align: center;"><b>BAB XIII</b></p> <p style="text-align: center;"><b>PELARANGAN DAN PEMBATASAN KEKERASAN</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Bagian Pertama</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Pelarangan Adegan Kekerasan</b></p> <p><b>Pasal 23:</b></p> <p>Program siaran yang memuat adegan kekerasan dilarang:</p> <p>Menampilkan secara detail peristiwa kekerasan, seperti: tawuran, pengeroyokan, penyiksaan, perang, penusukan, penyembelihan, mutilasi, terorisme, pengrusakan barang-barang secara kasar atau ganas, pembacokan, penembakan, dan/atau bunuh diri.</p> <p style="text-align: center;"><b>Bagian Kedua</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Ungkapan Kasar dan Makian</b></p> <p><b>Pasal 24:</b></p> <p>Program siaran dilarang menampilkan ungkapan kasar dan makian, baik secara verbal maupun nonverbal, yang mempunyai kecenderungan menghina atau merendahkan martabat manusia, memiliki makna jorok/mesum/cabul/vulgar, dan/atau menghina agama dan Tuhan.</p> <p style="text-align: center;"><b>Bagian Ketiga</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Pembatasan Program Bermuatan Kekerasan</b></p> <p><b>Pasal 25:</b></p> <p>Promo program siaran yang mengandung muatan adegan kekerasan dibatasi hanya boleh disiarkan pada klasifikasi D, pukul 22.00—3.00 waktu setempat.</p>
11.	<p style="text-align: center;"><b>BAB XIV</b></p> <p style="text-align: center;"><b>PELARANGAN DAN PEMBATASAN MATERI SIARAN ROKOK,</b></p>

	<p style="text-align: center;"><b>NAPZA, DAN MINUMAN BERALKOHOL</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Bagian Pertama</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Pelarangan Rokok, NAPZA, dan Minuman Beralkohol dalam Program Siaran</b></p> <p><b>Pasal 26:</b></p> <p>Program siaran dilarang membenarkan penyalahgunaan rokok, NAPZA (narkotika, psikotropika, dan zat adiktif), dan/atau konsumsi minuman beralkohol sebagai hal yang lumrah dalam kehidupan sehari-hari.</p> <p style="text-align: center;"><b>Bagian Kedua</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Pembatasan Rokok, NAPZA, dan Minuman Beralkohol dalam Program Siaran</b></p> <p><b>Pasal 27:</b></p> <p>Program siaran yang menggambarkan penyalahgunaan NAPZA (narkotika, psikotropika, dan zat adiktif) secara terbatas dapat disiarkan sepanjang berhubungan dengan edukasi pencegahan dan/atau rahabilitasi.</p> <p>Program siaran yang bermuatan penggambaran pengkonsumsian rokok dan/atau minuman beralkohol:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Hanya dapat ditayangkan dalam program yang ditujukan bagi khalayak dewasa; dan</li> <li>b. Wajib ditampilkan sebagai perilaku dan gaya hidup yang negatif dan/atau melanggar hukum, serta tidak digambarkan sebagai sesuatu yang hebat dan menarik.</li> </ol>
12.	<p style="text-align: center;"><b>BAB XV</b></p> <p style="text-align: center;"><b>PELARANGAN DAN PEMBATAAN MUATAN PERJUJUDIAN</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Bagian Pertama</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Pelarangan Perjudian dalam Program Siaran</b></p> <p><b>Pasal 28</b></p> <p>Program siaran dilarang membenarkan muatan praktek perjudian sebagai hal yang lumrah dalam kehidupan sehari-hari.</p>

## Bagian Kedua

### Pembatasan Perjudian dalam Program Siaran

#### **Pasal 29:**

Program siaran yang menggambarkan muatan perjudian secara terbatas dapat disiarkan sepanjang berhubungan dengan edukasi pencegahan dan/atau rehabilitasi.

### 2.5 Analisis Isi

Analisis isi (*content analysis*) merupakan teknik penelitian khusus untuk analisis tekstual, yang mereduksi teks menjadi unit-unit (kalimat, ide, gambar, bab, dan sebagainya). Setelah dilakukan reduksi menjadi unit, dilakukan skema pengodean pada unit-unit tersebut untuk membuat inferensi komunikasi dalam teks (West 2008:86).

Analisis isi adalah alat riset yang digunakan untuk menyimpulkan kata atau konsep yang tampak dalam suatu teks atau rangkaian teks. Teks ini bisa berupa buku, esai, hasil wawancara, diskusi, judul dan artikel surat kabar, naskah pidato, percakapan, iklan, dan pesan komunikasi yang terdokumentasi (Narendra 2008:103).

Dalam melakukan analisis isi perlu dilakukan pemisahan teks koding ke dalam kategori, kemudian dilakukan analisis menggunakan metode dasar dalam analisis isi, yaitu analisis konseptual (*conceptual analysis*) dan analisis hubungan (*relational analysis*).

Analisis konseptual, didefinisikan sebagai tatanan eksistensi dan frekuensi dari suatu konsep, yang seringkali direpresentasikan oleh kata dari konsep, di dalam teks. Sedangkan, analisis hubungan menjelaskan hubungan di antara konsep dalam teks. Intinya analisis isi digunakan untuk meneliti pesan dalam proses komunikasi, baik secara interpersonal, maupun publik atau massa (Narendra 2008:103).

Dalam penelitian pesan ada dua buah klasifikasi, yaitu penelitian pesan manifest dan laten. Untuk analisis isi lebih menekankan pada penelitian pesan yang manifest (tampak), jadi apa yang bisa dilihat oleh audiens atau khalayak dari komunikasi atau pesan yang disampaikan oleh media, itulah yang akan dilakukan penelitian.

Peneliti menggunakan analisis isi sebagai metode penelitian dengan sifat penelitian kuantitatif, karena metodenya adalah dengan melakukan penghitungan akumulasi pesan yang sudah dilakukan pengkodean terlebih dahulu. Sehingga bisa dilakukan penghitungan akumulasi dari pesan yang telah dilakukan pengkodean.

Menurut Holsti seperti yang ditulis oleh Narendra (2008:104), definisi dari analisis isi adalah suatu teknik untuk mengambil kesimpulan dengan mengidentifikasi berbagai karakteristik khusus suatu pesan secara objektif dan sistematis.

Berikut ini adalah alasan menggunakan analisis isi, yaitu:

- Analisis isi dipercaya dapat memberikan informasi yang sedang dicari.

— Ingin melihat apakah hipotesis awal yang dimiliki oleh peneliti sudah benar atau belum (Narendra 2008:106).

Prosedur analisis isi menurut Arthur Asa Berger seperti yang ditulis oleh Narendra (2008:108), adalah sebagai berikut:

- a) Memutuskan keinginan untuk menemukan sesuatu dan menawarkan hipotesis.
- b) Menjelaskan pesan media yang akan diteliti dan menjelaskan alasan riset dilakukan.
- c) Memberikan definisi-operasional dari topik yang akan diteliti.
- d) Menjelaskan cara mengambil sampel dari semesta pesan media.
- e) Menjelaskan unit analisis dalam riset yang dilakukan.
- f) Menjelaskan sistem klasifikasi atau kategorisasi untuk mengkodekan materi.
- g) Menentukan sistem pengkodean.
- h) Menguji reliabilitas antar peneliti.
- i) Menganalisis teks dengan sistem kode yang dibuat.
- j) Merepresentasikan hasil temuan riset dengan menggunakan data terkuantifikasi yang telah didapat dari analisis data.
- k) Menginterpretasikan hasil riset dengan menggunakan data numerik dan materi lain yang sesuai dengan riset kita.

Setiap metode memiliki kelebihan dan kekurangan. Sama halnya jika menggunakan metode analisis isi. Berikut ini adalah kelebihan dan kekurangan yang dimiliki oleh analisis isi: (Narendra 2008:114)

**Tabel 2.4**

**Kelebihan dan Kekurangan Analisis Isi**

Kelebihan	Kekurangan
Tidak menggunakan manusia sebagai objek penelitian.	Kesulitan menentukan sumber data yang memuat pesan-pesan yang relevan.
Lebih murah dan data mudah diperoleh	Tidak dapat digunakan untuk menguji hubungan antarvariabel, tidak dapat melihat sebab akibat, hanya menilai kecenderungan.
Dapat digunakan jika penelitian survey tidak dapat dilakukan.	Sangat menghabiskan waktu
Melihat langsung bentuk komunikasi melalui teks atau transkrip, dan langsung mengetahui interaksi sosial.	

UMMN