



### **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**

Untuk menunjang penelitian ini, penulis menggunakan beberapa penelitian terdahulu sebagai acuan dan pembanding. Penulis menggunakan dua penelitian terdahulu yang didapat karena penulis menganggap apa yang menjadi pembahasan pada kedua penelitian di bawah ini tidak berbeda jauh dengan apa yang ingin penulis teliti. Selain itu, kedua penelitian yang penulis gunakan juga berguna untuk membantu penulis dalam menyusun teori dalam penelitian ini.

Penelitian pertama yang penulis gunakan berjudul “Peran Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) dalam Mengawasi Tayangan Sinetron Tukang Bubur Naik Haji di RCTV”. Penelitian ini disusun oleh Ranni Juwita dari Universitas Islam Negeri Jakarta. Dalam penelitiannya, Juwita ingin mendeskripsikan peran KPI dalam mengawasi tayangan sinetron Tukang Bubur Ingin Naik Haji serta bagaimana regulasi penyiaran dapat diaplikasikan oleh KPI dalam Undang-Undang Penyiaran No. 32 Tahun 2002 dan Pedoman Perilaku Penyiaran (P3) dan Standar Program Siaran (SPS). Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif analisis.

Hasil dari penelitian ini bawasannya proses pengawasan yang dilakukan oleh KPI pada program sinetron *Tukang Bubur Naik Haji* sudah terlihat, tetapi belum sepenuhnya terjadi perubahan pada sinetron tersebut. Sang peneliti juga sudah dapat melihat fungsi regulator yang berjalan di KPI. Namun, secara keseluruhan fungsi KPI belum berjalan secara maksimal dalam pengawasan terhadap sinetron *Tukang Bubur Naik Haji*. Hal ini terlihat karena KPI tidak konsisten dalam menjatuhkan sanksi setelah diadakannya pertemuan antara RCTI dan KPI. Hasil dari pertemuan tersebut berujung KPI hanya memberikan klarifikasi saja. Keputusan KPI dalam pemberian sanksi dapat berubah akibat adanya pertemuan dengan stasiun televisi sehingga pemberian sanksi oleh KPI terkesan dapat dinegosiasikan.

Penelitian kedua yang penulis gunakan sebagai referensi lainnya berjudul “Peranan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) Pusat Terhadap Tayangan Infotainment di Televisi”. Penelitian yang kedua ini disusun oleh Devi Rahayu dari Universitas Islam Negeri Jakarta. Dalam penelitiannya, Devi menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif analisis. Teori yang digunakan adalah Teori Peran (*Role Theory*). Penelitian ini dibuat untuk melihat apa saja kegiatan yang dilakukan oleh KPI dalam mengawasi tayangan infotainment di televisi serta langkah-langkah yang dilakukan dalam menindaklanjuti pelanggaran tayangan infotainment di televisi.

Dari hasil penelitiannya, kegiatan yang dilakukan oleh KPI dalam mengawasi tayangan infotainment adalah dengan menampung aduan dari masyarakat. Lalu, KPI komisioner bidang isi siaran melakukan kajian untuk

memantau pelanggaran yang dilakukan oleh televisi yang bersangkutan terhadap Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 dan P3SPS.

Tabel 2.1 Matriks Penelitian Terdahulu

	Rani Juwita	Devi Rahayu	Peneliti
Judul Penelitian	Peran Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) dalam Mengawasi Tayangan Sinetron <i>Tukang Bubur Naik Haji</i> di RCTI	Peranan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) Pusat Terhadap Tayangan Infotainmen di Televisi	Peran Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) Terhadap Program Televisi yang Menyangkut Masalah Privasi: Studi Kasus Program <i>Pagi-Pagi Pasti Happy</i> Trans TV
Tujuan Penelitian	Untuk mendeskripsikan peran KPI dalam mengawasi tayangan religius dan ingin melihat bagaimana regulasi ditetapkan pada sinetron tersebut	Untuk melihat apa saja kegiatan yang dilakukan oleh KPI dalam mengawasi tayangan infotainmen di televisi serta langkah-langkah yang dilakukan dalam menindaklanjuti pelanggaran	Melihat bagaimana KPI bekerja dalam mengawasi masalah privasi yang sering kali ditayangkan pada program <i>Pagi-Pagi Pasti Happy</i> Trans TV.
Metode Penelitian	Deskriptif analisis	Deskriptif analisis	Studi Kasus
Teori	-	<i>Role Theory</i>	Privasi, Privasi di Media, Privasi dan Selebriti, Pemantau Media, Lembaga Regulator Penyiaran, Pedoman Perilaku Penyiaran (P3) dan Standar Program Siaran (SPS), <i>Talk show</i>

<p>Hasil Penelitian</p>	<p>Proses pengawasan yang dilakukan oleh KPI pada program sinetron Tukang Bubur Naik Haji sudah terlihat, tetapi belum sepenuhnya terjadi perubahan pada sinetron tersebut. Fungsi regulator yang berjalan di KPI. Namun, secara keseluruhan fungsi KPI belum berjalan secara maksimal dalam pengawasan terhadap sinetron Tukang Bubur Naik Haji.</p>	<p>Kegiatan yang dilakukan oleh KPI dalam mengawasi tayangan infotainment adalah dengan menampung aduan dari masyarakat. Lalu, KPI komisioner bidang infotainment melakukan kajian untuk memantau pelanggaran yang dilakukan oleh televisi yang bersangkutan terhadap Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 dan P3SPS.</p>	<p>Peran KPI dalam mengatur atau mengawasi tayangan Pagi-Pagi Pasti Happy belum maksimal karena masih ditemukannya kelonggaran dalam memberikan sanksi di mana KPI lebih banyak memberi pembinaan dibanding teguran tertulis. Pembinaan sendiri bukan lah sanksi administratif melainkan kebijakan baru yang dibuat oleh KPI.</p>
-------------------------	---	--	---

## 2.2 Teori atau Konsep yang Digunakan

### 2.2.1 Privasi

Patterson dan Wilkins (2014) mengatakan pada jaman dahulu, privasi merupakan suatu hal yang biner, di mana privasi adalah sesuatu yang dimiliki atau sesuatu yang tidak dilakukan. Namun sekarang, privasi justru menjadi sangat abu-abu. Hellen Nissenbaum (dalam Patterson & Wilkins, 2014, p. 109) mengatakan bahwa jaman sekarang media sosial dan bentuk teknologi lainnya telah menghapus dikotomi privasi publik. Sebenarnya, privasi bukanlah kerahasiaan yang benar atau hak untuk mengontrol

informasi, tetapi lebih menjadi hak individu harus "mengendalikan arus informasi pribadi yang sesuai" dalam berbagai konteks (Patterson & Wilkins, 2014, p. 109).

Gagasan hukum modern tentang privasi dimulai pada tahun 1960 dengan taksonomi yang dikerjakan oleh William Prosser. Menurutnya, hukum privasi terhenti selama beberapa dekade karena gagasan "privasi" memiliki arti yang banyak untuk tiap orang yang berbeda. Namun, berkat pekerjaan yang dilakukan oleh Prosser, saat ini pelanggaran privasi dimanifestasikan dalam empat cara yang berbeda, yakni (Patterson & Wilkins, 2014, p. 110):

1. Mencampuri hal personal seseorang. Contohnya, menyerang rumah atau membongkar dokumen pribadi agar mendapatkan cerita.
2. Mengungkapkan rahasia pribadi yang memalukan dihadapan publik, seperti membuka rahasia masa lalu seseorang ketika sudah tidak ada hubungannya dengan status yang sekarang.
3. Publisitas yang tidak tepat seperti melebih-lebihkan biografi dari seorang subjek untuk menambah daya jual buku.
4. Penyalahgunaan nama seseorang untuk keuntungan pribadi.

Contohnya, menggunakan nama seorang publik figur untuk menjual produk tanpa meminta izin terlebih dahulu.

Sebenarnya dasar etika privasi jauh lebih tua daripada hukum dan sudah muncul pada seluruh literatur di mana ditegaskan bahwa privasi

adalah hak alamiah yang kita miliki sebagai manusia. Privasi dianggap sebagai suatu kebutuhan, yakni sebuah cara untuk melindungi diri sendiri dari orang lain dan sebuah institusi karena sifatnya yang terbatas. Masing-masing individu seharusnya dapat mengontrol siapa saja yang bisa mendapatkan akses informasi dan terkadang konteks di mana informasi itu disajikan (Patterson & Wilkins, 2014, p. 110).

Terdapat perbedaan antara privasi dan rahasia. Rahasia merupakan informasi yang diblokir secara sengaja untuk mencegah orang lain menggunakan atau mengungkapkannya sehingga kerahasiaan informasi dipastikan tidak dikenal oleh publik. Sedangkan untuk privasi, berkaitan dengan siapa yang akan memiliki hak untuk mengakses informasi tersebut (Patterson & Wilkins, 2014, p. 114).

Menurut Krisnawati (2016), bagi individu maupun lembaga atau instansi, privasi merupakan hal yang sangat penting untuk berhadapan atau berinteraksi antar individu lain maupun lembaga lain. Dengan istilah populer, privasi merupakan hak individu untuk menentukan apakah dan sejauh mana seseorang bersedia untuk membuka dirinya kepada orang lain atau privasi merupakan hak untuk tidak diganggu (p. 183)

Schoeman (dalam Krisnawati, 2016, p. 183) di dalam bukunya *“Privacy and Social Freedom”* menjelaskan bahwa privasi adalah kemampuan satu atau sekelompok individu dalam mempertahankan kehidupan urusan personalnya dari publik dengan tujuan untuk mengontrol



arus informasi mengenai diri mereka. Hak atas privasi dapat diartikan sebagai hak dari setiap orang untuk melindungi aspek-aspek pribadi.

Konsep hak privasi semakin populer saat Samuel Warren dan Louis Brandeis menulis esai yang berjudul “The Right to Privacy” yang diterbitkan oleh Harvard Law pada tahun 1980. Mereka mengusulkan pengakuan hak individu “right to be let alone” dan juga berpendapat bahwa hak ini harus dilindungi oleh hukum yang ada sebagai bagian dari hak asasi manusia (Dewi, 2016, p. 26).

Menurut Zahidah dan Fitriawan (2018) Meskipun hak atas privasi bukan lah sebuah hak yang bersifat *absolute*, tetapi hak privasi tetaplah merupakan hal yang fundamental. Pada umumnya, perlindungan hak atas privasi dapat dikategorikan dalam empat hal, yaitu (p. 1306):

1. Privasi informasi, melibatkan pembetulan peraturan yang mengatur pengumpulan dan penanganan data privasi seperti informasi keuangan dan catatan medis.
2. Privasi tubuh, menyangkut perlindungan diri fisik seseorang terhadap prosedur invasive seperti pengujian obat dan pencarian rongga
3. Privasi komunikasi, meliputi keamanan dan privasi surat, telepon, email dan komunikasi lainnya
4. Privasi teritorial, menyangkut pengaturan batas intrusi ke dalam lingkungan domestik dan yang lainnya.



### 2.2.1.1 Privasi di Media

Menurut Day (2006), karena budaya yang sekarang ini didominasi oleh media, ruang pribadi dan publik menjadi sulit untuk dibedakan. Media merupakan bisnis yang tidak meninggalkan seseorang itu sendirian. Mereka memiliki kecenderungan yang mengarah pada relevansi, bukan pada penyembunyian. Dengan demikian, keseimbangan antara privasi seseorang dan keinginan publik terhadap informasi pribadi menjadi situasi yang menyulitkan di zaman sekarang (p. 132).

Privasi juga turut dilanggar oleh media meliputi spektrum yang luas. Mulai dari reporter, bahkan hingga pengiklan. Dalam hal ini, pengiklan nantinya akan mengubah persoalan etik menjadi persoalan ekonomi. Kondisi persaingan media yang semakin ketat setiap harinya membuat proses pelanggaran terhadap privasi tidak dapat dihindari. Jangkauannya yang sangat luas itu pula memunculkan dilema etis antara media dan audiensnya (Day, 2006, p. 132-133).

Day (2006) mengatakan bahwa media sering dituduh karena melakukan pelanggaran terhadap privasi yang berasal. Namun nyatanya, tindakan media yang menyerang ruang pribadi seseorang pun juga merajalela dan tidak dapat dihindari. Apalagi, seiring berjalannya waktu, kita pun juga dengan mudah memberikan data

pribadi kita sendiri kepada pemerintah, bahkan entitas swasta (p. 133)

Menurut Plaisance (2009) klaim akan sebuah privasi tidak selalu mengesampingkan nilai atau minat lain ketika menyangkut praktik media karena adanya dorongan kekuatan budaya. Kemampuan seseorang untuk mempertahankan privasi termasuk kritis sehingga kita memiliki jarak yang kita butuhkan untuk pengembangan diri dan menjaga hubungan sosial. Alih-alih memperjuangkan "hak" publik untuk mengetahuinya, jurnalis adalah landasan etis yang lebih kuat untuk menilai apakah informasi pribadi akan melayani "kebutuhan" untuk mengetahui (p. 181)

Tindakan media yang melanggar seperti, mengungkapkan informasi pribadi, foto, atau liputan berita media yang tidak disengaja, harus dibenarkan oleh argumen yang lebih luas, kepentingan publik yang vital harus dilayani. Contoh-contohnya adalah seperti penyingkapan atau menggunakan informasi pribadi yang tujuannya hanya untuk menaikkan *market share*, memoles citra perusahaan, atau menaikkan "keseksian" dari liputan berita yang secara etis tidak dibenarkan, mengingat tingkat kepentingan yang kecil dari informasi pribadi yang kita lihat di media didorong oleh sikap sensasional tentang apa yang "ingin" diketahui publik dan dengan demikian memberikan apa yang diinginkan sebagai masalah bisnis (Plaisance, 2009, p. 181)

Namun, kita juga telah melihat bahwa memohon suatu "hak" untuk dibiarkan sendirian demi kepentingannya sendiri memiliki sedikit prestasi sebagai pembenaran etis. "Hak" terhadap privasi dapat disalahgunakan secara komersial jika kita gagal untuk mengenali peran dan tanggung jawab kita sebagai aktor sosial dan anggota masyarakat (Plaisance, 2009, p. 181).

Permasalahan etis yang media hadapi ketika harus mengorbankan ruang privasi untuk dijadikan komoditas tayangan akan menjadikannya sebuah nilai yang memiliki daya tarik. Namun, di lain sisi juga akan memunculkan keingintahuan publik yang tidak lazim (*morbid curiosity*). Contohnya adalah rasa ingin tahu terhadap permasalahan pribadi yang orang lain hadapi (Mayastri, 2010, p. 7).

W.A Parent (dalam Mayastri 2010, p. 7) membagi beberapa kriteria untuk membatasi sejauh mana media berhak mengangkat informasi dari masyarakat yang bersifat privat ke ranah publik. Kriteria tersebut misalnya atas tujuan apakah informasi-informasi tersebut ditayangkan, apakah tujuan tersebut penting dan sah untuk menggunakannya, ada atau tidaknya urgensi untuk menayangkan informasi-informasi tersebut, dan yang paling penting apakah penggunaan kamera tersembunyi, identitas palsu, dan penyamaran digunakan untuk mencari informasi yang harus diketahui oleh publik. Jika seseorang atau bahkan pengelola media menerapkan

kriteria-kriteria ini, maka mereka nantinya dapat menilai ada dan tidaknya mereka melanggar privasi seseorang.

Day (2006) menjelaskan bahwa menjaga privasi dari media sangat penting bagi kita. Setidaknya, ada lima nilai privasi (p. 133-134):

1. Privasi dapat membantu menjaga informasi pribadi yang bersifat rahasia sebagai dasar otonomi individu. Otonomi individu yang dimaksud adalah kemampuan seseorang untuk mengontrol orang lain agar tidak mengetahui informasi mengenai dirinya. Prinsip otonomi juga merupakan inti dari larangan terhadap iklan palsu dan penipuan. Misalnya, ketika kita melihat iklan televisi, maka kita berhak untuk mengharapkan pesan atau informasi yang akan membantu kita dalam membuat pilihan produk.
2. Privasi dapat melindungi seseorang dari makian dan ejekan yang berasal dari orang lain, khususnya di dalam lingkungan yang masyarakatnya masih memiliki nilai toleransi yang rendah. Contohnya terjadi pada pecandu alkohol, kaum homoseksualitas, dan penderita AIDS yang dinilai sebagai tindak kejahatan saat diekspos oleh media dan hal tersebut

tidak menjadikan pembenaran terhadap pelanggaran hak privasi.

3. Privasi menjadi mekanisme untuk mengontrol reputasi seseorang. Semakin orang lain tahu tentang diri seseorang, maka semakin berkurang juga kekuatan seseorang untuk menentukan nasibnya sendiri. Contoh kasusnya ketika pemberitaan video mesum yang dilakukan oleh penyanyi A yang beredar luas di media massa. Video tersebut sebenarnya merupakan privasi miliknya, tetapi ketika privasi itu dilanggar oleh media maka penyanyi A sulit untuk mengontrol reputasinya kembali.

4. Privasi adalah rasa di dalam diri, berharga dalam menjaga orang lain dari jauh, dan perangkat untuk mengatur keberlangsungan interaksi sosial.

5. Privasi menjadi benteng untuk melawan kekuasaan pemerintah karena privasi dapat menghindarkan kita dari penyalahgunaan kekuasaan. Seseorang memiliki privasi sehingga pemerintah tidak dapat berlaku semena-mena. Dengan demikian, privasi adalah nilai yang terletak di jantung demokrasi liberal dan merupakan unsur penting dalam melindungi kepentingan politik masing-masing individu.

Day (2006) juga turut memamparkan bahwa setidaknya ada empat prinsip yang menjadi landasan bagi praktisi media dalam memberitakan informasi yang bersifat pribadi. Prinsip ini berguna agar media dapat menyeimbangkan informasi antara menghormati privasi seseorang dan kebutuhan informasi masyarakat. Keempat prinsip tersebut adalah (p. 153):

1. Menghormati individu. Dengan kata lain ketika wartawan meliput seseorang yang secara tidak sengaja menjadi subjek acara berita, maka wartawan dan editor harus menerapkan nilai ini dengan pemeriksaan yang tepat.
2. Kegunaan sosial. Media harus bisa memutuskan informasi apa yang penting atau setidaknya berguna bagi masyarakat agar dapat memahami pesan yang akan diberitakan. Media juga harus menimbang apakah informasi bersifat pribadi penting untuk diketahui masyarakat.
3. Keadilan. Adil di sini mengacu pada sejauh mana media dapat menimbang sejauh mana privasi seorang individu layak untuk diberitakan.
4. Meminimalkan bahaya. Prinsip ini berhubungan dengan prinsip pertama. Apabila pelanggaran terhadap privasi tidak dapat dihindari karena harus melaporkan masalah

kepentingan publik yang lebih luas, maka media harus memiliki tujuan apakah informasi detail sangat penting untuk kelayakan berita dari peristiwa tersebut.

Wilkins dan Christians (2009) membagi beberapa tipe tokoh masyarakat yang kehidupan privasinya sering menjadi sorotan oleh media, diantaranya adalah pejabat publik, publik figur, selebriti, pahlawan sementara yang layak untuk diberitakan, penjahat, korban musibah bencana dan kejahatan, keluarga berumur dewasa atau memiliki peran yang besar (p. 282-286).

#### **2.2.1.2 Privasi dan Selebriti**

Untuk sejumlah selebriti, ketenaran terkadang memiliki harganya sendiri, dengan kata lain ketenaran akan mendapatkan konsekuensi. Konsekuensi yang didapat dari ketenaran tersebut adalah kehilangan privasi. Berbeda dengan orang biasa pada umumnya, para selebriti menjalani kehidupan sehari-hari mereka di mata publik. Artinya kehidupan para selebriti ini juga dilihat oleh banyak orang. Mereka harus bersaing dengan banyak distorsi dari kolumnis gosip, penguntit, hingga *paparazzi* yang tak kenal lelah dengan mengikuti mereka ke berbagai tempat. Bahkan, ke lingkungan perumahan mereka sendiri (Jones, 2010, para 1&2).

Menurut Profesor Robin Barnes (dalam Jones 2010, para. 5&6), selama beberapa dekade terakhir ini pers di Amerika telah



diberi kebebasan yang lebih banyak. Meskipun dianggap positif untuk kehidupan demokratis, sayangnya kebebasan ini disalahgunakan di kehidupan selebriti. Para reporter justru menyebarkan detail-detail intim kehidupan mereka tanpa memperhatikan hak privasi dari masing-masing individu. Ia juga menambahkan bahwa tidak setiap selebriti harus selalu dianggap sebagai publik figur, begitu pula dengan kehidupan pribadi mereka yang tidak seharusnya dianggap "hal-hal yang menjadi perhatian publik".

Profesor Barnes (dalam Jones 2010, para. 7) juga menambahkan bahwa memang kita seharusnya mengawasi pejabat publik, akan tetapi bukan berarti kita harus mengetahui segala hal mengenai dirinya. Seperti halnya juga selebriti, mereka seharusnya tidak dilemparkan ke dalam pot yang sama layaknya pejabat publik. Selebriti tidak lah sama dengan pejabat publik. Sebab, mereka tidak memiliki banyak pengaruh.

Wilkins dan Christians (2009) juga turut menjelaskan bahwa media dapat memberitakan informasi pribadi mengenai selebriti jika audiensnya memiliki ketertarikan untuk mengetahui informasi tersebut selama informasi yang disampaikan tidak memberikan kerugian yang serius terhadap selebriti tersebut sebagai individu. Sebenarnya, secara hukum selebritis adalah publik figur, tetapi secara moral mereka berbeda. Orang-orang yang termasuk dalam

kategori selebriti adalah bintang film, bintang televisi, olahragawan, dan orang-orang lainnya yang bekerja di bidang serupa (p. 283).

### **2.2.2 Pemantau Media (*Media Watch*)**

Di Inggris, *media watch* dipelopori oleh Mary Whitehouse CBE pada tahun 1960-an. Saat itu, hanya terdapat dua stasiun televisi di Inggris dan sayangnya standar tentang tayangan baik atau buruk tidak diindahkan oleh kedua stasiun televisi tersebut. Sebagai pemimpin dari lembaga bernama *The National Viewer and Listener Association*, Mary terus mendesak lembaga penyiaran di Inggris untuk meningkatkan tanggung jawabnya kepada publik dan menjelaskan standar baik dan buruk yang digunakan dalam siaran (Poerwaningtias et al., 2013, p. 22)

Adapun upaya yang sudah dikerahkan adalah memperjuangkan isu-isu moral dan perlindungan anak agar diperhatikan oleh media. Pada akhirnya, upaya yang dilakukan lembaga yang sekarang dikenal sebagai *MediaWatch UK* ini membuahkan hasil dengan meyakinkan parlemen Inggris untuk membuat Undang-Undang Perlindungan Anak pada 1978 sehingga pornografi anak di media dilarang (Poerwaningtias et al., 2013, p. 22).

Djuroto dan Syam (2011) mengatakan secara umum, *media watch* didirikan oleh sejumlah aktivis lembaga swadaya masyarakat dan praktisi jurnalis. *Media watch* dibentuk berdasarkan latar belakang bahwa kemerdekaan pers, yang intinya terpenuhi *right to know* dan *right to*

*expression*, harus selalu diawasi, dikritik, dan juga dikembangkan. Sebab, pihak-pihak yang berpotensi untuk menyalahgunakan kemerdekaan pers tidak hanya berasal dari negara, parpol, legislatif, yudikatif, tetapi juga bisa dari kekuasaan ekonomi (pengusaha, konglomerat, dan lain-lain), termasuk insan pers itu sendiri (p. 185).

Di Indonesia sendiri, *media watch* atau lembaga pemantau media baru muncul setelah era reformasi. Hal ini disebabkan adanya kebebasan pers yang disambut suka cita sekaligus waspada. Dengan adanya kebebasan pers, surat kabar pun banyak bermunculan sehingga menyiratkan terbukanya ruang kebebasan berpendapat dan adanya peluang ekonomi media. Namun, di sisi lain banyaknya surat kabar yang bermunculan mengakibatkan beredarnya berita-berita yang ditulis dengan etika rendah dan menjual sensasional saja. Selain itu, wartawan bodrex pun juga bermunculan sehingga membuat lembaga *media watch* di daerah-daerah juga ikut hadir (Poerwaningtias et al., 2013, p. 22-23).

Pantau adalah salah satu contoh lembaga *media watch* ternama yang pernah ada di Indonesia. Lembaga ini diterbitkan oleh Institut Arus Studi Informasi (ISAI) di Jakarta. Meskipun kini majalah Pantau sudah tidak terbit lagi, lembaga ISAI-nya sendiri masih tetap aktif. Bersama LP3Y, ISAI menginisiasi lembaga media watch di kota-kota besar lainnya seperti KIPPAS di Medan, majalah Sendi dan Buletin Media Watch Lembaga Konsumen (LKM) di Surabaya, majalah Pantau, majalah Independen Watch, buletin Media Watch dan Badan Bantuan Konsultasi bagi Korban

Pemberitaan Pers, dan Majalah *Media Watch and Consumer Center* di Jakarta (Poerwaningtias et al., 2013, p. 23).

Dengan adanya *media watch*, khalayak dapat menilai kualitas tampilan dan informasi dari surat kabar, radio, maupun televisi. Ulasan-ulasan dari *media watch* bisa menjadi bahan pertimbangan bagi khalayak untuk mengambil keputusan dalam mengakses media. Khalayak pun juga dapat memberikan komplain atau ikut terlibat dalam suatu gerakan yang terkait dengan isi media (Poerwaningtias et al., 2013, p. 23).

Selain itu, hadirnya *media watch* juga untuk mengembangkan daya kritis masyarakat. Biasanya, mereka akan mengadakan berbagai kegiatan, seperti seminar, diskusi, dan kepelatihan. Tujuan dari didirikannya *media watch* sendiri adalah (Djuroto dan Syam, 2011, p. 186):

1. Meningkatkan kualitas media dalam demokrasi
2. Menawarkan perspektif kritis pada publik
3. Menawarkan perspektif kritis kepada para wartawan dan pengelola/pemilik media

Media watch juga memiliki beberapa tugas, diantaranya adalah (Supangkat, 2002, p. 149):

1. Melakukan penelitian terhadap penyelenggaraan kode etik dan peraturan perundangan oleh media massa.
2. Melakukan penelitian pelanggaran kemerdekaan pers oleh pihak-pihak di luar media massa

3. Mensosialisasikan hasil penelitian kepada pengelola media, masyarakat, dewan pers, serta pihak-pihak lainnya.
4. Melakukan pemberdayaan dan pendidikan masyarakat tentang hak-hak pers bebas, hak dan tanggung jawab selaku konsumen media massa.
5. Memberikan advokasi dan konsultasi kepada masyarakat.

Lalu, media watch juga memiliki fungsinya, yaitu (Supangkat, 2002, p. 149):

1. Sebagai mitra media massa dalam memberikan masukan dan umpan balik atas hasil kerja media massa
2. Sebagai mediator antara masyarakat dan media massa
3. Sebagai wahana pemberdayaan masyarakat

Pengawasan media dapat dilakukan oleh empat kelompok.

Whitehouse mengungkapkan bahwa keempat kelompok tersebut adalah kelompok di luar industri media, kelompok di dalam industri media sendiri, *News Council* (Dewan Pers), dan organisasi profesi (Poerwaningtiyas et al., 2013, p. 23).

Selain itu, terdapat dua model pemantauan media. Model pemantauan pertama biasanya melakukan pemantauan baik secara sendiri maupun melibatkan pihak lain seperti masukan-masukan lewat situs resmi dan media sosial yang dikelolanya. Model pemantauan media seperti ini memungkinkan keterlibatan masyarakat yang lebih luas karena adanya sifat

media baru yang tidak terbatasnya suatu ruang. Nantinya, hasil pantauan yang didapatkan atas tayangan yang buruk digunakan untuk menekan pihak media agar terjadinya perubahan kebijakan media tersebut atas isi media yang salah (Poerwaningtias et al., 2013, p. 190).

Selanjutnya adalah model pemantauan kedua. Model ini melibatkan banyak lembaga yang akan dididik mengenai teknik-teknik pemantauan media. Selain teknik, lembaga-lembaga tersebut juga diberi pengetahuan dasar tentang media dan jurnalistik yang nantinya akan digunakan untuk memantau media sesuai kepentingan masing-masing lembaga usai mengikuti pelatihan. Kelompok-kelompok yang bergerak di banyak sektor, seperti lingkungan, gender, pendidikan, dan yang lainnya menjadi sasaran lembaga yang akan dibekali metode pemantauan media. Model ini mencoba menghubungkan proses pemantauan media dengan isu-isu yang digeluti oleh kelompok-kelompok yang telah menjadi sasaran. Dengan adanya pemilihan sasaran ini memudahkan proses transfer informasi karena lembaga mitra sudah dibekali ilmu yang cukup kuat mengenai isu yang digeluti (Poerwaningtias et al., 2013, p. 191).

### **2.2.3 Lembaga Regulator Penyiaran (Komisi Penyiaran Indonesia)**

Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) adalah sebuah lembaga negara yang bersifat independen yang berfungsi sebagai regulator penyelenggaraan penyiaran di Indonesia maka dari itu KPI memiliki kedudukan yang setingkat dengan lembaga negara lainnya. KPI terdiri atas Lembaga Komisi

Penyiaran Indonesia Pusat (KPI Pusat) dan Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) yang bekerja di wilayah setingkat provinsi (Kumara & Dharmanto, 2017, p. 46)

Pembentukan KPI sendiri didasari oleh Undang-Undang Penyiaran Nomor 32 Tahun 2002. Semangatnya adalah pengelolaan sistem penyiaran harus dikelola oleh sebuah badan independen yang bebas dari campur tangan pemodal maupun kepentingan kekuasaan karena sistem penyiaran merupakan ranah publik (Kumara & Dharmanto, 2017, p. 46).

Dalam menjalankan kewenangan dan tugas sebagai regulator, pekerjaan KPI dibantu oleh sekretariat tingkat eselon II yang stafnya terdiri dari staf pegawai negeri sipil (PNS) serta staf profesional non-PNS. KPI mengatur penyiaran yang diselenggarakan oleh Lembaga Penyiaran Publik, Lembaga Penyiaran Swasta, dan Lembaga Penyiaran Komunitas. (Kumara & Dharmanto, 2017, p. 47). Pengaturan ini mencakup semua proses kegiatan penyiaran, mulai dari tahap pendirian, operasionalisasi, pertanggungjawaban dan evaluasi. KPI juga berkoordinasi dengan pemerintah dan lembaga negara lainnya, karena spektrum pengaturannya yang saling berkaitan. Ini misalnya terkait dengan kewenangan yudisial dan yustisial karena terjadinya pelanggaran yang oleh UU Penyiaran dikategorikan sebagai tindak pidana (KPI, 2007, para. 2)



KPI sebagai lembaga regulator penyiaran di Indonesia memiliki sejumlah kewenangan, tugas, dan kewajiban dalam rangka melakukan pengaturan penyiaran, diantaranya adalah (KPI, 2007, para. 3):

#### Wewenang

1. Menetapkan standar program siaran
2. Menyusun peraturan dan menetapkan pedoman perilaku penyiaran (diusulkan oleh asosiasi atau masyarakat penyiaran kepada KPI)
3. Mengawasi pelaksanaan peraturan dan Pedoman Perilaku Penyiaran serta Standar Program Siaran
4. Memberikan sanksi terhadap pelanggaran peraturan dan Pedoman Perilaku Penyiaran serta Standar Program Siaran
5. Melakukan koordinasi dan atau kerjasama dengan pemerintah, lembaga penyiaran, dan masyarakat.

#### Tugas dan Kewajiban:

1. Menjamin masyarakat untuk memperoleh informasi yang layak dan benar sesuai dengan hak asasi manusia
2. Ikut membantu pengaturan infrastruktur bidang penyiaran
3. Ikut membangun iklim persaingan yang sehat antar lembaga penyiaran dan industri terkait
4. Memelihara tatanan informasi nasional yang adil, merata, dan seimbang

5. Menampung, meneliti, dan menindaklanjuti aduan, sanggahan, serta kritik dan apresiasi masyarakat terhadap penyelenggaraan penyiaran
6. Menyusun perencanaan pengembangan sumber daya manusia yang menjamin profesionalitas di bidang penyiaran

KPI sendiri merupakan wujud peran yang mewadahi aspirasi serta mewakili kepentingan masyarakat akan penyiaran dan harus mengembangkan program-program kerja hingga akhir dengan selalu memperhatikan tujuan yang diamanatkan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 Pasal 3 (Kumara & Dharmanto, 2017, p. 47):

*“Penyiaran diselenggarakan dengan tujuan untuk memperkukuh 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”*

Untuk mencapai tujuan tersebut, KPI dibagi menjadi tiga bidang, yaitu (Kumara & Dharmanto, 2017, p. 47):

1. Bidang Kelembagaan: menangani persoalan hubungan antar kelembagaan KPI, koordinasi KPID serta pengembangan lembaga KPI.
2. Bidang Struktur Penyiaran: bertugas menangani perizinan, industri, dan bisnis penyiaran.
3. Bidang Pengawasan Isi Siaran: menangani pemantauan isi siaran, pengaduan masyarakat, advokasi, dan literasi media.

#### **2.2.4 Pedoman Perilaku Penyiaran (P3) dan Standar Program Siaran (SPS)**

Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran atau yang disingkat dengan P3SPS, disusun berdasarkan masukan dari banyak kalangan, seperti masyarakat, akademisi, ormas, dan juga praktisi penyiaran. Dengan dibuatnya P3SPS diharapkan dapat menjadi dasar bagi lembaga penyiaran dalam menyajikan program siaran yang berkualitas (Nastiti, 2015, p. 29).

Seperti yang tertulis dalam Bab I, Pasal 1, Nomor 1 bahwa 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 (KPI: P3SPS, 2012, p. 5). Dengan kata lain, P3 akan lebih fokus terhadap lembaga penyiarannya dan mengatur masalah penyiaran, cara mendapatkan informasi dan penyajian program berita.

Sedangkan untuk Standar Program Siaran (SPS), seperti yang tertulis dalam Bab I, Pasal 1, Nomor 1 bahwa Standar Program Siaran adalah standar isi siaran yang berisi tentang batasan-batasan pelarangan, kewajiban, dan pengaturan penyiaran serta sanksi berdasarkan Pedoman Perilaku Penyiaran yang ditetapkan oleh KPI (KPI: P3SPS, 2012, p. 39). Dapat dilihat bahwa SPS lebih mempehatikan terhadap masalah isi siaran dari sebuah program yang dibuat dan ditayangkan oleh masing-masing

lembaga penyiaran. Dapat dikatakan bahwa SPS dibuat untuk mengantisipasi penyelewengan terhadap isi program siaran dari sebuah lembaga penyiaran.

Pedoman Perilaku Penyiaran juga diatur dalam Undang-Undang Penyiaran No. 32 Tahun 2002, tepatnya pada BAB V Pedoman Perilaku Penyiaran Pasal 48 yang berbunyi (Undang-Undang Penyiaran No. 32, 2002, p. 19):

(1) Pedoman perilaku penyiaran bagi penyelenggaraan ditetapkan oleh KPI.

(2) Pedoman perilaku penyiaran sebagaimana dimaksud dalam ayat

(1) disusun dan bersumber pada:

a. Nilai-nilai agama, moral, dan peraturan perundang-undangan yang berlaku; dan

b. Norma-norma lain yang berlaku dan diterima oleh masyarakat umum dan lembaga penyiaran.

(3) KPI wajib menerbitkan dan mensosialisasikan pedoman perilaku penyiaran kepada Lembaga Penyiaran dan masyarakat umum.

(4) Pedoman perilaku penyiaran menentukan standar isi siaran yang

sekurang-kurangnya berkaitan dengan:

a. Rasa hormat terhadap pandangan keagamaan;

b. Rasa hormat terhadap hal pribadi;

c. Kesopanan dan kesusilaan

d. Pembatasan adegan seks, kekerasan, dan sadisme;

- e. Perlindungan terhadap anak-anak, remaja, dan perempuan
- f. Penggolongan program dilakukan menurut usia khalayak
- g. Penyiaran program dalam bahasa asing
- h. Ketepatan dan kenetralan program berita;
- i. Siaran langsung dan siaran iklan

(5) KPI memfasilitasi pembentukan kode etik penyiaran.

Pada Bab III yang terkait dengan Ruang Lingkup dalam Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran tahun 2012, Pedoman Perilaku Penyiaran adalah dasar bagi penyusunan Standar Program Siaran yang berkaitan dengan (KPI: P3SPS, 2012, p. 9):

- a. nilai-nilai kesukuan, agama, ras, dan antargolongan;
- b. nilai dan norma kesopanan dan kesusilaan;
- c. etika profesi;
- d. kepentingan publik;
- e. layanan publik;
- f. hak privasi;
- g. perlindungan kepada anak;
- h. perlindungan kepada orang dan kelompok masyarakat tertentu;
- i. muatan seksual;
- j. muatan kekerasan;

k. muatan program siaran terkait rokok, NAPZA (narkotika, psikotropika, dan zat adiktif), dan minuman beralkohol;

l. muatan program siaran terkait perjudian;

m. muatan mistik dan supranatural;

n. penggolongan program siaran;

o. prinsip-prinsip jurnalistik;

p. narasumber dan sumber informasi;

q. bahasa, bendera, lambang negara, dan lagu kebangsaan;

r. sensor;

s. lembaga penyiaran berlangganan;

t. siaran iklan;

u. siaran asing;

v. siaran lokal dalam sistem stasiun jaringan;

w. siaran langsung;

x. muatan penggalangan dana dan bantuan;

y. muatan program kuis, undian berhadiah, dan permainan lain;

z. siaran pemilihan umum dan pemilihan umum kepala daerah; dan

aa. sanksi dan tata cara pemberian sanksi.

Dari kedua peraturan di atas baik dalam Undang-Undang Penyiaran No. 32 Tahun 2002 dan Pedoman Perilaku Penyiaran, penghormatan terhadap hak privasi sama-sama diatur. Bahkan, hak privasi pun juga menjadi salah satu dasar dari Pedoman Perilaku Penyiaran Dalam dalam pembentukan Standar Program Siaran. Meski di dalam Undang-Undang Penyiaran No. 32 Tahun 2002 tidak diatur secara khusus, tetapi hal tersebut diatur lebih spesifik pada P3SPS tahun 2012.

Pada Pedoman Perilaku Penyiaran (P3), pasal yang mengatur terkait dengan masalah privasi hanya ada satu. Pasal tersebut adalah Pasal 13 “Penghormatan Terhadap Hak Privasi” yang berbunyi:

*“Lembaga penyiaran wajib menghormati hak privasi seseorang dalam memproduksi dan/atau menyiarkan suatu program siaran, baik siaran langsung maupun siaran tidak langsung.” (KPI: P3SPS, 2012, p. 13)*

Sedangkan dalam Standar Program Siaran (SPS), penghormatan hak privasi diatur lebih jelas. Pasal yang mengatur terkait masalah privasi ada dua yakni pasal 13 dan 14 “Penghormatan Terhadap Hak Privasi”. Pasal 13 sendiri terdiri atas tiga nomor, yaitu (KPI: P3SPS, 2012, p. 49):

- (1) Program siaran wajib menghormati hak privasi dalam kehidupan pribadi objek siaran.
- (2) Program siaran tentang permasalahan kehidupan pribadi tidak boleh menjadi materi yang ditampilkan dan/atau disajikan dalam seluruh isi mata acara, kecuali demi kepentingan publik



(3) Kepentingan publik sebagaimana dimaksud pada ayat (2) di atas terkait dengan penggunaan anggaran negara, keamanan negara, dan/atau permasalahan hukum pidana

Sedangkan untuk Pasal 14, masalah kehidupan pribadi sebagaimana dimaksud pada Pasal 13 dapat disiarkan dengan ketentuan sebagai berikut (KPI: P3SPS, 2012, p. 49):

- a) Tidak berniat merusak reputasi objek yang disiarkan;
- b) Tidak memperburuk keadaan objek yang disiarkan;
- c) Tidak mendorong berbagai pihak yang terlibat dalam konflik dalam mengungkapkan secara terperinci aib dan/atau kerahasiaan masing-masing pihak yang berkonflik;
- d) Tidak menimbulkan dampak buruk terhadap keluarga, terutama bagi anak-anak dan remaja;
- e) Tidak dilakukan tanpa dasar dan fakta data yang akurat
- f) Menyatakan secara eksplisit jika bersifat rekayasa, reka-ulang, atau diperankan oleh orang lain;
- g) Tidak menjadikan kehidupan pribadi objek yang disiarkan sebagai bahan tertawaan dan/atau bahan cercaan; dan
- h) Tidak boleh menghakimi objek yang disiarkan

#### **2.2.4.1 Sanksi Administratif P3SPS**

Sebagai lembaga yang mengawasi lembaga penyiaran di Indonesia, KPI tentunya memiliki kewenangan, tugas, dan kewajiban.

KPI memiliki lima kewenangan yang harus dijalani, yakni (KPI, 2007, para. 3):

1. Menetapkan standar program siaran
2. Menyusun peraturan dan menetapkan pedoman perilaku penyiaran (diusulkan oleh asosiasi atau masyarakat penyiaran kepada KPI)
3. Mengawasi pelaksanaan peraturan dan Pedoman Perilaku Penyiaran serta Standar Program Siaran
4. Memberikan sanksi terhadap pelanggaran peraturan dan Pedoman Perilaku Penyiaran serta Standar Program Siaran
5. Melakukan koordinasi dan atau kerjasama dengan pemerintah, lembaga penyiaran, dan masyarakat

Seperti yang sudah disebutkan di atas, salah satu kewenangan dari KPI adalah memberikan sanksi terhadap yang melanggar peraturan P3SPS. Ketentuan mengenai sanksi administratif atas pelanggaran Pedoman Perilaku Penyiaran diatur dalam Peraturan KPI tentang Standar Program Siaran Pasal 75 Ayat (1) dan Ayat (2). Pasal 75 Ayat (1) dan (2) berbunyi (KPI: P3SPS, 2012, p. 79)

(1) Program siaran yang terbukti secara sah dan meyakinkan melanggar Standar Program Siaran dijatuhkan sanksi administratif oleh KPI.

(2) Sanksi administratif sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) di atas dapat berupa:

- a. teguran tertulis;
- b. penghentian sementara mata acara yang bermasalah setelah melalui tahap tertentu;
- c. pembatasan durasi dan waktu siaran;
- d. denda administratif;
- e. pembekuan kegiatan siaran untuk waktu tertentu;
- f. tidak diberi perpanjangan izin penyelenggaraan penyiaran; atau
- g. pencabutan izin penyelenggaraan penyiaran.

Untuk menentukan pelanggaran apa saja yang pantas dikenai sanksi administratif, hal tersebut dijelaskan Pada BAB XXXI Sanksi Administratif yang terbagi menjadi tiga bagian. Pada Bagian Pertama, hal ini mengatur sanksi berupa teguran tertulis yang diatur secara jelas pada Pasal 79 yang berbunyi (KPI: P3SPS, 2012, p. 81):

(1) Program siaran yang melanggar sebagaimana diatur pada ketentuan Pasal 6; Pasal 7 huruf b, c, dan d; Pasal 8; Pasal 9; Pasal 10 ayat (1); Pasal 11; Pasal 13 ayat (1) dan ayat (2); Pasal 14; Pasal 15; Pasal 16; Pasal 17; Pasal 18 huruf e, g, h, i, j, dan k; Pasal 19; Pasal 20 ayat (3); Pasal 21; Pasal 22;

Pasal 23 huruf d; Pasal 25; Pasal 26; Pasal 27 ayat (2); Pasal 28 ayat (1), ayat (2) dan ayat (3); Pasal 29 ayat (2); Pasal 30 ayat (1) huruf a, b, c, d, e, dan g dan ayat (2); Pasal 31; Pasal 32; Pasal 33 ayat (2), ayat (3), dan ayat (4); Pasal 34 ayat (1) dan ayat (2); Pasal 35 ayat (4); Pasal 36 ayat (4); Pasal 37 ayat (4); Pasal 38 ayat (2); Pasal 39; Pasal 40; Pasal 41; Pasal 42; Pasal 43; Pasal 44; Pasal 45; Pasal 46; Pasal 47; Pasal 49; Pasal 50 huruf a dan c; Pasal 51; Pasal 52; Pasal 53; Pasal 54; Pasal 55 ayat (1) dan ayat (2); Pasal 56; Pasal 58 ayat (1), ayat (2), ayat (3), ayat (4) huruf d, f, g, h, dan ayat (5); Pasal 59; Pasal 60; Pasal 61; Pasal 62; Pasal 65; Pasal 66 ayat (2); Pasal 67; Pasal 68; Pasal 69; Pasal 70; Pasal 71, dikenai sanksi administratif berupa teguran tertulis oleh KPI.

(2) Jangka waktu pengenaan sanksi administratif berupa teguran tertulis pertama dan kedua atas pelanggaran yang dilakukan oleh lembaga penyiaran paling sedikit selama 7 (tujuh) hari kalender.

(3) Dalam hal lembaga penyiaran tidak memperhatikan teguran pertama dan kedua, KPI akan memberikan sanksi administratif lain sebagaimana diatur pada ketentuan Pasal 75 ayat (2).

Sedangkan pada Bagian Kedua, bagian ini mengatur sanksi Penghentian Sementara yang terdapat dalam Pasal 80 yang berbunyi (KPI: P3SPS, 2012, p. 82):

(1) Program siaran yang melanggar sebagaimana diatur pada ketentuan Pasal 7 huruf a; Pasal 18 huruf a, b, c, d, f, dan i; Pasal 20 ayat (1) dan ayat (2); Pasal 23 huruf a, b, c, dan e; Pasal 24; Pasal 28 ayat (4); Pasal 30 ayat (1) huruf f; Pasal 48; Pasal 50 huruf b, d, dan e; Pasal 57; Pasal 58 ayat (4) huruf a, b, c, d, dan e; dan Pasal 70 ayat (2), dikenai sanksi administratif berupa penghentian sementara mata acara yang bermasalah setelah melalui tahap tertentu.

(2) Selama waktu pelaksanaan sanksi administratif penghentian sementara sebagaimana dimaksud pada ayat (1) di atas berlangsung, lembaga penyiaran dilarang menyajikan program siaran dengan format sejenis pada waktu siar yang sama atau waktu yang lain.

(3) Dalam hal lembaga penyiaran tidak melaksanakan ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), setelah diberikan peringatan tertulis, maka program siaran yang mendapat sanksi administratif penghentian sementara tersebut dikenakan sanksi administratif lain sebagaimana diatur dalam ketentuan Pasal 75 ayat (2).

Dan pada bagian ketiga, bagian ini mengatur sanksi Penghentian Sementara yang diatur dalam Pasal 81 sampai Pasal 84 yang berbunyi (KPI: P3SPS, 2012, p. 82-83):

#### Pasal 81

Program siaran iklan niaga yang melebihi 20% (dua puluh persen) dari seluruh waktu siaran per hari sebagaimana dimaksud pada Pasal 58 ayat (2), setelah mendapat teguran tertulis sebanyak 2 (dua) kali, dikenai sanksi administratif berupa denda administratif untuk jasa penyiaran radio paling banyak Rp.100.000.000,- (seratus juta rupiah) dan untuk jasa penyiaran televisi paling banyak Rp.1.000.000.000,- (satu miliar rupiah).

#### Pasal 82

Program siaran iklan rokok yang disiarkan di luar pukul 21.30 – 05.00 waktu setempat sebagaimana dimaksud pada Pasal 59 ayat (1), setelah mendapat teguran tertulis sebanyak 2 (dua) kali, dikenai sanksi administratif berupa denda administratif untuk jasa penyiaran radio paling banyak Rp.100.000.000,- (seratus juta rupiah) dan untuk jasa penyiaran televisi paling banyak Rp.1.000.000.000,- (satu miliar rupiah).

#### Pasal 83

Lembaga penyiaran swasta yang tidak menyediakan waktu siaran untuk program siaran iklan layanan masyarakat paling sedikit 10% (sepuluh per seratus) dari seluruh waktu siaran iklan niaga per hari sebagaimana dimaksud pada Pasal 60 ayat (1), setelah mendapat teguran tertulis sebanyak 2 (dua) kali, dikenai sanksi administratif berupa denda administratif untuk jasa penyiaran radio paling banyak Rp.100.000.000,- (seratus juta rupiah) dan untuk jasa penyiaran televisi paling banyak Rp 1.000.000.000,- (satu miliar rupiah).

#### Pasal 84

Dalam hal lembaga penyiaran swasta tidak melaksanakan denda administratif sebagaimana dimaksud dalam Pasal 81, Pasal 82, dan Pasal 83 dalam jangka waktu 30 (tiga puluh) hari kalender setelah denda administratif dijatuhkan, maka sanksi ditingkatkan menjadi pembekuan kegiatan siaran sampai dipenuhinya kewajiban membayar denda administratif.

Dalam hal ini, pasal yang berkaitan dengan penghormatan hak privasi yakni SPS Pasal 13 dan Pasal 14 hanya tercantum dalam sanksi administratif teguran tertulis saja. Sanksi lainnya seperti penghentian sementara dan denda tidak mencantumkan pasal yang



terkait penghormatan hak privasi di dalamnya sehingga sanksi administratif bagi program yang melanggar Pasal 13 dan Pasal 14 hanya dikenakan sanksi administratif berupa teguran tertulis saja tanpa diberikannya penghentian sementara dan denda ketika sebuah program melakukan pelanggaran yang sama kembali.

### **2.2.5 Program *Talkshow***

Menurut Wibowo (2007) program wicara di televisi atau biasa disebut dengan *The Talk Program* memiliki banyak format, antara lain *voxpop*, kuis, *interview*, baik di dalam studio maupun di luar studio, dan diskusi panel di televisi. Program ini akan memberikan porsi lebih banyak mengenai pembicaraan seseorang atau lebih mengenai sesuatu yang menarik, sedang hangat dibicarakan masyarakat, atau tanya jawab persoalan. Program *talkshow* sendiri terbagi menjadi dua, yakni Program Uraian Pendek atau Pernyataan dan Program Vox Pop Suara Masyarakat (Wibowo, 2007, p. 67):

1. Program uraian pendek atau pernyataan (*The Talk Program*)

Presenter muncul ditengah suatu program feature diantara sajian acara musik, dan di awal satu acara sebagai atau dalam suatu acara cerita menarik yang disajikan secara khusus uraian yang disajikan oleh seorang presenter di dalam acara televisi biasanya sangat pendek.

## 2. Program vox-pop suara masyarakat

Voxpop kependekan dari vox populi dalam istilah Indonesia sebagai “suara masyarakat”. Artinya suatu program yang mengetengahkan pendapat umum tentang suatu masalah. Tujuan dari program ini dapat dibedakan menjadi dua yaitu voxpop sebagai program dan voxpop dalam rangka penelitian (Wibowo, 2007, p. 67)

Voxpop sebagai program mengumpulkan pendapat umum mengenai suatu masalah yang sedang dibahas kepada penonton agar penonton juga dapat mengetahui berbagai macam pendapat dari berbagai macam orang atau grup sehingga dapat dikonfrontir dengan pendapatnya sendiri (Wibowo, 2007, p. 67)

Sedangkan untuk voxpop dengan tujuan dalam rangka penelitian, dapat merupakan umpan balik dalam proses komunikasi mengenai suatu persoalan. Dalam hal ini, masalah bukan saja dibahas sendirian oleh produser melainkan produser juga memperhatikan pula pandangan dari berbagai pihak dengan demikian proses komunikasi berjalan secara wajar (dari dua arah) (Wibowo, 2007, p. 67 & 71).

Latief dan Utud (2015) mengemukakan bahwa *talkshow* merupakan program diskusi atau panel diskusi yang memiliki lebih dari satu pembicara atau narasumber untuk membahas suatu topik

tertentu sehingga topik menjadi daya tarik utama dari program ini (p. 24).

Menurut Wibowo (2007), terdapat tiga permasalahan menarik untuk dibicarakan dalam sebuah *talkshow*, yaitu masalah yang sedang hangat diperbincangkan oleh masyarakat, masalah yang mengandung kontroversi dan konflik di antara masyarakat, dan masalah yang menyangkut kepentingan masyarakat banyak sehingga mereka membutuhkan informasi dan jawaban yang jelas atas permasalahan tersebut (Latief & Utud, 2015, p. 25).

Mantan Redaktur Pelaksana Majalah Femina dan Gatra, Amelia Lusia, mengatakan bahwa program *talkshow* juga dapat dibedakan menjadi dua tipe utama, yaitu *light entertainment* dan *serious discussion* (Latief & Utud, 2015, p. 26):

1. *Light entertainment: talk show* yang menitikberatkan pada unsur sensasi dan drama dengan menampilkan orang-orang tidak terkenal sebagai tamu dengan permasalahan yang kontroversial. Biasanya, acara ini memiliki atmosfer positif, nyaman, ceria, dan disiarkan pada malam hari. Di Indonesia, beberapa contoh program yang bisa diambil adalah ‘The Tonight Show’, ‘Hitam Putih’, ‘Ceriwis’, ‘Sarah Sechan’, ‘Rumpi’, ‘Just Alvin’, dan lain-lain.

2. *Serious discussion*: jenis spesifik *talkshow* yang dilihat berdasarkan materinya. Biasanya, *talkshow* jenis ini memiliki fokus pada topik khusus di bidang politik atau sosial, atau pada seseorang yang sedang menjadi incaran berita pada waktu tersebut. Contohnya seperti program ‘Mata Najwa’, ‘Kick Andy’, ‘Sudut Pandang’, ‘Satu Indonesia’, dan lain-lain.

### **2.2.6 Program *Infotainment***

Latief dan Utud (2015) menjelaskan bahwa *infotainment* berasal dari kata *information* dan *entertainment* yang berarti informasi dan hiburan. Hiburan yang dimaksud adalah berkaitan dengan orang-orang terkenal dalam dunia hiburan. Artinya, *infotainment* merupakan program informasi yang menyajikan berita kehidupan orang-orang terkenal dalam industri hiburan (p. 40).

Di televisi Indonesia sendiri, program *infotainment* cenderung dihasilkan dari stasiun televisi swasta nasional. Contoh-contohnya adalah “KISS”, “Cek N Ricek”, “Silet”, “Intens”, “Go Spot”, “Was-Was”, “Hot Shot”, “Status Selebritis”. “Insert” dan “Seleb & Seleb”. Pada dasarnya, semua konten yang ada pada program *infotainment* sama, tetapi dengan angle dan metode penyajian yang berbeda (Latief & Utud, 2015, p. 40).

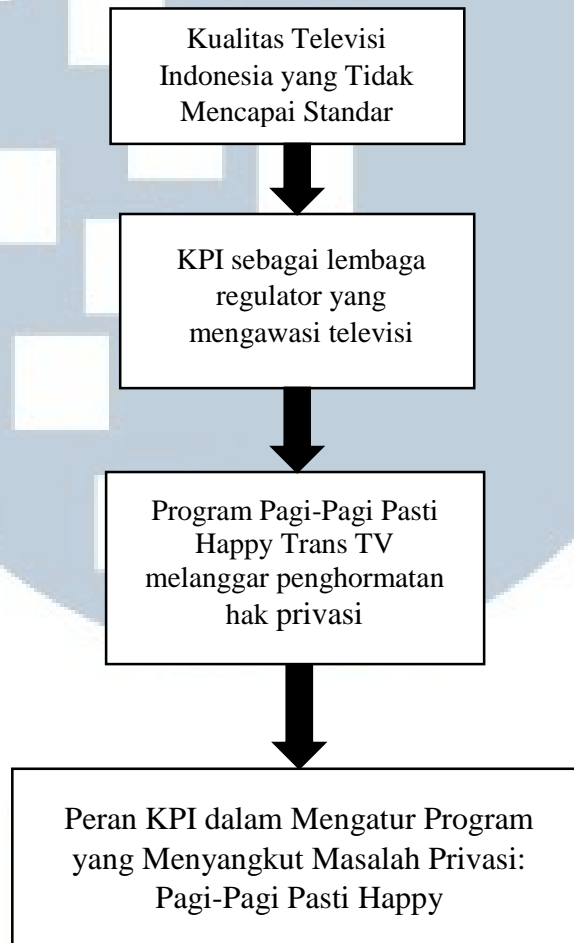
Pada awalnya, program *infotainment* didominasi dengan berita gosip sehingga beberapa selebriti pun banyak yang melakukan protes. Bahkan,

Majelis Ulama Indonesia (MUI) sempat ikut protes terhadap program ini. Akhirnya dengan adanya kesadaran dan pengaruh dan juga campur tangan berbagai pihak, program infotainment tidak lagi menyajikan berita gosip tetapi menjadi program yang memperhatikan kaidah jurnalistik dan regulasi yang berlaku (Latief & Utud, 2015, p. 40).



## 2.3 Alur Penelitian

Bagan 2.1 Alur Penelitian



Sumber: Maulidina, 2018

U  
NIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA