



### **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 I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Informasi telah menjadi kebutuhan manusia masa kini. Televisi merupakan salah satu alat yang membantu kita mendapatkan informasi. Berdasarkan Laporan Penelitian Kajian Perlindungan Konsumen Layanan Internet dan TV Berbayar di Indonesia oleh Badan Perlindungan Konsumen Nasional dan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara (2015, h. 23) 55,7% dari 1.168 responden menonton televisi setiap hari.

Di Indonesia, stasiun televisi pertama didirikan pada 1962 dengan nama Televisi Republik Indonesia (TVRI). Selama bertahun-tahun masyarakat Indonesia hanya dapat menikmati tayangan yang dimonopoli oleh TVRI, akhirnya pada 1987 berdirilah stasiun televisi Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI) yang membuat kehidupan televisi Indonesia mulai beragam.

Pada 1994, televisi berbayar atau kini biasa disebut lembaga penyiaran berlangganan mulai masuk ke Indonesia. Dua produk LPB pertama yang terdapat pada pasar Indonesia adalah Indovision dan First Media (Venture Consulting, Pay TV in Indonesia: Still A Long Road to Travel, 2013, h. 2). Menurut situs Indovision.Asia “Sejarah Berdirinya Indovision TV” (2016, para. 1) PT MNC Sky

Vision, dahulu bernama PT Matahari Lintas Cakrawala, mulai memasarkan produk stasiun televisi satelit berlangganannya yang bernama Indovision pada 1994, sementara First Media baru memulai kegiatan operasionalnya pada 1 Maret 1999. First Media diperkenalkan dengan nama “Kabelvision”, kemudian pada 19 Juni 2007 menggunakan label bisnis “First Media” menurut keterangan pada situs First Media “Sejarah Perusahaan” (2016, para. 6).

Selama ini televisi terestrial Indonesia selalu digunjingkan mengenai konten-kontennya yang kurang berbobot maupun melakukan pelanggaran etika penyiaran. Berdasarkan data dari Rapotivi, sepanjang tahun 2015 hingga Maret 2016 terdapat 170 pengaduan mengenai pelanggaran etika yang dilakukan oleh televisi terestrial Indonesia. Pelanggaran yang paling banyak diadukan ialah terkait kekerasan dengan 38 pengaduan.

Selayaknya televisi terestrial, lembaga penyiaran berlangganan (LPB) pun harus mematuhi regulasi yang berlaku. Berdasarkan peraturan terbaru yakni Peraturan Komisi Penyiaran Indonesia No. 1 tahun 2015 tentang Persyaratan Program Siaran dalam Perizinan dan Penyelenggaraan Lembaga Penyiaran Berlangganan Bab VI Pasal 18 “Isi siaran LPB wajib mengikuti ketentuan tentang LPB dalam P3 dan SPS.”.

Sayangnya, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Fakultas Ilmu Komunikasi UMN dengan BPKN, dari 1.168 responden hanya 167 responden (14.3 %) yang mengetahui bahwa terdapat regulasi terkait televisi berbayar, 1.001

responden (85.7%) lainnya tidak mengetahui adanya regulasi yang mengatur televisi berbayar (2015, h. 32).

Hal ini dapat menjadi salah satu penyebab minimnya pengaduan terkait pelanggaran yang dilakukan oleh penyedia televisi berbayar di Indonesia meski sudah beroperasi selama lebih dari sepuluh tahun.

Berdasarkan Data Pengaduan Mengenai LPB yang dikeluarkan oleh Komisi Penyiaran Indonesia, sepanjang tahun 2015 hanya terdapat 11 pengaduan terkait tayangan LPB. Enam di antaranya mengadukan kekerasan, dua mengadukan pornografi, dua pengaduan tayangan tidak mendidik (tidak spesifik), dan satu pengaduan pendiskreditan golongan tertentu yakni umat Islam. Secara gamblang pada data tersebut, dituliskan bahwa tujuh dari sebelas pengaduan merupakan tayangan Indovision.

Jauh sekali perbedaan pengaduan antara program televisi terestrial dan program saluran siaran asing LPB. Padahal terdapat lebih dari 200 channel yang disiarkan oleh tiap LPB. Banyak operator LPB menawarkan channel-channel yang sama, dan fokus bersaing pada harga. (CASBAA, 2015, h. 4)

Dalam penelitian ini, peneliti hanya fokus pada program siaran saluran asing yang disediakan oleh LPB, karena tayangan saluran terestrial sudah banyak diteliti oleh berbagai pihak. Belum ada badan atau lembaga yang khusus meneliti tayangan-tayangan televisi dari saluran asing, bahkan KPI pun kurang kompeten dalam menjalankan penelitiannya. Berikut adalah jadwal penelitian tayangan televisi berlangganan oleh KPI:

**Gambar 1.1**

**Jadwal Pantauan TV Berlangganan KPI April – Juni 2016**

Jadwal Tayang Di Bagi

Andre. Jadwal pantauan Tv Berlangganan

No	Tanggal	Indovision	First Media	Big TV
1	26-Apr-16	Starworld	M Tv	
2	27-Apr-16	Fashion Tv		MTV Live
3	29-Apr-16	V Channel	Starworld	
4	2 Mei 2016		v Channel	MIX
5	4 Mei 2016	Mtv	Fashion	
6	9 Mei 2016	M Tv	Starworld	
7	12 Mei 2016		Fashion Tv	V Channel
8	16 Mei 2016	Starworld	V Channel	
9	19 Mei 2016	v Channel		MTV Asia
10	23 Mei 2016	Fashion	Mtv	
11	26 Mei 2016	M Tv	Starworld	
12	30 Mei 2016		Fashion Tv	Mix
13	2 Juni 2016	Starworld	V Channel	
14	6 Juni 2016	v Channel		MTV Asia
15	9 Juni 2016	Fashion	Mtv	

Nani Jadwal pantauan Tv Berlangganan

**Sumber: Catatan Staf Penelitian KPI (Ale)**

KPI hanya meneliti dua channel tiap minggunya, padahal ada lebih dari 100 channel pada tiap LPB. Dan tidak dijelaskan alasan pemilihan channel tersebut.

Berdasarkan data yang peneliti terima dari Administration Officer Asosiasi Penyelenggaraan Multimedia Indonesia (APMI), Rio Pancaputra, hingga tanggal 10 Mei 2016 tercatat ada 31 LPB sebagai anggota APMI.

**Tabel 1.1**

**Anggota Asosiasi Penyelenggara Multimedia Indonesia**

No.	Anggota APMI
1	PT MULTIMEDIA NUSANTARA
2	PT. TELKOM DIVISI Digital Serv
3	PT. INDOSAT MEGA MEDIA (IM2)
4	PT. INDONUSA TELEMEDIA (Trans)
5	PT. MNC Sky Vision (Indovision)
6	PT. First Media
7	PT. DIGITAL VISION NUSANTARA (K-vision)
8	PT Infokom Elektrindo
9	PT. HUTCHISON 3 Indonesia
10	PT. Mediatama Anugrah Citra (Nex Media)
11	PT. MEDIA NUSANTARA CITRA
12	PT MNC Media Kabel
13	PT. INFOMEDIA NUSANTARA
14	PT. INDOSAT, Tbk
15	PT. Karya Kreatif Bersama (TOPAS TV)
16	Binus Internasional
17	PT.Mythic Perspektif Indonesia

	(Altermyth Studio)
18	Main Game
19	PT. Fasindo Jaya Kabel TV
20	PT. Indonesia Broadband Comm
21	PT Nusantara Vision (OK TV)
22	PT Karya Megah Adi jata (AORA TV)
23	PT Cipta Skynindo (Cipta Skynindo Tv)
24	BTC Bina Nusantara
25	PT. Biznet Multimedia (Biznet TV)
26	PT HELLOMOTION KORPORA Indonesia
27	PT NADA CIPTA RAYA
28	PT Kojo Anima
29	PT Indonesia Media TV
30	PT Mega Media Indonesia (Orange TV)
31	PT Irama Mitra Media

**Sumber: Arsip APMI**

Hingga tahun 2008, Indovision, First Media, Telkom Vision, Indosat M2, dan Astro merupakan lima besar penyelenggara televisi berlangganan di Indonesia. (Filia, 2008, h. 43). Pada 2013, jumlah pelanggan televisi berbayar di Indonesia mencapai 2.440.000 dan 70% -nya merupakan pelanggan MNC Sky Vision. Berdasarkan data dari Media Partners Asia, per Maret 2013 71 persen pelanggan

Sky Vision, 38%-nya merupakan pelanggan Indovision, 24% Top TV, 9% Okevision.

Indovision merupakan salah satu LPB pertama yang ada di Indonesia, memiliki banyak pelanggan, dan mendominasi data pengaduan mengenai LPB tahun 2015 yang dikeluarkan oleh KPI.

Indovision memiliki 142 saluran, lebih dari 80% salurannya (118 saluran) merupakan saluran siaran asing. Hal tersebut menandakan bahwa program-program saluran siaran asing pada lembaga penyiaran berlangganan Indovision mendominasi tayangan jika dibandingkan dengan saluran siaran lokal.

Atas dasar data dari Media Partners Asia, data pengaduan mengenai LPB dari KPI, dan sedikitnya masyarakat yang tahu mengenai adanya regulasi terkait LPB, maka peneliti memutuskan untuk menjadikan pelanggaran saluran siaran asing Indovision menjadi objek penelitian.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Apa saja bentuk pelanggaran standar program siaran dalam tayangan saluran siaran asing di Indovision?



### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui proporsi bentuk pelanggaran berdasarkan indikator bab mengenai kekerasan, bab terkait seksualitas, dan bab terkait penayangan klasifikasi program dalam standar program siaran
2. Mengetahui proporsi bentuk pelanggaran berdasarkan jenis tayangan

### **1.4 Signifikansi Penelitian**

#### **1.4.1 Signifikansi Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu terkait pelanggaran SPS dan penelitian terkait televisi berlangganan/berbayar di Indonesia.

Penelitian ini juga diharapkan mampu melengkapi penelitian dosen-dosen Fakultas Ilmu Komunikasi UMN terkait televisi berbayar. Penelitian tersebut membahas dari segi hak konsumen, sementara penelitian ini membahas dari segi regulasi standar program siaran yang dilanggar oleh salah satu penyedia layanan tv berbayar (LPB).

#### **1.4.2 Signifikansi Praktis**

Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini, masyarakat Indonesia lebih menaruh perhatian terhadap konten-konten yang ditayangkan oleh lembaga penyiaran berlangganan/berbayar di Indonesia.

Dan dengan diadakannya penelitian ini, peneliti berharap Komisi Penyiaran Indonesia dapat segera membuat regulasi yang lebih komprehensif terkait lembaga penyiaran berlangganan/berbayar di Indonesia.

