



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

Dalam tiap penelitian, tentu peneliti wajib mencari referensi penelitian terdahulu guna mempelajari dan membandingkan teori, metode, maupun jenis penelitian antara penelitian yang telah dilaksanakan dengan penelitian yang akan dilakukan. Peneliti juga bisa mendapatkan sudut pandang lain akan suatu penelitian dengan bertambahnya referensi yang dimilikinya dengan membaca penelitian-penelitian terdahulu.

Sayangnya, penelitian terkait layanan penyedia berlangganan masih sangat terbatas, bahkan belum ada yang membahas mengenai pelanggaran standar program siaran LPB. Dari hasil observasi, peneliti menemukan dua penelitian terkait LPB dari sisi marketing. Namun kedua penelitian itu tidak dapat peneliti jadikan penelitian terdahulu karena kurangnya akses ke hasil dua penelitian tersebut. Peneliti telah menghubungi kedua peneliti yang bersangkutan namun hingga penelitian ini selesai, belum ada respon apapun dari kedua peneliti tersebut.

Selama melakukan pengumpulan data sekunder, peneliti memilih dua penelitian untuk dijadikan sumber penelitian terdahulu. Sumber pertama adalah penelitian yang dilakukan oleh Dosen-Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara dengan Badan Perlindungan Konsumen

Nasional dengan judul “*Kajian Perlindungan Konsumen Layanan Internet dan TV Berbayar di Indonesia*”.

Penelitian ini dilatarbelakangi pesatnya peningkatan pelanggan internet dan TV berbayar di Indonesia namun tak diikuti dengan meningkatnya kualitas layanan. Pendekatan kuantitatif dan kualitatif digunakan dalam penelitian ini. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk memperoleh data-data primer di lapangan. Survei, penentuan sampel dari populasi, dan penggunaan kuisioner merupakan pendekatan-pendekatan kuantitatif yang dilakukan dalam penelitian ini. Teknik penarikan sampling menggunakan *purposive sampling*.

Sementara, pendekatan kualitatif digunakan untuk wawancara mendalam dengan beberapa informan, yakni Enda Nasution (*Blogger*), Muhammad Andy Zaky (Dewan Teknologi Nasional), Jamalul Izza (Ketua Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia), dan Faisal Ershad (Presiden *Indonesia Cable TV Association*).

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *customer relationship management* oleh Buttle, IDIC Implementation Process (Identify Customers, Differentiate them, Interact with them, and Customize) oleh Peppers dan Rogers, dan konsep *The Six Satisfaction Elements* dari Wellington.

Teori IDIC digunakan untuk mengenali permasalahan yang ada pada pelanggan, sehingga perusahaan (dan juga pemerintah sebagai regulator) akan mendapatkan masukan dan evaluasi untuk langkah-langkah selanjutnya.

Konsep *The Six Satisfaction Elements* dari Wellington digunakan sebagai landasan peneliti dalam menyusun pertanyaan untuk survei yang kemudian disebarakan secara daring. Keenam elemen tersebut adalah (1) *The product or service*; (2) *Sales*; (3) *Aftersales*; (4) *Location*; (5) *Time*; dan (6) *Culture*.

Hasil penelitian antara UMN dan BPKN tahun 2015 ini menunjukkan bahwa perlindungan hukum bagi pengguna jasa internet di Indonesia memiliki banyak kelemahan dalam pelaksanaan undang-undang perlindungan terhadap konsumen. Hal ini dilihat dari banyaknya konsumen yang belum mendapatkan hak-haknya, seperti: hak perihal pemasangan, kecepatan, paket harga, ganti rugi, dll.

Penelitian ini juga menunjukkan beberapa problematika terkait TV berbayar, antara lain penyalahgunaan izin siaran, operator tv kabel ilegal, proses berlangganan yang tidak sesuai perjanjian/promosi, proses layanan *customer service* yang tidak sesuai harapan, gangguan konten dan pengelasan kontrak yang kabar, dan proses berhenti berlangganan dipersulit.

Dari aspek regulasi, hasil penelitian menunjukkan bahwa UU penyiaran lebih banyak mengatur tentang lembaga penyiaran berlangganan dari sisi provider dalam hal penyelenggaraan baik dari aspek definisi penyelenggara hingga aspek isi (muatan). Hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha masih utamanya mengacu pada UU No. 8 Tahun 1999. Dengan demikian, UU maupun Peraturan pemerintah belum menunjukkan kewajiban penyelenggara penyiaran dalam hal pelayanan konsumen.

Peneliti menggunakan hasil penelitian antara BPKN dengan UMN ini sebagai latar belakang penelitian. Hasil penelitian yang dikutip antara lain jumlah responden yang menonton televisi setiap hari dan jumlah responden yang mengetahui adanya regulasi terkait televisi berbayar.

Sumber berikutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Adeline Wahyu Dewanty dengan judul “Pelanggaran Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS) dalam Sinetron Ganteng-Ganteng Serigala”.

Teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah televisi sebagai media massa dan media hiburan, sejarah dan perkembangan sinetron di Indonesia, P3SPS, dan etika media massa (*Content Media and Juveniles; Stereotypes in Media Communications*).

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis isi deskriptif. Analisis deskriptif adalah analisis isi yang dimaksudkan untuk menggambarkan secara detail suatu pesan, atau suatu teks tertentu. Desain analisis ini tidak dimaksudkan untuk menguji suatu hipotesis tertentu, atau menguji hubungan di antara variabel.

Populasi untuk penelitian ini adalah Sinetron Ganteng-Ganteng Serigala yang tayang di stasiun televisi SCTV. Populasi sarannya adalah seluruh episode Sinetron Ganteng-Ganteng Serigala mulai dari episode pertama hingga episode yang mendapat teguran tertulis kedua dari KPI, yaitu episode 40.

Penelitian ini menggunakan penarikan sampel acak sistematis. Dari 40 episode yang diambil, nantinya akan dipilih secara sistematis 20 episode. Peneliti

memilih menggunakan 20 episode karena mempertimbangkan medium dan periode waktunya. Peneliti mempunyai keterbatasan dalam menjangkau semua isu atau kasus, sehingga membatasi pada isu atau kasus tertentu saja.

Berdasarkan hasil penelitian analisis isi terhadap Sinetron Ganteng-Ganteng Serigala, maka dapat disimpulkan bahwa Sinetron Ganteng-Ganteng Serigala terbukti melakukan Pelanggaran Pedoman Perilaku dan Standar Program Siaran (P3SPS).

Dari 20 episode yang dianalisis, peneliti kemudian menarik jumlah frekuensi ADA PELANGGARAN tertinggi berdasarkan lima kategori yang digunakan oleh peneliti. Kemudian dari kelima kategori tersebut, ditemukan tiga indikator dengan jumlah frekuensi pelanggaran yang sama, yaitu 20 dari 20 episode yang diteliti sebagai sampel. Indikator-indikator tersebut berasal dari BAB X Perlindungan Kepada Anak, BAB XI Perlindungan Kepada Orang dan Masyarakat Tertentu, serta BAB XIII Pelarangan dan Pembatasan Kekerasan. Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa Sinetron Ganteng-Ganteng Serigala terbukti melanggar P3SPS baik dari segi verbal maupun non-verbal. Pelanggaran verbal maupun non-verbal bisa ditemukan hampir di semua episode sinetron tersebut.

Peneliti menggunakan penelitian Adeline sebagai acuan sifat penelitian, metode penelitian, dan pendekatan penelitian. Teori dan konsep pun sama-sama menggunakan P3SPS. Perbedaannya adalah Adeline fokus meneliti pelanggaran yang terdapat pada sinetron Ganteng-Ganteng Serigala, sementara peneliti meneliti ada atau tidaknya pelanggaran yang terdapat pada program-program siaran saluran

asing di Indovision. Perbedaan lainnya ialah tabel operasionalisasi konsep. Pada penelitian Adeline, indikator-indikatornya adalah pelanggaran terhadap penghormatan norma kesopanan dan kesusilaan, pelanggaran terhadap perlindungan kepada anak, pelanggaran perlindungan kepada orang dan masyarakat tertentu, pelanggaran pelanggaran dan pembatasan seksualitas, dan pelanggaran pelanggaran dan pembatasan kekerasan. Pada penelitian yang akan peneliti lakukan, indikator-indikatornya adalah bab yang khusus membahas tayangan program atau isi siaran saluran asing di SPS.

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

Nama atau Lembaga Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Teori yang digunakan	Tujuan Penelitian
Dosen- Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi	Kajian Perlindungan Kosumen Layanan Internet dan	Pendekatan kuantitatif: survei, penentuan sampel dari	Customer Relationship Managment oleh Buttle 1. IDIC Implementation	1.Mendapatkan data lengkap tentang berbagai

Universitas Multimedia Nusantara dan Badan Perlindungan Konsumen Nasional	TV Berbayar di Indonesia	populasi, dan kuisisioner. Pendekatan kualitatif: wawancara.	Process Peppers Rogers 2. The Satisfaction Elements Wellington	oleh dan oleh	produk layanan internet dan TV Berbayar. 2. Mengetahui problematika penggunaan layanan internet dan TV Berbayar. 3. Mengidentifikas i data tentang peraturan perundang- undangan terkait Layanan Internet dan TV Berbayar. 4. Mendapatkan data seberapa besar peran
---	-----------------------------	--	--	---------------------	---

				pemerintah terkait dengan perlindungan konsumen Layanan Internet dan TV Berbayar serta aturan pendukungnya.
Adeline Wahyu Dewanty	Pelanggaran Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS) dalam Sinetron Ganteng-	1. Analisis isi deskriptif	1. Televisi sebagai media massa dan media hiburan 2. Sejarah dan perkembangan sinetron di Indonesia 3. P3SPS 4. Etika Media Massa (Content Media and	Menemukan bentuk-bentuk pelanggaran P3SPS yang dilakukan dalam sinetron Ganteng- Ganteng Serigala.

Ganteng

Serigala

Juveniles;

Stereotypes in

Media

Comunications)

2.2. Lembaga Penyiaran Berlangganan Dalam Sistem Penyiaran Televisi di Indonesia

Menurut John Vivian dalam buku *The Media of Mass Communication 8th Edition*, sistem penyiaran televisi terbagi menjadi tiga, yaitu *over-air stations*, *cable systems*, dan *satellite-direct*.

Di Indonesia, kita biasa menyebut *over-air stations* sebagai *free-to-air tv*. Sistem ini menggunakan menara untuk mengirimkan sinyal ke rumah-rumah yang memiliki antena untuk menangkap siaran sinyal tersebut.

Sistem kabel menggunakan jaringan kabel serat optik untuk mengirimkan lebih banyak data dan gambar yang tajam. Serat optik membawa sinyal-sinyal yang kemudian membentuk gambar di televisi.

Pada sistem *satellite-direct* di Indonesia, pihak distributor mengambil sinyal dari satelit yang berada di orbit kemudian menguatkan dan mengirimkan sinyal kembali ke bumi, dan kemudian diterima oleh para pengguna jasa layanan tv satelit. Pihak distributor pun tidak sembarang bisa

mengambil sinyal, harus ada perjanjian antara distributor di Indonesia dengan jasa penyedia siaran yang tayangannya diminta oleh distributor.

Secara umum, para penyedia layanan penyiaran berlangganan di Indonesia mengambil model media massa isi-distribusi. Model ini membagi fungsi media menjadi fungsi kreasi (penciptaan) pesan dan distribusi pesan (Vivian, 2008, h. 18).

2.2.1 Sejarah dan Perkembangan LPB di Indonesia

Pada 1988, PT Media Nusantara Citra (MNC) mendirikan anak perusahaan bernama Skyvision yang khusus beroperasi dalam televisi berbayar yang sering pula disebut televisi berlangganan. Namun baru pada 1994 Skyvision meluncurkan produk televisi berlangganannya yang bernama Indovision (Sasongko, 2011, h.5).

Sebagai pelopor televisi berlangganan di Indonesia, Indovision menggunakan teknologi satelit Palapa C-2 yang belum mampu merambah pasar secara luas karena harganya masih tergolong mahal, sehingga pelanggannya pun sebagian besar masyarakat golongan menengah ke atas.

Tak lama kemudian, beredarlah Kabelvision dan Digital sebagai dua merek dagang penyedia layanan televisi berlangganan di Indonesia yang diluncurkan oleh PT Broadband Multimedia (Arga, 2008, h. 43). Perbedaan kedua LPB ini adalah Kabelvision menggunakan teknologi platform analog, sementara Digital menggunakan platform digital.

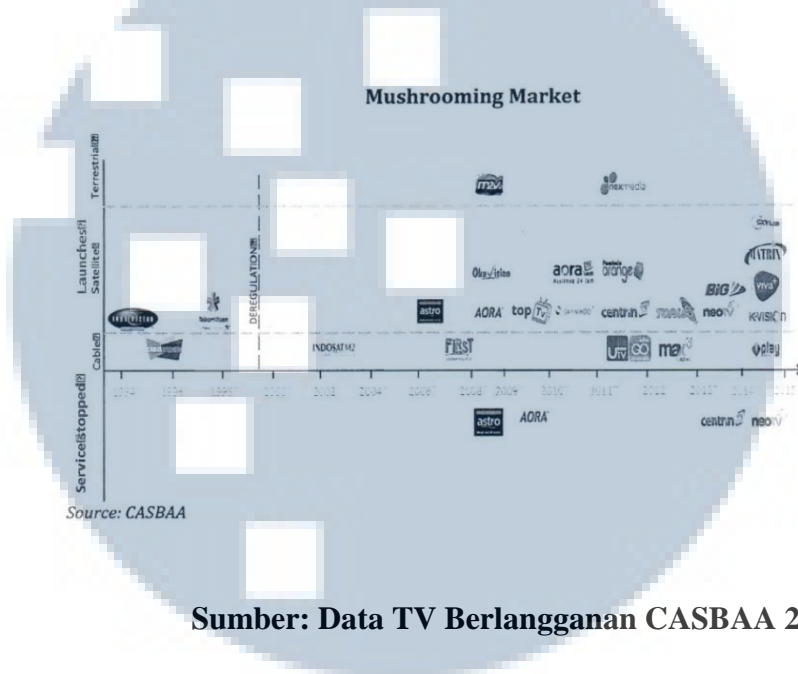
Pada 1999, hadirlah Telkomvision, produk PT Indonusa Telemedia, anak perusahaan PT Telekomunikasi Indonesia. PT Indosat Mega Media pun tertarik meluncurkan produk televisi berlangganan, hingga pada tahun 2000 meluncurkan LPB dengan merek dagang Indosat M2.

Enam tahun kemudian, PT Direct Vision bekerjasama dengan Astro All Asia Network asal Malaysia, membuka cabang televisi berlangganan di Indonesia dengan merek dagang Astro Nusantara. Hingga pada 20 Oktober 2008, Astro berhenti siaran karena lisensi penggunaan merek dagang mereka telah berakhir. Saham PT Direct Vision dimiliki 80% oleh PT Citra Ayunda yang sahamnya dipegang penuh oleh Lippo Group. Lippo Group pun memiliki anak perusahaan yang bergerak di bidang LPB dengan merek dagang First Media. Sebelumnya, PT First Media Tbk bernama PT Broadband Multimedia Tbk dan didirikan pada 1 Juni 2007.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Gambar 2.1

Pertumbuhan Lembaga Penyiaran Berlangganan



Sumber: Data TV Berlangganan CASBAA 2015

Di Indonesia terdapat dua organisasi yang menghimpun dan membantu pemerintah dalam mengatur televisi kabel dan satelit. Dua organisasi itu adalah Asosiasi Penyelenggara Media Indonesia (APMI) dan Indonesia Cable Tv Association (ICTA). Hingga tahun 2015, tercatat terdapat 31 anggota APMI dan 172 anggota ICTA.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Tabel 2.2

Anggota APMI

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

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Gambar 2.2

Anggota ICTA



No	Nama PT	Kota	Provinsi
1	PT. Mimoza Multimedia	Gorontalo	Gorontalo
2	PT. Citra Prima Media	Makassar	Sulawesi Selatan
3	PT. Pilar Mediatama	Petamburan	Jakarta
4	PT. Mitra Vision Balikpapan	Balikpapan	Kalimantan Timur
5	PT. Krista Rafi Nusantara	Gresik	Jawa Timur
6	PT. Borneo Visual Multimedia Pro	Balikpapan	Kalimantan Timur
7	PT. Makassar Multimedia Digital Sistem	Makassar	Sulawesi Selatan
8	PT. Bulukumba Citra Visual	Bulukumba	Sulawesi Selatan
9	PT. Kalimantan Multimedia	Banjarmasin	Kalimantan Selatan
10	PT. Amaço Media Nusantara	Banjarbaru	Kalimantan Selatan
11	PT. Pesona Visual mandiri	Pangkal Pinang	Bangka Belitung
12	PT. Mandala Haji Vision	Bandung	Jawa Barat
13	PT. Surya TV Cable Tenggara	Tenggarong	Kalimantan Timur
14	PT. Shinta Buana Vision	Pangkalan Bun	Kalimantan Tengah
15	PT. Taksa Multimedia	Labuhan Batu	Sumatera Utara
16	PT. Panam Mitra Media	Pekanbaru	Riau
17	PT. Marsindo Media	Gresik	Jawa Timur
18	PT. Andalas Mitra Media	Padang	Sumatera Barat
19	PT. Sigma Cakrawala Multimedia	Siantar	Sumatera Utara
20	PT. Mitra Java Multimedia	Kediri	Jawa Timur
21	PT. Sriwijaya Mitra Media	Palembang	Sumatera Selatan
22	PT. Sidimpuan Multimedia	Padangsidimpuan	Sumatera Barat
23	PT. Bintang Multimedia	Tanjung Pinang	Kepulauan Riau
24	PT. Citra Cirebon Vision	Subang	Jawa Barat
25	PT. Citra Celebas Multimedia	Purwakarta	Jawa Barat
26	PT. Mitra Banten Multimedia	Banten	Banten
27	PT. Yusma Vision Pare	Pare-pare	Sulawesi Selatan
28	PT. Palanro Indah Nusantara	Pangkep	Sulawesi Selatan
29	PT. Mitra Visual Mandiri	Palopo	Sulawesi Selatan
30	PT. Mega Multimedia	Pontianak Utara	Kalimantan Barat
31	PT. Dwi Mitra Subulussalam TV (DMS TV)	Subulussalam - Singkil	Aceh
32	PT. Gayo Vision	Takengon	Aceh Tengah
33	PT. Mitra Mataram Multimedia	Mataram	NTB
34	PT. Gowa Vision	Gowa	Sumatera Utara
35	PT. Recyl Multimedia 153	Siantar	Sumatera Utara
36	PT. Irama Mitra Media	Padang	Sumatera Barat
37	PT. Denai Kabel Mandiri	Payakumbuh Utara	Sumatera Barat
38	PT. Asia Panca Mandiri	Pekanbaru	Riau
39	PT. Batanghari Vision	Jambi	Jambi
40	PT. Andalaz Cavis	Duri	Riau
41	PT. Saluran Bintang Ceria (SBCTV)	Bintang	Kepulauan Riau
42	PT. Inti Jaya Global (Raja Vision)	Balaraja	Banten
43	PT. Manado Sulut Digital	Manado	Sulawesi Utara
44	PT. Malang Multimedia Mandiri	Malang	Jawa Timur

45	PT. Pawan Surya Televisi (PSTV)	Ketapang	Kalimantan Barat
46	PT. Permata Citra Kahayan	Palangkaraya	Kalimantan Tengah
47	PT. Handep Mitra Visual	Kasongan	Kalimantan Tengah
48	PT. Batara Pro Multimedia	Muara Teweh	Kalimantan Tengah
49	PT. Karya Lintas Multimedia	Puruk Cahu	Kalimantan Tengah
50	PT. Rizky Ardistyia Multimedia	Sampit	Kalimantan Tengah
51	PT. Kapuas Multimedia	Kuala Kapuas	Kalimantan Tengah
52	PT. Raph Timor Jaya	Kupang	NTT
53	PT. Karias Connect Vision	Amuntai	Kalimantan Selatan
54	PT. Anggrek Vision Mediatama	Tanjung Tabalong	Kalimantan Selatan
55	PT. Haji Oggi Multimedia	Amuntai	Kalimantan Selatan
56	PT. Tele Panca Multi Media	Batulicin	Kalimantan Selatan
57	PT. Media Rantau Nusantara	Tapin	Kalimantan Selatan
58	PT. Paser Media	Tanah Grogot	Kalimantan Timur
59	PT. Ivan Sembilan Satu Corpora	Solok	Sumatera Barat
60	PT. Berau Vision	Paser	Kalimantan Timur
61	PT. Surya Paguntaka	Tarakan Barat	Kalimantan Utara
62	PT. Yasifat TV media	Bontang	Kalimantan Timur
63	PT. Mekar Vision	Pekanbaru	Riau
64	PT. Anugrah Khasy Fachreza	Bangko	Jambi
65	PT. Palu Perdana Telemedia	Palu	Sulawesi Tengah
66	PT. Ujung Pero TV Kabel	Sengkang	Sulawesi Selatan
67	PT. Malomo Vision	Sidrap	Sulawesi Selatan
68	PT. Citra Maspuj Vision	Enrekang	Sulawesi Selatan
69	PT. Amboina Multimedia	Ambon	Maluku
70	PT. Palapa Net Vision	Tarakan	Kalimantan Utara
71	PT. Aneka Vision	Dumai	Riau
72	PT. Bahari Media Televisi	Rengat	Riau
73	PT. Bareleng Vision	Batam	Kepulauan Riau
74	PT. Batam Cable Vision	Batam	Kepulauan Riau
75	PT. Bengkulu Multimedia	Bengkulu	Bengkulu
76	PT. Bintang Cakrawala Network	Batam	Kepulauan Riau
77	PT. Borneo MultiMedia	Pontianak	Kalimantan Barat
78	PT. Borneo MultiMedia	Kota Baru	Kalimantan Selatan
79	PT. Bungo Multimedia	Muara Bungo	Jambi
80	PT. Cahaya Sambas Multimedia	Sambas	Kalimantan Barat
81	PT. Dunia Digital Selaras	Biak	Papua
82	PT. Ginta	Pasir Panagrian	Riau
83	PT. Aidea Vision	Tembilahan	Riau
84	PT. Jalur Media Abadi	Talok Kuantan	Riau
85	PT. Maulana Mitra Media	Tanjung Balai Karimun	Kepulauan Riau
86	PT. Meranti Vision	Meranti	Riau
87	PT. Merauke Citra Televisi	Merauke	Papua
88	PT. Minang Saluran Ceria	Bukut Tinggi	Sumatera Barat
89	PT. Multi Media Sentral	Perawang	Riau
90	PT. Mitra Kabel Sidrap	Sidrap	Sulawesi Selatan
91	PT. Cahaya Ratna Group	Siak	Riau
92	PT. Papua Vision	Wamena	Jayapura
93	PT. Relyzha Vision	Tembilahan	Riau
94	PT. Rohil Media Kabel	Rokan Hilir	Riau

95	PT. Toraja Media Mandiri	Toraja	Sulawesi Selatan
96	PT. Thunggal Manise Vision	Ambon	Maluku
97	PT. Mega Hijrah Mattappa	Samarinda	Kalimantan Timur
98	PT. Jambi Vision	Jambi	Jambi
99	PT. Aspetika Manasa Sulut	Manado	Sulawesi Utara
100	PT. Hikmah Multivision	Pamekasan	Jawa Timur
101	PT. Klojen	Lumajang	Jawa Timur
102	PT. Bamega Visual	Kota Baru	Kalimantan Selatan
103	PT. Cahaya Pesona Sampit	Sampit	Kalimantan Tengah
104	PT. Fahri Buana Kabel	Nabire	Papua
105	PT. Lembang Selayar Kabel Vision	Kepulauan Selayar	Sulawesi Selatan
106	PT. Media Surya Pratama	Makassar	Sulawesi Selatan
107	PT. Jember Vision	Jember	Jawa Timur
108	PT. Tepian Multimedia	Samarinda	Kalimantan Timur
109	PT. Global Mojo Multimedia	Kota Mojokerto	Jawa Timur
110	PT. Cendrawasih Wiputra Mandiri	Sorong	Papua Barat
111	PT. Duta Vision Kabelindo	Sorong	Papua Barat
112	PT. Lintas Asahan Multimedia	Asahan	Sumatera Utara
113	PT. Sigma Ultra Media	Bau-Bau	Sulawesi Tenggara
114	PT. Rembang Vision Satu	Rembang	Jawa Tengah
115	PT. Ujung Batu Media Satelit	Rokan Hulu	Riau
116	PT. Radja Anambas Bersinar	Tanjung Pinang	Kepulauan Riau
117	PT. Babel Media	Sungailiat	Bangka Belitung
118	PT. Pengabuan Visual Mandiri	Jambi	Jambi
119	PT. Plus Media	Lumajang	Jawa Timur
120	PT. Batusangkar Multimedia	Tanah Datar	Sumatera Barat
121	PT. Berkah Media Kusuma Vision	Pati	Jawa Tengah
122	PT. Seven Vision	Pontianak	Kalimantan Barat
123	PT. Media Gemilang Televisi	Sekadau	Kalimantan Barat
124	PT. Nafiri	Sungai Pinyuh	Kalimantan Barat
125	PT. Mulia Mas Multi Mandiri	Nanga Pinoh	Kalimantan Barat
126	PT. Pesona Nusa Vision	Cilacap	Jawa Tengah
127	PT. Madura Jaya	Madura	Jawa Timur
128	PT. Resik Telemedia	Tasikmalaya	Jawa Barat
129	PT. Kabanjahe Vision	Kabanjahe	Sumatera Utara
130	PT. Mori Raya	Kutai Timur	Kalimantan Timur
131	PT. Tebing Multimedia	Tebing Tinggi	Sumatera Utara
132	PT. Kalbar Media Vision	Singkawang	Kalimantan Barat
133	PT. Annur Vision Barabai	Hulu Sungai Tengah	Kalimantan Selatan
134	PT. Pohuwato Transmedia	Gorontalo	Gorontalo
135	PT. Bengawan Cable Vision	Surakarta	Jawa Tengah
136	PT. Tibung Raya Multimedia	Tibung Raya	Kalimantan Selatan
137	PT. Bolmut Multi Media	Manado	Sulawesi Utara
138	PT. Sol Media	Batam	Kepulauan Riau
139	PT. Alpha Media Indragiri	Tembilahan	Riau
140	PT. Indragiri Vision Terpadu	Tembilahan Hulu	Riau
141	PT. Cahaya Rahmat Jaya	Tembilahan	Riau
142	PT. Siantar Multimedia	Siantar	Sumatera Utara
143	PT. Dian Fahriany	Makassar	Sulawesi Selatan
144	PT. Cahaya Muhibbin Multimedia	Banjarmasin	Kalimantan Selatan

- 145	PT. Keluarga Televisi	Selayar	Sulawesi Selatan
- 146	PT. Media Cakrawala Nusantara	Magelang	Jawa Tengah
- 147	PT. Multy Citra Nusantara	Medan	Sumatera Utara
- 148	PT. Cipta Puja Mandiri	Lhokseumawe	Aceh
- 149	PT. Matahari Mega Mandiri	Palu	Sulawesi Tengah
- 150	PT. Jogja Medianet	Yogyakarta	Yogyakarta
- 151	PT. Barito Vision	Muara Teweh	Kalimantan Tengah
- 152	PT. Aceh Skynet Vision	Banda Aceh	NAD
- 153	PT. Budi Seruyan Cable Vision	Seruyan	Kalimantan Tengah
- 154	PT. Mekar Jaya Vision	Pulau Kijang	Riau
- 155	PT. Lampung Mitra Media	Bandar Lampung	Lampung
156	PT. Dairi Vision	Dairi	Sumatera Utara
- 157	PT. Wawa Ungaran Visi Utama	Semarang	Jawa Tengah
- 158	PT. AmanahCabelle Agara	Kutacane	Aceh
159	PT. Sumekar Multivision	Sumenep	Jawa Timur
- 160	PT. Adara Media Kandis	Siak	Riau
161	PT. Televisi Kabel Mandiri	Rokan Hilir	Riau
- 162	PT. Raja Alya Pratama Multivision	Simeleu	Aceh
- 163	PT. Ardia Mediatama	Kepulauan Meranti	Riau
164	PT. Kia Vision	Tanah Bumbu	Kalimantan Selatan
165	PT. Bintang Paraikatte Jaya	kab. Sorong (Aimas)	Papua Barat
166	PT. Duta Vision Wosindo	Manokwari	Papua Barat
167	PT. Rizki Papua Mandiri	sorong	Papua Barat
168	PT. Sukamara Barinjam Broadcast	Sukamara	Kalimantan Tengah
169	PT. Lamandau Media TV	Lamandau	Kalimantan Tengah
170	PT. Nusantara Jaya Media Televisi	Magelang	Jawa Tengah
171	PT. Maxxnet Elde Hawe	Serang	Banten
172	PT. Atlas Global Media	Demak	Jawa Tengah

Per tanggal 27 April 2016

- *) PT yang ditandai (-) berlangganan 10 channel dari ICTA, yaitu:
- 1) 2 living
 - 2) 2 hiburan
 - 3) 2 bioskop
 - 4) Discovery channel
 - 5) Animal Planet
 - 6) Dmax
 - 7) Cinema world
 - 8) Ani plus
 - 9) American Movie Classic
 - 10) Asian Food Channel
- *) Rata-rata pelanggan per PT ± 1.000

Sumber: Arsip ICTA

2.3 Regulasi Lembaga Penyiaran Berlangganan di Indonesia

Teknologi komunikasi dan informasi terus berkembang, membuat masyarakat menuntut hak yang semakin besar untuk mengetahui dan memperoleh informasi. Perkembangan tersebut juga membawa perubahan dalam dunia penyiaran, termasuk di Indonesia.

Hadirnya lembaga-lembaga penyiaran berlangganan memungkinkan masyarakat Indonesia mendapatkan informasi tak hanya dari televisi maupun radio terestrial. Menjamurnya lembaga penyiaran berlangganan sejak awal tahun 2000 membuat pemerintah merasa perlu peraturan yang dibuat secara khusus mengenai lembaga penyiaran berlangganan.

Pada Peraturan Pemerintah Nomor 52 Tahun 2005 tentang Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Penyiaran Berlangganan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2005 Nomor 129, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4568) pasal 18 ayat (6) disebutkan bahwa “Isi siaran wajib mengikuti Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran yang dibuat dan ditetapkan oleh KPI khusus untuk Lembaga Penyiaran Berlangganan.”

Standar Program Siaran atau biasa disingkat SPS merupakan standar isi siaran yang berisi tentang batasan-batasan, pelanggaran, kewajiban, dan

pengaturan penyiaran, serta sanksi berdasarkan Pedoman Perilaku Penyiaran (P3) yang ditetapkan oleh KPI (SPS, 2012, Bab 1 Pasal 1).

Peneliti tidak menggunakan pasal-pasal di P3 karena tujuan P3 adalah memberikan arah dan tujuan, serta menjadi dasar bagi penyusunan SPS. Sementara tujuan SPS adalah untuk mengatur program siaran, sehingga lebih rinci dibanding P3.

Dalam P3SPS tahun 2012 disebutkan bahwa “Lembaga penyiaran adalah penyelenggara penyiaran, baik lembaga penyiaran publik, lembaga penyiaran swasta, lembaga penyiaran komunitas maupun lembaga penyiaran berlangganan yang dalam melaksanakan tugas, fungsi, dan tanggung jawabnya berpedoman pada peraturan perundang-undangan yang berlaku.”

Lembaga Penyiaran Berlangganan di SPS dibahas secara khusus pada BAB XXII Program Siaran Berlangganan pasal 56 dan 57.

Pasal 56 berbunyi:

Program siaran berlangganan yang berasal dari saluran-saluran asing wajib:

- a. melalui sensor internal; dan
- b. mematuhi penggolongan program siaran sesuai dengan klasifikasi program siaran dan mencantumkan kode huruf dan angka usia sebagaimana dimaksud pada Pasal 33 ayat (2).

Pasal 57 berbunyi:

Program Siaran Berlangganan yang berasal dari saluran-saluran asing sebagaimana yang dimaksud pada Pasal 56 dilarang menampilkan hal-hal yang diatur dalam Pasal 18 huruf a, b, c, d, f, dan l, serta Pasal 23 huruf a, b, c, dan e.

Pasal 33 ayat (2) berbunyi:

Klasifikasi program siaran sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) harus ditayangkan dalam bentuk karakter huruf dan kelompok usia penontonnya, yaitu: P (2-6), A (7-12), R (13-17), D (18+), dan SU (2+) secara jelas dan diletakkan pada posisi atas layar televisi sepanjang acara berlangsung untuk memudahkan khalayak penonton mengidentifikasi program siaran.

Pasal 18 berbunyi:

Program siaran yang memuat adegan seksual dilarang:

- a. menayangkan ketelanjangan dan/atau penampakan alat kelamin;
- b. menampilkan adegan yang menggambarkan aktivitas seks dan/atau persenggamaan;
- c. menayangkan kekerasan seksual;

d. menampilkan suara yang menggambarkan berlangsungnya aktivitas seks dan/atau persenggamaan;

e. menampilkan percakapan tentang rangkaian aktivitas seks dan/atau persenggamaan;

f. menayangkan adegan dan/atau suara yang menggambarkan hubungan seks antarbinatang secara vulgar;

g. menampilkan adegan ciuman bibir;

h. mengeksploitasi 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 ciuman bibir; dan/atau

l. menampilkan kata-kata cabul.

Pasal 23 berbunyi:

Program siaran yang memuat adegan kekerasan dilarang:

a. 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;

- b. menampilkan manusia atau bagian tubuh yang berdarah-darah, terpotong-potong dan/atau kondisi yang mengesankan akibat dari peristiwa kekerasan;
- c. menampilkan peristiwa dan tindakan sadis terhadap manusia;
- d. menampilkan peristiwa dan tindakan sadis terhadap hewan; dan/atau
- e. menampilkan adegan memakan hewan dengan cara yang tidak lazim.

Dari deskripsi pasal di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa regulasi terkait layanan penyiaran berlangganan lebih longgar dibanding regulasi televisi *free to air*.

Pada bab terkait seksualitas, menampilkan adegan ciuman; eksploitasi atau menampilkan adegan tubuh seperti paha, bokong, payudara; menampilkan gerakan tubuh atau tarian erotis; ataupun menampilkan percakapan tentang aktivitas seks tidak termasuk dalam hal-hal yang melanggar SPS bagi LPB.

Begitu pula dengan bab terkait kekerasan, terdapat pasal yang tidak berlaku bagi LPB yaitu “menampilkan peristiwa dan tindakan sadis terhadap hewan”.

Hal ini dapat terjadi karena mayoritas LPB di Indonesia hanya bersifat sebagai distributor. Kegiatan membuat rangkaian acara/kreasi

dilakukan oleh pekerja saluran siaran asing yang mempunyai regulasi yang berbeda terkait dengan penciptaan program acara.

2.4 Jenis Program Siaran

Program siaran adalah program yang berisi pesan atau rangkaian pesan dalam bentuk suara, gambar, suara dan gambar, atau yang berbentuk grafis atau karakter, baik yang bersifat interaktif maupun tidak, yang disiarkan oleh lembaga penyiaran (KPI, 2012, SPS Pasal 1)

Program siaran menurut KPI terbagi menjadi dua yaitu program faktual dan program nonfaktual. Pada dasarnya, jenis program acara di televisi terestrial dan pada lembaga penyiaran berlangganan sama.

Program nonfaktual adalah program yang menyajikan fiksi, yang berisi ekspresi seni dan budaya serta rekayasa dan atau imajinasi dari pengalaman individu dan/atau kelompok. Program faktual adalah program siaran yang menyajikan fakta nonfiksi.

Pada penelitian ini, jenis program acara mengacu pada buku Teori Komunikasi Massa oleh John Vivian (2008). Buku ini menjabarkan secara rinci definisi program acara hingga memberikan contoh tiap jenis program acara. Menurut John Vivian (2008, h. 247) jenis program acara dibagi menjadi dua yaitu hiburan dan berita. Jenis program acara faktual menurut KPI dalam penelitian ini dijabarkan berdasarkan program hiburan menurut

John Vivian, dan jenis program acara nonfiksi menurut KPI dalam penelitian ini dijabarkan berdasarkan program acara berita menurut John Vivian.

2.4.1 Hiburan di Televisi

Di masa awal televisi, mayoritas jaringan membuat program komedi dan *variety shows* berdasarkan *script* dari acara radio. Tentunya, acara hiburan berkembang dan mengalami perubahan seiring waktu. Mulanya, genre koboi populer hingga 1960-an di Amerika, kemudian berubah menjadi acara dokter, acara mata-mata atau detektif, dan acara polisi. *Reality Shows* dipelopori oleh program *Survivor* di CBS (Vivian, 2008, h. 244).

Kini program hiburan di televisi dapat dibagi menjadi enam kategori. John Vivian (2008, h. 247) menjabarkan tipe-tipe acara hiburan dalam televisi sebagai berikut:

1. Komedi situasi

Acara ini biasanya berkisah tentang orang-orang dalam situasi yang menyenangkan dan memiliki konflik yang dapat dipecahkan hingga semua menjadi senang dan bahagia pada tiap episode. Konflik ini dapat berlanjut hingga episode berikutnya. Contoh: Bajaj Bajuri, Tetangga Masa Gitu.

2. Drama episodik

Karakter menghadapi isu di tiap episode dengan cara yang realistis dan menggunakan teknik-teknik yang diadaptasi dari drama teater.

Contoh: *Law and Order*, *CSI*, *Blue Bloods*.

3. Opera Sabun

Istilah 'sabun' digunakan karena pada awal-awal pembuatan acara ini, produk detergen adalah sponsor dominan. Biasanya, acara tipe ini memiliki ujung terbuka atau sengaja 'digantung' tak selesai agar penonton mengikuti episode selanjutnya. Contoh: *Ganteng-Ganteng Serigala*.

4. Reality Show

Bersifat nonfiksi, tapi pesertanya adalah buatan (artifisial).

Contoh: *The Bachelors*

5. Late-Night Show

Secara umum, acara ini mencampurkan unsur komedi, aksi panggung, dan bincang-bincang. Contoh: *Late Night Show* di NET TV.

2.4.2 Berita Televisi

Siaran berita mulai ada di televisi pada 1947. Siaran berita pada saat itu amat sederhana, hanya membacakan berita di depan kamera dan terkadang diselipkan klip video. John Vivian dalam “Teori Komunikasi Massa” (2008, h. 248) menyatakan bahwa beberapa pihak mengatakan berita televisi terbaik adalah pada saat Edward R. Murrow dan Fred W. Friendly menciptakan acara *See It Now*, program investigasi mingguan.

Kini, program berita tak lagi hanya menyiarkan *hard news*. Berikut merupakan tipe-tipe acara nonfiksi yang umum ditemui di televisi:

1. *Evening Newscasts*

Acara berita malam yang berisi laporan berita utama selama siang hari. Contoh: *Headline News* di Metro Tv.

2. *Sunday Interviews*

Biasanya berupa wawancara dengan pejabat. Contoh: *Meet The Press* di NBC.

3. *Newsmagazines*

Umumnya terdiri dari beberapa segmen tertentu yang tidak berhubungan dengan berita sehari-hari. Contoh: *60-minutes* CBS.

4. Dokumenter

Berita dengan isi ulasan yang panjang mengenai isu sosial dan politik. Contoh: *Guns of Autumn CBS*.

5. *Morning Show*

Berisi berita dan hal-hal ringan tapi masih memberikan informasi. Contoh: 8-11 Metro Tv.

6. *Talk Show*

Bincang-bincang guna mengisi waktu yang dibeli karena menarik audiens. Contoh: Kick Andy, Sarah Sechan.

7. Berita Tabloid

Berisi soal selebriti dan sering mengumbar gosip tentang seseorang secara detil. Contoh: E! News, Silet.

2.5 Kekerasan dan Seksualitas Pada Tayangan Televisi

Sebagai salah satu media massa, lembaga penyiaran berlangganan memiliki peran penting dalam kehidupan sosial masyarakat. Sesuai dengan teori pers tanggung jawab sosial, media massa memiliki kebebasan namun juga wajib menjalankan fungsinya sebagai media informasi, hiburan, dan pendidikan bagi masyarakat.

Di era digital seperti sekarang, televisi tak hanya ditonton oleh golongan tertentu. Mulai dari anak-anak hingga lansia memiliki akses ke tayangan televisi. Padahal, tidak semua individu yang menonton televisi memiliki pengalaman empiris sehingga gambar televisi mengeksploitasi kerja otak karena virtualisasi televisi. Akibatnya individu yang kurang dapat memilah tayangan dengan baik, terutama anak-anak, kemungkinan besar akan meniru adegan yang ditayangkan dalam televisi.

Anak yang dibiarkan orang tuanya menonton TV dapat mengakibatkan terjadinya proses *wiring*, yaitu proses penyambungan antara sel-sel saraf dalam otak menjadi tidak sempurna. (Ariyani, 2016, para. 9).

Berdasarkan penelitian remotivi, sepanjang tahun 2015 terdapat 38 aduan terkait kekerasan dan 33 aduan terkait eksploitasi maupun pelecehan seksual. Tayangan kekerasan biasanya disertai pornografi, jika diteliti maka kedua unsur tersebut memiliki porsi besar (Ariyani, 2016, para. 10).

Berdasarkan hasil studi yang dilakukan oleh Children's Hospital Boston, anak-anak usia 6-8 tahun yang terbiasa menonton tayangan dewasa memiliki risiko 33 persen lebih tinggi mengalami aktif seksual di usia dini. Anak-anak belajar dari media, dan tidak mempunyai pengalaman hidup maupun perkembangan otak untuk dapat membedakan antara realitas mereka bergerak menuju fiksi yang hanya untuk menghibur (Bickham, 2010, para.5)

Dalam P3SPS dijelaskan bahwa adegan kekerasan adalah gambar atau rangkaian gambar dan/atau suara yang menampilkan tindakan verbal dan/atau nonverbal yang menimbulkan rasa sakit secara fisik, psikis, dan/atau sosial bagi korban kekerasan. Dan adegan seksual adalah gambar atau rangkaian gambar dan/atau suarayang berkaitan dengan seks, ketelanjangan, dan/atau aktivitas seksual.

Menurut pemaparan remotivi, terdapat lima kejadian nyata kasus kekerasan anak yang muncul karena meniru tayangan televisi.

1. Gulat “Smack Down”

Setidaknya terdapat tujuh kasus kekerasan akibat tayangan ini yang dilaporkan ke KPAI.

2. Eksekusi Saddam Husein

Lima orang anak dilaporkan gantung diri meniru hukuman mati Saddam usai menyaksikan eksekusinya di televisi. Seorang anak berusia 12 tahun di Aljazair digantung temannya dalam permainan meniru adegan eksekusi Saddam.

3. Sulap Limbad

Tahun 2009, seorang anak laki-laki ditemukan tewas tergantung. Menurut keterangan orang tuanya, ia gemar meniru aksi dalam tayangan “Limbada The Master”.

4. Dora dan Diego

Seorang anak perempuan berusia 4 tahun meninggal terjatuh pita rambut miliknya. Posisinya sama persis dengan tayangan kartun yang ditonton hari sebelumnya yaitu *Dora The Explorer* dan *Go Diego Go*. Pada salah satu tayangan, terdapat adegan seorang anak bergelantungan di pohon dengan seutas tali.

5. Kartun Serigala

Kaka beradik di Cina dibakar temannya. Pelaku yang masih berusia 10 tahun mengaku menirukan salah satu adegan dari “Pleasant Goat and Big Big Wolf”.

Dari pemaparan kejadian-kejadian nyata di atas, pemerintah harus bertindak untuk melindungi kebebasan masyarakatnya. Pemerintah wajib membantu masyarakat untuk mendapatkan pelayanan yang selengkap mungkin dari media massa seandainya pers tidak dapat menyediakannya.

Di Indonesia, pemerintah menjadi pengawas bagi lembaga penyiaran berlangganan. Pemerintah membuat regulasi dan memiliki sanksi agar lembaga penyiaran berlangganan menjalankan perannya sebagai salah satu media massa. Regulasi yang mengatur secara spesifik mengenai standar program siaran dalam layanan penyiaran berlangganan adalah P3SPS KPI.