

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komisi Penyiaran Indonesia lahir pada masa pemerintahan Presiden Megawati Soekarnoputri. Undang-Undang Penyiaran Nomor 32 Tahun 2002 menjadi dasar utama bagi pembentukan Komisi yang berada dibawah pengawasan Komisi 1 (satu) DPR-RI. Berbeda dengan semangat dalam Undang-Undang penyiaran sebelumnya, yaitu Undang-Undang No. 24 Tahun 1997 Pasal 7 yang berbunyi “Penyiaran dikuasai oleh negara yang pembinaan dan pengendaliannya dilakukan oleh pemerintah”.Semangatnya adalah pengelolaan sistem penyiaran yang merupakan ranah publik harus dikelola oleh sebuah badan yang bersifat independen.

Independen yang dimaksudkan gunanya untuk mempertegas pengelolaan sistem penyiaran yang adalah ranah publik perlu dikelola menggunakan sebuah badan yang tidak dapat intervensi dari pemodal maupun kepentingan apapun lainnya. Dahulu pengelolaan sistem penyiaran masih berada ditangan pemerintah (pada masa rezim orde baru), sehingga sistem penyiaran dijadikan sebagai alat strategis tidak yang luput dari campur tangan kepentingan (propaganda) negara yang dominan sehingga menjadi alat melanggengkan kekuasaan. Sistem penyiaran pada saat itu tidak hanya dipakai untuk mendukung rezim, tetapi juga digunakan untuk mengambil keuntungan dalam kolaborasi antara segelintir pengusaha dan elit penguasa.

Peran dalam meningkatkan kesadaran media menjadi tugas Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Dimana selain sebagai regulator yang membuat aturan, sebagai pengawas, KPI juga bertugas melakukan sosialisasi program atau aturan yang dibuatnya. KPI gencar melakukan Literasi kepada media-media itu sendiri. Dengan tujuan agar media-media tersebut dapat meningkatkan kesadarannya dalam menjalankan aturan atau membuat program yang baik. Antusiasme media dalam mengikuti literasi

yang dilakukan KPI kepada mereka sangat besar. Salah satunya adalah dengan Sekolah P3SPS (Sekolah Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standart Program Siaran).

Sekolah P3SPS adalah upaya yang menjadi andalan KPI dalam melakukan upaya meningkatkan kesadaran media tersebut. Dengan materi seperti penyamaan persepsi, sosialisasi program, training. Peran yang dijalankan KPI bagi industry penyiaran biasanya berupa literasi yang kerap dilakukan seperti seminar, pelatihan, award dan melalui konten-konten di media sosial, termasuk juga dengan melakukan pengawasan siaran secara langsung, untuk kemudian memberikan sanksi jika ditemukan pelanggaran. Selain itu yang rutin dilakukan adalah sekolah P3SPS kepada masyarakat dan media massa khususnya, dengan materi seputaran aturan, hukum, sanksi dan kaidah-kaidah penyiaran.

Definisi Pedoman Perilaku Penyiaran dalam Bab I Pasal I, adalah batasan-batasan bagi lembaga penyiaran yang ditetapkan oleh KPI sebagai panduan tentang pedoman perilaku penyelenggaraan penyiaran dan pengawasan siaran nasional. Sedangkan Standar Program Siaran adalah standar isi siaran yang berisi tentang batasan-batasan, pelarangan, kewajiban, dan peraturan penyiaran, serta sanksi berdasarkan Pedoman Perilaku Penyiaran yang ditetapkan oleh KPI (Komisi Penyiaran Indonesia, 2018).

Jadi P3SPS merupakan pedoman yang dibentuk oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) terkait ketentuan perilaku lembaga penyiaran dan ketentuan program siaran yang ditayangkan di televisi. Sejauh ini sudah banyak media yang mengikuti sekolah ini.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Nadya Shabrina (2019) mengatakan, *“sekolah P3SPS sebagai salah satu program literasi media KPI, dinyatakan efektif meningkatkan pengetahuan, dasar dan mendalam mengenai peraturan penyiaran khususnya P3SPS. Anggota juga diajak berpikir, melakukan analisa dan kritis terhadap media, serta diajak melihat langsung cara kerja KPI dalam pengasawan dan kontrol siaran media”*. Inilah salah satu bukti keektivitasan sekolah P3SPS bagi media

penyiaran. meskipun aktualnya masih banyak televisi yang kurang mengindahkan hal tersebut.

Tidak hanya kepada media massa, masyarakat umum dan instansi pemerintah lainnya pun juga bisa menjadi bagian dari program tersebut. Sekolah ini juga rutin dilakukan oleh KPI. Tidak hanya melalui sekolah P3SPS, untuk meningkatkan kesadaran media massa tersebut pun dilakukan melalui upaya lain, seperti seminar, pelatihan, membuat iklan dan menyebarkan majalah yang berjudul “Penyiaran Kita” dan disebar kepada setiap elemen penyiaran di Indonesia.

Peran yang sudah dijalankan tersebut seperti diketahui bertujuan untuk mendapatkan sebuah iklim penyiaran yang sehat, baik dan berkepentingan bersama. Karena diperlukan adanya sinkronitas antara setiap pelaku penyiaran di Indonesia. yaitu media, pengawas, pemerintah dan masyarakat. Komisi Penyiaran Indonesia hadir untuk mewujudkan hal itu terjadi. Sebagai kepanjangan tangan pemerintah, KPI secara independen berperan untuk mensosialisasikan dan melitersasi media massa tersebut, tapi sekarang masih saja dirasa kurang, sebagai bukti masih saja ada pelanggaran-pelanggaran yang terjadi.

Sederet pelanggaran yang bisa ditemukan sekarang-sekarang ini masih banyak dapat ditemukan. Seperti dalam regulasinya KPI melarang adegan-adegan *Bullying* dipertontonkan kepada publik (pemirsa TV) namun sanksi penghentian siaran Program Facebooker di salah satu stasiun tv swasta seolah mengisyaratkan ada sesuatu tidak sejalan antara aturan yang dibuat dengan kenyataan dilapangan. Peran KPI, regulasi yang disusun, ketegasan kelembagaannya, dan sanksi seolah tidak efektif menimbulkan efek jera kepada pelaku media massa di Inonesia.

Selama 2013 sampai April 2014, KPI menerima sebanyak 1600-an pengaduan terhadap program sinetron dan FTV yang dinilai meresahkan dan membahayakan pertumbuhan fisik dan mental anak serta mempengaruhi perilaku kekerasan terhadap anak. KPI telah melakukan evaluasi program sinetron dan FTV yang disiarkan 12 stasiun televisi dalam rangka pembinaan. didalam forum evaluasi tersebut dihadiri

beberapa *production house* (PH) yang membuat program-program tersebut. Namun, sampai sekarang KPI masih menemukan beberapa pelanggaran terhadap UU Penyiaran P3SPS (KPI.go.id. diakses 23 Nopember 2020, pukul 9.00).

Untuk meningkatkan kualitas iklim penyiaran yang berkebaikan bersama, Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) Pusat menggelar diskusi terbatas membahas penguatan dan evaluasi proses Survei Indeks Kualitas Program Siaran TV, (11/12/2018). Evaluasi dan proses penguatan ini untuk menemukan formulasi yang pas untuk survei indeks KPI berikutnya. Hal tersebut merupakan bukti salah satu langkah dari KPI mewujudkan marwah penyiaran yang baik

Menurut Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 pasal 3 disebutkan penyiaran bertujuan untuk menancapkan integrasi nasional, membina watak dan jati diri bangsa yang memiliki iman dan ketakwan, memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa, dalam rangka membangun masyarakat mandiri, adil dan sejahtera, demokratis, serta menumbuhkan penyiaran Indonesia yang berbasis industri.

Penilaian publik terhadap peran KPI tersebut pun banyak diragukan. “Bullying” terhadap KPI di media-media online banyak dilakukan oleh netizen (sebutan untuk pengguna media sosial). Padahal secara aktualnya iklim penyiaran di Indonesia tidak hanya bicara tentang KPI sendiri. KPI hanya satu dari beberapa elemen di dalam iklim penyiaran tersebut. ada pemerintah diwakili Komisi I DPR-RI, KPI sebagai pengawas, regulator, media massa sebagai produsen (program, acara, tayangan, dll) yaitu seperti televisi dan radio, dan masyarakat itu sendiri sebagai konsumen. Jadi tidak sepenuhnya memandang permasalahan ini kepada KPI nya sendiri. Media massa perlu aware, khususnya televisi.

Televisi merupakan industri padat modal, padat Sumber daya manusia dan padat teknologi. Industri penyiaran di Indonesia khususnya TV memiliki perkembang pesat setelah runtuhnya Rezim ORBA (1998). Indonesia mempunyai 6 stasiun televisi di tahun 2008, kemudian tahun 2012 bertambah menjadi 62 stasiun (Sumber: Ditjen PPI, 2012). Namun

buruknya, fenomena kemunculan berbagai stasiun televisi di Indonesia tersebut tidak berimbang dengan *knowledge* pertelevisian yang memadai dan semata-mata berdasarkan semangat dan modal yang besar saja, sehingga banyak program yang ditayangkan hanya untuk kepentingan rating saja.

Tapi ditengah perkembangan digital, televisi masih menjadi promadona. Dikutip dari *Nielsen Television Audience Measurement (TAM)* terdapat 11 kota menunjukkan rata-rata kepemirsaaan TV mulai meningkat dalam seminggu terakhir, dari rata-rata rating 12 % di tanggal 11 Maret menjadi 13,8 % di tanggal 18 Maret atau setara dengan penambahan sekitar 1 juta pemirsa TV. Penonton dari Kelas Atas lebih cenderung lama menonton televisi sejak 14 Maret dengan trend yang terus meningkat. Dapat dilihat dari rata-rata rating 11.2 % di tanggal 11 Maret menjadi 13.7 % di tanggal 18 Maret. Durasi menonton TV pun mengalami lonjakan lebih dari 40 menit, dari rata-rata 4 jam 48 menit di tanggal 11 Maret menjadi 5 jam 29 menit di tanggal 18 Maret. (diakses 10 Nopember 2020, Pukul 17:33).

Media penyiaran di Indonesia khususnya televisi masih berada di antara tarik menarik kekuatan dua kutub; antara kepentingan idealisme dan pragmatisme. Sisi idealis media akan selalu menuntut media penyiaran senantiasa berperilaku dan menampilkan sesuatu yang baik bagi publik. Pada saat yang sama, sisi pragmatis media juga akan menuntunnya untuk berperilaku dan menawarkan sesuatu yang 'asal mendatangkan untung', karena tak bisa dipungkiri bahwasannya media merupakan sebuah lembaga yang berorientasi bisnis. Itulah yang menjadi permasalahan utama dalam penelitian ini.

Aturan yang menjadi kewenangan KPI ini dituangkan kedalam sebuah rumusan yang bernama P3SPS atau pedoman perilaku penyiaran dan standar isi siaran. Pedoman inilah yang menjadi aturan main kepada setiap lembaga penyiaran seperti Lembaga Penyiaran Swata (LPS), Lembaga Penyiaran Publik (LPP), Lembaga Penyiaran Berlangganan (LPB),

Lembaga Penyiaran Komunitas (LPK), baik yang berupa TV maupun radio untuk mematuhi.

P3 adalah pedoman tentang batasan perilaku penyelenggaraan penyiaran dan pengawasan siaran nasional sedangkan SPS adalah standar isi siaran tentang batasan, pelarangan, kewajiban dan peraturan penyiaran serta sanksi berdasarkan P3 yang ditetapkan oleh KPI. Jadi P3 dan SPS saling berkaitan P3 sebagai panduan mengenai batasan perilaku penyiaran dan SPS nya sebagai pelarangan, kewajiban dan peraturan penyiaran serta sanksi. Sehingga lembaga penyiaran mengetahui mana yang boleh dan tidak boleh di tayangkan.

Jika dilihat dari kacamata ilmu komunikasi, televisi sebagai media adalah komunikator. Dimana di dalam pesan (berupa program, siaran, tayangan) ada esensi yang ingin disampaikan dan sampai kepada khalayaknya, atau dalam hal ini adalah masyarakat. Dalam ranah komunikasi pesan tersebut memiliki efek yang bisa mempengaruhi khalayaknya. Khalayak yang terdapat di Indonesia adalah khalayak yang heterogen.

Dalam artian siapa saja dizaman globalisasi ini dapat mengakses media massa dimana saja, kapan saja, dengan menggunakan media apa saja. Tidak semua khalayak dapat memilih, mencerna dan menganggap pesan dalam tayangan atau program tersebut dengan baik. Karena fungsi dari proses komunikasi itu sebagai sarana entertainment, edukasi, informasi, dan infulenci.

Televisi sendiri merupakan alat atau media massa. Sedangkan proses mulai dari produksi sampai ke pemirsa disebut proses komunikasi massa. Denis McQuail (Morissan, 2010: 9) menjelaskan ciri utama yang paling jelas yang dimiliki media massa ialah institusi ini dirancang untuk bisa menjangkau masyarakat luas. Potensi audiens dipandang seperti kumpulan orang dalam jumlah besar yang tidak saling mengenal satu dengan lainnya. Begitu pula hubungan antara penyampai pesan (*sender*) dan yang menerima pesan (*receiver*), adalah tidak saling kenal. maka itu program yang dibuat mereka juga menyesuaikan.

Program atau siaran dianalogikan sebagai produk, barang atau jasa yang dihasilkan televisi untuk dijual kepada pihak lain, dalam hal ini bisa penonton atau pemasang iklan. Maka dari itu pihak televisi “berlomba-lomba” menghasilkan program-program yang menarik minat pihak lain tersebut. Semakin tinggi minat khalayak akan sebuah program, maka semakin tinggi pula rating dari stasiun televisi tersebut.

Umumnya, program siaran TV di Indonesia diproduksi oleh media massa yang bersangkutan. Stasiun TV dapat memilih program dan acara semenarik mungkin sehingga memiliki value kepada pemasang iklan, sementara produsen acara televisi mendapat benefit dari produksinya dan penonton yang menyukainya. Jadi dalam hal ini semua pihak saling menguntungkan sehingga tak ayal banyak stasiun tersebut berorientasi bisnis dalam aktualisasinya.

Regulasi, pengawasan dan kerja yang dilakukan di KPI sedikit banyak pasti mempengaruhi terhadap proses penyiaran di Indonesia. Baiknya suatu sistem dan kinerja di internal KPI akan berakibat baik pula kepada proses penyiaran tersebut. Disinilah peran KPI untuk meningkatkan penyiaran yang ada. Penulis dalam penelitian ini mencoba menganalisa peranan tersebut.

Penulis memfokuskan media massa kepada satu media saja yakni televisi. Karena televisi merupakan media yang menjadi prioritas KPI dalam melakukan literasi dan pengawasan. Karena televisi juga secara efek komunikasi lebih efektif menjangkau penggunaannya karena menggunakan audio dan visual jika dibandingkan media massa lainnya yang menjadi *concern* KPI yaitu radio.

Penelitian tentang peran dalam dunia komunikasi sering dilakukan. salah satunya dilakukan oleh Dewi Rahayu (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta) yang judulnya “Peranan Komisi Penyiaran Indonesia terhadap tayangan Infotainment di Televisi”. Dimana dalam abstraknya penulis memahami bahwa ada upaya dan peranan penting KPI dalam meningkatkan kesadaran media televisi untuk membuat tayangan infotainment yang baik. Berbeda dengan penelitian penulis, penelitian

tersebut hanya menfokuskan pada jenis tayangan infotainment saja, sedangkan objek penelitian penulis berupa keseluruhan jenis tayangan televisi atau radio.

Maka dari itu penulis mencoba melakukan penelitian terkait permasalahan tersebut dan mengkaitkannya dengan teori-teori komunikasi yang relevan kepada latar belakang penelitian yang penulis buat, seperti teori komunikasi, komunikasi masa, teori peran, fungsi komunikasi dan kesadaran media. Dimana penulis akan merinci penjelasan teori tersebut, termasuk penjelasan penelitian terdahulu pada bab berikutnya. Penelitian ini berjudul **peran Komisi Penyiaran Indonesia dalam meningkatkan kesadaran media televisi menerapkan P3SPS di Indonesia.**

1.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian dibuat agar penelitian tidak melebar kemana-mana, fokus penelitian ini adalah sebatas hanya mendeskripsikan bagaimana Peran Komisi Penyiaran Indonesia Dalam Meningkatkan Kesadaran Media Televisi Menerapkan P3SPS Di Indonesia.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka pertanyaan penelitian adalah bagaimana peranan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) pusat dalam memastikan P3SPS yang dibuatnya dapat dipahami dan dilakukan dengan baik oleh media massa televisi yang diawasinya?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penulis dalam melaksanakan penelitian untuk mengetahui peran komisi Penyiaran Indonesia (KPI) pusat pada penyiaran di Indonesia tahun 2020.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

1. Secara Umum

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan wawasan dalam pengembangan akademik Ilmu Komunikasi, khususnya dalam hal penyiaran.

2. Secara Khusus

Penelitian ini di harapkan dapat dijadikan bahan referensi bagi Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) Pusat dalam memperhatikan, memperbaiki, serta meningkat peran Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) Pusat dalam pengawasan siaran di Indonesia.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Manfaat praktis dalam penelitian ini dapat di jadikan rujukan atau peneltian terdahulu untuk penulis selanjutnya dalam penyiaran yang dilakukan di media televisi.

