

## **Bab I**

### **Pendahuluan**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Pada saat ini semakin tahun semakin banyak televisi nasional, lokal maupun komunitas yang hadir di Indonesia. Beberapa stasiun televisi yang sudah mengudara tersebut hanya dimiliki oleh segelintir orang pemilik saham media. Televisi menjadi tidak ada artinya ketika tidak memiliki program sebagai faktor yang paling penting dan dapat menentukan dalam mendukung keberhasilan finansial suatu stasiun penyiaran televisi (Morissan, 2008:209). Kritikus sosial Michael Novak mengatakan: “Televisi adalah pembentuk geografi jiwa” (Vivian, Jhon. 2008:225). Sebagian orang dewasa, banyak yang sudah terbentuk jiwanya melalui informasi atau budaya yang dibentuk di televisi. Apalagi anak-anak yang kegiatannya hampir sebagian besar dihabiskan untuk menonton televisi dan anak-anak paling cepat menyimpulkan sesuatu tanpa harus memikirkan benar salahnya, televisi menjadi pengaruh pembentuk jiwa yang sangat kuat. Di Indonesia sendiri televisi memiliki berbagai macam program acara yang kreatif. Lembaga penyiaran terutama televisi, lebih mendominasi oleh tayangan gosip dalam bentuk *infotainment*, sinetron dengan kualitas rendah dan *reality show* (Wahyono, Bayu, dkk., 2011:91).

Berkaitan dengan hal tersebut, penulis mengambil salah satu contoh program televisi yang akan difokuskan pada *reality show*. *Reality show* adalah tayangan yang

menggambarkan tentang realitas sosial kehidupan masyarakat (Wirodono, Sunardian.2005:45). Pada saat ini, program televisi bergenre *reality show* sedang menjadi primadona di layar kaca Indonesia. Terbukti, jam tayang program televisi bergenre *reality show* mistik berlangsung dua kali sehari. Ada berbagai macam jenis *reality show* di Indonesia seperti *hidden camera* atau kamera tersembunyi, *competition show*, *relationship show*, *fly on the wall*, dan mistik. Mungkin dahulu, *reality show* hanya menggarap masyarakat miskin sebagai objek program namun ditahun 2018 ini pekerja media membuat gaya baru dengan menggarap program *reality show* berselimut kisah mistik di dalamnya. Contohnya, terdapat pada acara Masih Dunia Lain tayangan mistik dengan format *reality show* yang dimuat dalam artikel remotivi. Berbagai komodifikasi ini mempunyai dua efek yang saling bertentangan. Bisa saja tayangan tersebut menjadi hanya sekedar hiburan, atau justru makin memperkuat keyakinan bahwa semuanya adalah nyata (Wirodono, Sunardian.2014:48).

Tayangan mistik kerap dipertontonkan ditengah-tengah masyarakat ini dengan berbagai spekulasi, seperti kasus yang dialami oleh program *Reality show* di ANTV yang berjudul “Karma”. Di mana program ini sebagai program idola baru bagi masyarakat. “Karma” merupakan salah satu program yang bergenre *reality show* yang dikonsepsikan dengan bumbu mistik. Mengadopsi acara dari Negara ‘Seribu Pagoda’ yaitu Thailand, acara “Karma” resmi tayang di pertelevisian Indonesia sejak tanggal 24 Desember 2017. Dilansir dalam artikel remotivi bahwa masalah itu muncul ketika

mempertimbangkan bahwa mistik merupakan bagian dari kepercayaan masyarakat Indonesia sebagai sebuah cara untuk memaknai berbagai hal di keseharian masyarakat Indonesia. Sehingga fenomena yang terjadi ini, dijadikan alat atau bahan bagi pekerja televisi untuk di komodifikasi yaitu salah satunya oleh tayangan program “Karma”. Tidak dipungkiri bahwa adanya *reality show* seperti “Karma” tersebut menjadikan mistik sebagai bahan hiburan untuk khalayak demi mendapatkan *rating* yang banyak. Bahkan Karma sudah tidak asing lagi muncul dalam *tranding topic* di media sosial Twitter pada setiap episode yang tayang. Tetapi seiring berjalannya waktu, program ini mendapatkan teguran dari KPI karena konten program yang ditayangkan. Awalnya, KPI menegur program tayangan Karma pada episode 1 Februari 2018. Pada episode tersebut, program acara ini mengundang artis dangdut Roro Fitria yang melakukan praktik pemanggilan arwah dan akhirnya Roro Fitria mengalami kesurupan. Dari kejadian tersebut, akhirnya KPI memberikan peringatan kepada pihak ANTV khususnya program Karma. Tetapi, pihak program acara Karma tidak mendengarkan peringatan tersebut, dan media tetap mempertahankan programnya tetap tayang.

Menambah penjelasan di atas, Komisioner KPI Sujarwanto Rahmat Muhammad Arifin mengatakan bahwa penayangan program yang bermuatan mistik ataupun supranatural akan dilarang penayangannya di televisi yang dilansir dalam artikel Tribunews Pekanbaru. Hal tersebut berdasarkan dengan beberapa alasan, pertama pertimbangan dari aspek filosofis yang mana manusia itu makhluk mulia

bahkan menurut ajaran agama derajat manusia lebih tinggi dari malaikat. Kedua, program dan tayangan yang bersangkutan telah mendegradasikan peradaban bangsa Indonesia, yang mana hal ini dimaksudkan kembali untuk ke zaman yang tertinggal seperti belum adanya modernisasi atau pikiran yang rasional. Walaupun sebenarnya ada pengecualian yang diperbolehkan oleh televisi yaitu apabila tayangan tersebut dibuat dan diperuntukkan sebagai karya jurnalistik dengan mempertimbangkan kebebasan pers yang dipengaruhi tanggung jawab kepada masyarakat dan atas dasar kepentingan publik.

Melalui pemaparan tersebut, penyiaran sebagai kegiatan komunikasi massa seharusnya mempunyai fungsi sebagai media informasi, ekonomi, kebudayaan pendidikan, hiburan yang sehat, pengontrol dan perekat sosial. Sehingga Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) sebagai lembaga penyiaran menginginkan agar semua fungsi televisi tercapai secara utuh. Komisi Penyiaran Indonesia adalah lembaga independen yang ada di dua lokasi yaitu berlokasi di pusat dan daerah, yang memiliki tugas dan wewenang yang berpedoman terhadap Undang-undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang penyiaran dan Pedoman Perilaku Penyiaran serta Standar Program Siaran (P3SPS).

KPI merupakan buah dari desakan demokratisasi penyiaran yang meniscayakan kepentingan publik sebagai panglima pengelolaan dunia penyiaran, sedangkan industri tentu saja menjadikan akumulasi kapital sebagai orientasi. Sebagaimana tercatat dalam rekaman sejarah bangsa, Undang-undang No. 32 tentang

penyiaran sebenarnya direncanakan untuk disahkan pada tanggal 23 September 2002. Namun, karena kuatnya gelombang penolakan terutama dari kalangan industri penyiaran, akhirnya regulasi penyiaran pasca reformasi tersebut disahkan pada tanggal 28 November 2002 (Mufid, Muhammad, 2010:164). Selanjutnya, Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) mempunyai tanggung jawab dalam wewenang yaitu pertama, menetapkan standar program siaran dan menyusun peraturan dan menetapkan pedoman perilaku dalam penyiaran. Kedua, mengawasi pelaksanaan dalam peraturan dan pedoman perilaku penyiaran serta standar program siaran dan melakukan koordinasi dan kerja sama dengan pemerintah, lembaga penyiaran dan masyarakat. Ketiga, memberikan sanksi dan pembinaan terhadap pelanggaran dalam peraturan dan pedoman perilaku penyiaran serta standar program siaran.

Pada pedoman perilaku penyiaran standar program siaran (P3SPS) pada Bab 16 pasal 30 yang berisi tentang pelarangan dan pembatasan program siaran bermuatan mistik, horor, dan supranatural. Selain itu melalui tayangan karma, aduan dari masyarakat terus mengalir bahkan tidak dari masyarakat tetapi dari pihak Majelis Ulama Islam (MUI). Dari anggapan peneliti di atas dapat didukung dengan adanya data mengenai aduan masyarakat pada tanggal 23 Maret 2018 yaitu sebanyak 155 aduan dari masyarakat terkait program Karma (*rekap data KPI Pusat*). Pemberitaan kontroversi Karma terus mengalir bahkan pernah dilansir di situs web Republika yang menjelaskan bahwa Ketua Dewan Pertimbangan Majelis Ulama Indonesia (MUI), Din Syamsuddin, bahwa program Karma di ANTV bertentangan dengan

akidah. Dari artikel dan aduan masyarakat Indonesia, akhirnya KPI melakukan pengawasan KPI seperti mencari pembuktian atas aduan tersebut dan memanggil pihak Karma Antv ke Kantor KPI. Sehingga pada akhirnya pihak KPI memutuskan untuk mengundang pihak Karma untuk menghadiri rapat pembinaan acara pada tanggal 27 Februari 2018. Di dalam rapat tersebut menyatakan bahwa program acara Karma melanggar pasal 30 tentang pelarangan program siaran mistik, horor, dan supranatural. Dari pelanggaran yang dilakukan ANTV dalam programnya tersebut, maka KPI pusat memberikan pembinaan terhadap acara ini. Dari hasil rapat tersebut, pihak komisioner bidang isi siaran menyarankan untuk berhati-hati jika memilih tema dan lebih baik menggunakan tema yang *soft*.

Melalui beberapa penjelasan di atas, penelitian terdahulu mengenai pengawasan Komisi Penyiaran Indonesia pernah dilakukan oleh beberapa orang, seperti penelitian yang dilakukan oleh Redi Panuju yang berjudul “Pengawasan Iklan Pelayanan Kesehatan di Televisi”. Dalam penelitian tersebut KPI sudah bertindak sesuai dengan tugasnya yang dimiliki tetapi KPI tidak memiliki wewenang dalam menghentikan keberadaan tayangan iklan tersebut dan sebagian anggota KPID juga memiliki sikap ambigu untuk bersungguh-sungguh menghentikan iklan dan publikasi pelayanan kesehatan tradisional (Jurnal Studi Komunikasi. Vol. 1.2017:186-205).

Kemudian penelitian selanjutnya mengenai pengawasan Komisi Penyiaran Indonesia yang dilakukan oleh Ratih Sabiah Harahap yang berjudul “Pengawasan Program Siaran Televisi Berdasarkan Standar Program Siaran Oleh Komisi Penyiaran

Indonesia Daerah (KPID) Riau. Dalam penelitian tersebut mengatakan bahwa kinerja KPID khususnya daerah Riau sudah cukup optimal yaitu dalam hal pengawasan menggunakan sistem pengawasan dari segi langsung dan tidak langsung. Pengawasan tersebut berupa pengawasan program siaran dan menindaklanjuti aduan masyarakat atau menerima aspirasi masyarakat dan juga pengawasan yang sifatnya internal dan eksternal. Dengan adanya pengawasan eksternal akan mencegah terjadinya penyimpangan-penyimpangan dan kesalahan yang terjadi terulang kembali. KPID Riau juga sering melakukan sosialisasi Standar Program Siaran ke lembaga-lembaga Penyiaran yang berada di Riau, sehingga yang meminimalisir terjadinya penyimpangan-penyimpangan Standar Program Siaran yang dilakukan oleh Lembaga Penyiaran tersebut (Jurnal JOM FISIP. Vol. 3. No.2.2016:1-15).

Dua penelitian tersebut akan digunakan sebagai acuan dan rujukan guna mengurai penelitian ini. Berbeda dengan dua penelitian di atas, yang memiliki kesamaan pada subjek penelitian yaitu menyangkut tentang pengawasan KPI dan perbedaan terletak pada studi kasus atau objek penelitian yang berbeda dari penelitian sebelumnya, yaitu tentang pengawasan program televisi oleh KPI Pusat studi kasus pengawasan KPI pusat terhadap program *Karma*.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah penulis paparkan, maka rumusan masalah yang dapat dikemukakan adalah

Bagaimana pengawasan program televisi oleh Komisi Penyiaran Indonesia Pusat (Studi Kasus Pengawasan KPI pusat terhadap program Karma).

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan bagaimana pengawasan program televisi oleh Komisi Penyiaran Indonesia Pusat khususnya terhadap program acara *reality show* “Karma”.

### **D. Manfaat Penelitian**

#### 1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan akan berguna di masa mendatang dan dapat menambah pengetahuan serta wawasan bagi program studi Ilmu Komunikasi.
- b. Diharapkan penelitian ini akan menjadi referensi sebagai karya ilmiah dikemudian hari.

#### 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Komisi Penyiaran Indonesia Pusat, dapat menjadi masukan sebagai salah satu bahan acuan dalam melakukan pertimbangan sebuah proses pengambilan keputusan yang berhubungan dengan perencanaan dan pelaksanaan pengawasan program TV oleh KPI Pusat.



b. Bagi masyarakat Indonesia, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan edukasi agar mengetahui sistem pengawasan Komisi Penyiaran Indonesia serta mengajak masyarakat untuk lebih memiliki kesadaran dan kepedulian dengan tayangan televisi Indonesia.

## **E. Kerangka Teori**

### **1. Pengawasan Amerika dan Indonesia**

Pengawasan adalah suatu bentuk pola pikir dan pola tindakan untuk memberikan pemahaman dan kesadaran kepada seseorang atau beberapa orang yang diberikan tugas untuk dilaksanakan dengan menggunakan berbagai sumber daya yang tersedia secara baik dan benar, sehingga tidak terjadi kesalahan dan penyimpangan yang sesungguhnya dapat menciptakan kerugian oleh lembaga atau organisasi yang bersangkutan (Makmur, 2015:176).

Dalam kinerjanya pengawasan tentunya memiliki beberapa teknik-tekniknya menurut (Makmur, 2015:193) yaitu pertama teknik pemantauan dalam pengawasan. Sebagaimana kita dapat mengetahui dalam melaksanakan pengawasan baik kepada oknum yang melaksanakan kegiatan dalam berbagai kelembagaan atau yang dilihat dari aspek pelaksanaan kegiatan adalah melakukan pemantauan secara langsung maupun tidak langsung. Kedua, teknik pemeriksaan dalam pengawasan. Pada umumnya, mungkin mustahil bila tidak ada pengawasan tanpa terlebih dulu melakukan pemeriksaan karena melalui pemeriksaan dapat menentukan suatu

tindakan dalam melaksanakan kegiatan berjalan dengan baik atau mengalami hambatan dalam pelaksanaannya ataupun dapat memberikan hasil yang maksimal atau gagal dalam menciptakan hasil yang diharapkan, teknik pemeriksaan dalam pengawasan harus memberikan suatu informasi atau keterangan yang jelas dengan mengandung kebenaran dan memberikan keyakinan semua pihak atau hasil pengawasan yang telah dilakukan.

Ketiga, Teknik penilaian dalam pengawasan. Bagaimana menentukan bahwa setiap pelaksanaan suatu pengawasan apakah itu dilakukan berdasarkan dengan kebenaran atau dilaksanakan dengan penyimpangan atau dengan kata lain bertentangan dengan ketentuan yang berlaku dalam kelembagaan. Keempat, teknik wawancara dalam pengawasan. Salah satu teknik pelaksanaan pengawasan adalah melalui wawancara yang baik yang terlibat langsung pelaksanaan suatu kegiatan ataupun orang-orang yang mengetahui tentang objek suatu pengawasan yang sedang dilakukan, tujuan dari wawancara ini untuk mencari suatu data atau informasi, tetapi perlu diingat bahwa orang yang diwawancarai belum tentu memberikan informasi yang benar, oleh sebab itu diperlukan teknik yang tepat untuk mengungkapkan kebenaran.

Kelima, teknik pengamatan dalam pengawasan. Dengan melalui pengamatan yang harus dilakukan secermat mungkin sehingga apa yang diamati, tujuan pengamatan dalam pengawasan membuktikan antara informasi atau data yang didapat dengan keadaan yang baik dan berkaitan dengan barang atau benda atau yang

berkaitan dengan jasa dari hasil kegiatan yang dilakukan orang-orang yang berkaitan dengan kelembagaan. Keenam, teknik perhitungan dalam pengawasan. Dalam pengawasan kita harus berhadapan dengan berbagai data dan fakta baik yang berupa angka-angka maupun berupa penjelasan yang harus membutuhkan kemampuan melakukan suatu perhitungan baik perhitungan secara kuantitatif, maupun dilakukan secara kualitatif dalam rangka menentukan ketetapan dari hasil pelaksanaan yang dilakukan oleh lembaga teknis atau dengan kata lain orang-orang yang diberikan kepercayaan melaksanakan sesuatu kegiatan kelembagaan.

Ketujuh, teknik analisis dalam pengawasan. Setiap data dan informasi yang diterima dari kegiatan pengawasan harus dianalisis untuk menentukan kualitas hasil pekerjaan yang dilakukan unit kerja teknis sehingga dapat memberikan suatu kepastian terhadap kebenaran atau kekeliruan dalam melaksanakan sesuatu jenis pekerjaan dalam kelembagaan yang bersangkutan. Dan yang terakhir, teknik pelaporan dalam pengawasan. Sebagaimana kita ketahui bahwa setiap pelaksanaan kegiatan dalam berbagai kelembagaan selalu memberikan laporan pelaksanaan suatu pekerjaan yang diberikannya kepada pejabat yang memberikan kewenangan tersebut.

Pengawasan di setiap Negara tentunya memiliki perbedaan, seperti halnya regulator independen yang ada di Amerika Serikat. Lembaga pengawasan penyiaran di Amerika yang disebut dengan *Federal Communication Commission* (FCC). FCC ini dibentuk atas dasar dibentuknya *The Communication Act 1934* dan telah melalui proses amandemen *The Communicaton Act 1996*. Berdasarkan undang-undang

tersebut, lembaga ini mengatur tentang semua bidang komunikasi dan telekomunikasi. Tugas dan tanggung jawabnya meliputi: pertama, mempromosikan persaingan, inovasi dan investasi dalam layanan *broadband* dan fasilitas-fasilitas terkait. Kedua mendukung perekonomian Amerika dengan pendekatan kompetisi yang sesuai. Ketiga, mendorong penggunaan spektrum domestik dan internasional sebaik mungkin. Keempat, merevisi peraturan media yang menjadikan teknologi baru berkembang bersama keragaman dan lokalitas dan terakhir, membangun kepemimpinan yang mampu memperkuat infrastruktur pertahanan komunikasi bangsa. Tidak hanya tugas dan tanggung jawab tetapi FCC juga memiliki wewenang yaitu mengatur perizinan termasuk memperbaharui izin penyiaran, melakukan pengawasan *programming* dan muatan program, dan juga mengatur alokasi frekuensi.

FCC memiliki otoritas dalam *rulemaking*, yaitu pembuatan peraturan yang dapat menyebabkan penerbitan suatu peraturan baru, serta amandemen aturan yang ada dan bahkan pencabutan aturan yang ada. Otoritas ini dimiliki karena mendapat mandat konstitusi memberikan kekuasaan kepada FCC untuk membuat peraturan yang dapat menyempurnakan atau mengimplementasikan ketentuan agar sesuai dengan Undang-undang. Otoritas ini yang mendorong FCC terus melakukan *monitoring* terhadap persoalan-persoalan yang muncul berkaitan dengan penyiaran dan telekomunikasi yang berdampak pada kerugian publik. *Monitoring* yang dimaksud untuk memberikan suatu bukti bahwa perlu dalam *modifikasi* peraturan. FCC juga bersikap terbuka terhadap permohonan perubahan peraturan dari

masyarakat karena mereka berhak mengajukan petisi kepada regulator untuk mengeluarkan, mengubah atau bahkan membatalkan suatu aturan yang dianggap merugikan pihak publik. Regulator ini memiliki komisioner sebanyak 5 orang, salah satu di antaranya ketua. Mereka ditunjuk oleh Presiden dan disahkan oleh Senat. FCC mempunyai pekerja sekitar 2.000 orang. Lembaga regulator ini dilengkapi dengan enam biro, yaitu *Wireline Competition Enforcement*, *Wireless Telecommunication*, *Media*, *Consumer and Governmental Affairs*, dan *Public Safety and Homeland Security*. Lembaga ini pun dilengkapi dengan sejumlah kantor/administrasi yang mengurus *Administrative Law Judges*, *Communication Business Opportunities*, *Engineering and Technology*, *General Counsel*, *Inspector General*, *Managing Director*, dan *Media Relations* (Rahayu, dkk. 2014:25).

Di Amerika, meskipun menggunakan lembaga penyiaran yang memiliki sifat komersial dan dominan, tetapi memiliki regulasi yang sangat ketat. Misalnya, sebuah badan hukum atau seseorang boleh memiliki banyak stasiun televisi komersial. Tetapi, jumlah stasiun televisi yang dimiliki tidak boleh menjangkau lebih dari 39% *television households* atau rumah tangga yang memiliki televisi, dan banyak peraturan lain yang sudah disusun untuk menjaga keragaman kepemilikan serta isi (*diversity of ownership and of content*). Terdapat perlawanan dan usaha mencari alternatif atas dominasi penyiaran komersial di Amerika Serikat yang diwujudkan oleh publik dengan menghadirkan lembaga penyiaran publik. Menurut Marie A. Mater, di Amerika terdapat *Corporation for Public Broadcasting* (CPB) yang mendanai *Public*

*Broadcasting Service (PBS), Nasional Public Radio (NPR), dan Public Radio Internasional (PRI).* Selanjutnya, yang kedua dan dominan adalah lembaga penyiaran komersial, yang bergantung pada iklan (Rahayu, dkk. 2015:61).

Gugatan terhadap kondisi dominasi pasar dan komersial dalam penyiaran telah berlangsung lama di dunia, dan kini sedang terjadi di Indonesia, apalagi saat ini Dewan Perwakilan Rakyat sedang membahas perubahan Undang-undang penyiaran. Lebih jauh dari itu, beberapa pihak sudah mengatakan sebaiknya kita tidak berkiblat pada Amerika Serikat yang hanya terlalu mengandalkan pasar atau Eropa Barat dalam membangun sistem penyiaran. Tentu sangat setuju, untuk tidak berkiblat pada Amerika atau ke mana pun, tapi tentu belajar kepada Amerika Serikat dan Negara demokratis yang lainnya, agar Indonesia dapat membangun sistem penyiaran yang demokratis yang sesuai dengan kondisi Indonesia saat ini (Rahayu, dkk. 2015:60).

Di Indonesia juga memiliki usaha untuk membangun sistem penyiaran yang bersifat demokratis maka dibentuk sebuah regulator yang disebut Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) diharapkan menjadi satu-satunya lembaga independen yang mempunyai wewenang untuk mengatur penyiaran di Indonesia. Komisi Penyiaran Indonesia dibentuk pada tahun 2003. Sesuai amanat undang-undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang penyiaran, lembaga tersebut bertugas untuk mengatur lembaga penyiaran baik bersifat publik, komunitas, swasta maupun berlangganan.

Dalam pasal 8 ayat (1), disebutkan KPI sebagai wujud peran serta masyarakat berfungsi mewadahi aspirasi serta mewakili kepentingan masyarakat akan dunia penyiaran. Selanjutnya, guna melaksanakan fungsi sebagaimana disebutkan dalam ayat (1) KPI mempunyai wewenang sebagai berikut ayat 2: (a) Menetapkan standar program siaran (b) Menyusun peraturan dan menetapkan pedoman perilaku penyiaran (c) Mengawasi pelaksanaan peraturan dan pedoman perilaku penyiaran serta standar program siaran (d) Memberikan sanksi terhadap pelanggaran peraturan dan pedoman perilaku penyiaran serta standar program siaran (e) Melakukan koordinasi atau kerja sama dengan Pemerintah, lembaga penyiaran dan masyarakat. Selanjutnya, tugas dan kewajiban KPI ditegaskan dalam pasal 8 ayat (3) sebagai berikut: Menjamin masyarakat untuk memperoleh informasi yang layak dan benar sesuai dengan hak asasi manusia (b) Ikut membantu mengatur infrastruktur bidang penyiaran (c) Ikut membangun iklim persaingan yang sehat antar lembaga penyiaran dan industri terkait (d) Memelihara tatanan informasi nasional yang adil, merata, dan seimbang (e) Menampung, meneliti, dan menindaklanjuti aduan, sanggahan, serta kritik dan apresiasi masyarakat terhadap penyelenggaraan penyiaran dan (f) Menyusun perencanaan pengembangan sumber daya manusia yang menjamin profesionalitas di bidang penyiaran (Wahyono, Bayu, dkk. 2011:82).

## **2. Komunikasi Massa**

Istilah komunikasi massa yang muncul pertama kali pada akhir tahun 1930-an memiliki banyak pengertian sehingga sulit bagi para ahli untuk secara sederhana

mendefinisikan komunikasi massa. Kata ‘massa’ sendiri memiliki banyak arti dan bahkan memiliki kontroversial, dan istilah komunikasi sendiri masih belum memiliki definisi yang dapat disetujui bersama. Namun demikian, definisi Gerbner (1967) mengenai komunikasi, yaitu interaksi sosial melalui pesan (*social interaction through message*), tampaknya merupakan definisi yang dipandang paling sulit dipatahkannya, setidaknya definisi itu secara ringkas dan cukup tepat menggambarkan gejala komunikasi. Istilah ‘massa’ menggambarkan sesuatu (orang atau barang) dalam jumlah besar, sementara komunikasi mengacu pada pemberian dan penerimaan arti, pengiriman dan penerimaan pesan (Morissan.dkk.2013:7).

Komunikasi Massa adalah proses yang dipakai komunikator massa untuk mengirimkan pesan mereka kepada audien massa. Komunikasi massa dapat didefinisikan sebagai proses penggunaan sebuah medium massa untuk mengirim pesan kepada audien yang luas untuk tujuan memberikan informasi, menghibur atau membujuk (Vivian, Jhon.2008:450).

Definisi komunikasi massa yang lebih rinci dikemukakan oleh ahli komunikasi yang lain, yaitu Garbner. Menurut Garbner (1967) “*Mass communication is the tehnologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies*”, (Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang berkelanjutan serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri (Rakhmat, seperti yang dikutip Komala, dalam Karnilah, dkk. 1999). Dari



definisi Garbner tergambar bahwa komunikasi massa itu menghasilkan suatu produk berupa pesan-pesan komunikasi. Produk tersebut disebar, di distribusikan kepada khalayak luas secara terus menerus dalam jarak waktu yang tetap, misalnya harian, mingguan, dwimingguan atau bulanan. Proses memproduksi pesan tidak dapat dilakukan oleh perorangan, melainkan harus oleh lembaga, dan membutuhkan suatu teknologi tertentu, sehingga komunikasi massa akan banyak dilakukan oleh masyarakat industri (Ardianto, Elvinaro dan Komala, Lukiati. 2004:3-4).

Di dalam masyarakat industri tentunya komunikasi massa memiliki karakternya sendiri, karakter tersebut meliputi, yaitu *komunikator terlembaga* yang memiliki ciri yang terfokus pada komunikatornya. Kita sudah memahami bahwa komunikasi massa itu menggunakan media massa, baik media cetak maupun elektronik. Dengan mengingat kembali pendapat Wright, bahwa komunikasi massa itu melibatkan lembaga, dari komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks, mari kita bayangkan secara kronologis proses penyusunan pesan oleh komunikator sampai pesan itu diterima oleh komunikan. Apabila media komunikasi yang digunakan adalah televisi, tentu akan banyak lagi melibatkan orang, seperti juru kamera (lebih dari satu), juru lampu, pengarah acara, bagian *make up*, *floor manager*, dan lain-lain. Selain itu, peralatan yang digunakan lebih banyak serta dana yang diperlukan lebih besar (Ardianto, Elvinaro dan Komala, Lukiati. 2004:7-8). *Pesan Bersifat Umum* yang berarti bahwa komunikasi massa itu bersifat terbuka, artinya komunikasi massa itu ditujukan untuk semua orang dan tidak ditujukan untuk

sekelompok orang tertentu. Oleh karenanya, pesan komunikasi massa bersifat umum. Pesan komunikasi massa bersifat umum. Pesan komunikasi massa dapat berupa fakta, peristiwa opini. Namun, tidak semua fakta dan peristiwa yang terjadi di sekeliling kita dapat dimuat dalam media massa. Pesan komunikasi massa dikemas dalam bentuk apa pun harus memenuhi kriteria penting atau menarik, atau penting sekaligus menarik, bagi besar komunikan (Ardianto, Elvinaro dan Komala, Lukiati. 2004:8).

Karakteristik selanjutnya yaitu *Komunikannya Anonim atau Heterogen* yang berarti bahwa komunikan pada komunikasi massa bersifat anonim atau heterogen. Dalam komunikasi massa, komunikator tidak mengenal komunikan (anonim), karena komunikasinya menggunakan media dan tidak tatap muka. Di samping anonim, komunikan komunikasi massa adalah heterogen, karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda (Ardianto, Elvinaro dan Komala, Lukiati. 2004:9).

Kelebihan komunikasi massa dibandingkan dengan komunikasi lainnya, adalah jumlah sasaran khalayak atau komunikan yang dicapainya relatif banyak dan tidak terbatas. Bahkan lebih dari itu, komunikan yang banyak tersebut secara serempak pada waktu yang bersamaan memperoleh pesan yang sama pula (Ardianto, Elvinaro dan Komala, Lukiati. 2004:10).

Komunikasi mengutamakan isi ketimbang hubungan yang berarti bahwa setiap komunikasi melibatkan unsur isi dan unsur hubungan sekaligus. Sedangkan komunikasi massa menekankan pada “apanya”. Dalam Komunikasi massa, pesan harus disusun sedemikian rupa berdasarkan sistem tertentu dan disesuaikan dengan

karakteristik media massa yang akan digunakan (Ardianto, Elvinaro dan Komala, Lukiaty. 2004:11). Karakteristik tersebut yaitu sebagai berikut, pertama komunikasi massa itu bersifat satu arah. Berarti bahwa komunikasi tersebut menggunakan media massa. Karena melalui media massa maka komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung. Komunikator aktif menyampaikan pesan, komunikan pun aktif menerima pesan, namun di antara keduanya tidak dapat melakukan dialog. Dengan demikian, komunikasi massa itu bersifat satu arah.

Karakteristik komunikasi massa kedua yaitu komunikasi massa memiliki stimulasi alat indra terbatas, yang berarti bahwa pada surat kabar dan majalah, pembaca hanya melihat, Pada radio siaran dan rekaman auditif, khalayak hanya mendengar, sedangkan pada media televisi dan film, kita menggunakan indra penglihatan dan pendengaran. Ketiga, umpan balik yang tertunda yaitu komponen umpan balik atau lebih populer dengan sebutan *feedback* merupakan faktor penting dalam bentuk komunikasi apa pun. Efektivitas komunikasi sering kali dapat dilihat dari *feedback* yang disampaikan oleh komunikan. Komunikasi massa memiliki khalayak yang tersebar luas dan tidak terbatas dan hal ini yang membuat komunikasi memiliki *feedback* yang tertunda.

Fungsi komunikasi massa bagi masyarakat menurut Devito (1997) terdiri dari lima fungsi yaitu fungsi pertama, fungsi meyakinkan (*to persuade*) adalah memperkuat sikap, kepercayaan atau menilai seseorang serta mengubah sikap atau kepercayaan seseorang. Kedua, fungsi menganugerahkan status adalah fungsi yang

terjadi apabila berita yang disebarluaskan melaporkan kegiatan individu tertentu sehingga *pretise* (gengsi) mereka meningkat dan dengan cara memfokuskan kekuatan media massa pada orang tertentu, masyarakat menganugerahkan kepada orang-orang tersebut suatu status publik yang tinggi. Ketiga, fungsi membius (*Narcorization*) artinya apabila media massa menyajikan informasi tentang sesuatu maka penerima percaya bahwa tindakan tertentu harus diambil dan kenyataannya pemirsa terbius dalam keadaan yang pasif. Keempat, fungsi menciptakan rasa kebersatuan, kemampuan media massa untuk membuat kita merasa menjadi anggota dalam suatu kelompok dan program televisi, berita-berita disurat kabar menjadi anggota kelompok yang lebih besar seperti contohnya, seorang wanita yang mengidap penyakit kanker dan hampir putus asa. Namun, setelah menonton televisi yang menyajikan tentang kisah yang hampir sama maka wanita tersebut menjadi lebih optimis untuk sembuh dan semangat menjalani hari demi hari. Terakhir, fungsi privatisasi yaitu kecenderungan bagi seseorang untuk menarik diri dari kelompok sosial dan mengucilkan diri ke dalam dunianya sendiri. Sehingga beberapa ahli berpendapat bahwa berlimpahnya informasi yang dijejalkan kepada kita telah membuat merasa kekurangan seperti contohnya barang kosmetik atau pakaian apa yang harus dibeli, restoran mana yang wajib dikunjungi atau film apa yang wajib ditonton di bioskop dan sebagainya.

Efek komunikasi massa menurut Donald K. Robert (Komala, dalam Karlinah, dkk.1999) mengungkapkan, ada yang beranggapan bahwa “efek hanyalah perubahan

perilaku manusia setelah diterpa pesan media massa”. Oleh karena fokusnya pesan, maka efek harus berkaitan dengan pesan yang disampaikan oleh media massa.

Sedangkan, menurut Steven M. Chaffee (pada Betty-Soemirat, dalam Karlinah, dkk.1999) efek media massa dapat dilihat dari tiga pendekatan. Pendekatan yang pertama adalah efek dari media massa berkaitan dengan pesan ataupun media itu sendiri. Pendekatan kedua adalah dengan melihat jenis perubahan yang terjadi pada diri khalayak komunikasi massa yang berupa perubahan sikap, perasaan dan perilaku atau dengan istilah lainnya yang dikenal sebagai perubahan kognitif, afektif, dan behavioral. Pendekatan yang terakhir yaitu observasi teradap khalayak (individu, kelompok, organisasi, masyarakat atau bangsa) yang dikenai efek komunikasi massa.

Selanjutnya, menurut Mc. Luhan mengemukakan *the medium is the message* yang artinya, media adalah pesan itu sendiri. Oleh karena itu, bentuk media massa sudah mempengaruhi khalayak. Seperti yang sudah dijelaskan, bahwa khalayak bukan apa yang disampaikan oleh media, tetapi jenis media komunikasi yang digunakan oleh khalayak tersebut, baik tatap muka maupun melalui media cetak atau media elektronik.

Hambatan komunikasi massa menurut Jhon Vivian (1991) yang mengatakan bahwa jika pembicara menyampaikan pesan dengan suara seperti menggerutu, maka efektivitas pesannya akan terganggu. Ketidakjelasan ucapan dan hambatan lain dalam proses komunikasi sebelum pesan mencapai audience dinamakan gangguan. Dalam Komunikasi Massa, yang didasarkan pada peralatan mekanik dan elektronik yang

kompleks, peluang terjadinya gangguan adalah tak terbatas karena ada banyak hal yang bisa berjalan secara keliru. Gangguan terjadi dalam tiga bentuk, di antaranya gangguan *semantic*, gangguan saluran dan gangguan lingkungan. Semantik adalah pengetahuan tentang pengertian atau makna kata (denotatif). Jadi hambatan sematik adalah hambatan mengenai bahasa, baik bahasa yang digunakan komunikator maupun komunikan. Gangguan sematik terjadi saat komunikasi massa itu sendiri mengganggu kesuksesan pesannya jika kata atau kalimat disusun dengan buruk. Bicara seperti orang *ngedumel* juga termasuk penghambat komunikasi. Gangguan saluran yaitu ketika Anda sedang mendengar siaran radio, tetapi suaranya terputus-putus berarti Anda sedang mengalami gangguan saluran. Gangguan lingkungan adalah jika interupsi terjadi di tempat penerimaan. Misalnya, saat Anda membaca, tiba-tiba bel pintu rumah berdering, atau tiba-tiba Anda mendengar suara anak menjerit-jerit, yang mengganggu proses decoding yang sedang Anda lakukan dalam membaca (Romli, Khomsahrial.2016:59).

### **3. Penyiaran**

Penyiaran atau dalam bahasa Inggris dikenal sebagai *broadcasting* adalah keseluruhan proses penyampaian siaran yang dimulai dari penyiapan materi produksi, produksi, penyiapan bahan siaran, kemudian pemancaran sampai kepada penerimaan siaran tersebut oleh pendengar/pemirsa di satu tempat (Djamal, Hidajanto & Fachruddin, Andi.2011:1).

Karakteristik penyiaran terlihat bahwa media penyiaran termasuk pada kelompok media massa tidak langsung, periodik, dan elektronik, yang terpisah dengan media cetak. “Tidak langsung” berarti antara komunikan dan komunikator tidak berhadapan langsung tetapi melalui satu media, yaitu media penyiaran yang menggunakan perangkat elektronika. Walaupun demikian, melalui media penyiaran, informasi dapat diterima pemirsa secara langsung atau biasa disebut *real time* atau *live*. Semua kejadian atau peristiwa dapat secara langsung pada saat yang sama didengar/dilihat oleh pendengar/pemirsa dengan cakupan yang sangat luas, seluas cakupan siaran tersebut. Dikatakan bahwa media penyiaran mempunyai daya jangkau ke pendengar/pemirsa yang sangat luas dan efektif, tetapi informasi yang disampaikan oleh media penyiaran sudah langsung berlalu dan tidak dapat berulang lagi kecuali memang disiarkan ulang. Sementara, pada media cetak, informasi yang diberikannya masih dapat dibaca kembali, di mana dan kapan saja.

Selanjutnya, media penyiaran televisi dan radio mempunyai karakteristik sebagai media yang menguasai ruang tetapi tidak menguasai waktu, sementara media cetak menguasai waktu tetapi tidak menguasai ruang. Artinya, siaran dari suatu media televisi atau radio dapat diterima di mana saja dalam jangkauan pacarannya (menguasai ruang) tetapi siarannya tidak dapat dilihat kembali (tidak menguasai waktu), tetapi dapat dibaca kapan saja dan dapat diulang-ulang (menguasai waktu). Karena perbedaan sifat inilah yang menyebabkan adanya jurnalistik televisi, radio,

dan juga cetak, namun semua tetap tunduk pada ilmu induknya, yaitu ilmu komunikasi (Djamal, Hidajanto & Fachruddin, Andi.2011:4).

#### **4. Reality Show**

Di Indonesia terdapat banyak stasiun televisi dan beberapa format televisi. Salah satu format televisi yang digemari atau diminati penduduk Indonesia adalah tayangan *Reality show*. Terbukti, mungkin disetiap stasiun televisi Indonesia mempunyai tayangan berformat *Reality show* bahkan mereka (para pekerja kreatif) berlomba-lomba untuk membuat acara *Reality show* yang *antimainstream* dan rela menghabiskan biaya produksi yang tinggi demi sebuah *rating* pemirsa yang tinggi.

*Reality show* sesuai dengan namanya, maka program ini mencoba menyajikan suatu situasi seperti konflik, persaingan, atau hubungan berdasarkan realitas yang sebenarnya. Namun, pada dasarnya *reality show* tetap merupakan permainan (*game*) yang dikemas dengan drama atau hiburan. Popularitas program *reality show* sangat menonjol belakangan ini, bahkan beberapa program yang sebenarnya tidak realitis pun ikut-ikutan menggunakan nama atau jargon *reality show* untuk mendongkrak daya jualnya (Morrison.2008:227). *Reality show* seperti itu sangat di sukai oleh khalayak karena mengandung kisah nyata dan dapat menghibur penikmat layar televisi. Tayangan *reality show* yang ada dan pernah ditayangkan oleh beberapa televisi swasta diantaranya adalah gentayangan, dunia lain, dua alam dan lain-lain.



Menurut Nirmala (2007), bahwa *reality show* berasal dari kata realitas, yaitu program televisi yang menyajikan situasi yang dramatis atau lucu namun tidak menggunakan naskah, merupakan kejadian yang sebenarnya (walau terkadang direncanakan), dan mengutamakan orang biasa dari pada aktor profesional. Hal ini sama dengan pendapat, Reiss dan Wiltz (2004) bahwa karakteristik *reality televisi/reality show* adalah orang biasa (bukan aktor) sebagai karakter utama dalam program tersebut. Dapat disimpulkan bahwa *reality show* ialah program yang menayangkan suatu Realita kehidupan sosial tanpa dibuat-buat dan berdasarkan kisah nyata yang mana dalam kehidupan sosial masyarakat memiliki perbedaan dari status sosialnya (EJournal Ilmu Komunikasi. Vol.1.No 1.2013:53).

Di Amerika juga memiliki fenomena yang sama dengan Indonesia. Di Amerika, pada pertengahan 1990-an tayangan semacam *Real World* (MTV) dan *The Changing Rooms*, sangat menarik perhatian khalayak terutama kaula muda. Seiring berjalannya waktu, tayangan bergenre *reality show* terus berkembang. Tayangan *reality show* berbumbu kompetisi menjadi idola pada zamannya. Pada tahun 2000-an, tayangan *reality show* seperti *Survivor* dan *Big Brother* mencapai *rating* yang menakjubkan. Di Indonesia, pun meniru dengan acara berjudul lain seperti *Penghuni Terakhir* (ANTV) dan *X Factor*. Selain acara tersebut, *America Idol* pun menjadi kesukaan para pemirsa. *Reality show* di Indonesia dikuasai oleh stasiun televisi ternama Trans TV dan Trans 7. Tayangan *reality show* yang dimiliki kelompok Trans ini antara lain: CCTV, Ups Salah, Marry Me, Cari Cinta, Orang Pinggiran, Jika Aku

Menjadi, (Masih) Dunia Lain, Dua Dunia, 5 Juta 5 Menit, dan Iseng Banget. Hal lain yang sangat menarik dari *reality show* yang bertema gaib: kamera yang tampak sebagai kamera pengintai, yang terkadang goyah dan digunakan untuk seolah memberi kredibilitas tinggi akan nilai kenyataan dari adegan (Arief, Yovantra dan Utomo, Wisnu Prasetya.2015:95).

Terdapat lima bentuk atau jenis *Reality show* di Indonesia. Mulai dari yang betul-betul *hidden camera* hingga yang terlalu banyak rekayasa namun tetap menggunakan nama *reality show*. Pertama, *Hidden Camera* atau kamera tersembunyi. Program ini yang paling realitas yang menunjukkan situasi yang dihadapi seseorang apa adanya. Kedua, *Competition Show*. Program ini melibatkan beberapa orang yang saling bersaing dalam kompetisi yang berlangsung selama permainan atau pertanyaan. Ketiga, *Relationship Show*. Seorang kontestan harus memilih satu orang dari sejumlah orang yang berniat menjadi pasangannya. Keempat, *Fly On The Wall*. Program yang memperlihatkan kehidupan sehari-hari dari seseorang (biasanya orang terkenal) mulai dari kegiatan pribadi hingga aktivitas profesionalnya. Terakhir, *Mistik*. Program yang berkaitan dengan hal-hal supranatural menyajikan tayangan yang berkaitan dengan dunia gaib, paranormal, klenik, praktik spiritual magis, mistik, kontak dengan roh dan lain-lain (Morrisan.2008:228).

## **5. Mistik**

Saat ini, di Indonesia sedang mengidolakan acara *reality show* bergenre Mistik. Mistik merupakan suatu hubungan realitas “kebatinan” dan kesadaran

manusia yang lebih mengutamakan kekuatan pengindraan manusia dalam menafsirkan realitas. Dengan demikian, sesuatu yang bersifat kesadaran selalu ditampilkan sebagai kelemahan dari kemampuan manusia untuk menafsirkan realitas itu sendiri. Terjadi perbedaan konsep mistik antara budaya barat dan timur. Kalau budaya timur, konsep mistik lebih mengarah ke kebatinan dan kesadaran manusia. Tetapi budaya barat menganggap bahwa tidak pernah ada pengetahuan manusia yang diperoleh dari “kebatinan dan kesadaran, pengetahuan manusia didapat dari pengetahuan dan pengindraan manusia itu sendiri (Bungin, 2005). Konsep mistik yang sebenarnya adalah sebuah fenomena fisika alam biasa, bagian dari hukum-hukum alam. Sebaliknya, mistik dalam konsep masyarakat adalah suasana misteri, kengerian, mencekam, horor, dan sebagainya. Ketidakmampuan masyarakat menjawab konsep mistik inilah sehingga rasa ingin tahu masyarakat terhadap fenomena mistik menjadi sangat besar. Bahkan mistik menjadi hiburan dalam konteks hiburan masyarakat termasuk pula di televisi. Selain di televisi, hiburan mistik juga hadir di radio dan majalah dalam bentuk cerita-cerita mistik. Kebutuhan masyarakat terhadap hiburan macam ini adalah sebuah petualangan batin masyarakat untuk menjawab rasa ingin tahu mereka terhadap misteri fisika (mistik) atau rasa ingin tahu terhadap dunia lain, dunia mistik yang tak terjawab itu. Hal-hal semacam itu yang mendorong manusia untuk menyukai tayangan-tayangan mistik (Bungin, 2005). Di bawah ini merupakan empat unsur mistik yang terbagi menjadi beberapa dimensi, antara lain (Bungin, 2005): Pertama, Ritualistik Dinamisme adalah ritual pemujaan pada benda-benda atau kekuatan alam, seperti akik, keris, batu besar,

pohon besar, makam-makam, benda ritual gaib, dan lain-lain. Kedua, Animisme adalah ritual pemujaan pada makhluk berkekuatan gaib, seperti jin, iblis dan lain-lain. Ketiga, Interaksi Persekutuan adalah interaksi meminta tolong atau mencari solusi masalah pada makhluk atau kekuatan gaib, meminta perlindungan, rezeki, dan lain-lai serta permusuhan atau bertarung dengan kekuatan gaib, pertarungan antar makhluk gaib. Keempat, Visualisasi adalah penampakan realitas gaib, munculnya simbol, firasat/pertanda, makhluk gaib, kekuatan supranatural, dan lain-lain. Terdapat karakter yang terlibat dalam peristiwa bermuatan mistik atau supranatural seperti Kyai atau pemuka agama, dukun, manusia (laki-laki atau perempuan), makhluk atau kekuatan gaib (Jurnal EKomunikasi. Vol. 1.No 1. 2013.:4). Fenomena program acara mistik dapat dilihat dari program acara Masih Dunia Lain dan Dua Dunia. Masih Dunia Lain adalah program reality show yang berbumbu mistik dengan mengangkat konsep “Uji Nyali” dan tayang di Trans 7 yang memiliki pembawa acara bernama Harry Panca. Acara tersebut ditayangkan setiap hari Kamis dan Jumat pukul 23.15 WIB. Selain acara tersebut, Dua Dunia merupakan program reality show bertema mistik yang tayang di Trans 7 setiap hari Rabu dan Jumat pukul 23.45 WIB dengan durasi 30 menit. Program ini menunjukkan bahwa di Indonesia terdapat begitu banyak tempat-tempat yang dipercaya memiliki kekuatan mistik.

## **6. Regulasi Televisi Indonesia**

Pada zaman era orde baru, hal penting dari sejarah pertelevisian Indonesia adalah soal kepemilikannya. Setelah mundurnya Soekarno pada tanggal 22 Februari

1967, atau lima tahun setelah masuknya televisi di Indonesia. Penayangan film *Gerakan 30 September G30SPKI* di zaman pembangunan di segala bidang adalah film untuk mempropaganda. Film ini ditayangkan setiap malam tanggal 30 September. (Arief, Yovantra dan Utomo, Wisnu Prasetya. 2015:210). Tidak hanya televisi namun, radio amatir menjamur pada zaman awal orde baru (1966), namun dalam pertumbuhannya menyimpang atau tidak mengikuti kaidah fungsi amatir. Untuk menerbitkan pertumbuhannya, Direktorat Jendral RTF bermusyawarah dengan tim antar departemen dan mulai memberikan peran pembinaan terhadap siaran radio amatir yang dianggap menyimpang. Pembinaan dilandasi dengan PP No. 55/1970 tentang radio siaran non-pemerintahan. Lingkup pembinaan Direktorat Jendral RTF adalah di bidang *software* (regulasi dan konten) yang merupakan syarat awal untuk langkah pembinaan *hardware* (spesifikasi keteknikan perangkat penyiaran) dari departemen lain. Pembinaan *software* dilandasi dengan Kepmenpen No. 39/1971 tentang Petunjuk Kebijaksanaan Penyelenggaraan Acara Siaran serta Isi Siaran bagi siaran non-pemerintah. Para penyelenggara siaran radio non-pemerintah menyambut baik dengan kebijakan tersebut. Dibentuk organisasi Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional (PRSSNI) pada 17 Desember 1974. Pemerintah mengukuhkan wadah ini melalui Kepmenpen No. 242/1977 pada tanggal 8 Desember 1977.

Akhirnya, Direktorat Jendral RFT terus berupaya menyempurnakan kualitas pembinaan. Dalam pelaksanaan pembinaan telah diterbitkan Kepmenpen No. 226/Kep./Menpen/1984 tentang Penyempurnaan pasal-pasal dalam Kepmenpen

No.24/Kep/Menpen/1978, menjelaskan ketentuan wajib relai bagi seluruh RSNP dan menetapkan Kepala Kantor Wilayah Deppen sebagai Ketua Badan Pembina Radio Siaran Non-Pemerintah di daerah. Sebagai petunjuk pelaksanaan pembinaan, maka telah diterbitkan Instruksi Dirjen RTF No. 01/ Instr/ Dirjen/ RTF/ 1985 tanggal 1 Januari 1985 tentang Penyelenggaraan Siaran oleh radio-radio non-RRI. Pedoman ini diberlakukan untuk radio non-pemerintah. Selain itu, dilakukan evaluasi bertahap mengenai pemenuhan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku, meliputi pemilikan, status badan hukum, keanggotaan PRSSNI, dan ketaatannya dalam melaksanakan ketentuan wajib relai.

Hasil evaluasi tersebut digunakan sebagai dasar dikeluarkannya rekomendasi perpanjangan izin Radio Siaran Swasta oleh Direktorat Jendral RTF. Surat rekomendasi perpanjangan izin RSS dikeluarkan sebelum diterbitkannya surat perpanjangan izin radio oleh Dirjen Postel. Bagi RSS, yang belum memenuhi ketentuan yang berlaku, maka proses pemberian rekomendasi perpanjangan izinnya ditunda atau tidak diterbitkan. Kemudian diterbitkan Edaran Direktur Jendral RTF No.175/RTF/K/11/1989 tanggal 11 Februari 1989 tentang Mekanisme Perizinan Radio Siaran Swasta. Edaran ini untuk menerbitkan pelayanan perizinan dan agar masyarakat serta para penyelenggara RSS dapat mengetahui urutan persyaratan administratif yang harus dipenuhi (Djamal,Hidajanto & Fachruddin, Andi. 2011:241).

Masa orde baru berakhir dan digantikan dengan masa era reformasi. Di masa era reformasi tersebut menjadikan awal dimulainya era baru pada industri penyiaran

di Indonesia. Sebagai dampak perkembangan teknologi yang menjadi acuan utama maka tidak dapat dipungkiri bahwa khalayak di Indonesia menginginkan adanya perubahan ke arah yang lebih baik khususnya di bidang industri penyiaran Indonesia. Beberapa kali usaha tersebut dilakukan pada zaman kepemimpinan Presiden Habibie, Abdulrahman Wahid, Megawati Soekarno Putri, dan akhirnya lahir Undang-undang No. 32 Tahun 2002 sebagai pengganti UU No. 24 Tahun 1997. Proses disahkannya Undang-undang Penyiaran ini terjadi pada masa kepemimpinan Presiden Megawati Soekarno Putri. Namun prosesnya yang berlangsung tersendat dan cukup lama sebelum masa Presiden Megawati menjabat. Dewan Perwakilan Rakyat RI dengan pemerintah yang diwakili oleh Kementerian Negara Komunikasi dan Informasi dan melakukan serangkaian pengumpulan pendapat dari beberapa unsur masyarakat, lembaga sosial dan industri penyiaran. Tujuannya untuk mendapatkan sebanyak-banyaknya masukan agar hasil Undang-undang yang dapat diterima oleh seluruh masyarakat Indonesia.

Pengaturan yang dilakukan dalam UU No.32/2002 diantaranya adanya satu lembaga independen, yaitu Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) yang mempunyai tugas untuk mengendalikan isi penyiaran. Inti dari enam pasal tersebut adalah bahwa lembaga independen yang bernama KPI beranggotaan sembilan orang, serta melalui *fit and proper test* yang dilakukan DPR. Selanjutnya, dalam pasal 33 ayat (1) menyatakan, bahwa sebelum satu lembaga penyiaran melakukan kegiatan

penyiarannya, diwajibkan memperoleh izin penyelenggaraan penyiaran dari pemerintah (Djamal,Hidajanto & Fachruddin, Andi. 2011:242).

Setelah dilihat dari perkembangan penyiaran di zamannya, selanjutnya dapat dilihat dari model penyiaran yang ada. Menurut McQuail, terdapat lima model untuk regulasi penyiaran yang umumnya bergantung pada corak pemerintahan yang dijalankan, yaitu: Pertama, Model Otoriter. Model ini memiliki tujuan sebagai upaya menjadikan penyiaran sebagai alat Negara. Radio dan televisi dikondisikan sedemikian rupa sehingga terarahkan untuk mendukung kebijakan pemerintah serta melestarikan kekuasaan. Ciri khas dari model ini adalah kuatnya lembaga sensor terutama yang menyangkut ke berbedaan. Hal ini dikarenakan ke berbedaan dipandang oleh penguasa sebagai sesuatu yang tidak berguna dan cenderung tidak bertanggung jawab karena dianggap subversif. Dunia penyiaran selama orde baru praktik berada pada model tersebut. Kedua, Model Komunis. Penyiaran ini memiliki semacam tritunggal fungsi yaitu, propaganda, agitasi, dan organisasi. Aspek lain yang membedakan model ini dengan model otoriter adalah dilarangnya kepemilikan swasta karena media dalam model ini harus dilihat sebagai milik kelas pekerja, serta media adalah sarana sosialisasi, edukasi, informasi, motivasi, dan mobilisasi. Ketiga, Model Barat-paternalistis. Sistem penyiaran ini banyak diterapkan oleh Negara-negara Eropa Barat. Disebut paternalistis karena sifatnya yang *top-down*, di mana kebijakan media bukan merupakan apa yang diinginkan khalayak, melainkan lebih sebagai keyakinan bahwa yang dibuat memang dibutuhkan dan diinginkan oleh rakyat. Dalam model ini,



penyiaran juga memiliki tugas untuk melekatkan fungsi-fungsi sosial individu atas lingkungan masyarakat. Keempat, Model Barat liberal. Secara umum, dengan model barat paternalistis, tetapi berbeda hanya dalam fungsi media komersialnya. Di samping itu sebagai penyedia informasi dan hiburan, media juga memiliki fungsi mengembangkan hubungan yang terpenting di antara aspek-aspek lain yang mendukung independensi ekonomi dan keuangan. Terakhir, Model demokrasi partisipan. Model ini dikembangkan oleh mereka yang mempercayai prinsip *powerfull medium* dan dalam beberapa hal terinspirasi oleh mazhab kritis. Yang termasuk model ini adalah berbagai media penyiaran alternatif. Sifat komunikasi dalam model demokrasi partisipan ini adalah dua arah (Djamal, Hidajanto & Fachruddin, Andi. 2011:243).

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang akan digunakan peneliti adalah kualitatif dengan menggunakan metode analisis deskriptif. Dengan jenis dan metode tersebut, penelitian ini akan menggambarkan pengawasan Komisi Penyiaran Indonesia Pusat Terhadap Tayangan *Reality show* Mistik Televisi Indonesia. Pengertian penelitian kualitatif dapat diartikan sebagai penelitian yang menghasilkan data deskriptif mengenai kata-kata lisan maupun tertulis, dan tingkah laku yang dapat diamati dari orang-orang yang diteliti (Taylor dan Bogdan, 1984:5) dalam (Suyanto, Bagong & Sutinah. 2005:166). Minimal ada tiga hal yang digambarkan dalam penelitian kualitatif, yaitu karakteristik

pelaku, kegiatan atau kejadian-kejadian yang terjadi selama penelitian, dan keadaan lingkungan atau karakteristik tempat penelitian berlangsung. Peneliti akan membahas tentang karakteristik dari Komisi Penyiaran Indonesia, segala kegiatan dan fenomena yang terjadi selama penelitian berlangsung, dan membahas keadaan tempat penelitian di Komisi Penyiaran Indonesia Pusat. Metode kualitatif berusaha memahami dan menafsirkan makna suatu peristiwa interaksi tingkah laku manusia dalam situasi tertentu menurut perspektif penelitian sendiri (Usman, Husaini & Setiadya Akbar, Purnomo. 2009:78). Setelah merekap, akhirnya peneliti mulai memahami dan menafsirkan terhadap kasus yang sedang ditangani oleh KPI. Tidak hanya itu, tetapi peneliti juga mengikuti rapat pembinaan acara Karma yang diadakan oleh pihak KPI. Sehingga, peneliti lebih tertarik untuk meneliti dan lebih dalam melakukan observasi di awal penelitian.

Penelitian deskriptif diuraikan dengan kata-kata menurut pendapat responden, apa adanya sesuai dengan pertanyaan penelitiannya, kemudian dianalisis pula dengan kata-kata apa yang melatarbelakangi responden berperilaku (berpikir, berperasaan, dan bertindak) seperti itu tidak seperti lainnya, direduksi, di triangulasi, disimpulkan (diberi makna oleh peneliti), dan diverifikasi (dikonsultasikan kembali kepada responden dan teman sejawat) (Usman, Husaini & Setiadya Akbar, Purnomo. 2009:130). Penelitian ini, peneliti akan memberikan deskriptif tentang bagaimana pengawasan yang akan dilakukan oleh Komisi Penyiaran Indonesia terhadap tayangan pertelevisian Indonesia, khususnya pada program *reality show* bergenre mistik yaitu acara Karma Antv.

Selain metode analisis deskriptif, penelitian ini menggunakan strategi penelitian studi kasus. Studi kasus adalah semua situasi yang dapat diselidiki untuk memahami fenomena sosial yang kompleks dan memungkinkan peneliti untuk mempertahankan karakteristik holistik dan bermakna dari peristiwa-peristiwa kehidupan nyata seperti siklus kehidupan seseorang, proses-proses organisasional dan manajerial, perubahan lingkungan sosial, hubungan-hubungan internasional, dan kematangan industri-industri (Yin, Robert K. 1996:4). Mengutip dari Miles dan Huberman, Punch dapat mendefinisikan sebuah kasus sebagai fenomena yang terjadi dalam suatu ikatan beberapa konteks. Dengan demikian, kasus tersebut mungkin dapat seorang individu, suatu peran, atau sebuah kelompok kecil, atau sebuah organisasi atau komunitas dalam suatu bangsa. Dapat pula sebuah keputusan, kebijakan, atau kejadian bahkan peristiwa dan kemungkinan lainnya yang terjadi. Terdapat berbagai jenis kasus, ada juga berbagai jenis studi kasus yang dibedakan tiga jenis utama:

1. *Intrinsic case study* adalah sebuah penelitian ini dilakukan karena peneliti ingin mengetahui pemahaman yang lebih baik dari kasus tersebut
2. *Intrumental case study* adalah kasus tertentu diperiksa atau diteliti untuk memberikan saran tentang kasus tertentu dan menjelaskan dengan suatu teori
3. *Collective case study* adalah studi kasus instrumental yang di perluaskan untuk meliputi beberapa kasus, untuk mempelajari lebih lanjut tentang fenomena atau kondisi umum. *Intrinsic case study* dan *Intrumental case study* adalah *single case study*, yaitu fokus dapat diberikan pada kasus tersebut. Sedangkan, *Collective case*

*study* adalah *multi case study*, yaitu fokus dapat diberikan kedalam dan di seluruh kasus tersebut (Punch, 1998:152). Maka, penelitian ini menggunakan *Intrinsic case study* yaitu kasus pengawasan yang dilakukan oleh KPI guna memberikan pengetahuan atau pemahaman yang lebih baik terkait aturan main sebuah regulasi penyiaran Indonesia khususnya pengawasan dalam program *reality show* bergenre mistik Karma Antv dengan memberikan peringatan dan melakukan pembinaan terhadap acara tersebut.

Pendekatan terhadap sumber bukti tunggal tidak disarankan dalam penelitian studi kasus. Sebaliknya kekuatan utama dari tahap pengumpulan data pada studi kasus terletak pada peluangnya untuk menggunakan berbagai sumber bukti atau multisumber bukti (Yin, Robert K, 1996:119). Penelitian ini, peneliti akan mengambil dari beberapa level data yang berbeda. Pertama, peneliti akan melakukan pengambilan data dari level data teks berupa buku, jurnal, artikel, undang-undang penyiaran, rekapan data pengaduan dari KPI, dokumen dari situs KPI, surat, dan P3SPS. Kedua, peneliti akan melakukan pengambilan data dari analisis data yang sudah didapat dari hasil wawancara kepada informan. Lalu, selanjutnya peneliti akan memfilter data yang sudah didapat untuk mendukung memperdalam pembahasan kasus ini.

Alasan peneliti tertarik terhadap kasus yang diangkat karena awalnya peneliti sebagai seorang mahasiswa yang magang di KPI dan membantu dalam merekap aduan dari masyarakat yang masuk ke akun sosial media milik KPI khususnya Instagram. Peneliti akan meneliti atau menelaah seluruh episode Karma episode

tanggal 27 dan 30 Januari dan 1 Februari 2018 karena ini tayangan yang berpotensi melanggar aturan P3SPS. Semakin hari, semakin banyak kontroversi yang ada di media dan semakin sering KPI melakukan pengawasan terhadap program acara Karma.

## **2. Objek Penelitian**

Jenis penelitian yang akan digunakan peneliti adalah kualitatif dengan menggunakan metode analisis deskriptif. Tayangan berformat *reality show* berbau mistik yang sedang *tranding topic* dibicarakan masyarakat Indonesia program acara “Karma” ANTV episode tanggal 27 dan 30 Januari dan 1 Februari 2018. Pada bulan Maret, banyak aduan dari masyarakat ke akun media sosial Instagram KPI Pusat yang merasa resah dengan program acara “Karma” yang akan merusak Aqidah Islam.

## **3. Teknik Pengumpulan Data**

### **a. Wawancara**

Teknik Wawancara merupakan salah satu cara pengumpulan data dalam suatu penelitian. Karena menyangkut data, maka wawancara merupakan salah satu elemen penting dalam proses penelitian. Wawancara dapat diartikan sebagai cara yang digunakan untuk mendapatkan informasi (data) dari responden dengan cara bertanya langsung secara bertatap muka (*face to face*) (Suyatno, Bagong & Sutinah, 2007:69). Wawancara ialah tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih secara langsung. Pewawancara disebut interviewer, sedangkan orang yang diwawancarai disebut

interview (Usman, Husaini & Setiadya Akbar, Purnomo, 2009:55). Tipe wawancara pada penelitian ini adalah wawancara yang terfokus, hal ini terlihat dari responden yang diwawancarai dalam waktu yang singkat misalkan dalam durasi satu jam. Maka kasus seperti ini, wawancara tersebut akan tetap *open-ended* dan dapat mengonsumsi bagaimana cara waktu wawancara itu berlangsung namun pewawancara tidak perlu mengikuti pertanyaan yang diturunkan dari protokol studi kasusnya (Yin, Robert K, 1996:109). Wawancara terkait penelitian ini akan mengadakan wawancara dengan pihak Komisi Penyiaran Indonesia Pusat terhadap tayangan *reality show* mistik televisi Indonesia yaitu kepada dua anggota komisioner Komisi Penyiaran Indonesia periode 2016-2019 bidang isi siaran. Yang berguna untuk mendapatkan informasi ataupun data yang aktual dan akurat.

#### b. Dokumen

Jenis informasi dapat menggunakan berbagai bentuk dan akan dijadikan objek kedalam rencana-rencana pengumpulan data yang eksplisit. Contohnya, melalui pertimbangan jenis dokumen-dokumen seperti:

- Surat, memorandum, dan pengumuman resmi
- Agenda, kesimpulan-kesimpulan dari pertemuan, dan laporan-laporan peristiwa tertulis lainnya
- Dokumen-dokumen administratif seperti proposal, laporan kemajuan, dan dokumen-dokumen intern lainnya

- Penelitian-penelitian atau evaluasi-evaluasi resmi pada situs yang sama
- Kliping-kliping baru dan artikel-artikel lain yang muncul di media massa

Untuk studi kasus, dokumen menjadi faktor yang paling penting dalam mendukung dan menambah bukti dari sumber lainnya. Pertama, dokumen membantu penverifikasian ejaan dan judul atau nama yang benar dari organisasi yang sudah dibahas. Kedua, dokumen dapat menambah rincian yang lebih spesifik lainnya untuk mendukung informasi dari sumber lainnya dan jika bukti dokumen bertentangan maka peneliti mempunyai alasan untuk lebih jauh meneliti topik itu. Ketiga, inferensi dapat dibuat dari dokumen-dokumen seperti dengan melakukan observasi pola tembusan karbon dari dokumen tertentu, seorang peneliti dapat mulai mengajukan pertanyaan baru tentang komunikasi dan jaringan kerja suatu organisasi (Yin, Robert K,1996:103-104). Dokumen yang digunakan dalam penelitian saat ini adalah:

- Surat rekapan pengaduan Karma periode Maret 2018
- Surat pengaduan dari MUI ke pihak pengaduan KPI Pusat

#### c. Dokumentasi

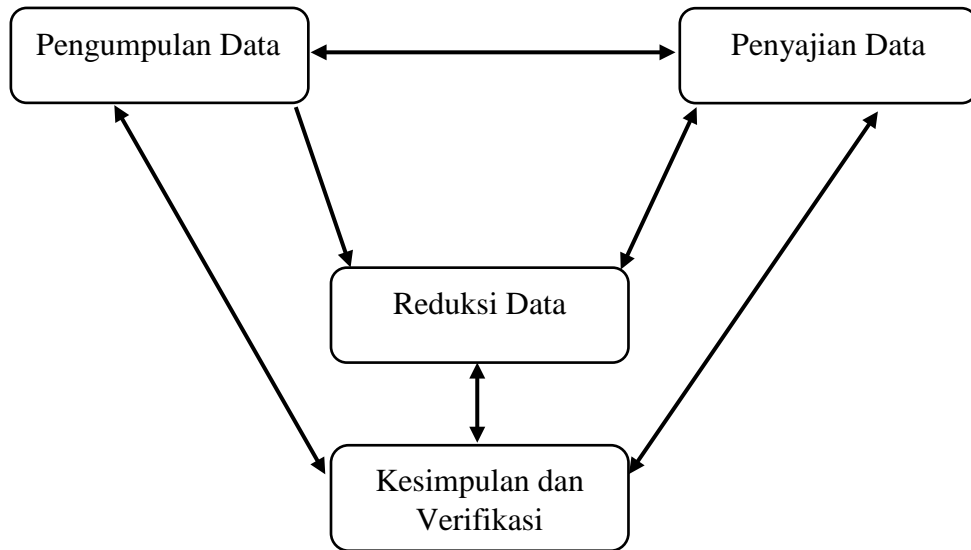
Pada saat ini, foto sudah banyak ditemui untuk keperluan penelitian kualitatif, karena gunanya yang memudahkan untuk dipakai dalam berbagai keperluan penelitian. Foto menghasilkan data deskriptif yang cukup berharga dan sering

digunakan untuk menelaah segi-segi subjektif dan hasilnya sering dianalisis secara induktif. Ada dua kategori foto yang dapat dimanfaatkan dalam penelitian kualitatif, yaitu foto yang dihasilkan orang dan foto yang dihasilkan oleh penelitian sendiri (Bodgan dan Biklen.1982:102 dalam Moleong.2014:160). Selain foto yang didapat oleh peneliti selama pengawasan yang dilakukan KPI terhadap program Karma periode Januari-Maret 2018, perlu dikemukakan satu hal penting yaitu apabila sumber datanya berasal dari gambar, foto, atau film (*handycam*), akan baik sekali apabila data yang didapat dari Komisi Penyiaran Indonesia dimasukkan terlebih dahulu dalam catatan lapangan, barulah kemudian dianalisis.

#### **4. Teknik Analisis Data**

Sangat berbeda dengan analisis data pada studi kuantitatif yang dilakukan setelah aktivitas pengumpulan data, proses analisis data kualitatif berlangsung selama dan pasca pengumpulan data. Proses analisis mengalir dari tahap awal hingga tahap penarikan kesimpulan hasil studi. Karenanya, sebagaimana dinyatakan oleh Miles & Huberman pada tahun 1992, analisis data kualitatif dikatakan sebagai model alir (*flow model*).





Bagan 1.1 Analisis data kualitatif Miles dan Huberman 1992

Komponen-komponen analisis data (yang mencakup reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan) secara interaktif saling berhubungan selama dan sesudah pengumpulan data. Proses-proses analisis kualitatif tersebut dapat dijelaskan ke dalam tiga langkah berikut:

1. Reduksi data (*data reduction*), yaitu proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Sebagaimana kita ketahui, reduksi data, berlangsung terus-menerus selama proyek yang berorientasi kualitatif berlangsung. Selama pengumpulan data berlangsung, terjadilah tahap reduksi selanjutnya (membuat ringkasan, mengkode, menelusur tema, membuat gugus-gugus, membuat partisi, menulis memo). Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang

menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa hingga kesimpulan-kesimpulan akhirnya dapat ditarik kesimpulan (Rohidi, Tjetjep Rohendi. 2014:16). Di dalam penelitian ini, reduksi data itu adalah proses pemilihan dari data mentah yang sudah diperoleh dari pihak Komisi Penyiaran Indonesia Pusat baik dari proses wawancara, observasi, dan dokumentasi yang sudah digolongkan dan diarahkan sehingga data yang dikira kurang mendukung penelitian ini ditiadakan sehingga dapat memperoleh kesimpulan yang baik.

2. Penyajian data (*data display*), yaitu deskripsi kumpulan informasi tersusun yang memungkinkan untuk melakukan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data kualitatif yang lazim digunakan adalah dalam bentuk teks naratif. Teks naratif, dalam hal ini, melebihi beban kelebihan manusia dalam memproses informasi (Faust, 1982). Di dalam penelitian ini, dari semua data yang sudah melalui proses pemilihan dari beberapa proses yang didapat dari Komisi Penyiaran Indonesia akan disajikan datanya dan diteliti berdasarkan teori-teori yang sudah ada sehingga memudahkan melakukan penarikan kesimpulan serta saran.
3. Penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing and verification*). Dari permulaan pengumpulan data, periset kualitatif mencari makna dan setiap gejala yang diperolehnya di lapangan, mencatat keteraturan atau pola penjelasan dan konfigurasi yang mungkin ada, alur

sebab akibat, dan proposisi. Peneliti yang berkompeten akan menangani kesimpulan-kesimpulan itu secara longgar, tetap terbuka dan skeptis, tetapi kesimpulan telah disediakan. Selama penelitian masih berlangsung, setiap kesimpulan yang ditetapkan akan terus-menerus diverifikasi hingga benar-benar diperoleh konklusi yang valid dan kokoh (Salim, Agus.2006:22). Kesimpulan-kesimpulan “final” mungkin tidak muncul sampai pengumpulan data berakhir, tergantung pada besarnya kumpulan-kumpulan catatan lapangan, pengkodeannya, penyimpangan, dan metode pencarian ulang yang digunakan, kecakapan penelitian, dan tuntutan-tuntutan pemberi dana, tetapi sering kali kesimpulan itu telah dirumuskan sebelumnya sejak awal, sekalipun seorang peneliti menyatakan telah melanjutkannya ”secara induktif” (Rohidi, Tjetjep Rohendi. 2014:19). Dari data yang sudah dipilih dan disajikan, ini adalah proses terakhir yaitu menarik kesimpulan selama proses penelitian berlangsung yang dilakukan oleh peneliti.

## **5. Sistematika Penulisan**

Penelitian ini disusun secara sistematis dan terdiri dari empat bab yakni sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan. Bab ini yang diawali dengan latar belakang masalah penelitian, perumusan masalah, kerangka teori sebagai pedoman dari penelitian,

tujuan serta manfaat penelitian, metodologi penelitian dan diakhiri dengan sistematika penulisan.

Bab II Gambaran Umum. Bab yang berisi mengenai gambaran umum serta profil objek penelitian, yaitu Komisi Penyiaran Indonesia Pusat. Pada bab ini juga akan membahas mengenai dasar pembentukan KPI, sejarah berdirinya KPI, visi dan misi KPI dan kelembagaan organisasi KPI, serta gambaran tayangan *reality show* mistik yang melanggar aturan dari KPI.

Bab III Temuan dan Hasil. Bab yang berisi analisis yang didapat dari seluruh data-data yang telah diperoleh selama penelitian dan pengawasan Komisi Penyiaran Indonesia Pusat terhadap tayangan *reality show* mistik di televisi pada program acara “Karma” Antv edisi episode tanggal 27 dan 30 Januari dan 1 Februari 2018 dengan menggunakan hasil analisis sesuai dengan teori-teori yang terkait.

Bab IV Penutup. Bab yang berisi kesimpulan dari hasil analisis pengawasan Komisi Penyiaran Indonesia Pusat terhadap tayangan *reality show* mistik yang telah dilakukan, sehingga dapat mengetahui bagaimana peranan Komisi Penyiaran Indonesia Pusat terhadap tayangan *reality show* mistik “Karma” Antv episode tanggal 27 dan 30 Januari dan 1 Februari 2018. Kemudian disertai dengan saran-saran terkait hasil penelitian.