

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Kebutuhan akan suatu informasi dan hiburan bagi masyarakat luas dimanfaatkan dengan baik oleh pemilik media. Media massa bukan lagi sebagai corong pemerintah seperti pada Orde Baru tahun 60-an, dimana media “Pers” berorientasi dan bersikap harus berdasarkan Pancasila serta Undang-Undang Dasar (UUD) 1945. Media massa seperti halnya pesan lisan dan isyarat sudah tidak terpisahkan dari komunikasi manusia (Rivers dalam Abrar, 2015:153). Pesan-pesan yang diinfomasikan oleh media massa sejatinya berasal dari titipan publik, pemerintah dan swasta yang kemudian diolah untuk disebarluaskan kepada masyarakat luas.

Memasuki era reformasi tahun 1998 kebutuhan akan suatu informasi mengubah cara pandang masyarakat akan keberadaan media penyiaran terutama televisi. Masyarakat mengetahui hak-hak mereka dalam mendapatkan informasi seluas-luasnya dan kebebasan akan berpendapat menyampaikan aspirasi mereka seperti yang sudah tertuang dalam UU Dasar 1945. Selain itu Indonesia sebagai Negara Demokratis juga menjamin adanya kebebasan untuk berekspresi, kebebasan berbicara, dan kebebasan pers.

Dalam media penyiaran berkaitan akan kebebasan pers khususnya televisi sebagai media massa yang sangat populer pada masa itu dituntut

untuk bisa memenuhi hak masyarakat dalam memperoleh informasi. Oleh sebab itu, dibuatkanlah UU yang mengatur penyelenggaraan media penyiaran yaitu UU No. 32 Tahun 2002.

Dengan mengacu UU No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran bahwa bentuk lembaga penyiaran yang diperbolehkan menyelenggarakan siaran televisi di wilayah hukum Republik Indonesia adalah yang berbentuk Lembaga Penyiaran Publik, Lembaga Penyiaran Komersil, Lembaga Penyiaran Komunitas, serta Lembaga Penyiaran Berlangganan. Dalam Undang-Undang tersebut juga sudah dijelaskan bahwa untuk mengelola sebuah lembaga penyiaran, harus dilandasi prinsip-prinsip usaha dengan mengedepankan nilai-nilai diversitas kepemilikan dan penguasaan lembaga penyiaran, diversitas bentuk dan isi siaran, serta lokalisme dan otonomi khalayak. Prinsip-prinsip ini di kalangan pelaku media dikenal dengan konsep *diversity of ownership* dan *diversity of content* (Sudarmawan, 2007: 236).

Ketentuan dalam UU Penyiaran, televisi diwajibkan untuk melakukan siaran lokal dengan melalui sistem berjejaring. Tujuan kebijakan UU Penyiaran untuk mendorong *diversity of content* yang berkaitan dengan *diversity of ownership*. Selain itu, ketentuan ini juga memberikan peluang bisnis besar untuk para pemodal di daerah untuk membuat unit usaha media penyiaran televisi komersil lokal yang ada di daerahnya.

Menurut Morissan televisi lokal merupakan salah satu stasiun televisi di Indonesia yang berbasis kedaerahan yang disiarkan melalui satelit

dan kabel yang menggunakan otonomi daerah untuk pembiayaannya (Morissan dalam Rizky & Wahid, 2018:165). Namun menyelenggarakan televisi lokal di daerah juga mempunyai tantangan yang besar ditengah persaingan dengan televisi nasional yang melakukan sistem berjejaring di daerah. Karena televisi berjejaring dari segi modal lebih tinggi, kualitas siaran, serta alat yang dipakai lebih modern. Tidak hanya itu, informasi yang diberikan televisi berjejaring untuk masyarakat lebih luas dan variatif.

Hidupnya televisi lokal berkat iklan yang masuk seperti halnya pengobatan, *home shopping* dan sejenisnya. Iklan merupakan salah satu penghasil terbesar dalam media penyiaran sebagai penyokong dana produksi, sehingga media penyiaran akan berusaha menyuguhkan tayangan yang banyak menyedot atensi masyarakat untuk memperoleh *rating* tinggi walaupun kualitas program acara sebenarnya tidak sesuai standar aturan siaran. Seperti yang dikemukakan oleh Brian McNair, memang tujuan utama pers adalah menghasilkan informasi dalam bentuk komoditas, dan memaksimalkan keuntungan iklan dengan menjual informasi itu kepada sebanyak mungkin pembaca (McNair, 2016: 92).

Di Yogyakarta sendiri ada 17 kanal stasiun televisi, 4 diantaranya televisi lokal, 12 adalah televisi jaringan, dan 1 LPP (Lembaga Penyiaran Pemerintah). Televisi lokal di Yogyakarta sampai saat ini masih mampu mempertahankan eksistensinya dan bersaing dengan televisi nasional.

Reksa Birama TV atau yang lebih dikenal dengan RBTv dengan *tagline* “ASLI JOGJA” merupakan salah satu stasiun televisi lokal yang

berdiri dan mengudara di Yogyakarta. RBTv berdiri atas kerjasama antara PT. Redjo Buntung (RBFM) Yogyakarta dan STMIK AMIKOM Yogyakarta. Sejak 1 Maret 2012, RBTv sebagai stasiun lokal dibawah naungan Kompas TV. Jika sebelumnya RBTv bersiaran dari pukul 10.00 – 24.00 WIB, sekarang dimulai pukul 04.30 – 11.00 WIB sesuai dengan jadwal siaran Kompas TV.

Berdasarkan data awal yang didapatkan oleh peneliti dengan KPID DIY, RBTv memang sudah memenuhi 140 menit untuk program siaran lokal. Namun sayang kerjasama berjejaring yang dilakukan oleh RBTv dengan Kompas TV menggeser program siaran lokal untuk ditayangkan pada waktu dini hari. Jelas penempatan slot siaran lokal berkaitan dengan *rating* yang sedikit karena memang tidak ada yang menonton dan juga memang konten siaran lokal jarang diminati masyarakat. 70% konten diisi oleh Kompas TV sedangkan RBTv hanya 30%, sehingga program siaran yang ada di RBTv lebih didominasi oleh siaran Kompas TV, dengan berskala nasional tentunya lebih mampu menyita atensi masyarakat. Kompas TV melakukan sistem berjejaring dengan RBTv sebab tidak mempunyai biro stasiun di Yogyakarta dan kanal sendiri.

Kerjasama berjejaring Kompas TV secara tidak langsung menggeser kedudukan RBTv sebagai televisi lokal yang seharusnya banyak menyiarkan program siaran lokal di Yogyakarta. Konten program siaran lokal pun maksimal hanya ada 7 program setiap harinya. Apakah program RBTv yang hanya sedikit ini akibat dari integrasi secara vertikal yang

dilakukan oleh Kompas TV dengan cara mendominasi programnya serta memberikan kontrol pada program lokal RBTv. Hal inilah yang ingin dikaji dalam penelitian kali ini.

Konten dalam siaran di televisi lokal maupun berjejaring harus berisi kearifan lokal dengan porsi yang lebih besar. Dari mulai seni budaya, wisata daerah, SDA, dan apapun yang ada di daerah merupakan bagian dari kerifan lokal. Kerifan lokal yang disuguhkan mempunyai manfaat sangat besar untuk pendidikan dan hiburan. Selain itu kearifan lokal dalam televisi lokal mampu mengeksplorasi potensi daerah sebagai bentuk dokumentasi yang sangat bermanfaat. Namun faktanya banyak televisi nasional mengakali regulasi ini dengan menempatkan slot siaran lokal dipagi hari sehingga tidak ada penontonnya. Akhirnya Pemerintah Daerah DIY bersama DPRD membuat Peraturan Daerah No. 13 Tahun 2016 tentang Penyiaran Penyiaran berkaitan dengan usaha untuk melindungi konten-konten lokal. Nyatanya sudah ada PERDA dan UU masih saja banyak yang melanggar.

Industri media sendiri ada kontestasi yang terus berlangsung mengenai apakah media harus menyampaikan konten dan informasi yang bertujuan melayani kepentingan publik, mencari profit, melayani kepentingan pemilik atau mempertahankan integritasnya. Kontestasi ini akan terus berlangsung, disetiap kelompok media. Disini, mempertahankan integritas media menjadi tantangan yang paling relevan karena kepentingan pemilik selalu ada dan *rating*, yang mengagungkan sensasionalisme,

menjadi penting dalam menentukan konten produksi (Nugroho dkk, 201:125).

Penelitian terdahulu oleh Rahayu, Bayu Wahyono, Puji Rianto, Novi Kurnia, Engelbertus Wendratama, dan Amir Effendi Siregar (2015) yang berjudul: Menegakkan Kedaulatan Telekomunikasi & Penyiaran di Indonesia menyatakan bahwa, kepemilikan media televisi di Indonesia hanya dimiliki oleh segelintir orang saja. Untuk penyelenggaraan televisi lokal dan komunitas seringkali dianggap sebelah mata. Masyarakat seringkali dijadikan untuk kepentingan bisnis sehingga tidak adanya keadilan dan kesejahteraan masyarakat luas. Perkembangan telekomunikasi media saat ini seringkali mengarahkan bisnis mereka ke integrasi vertikal karena izin usaha yang mereka miliki menjadikan mereka dapat melakukan perluasan bisnis dilini lain. Akibatnya pelaku bisnis kecil mengalami ancaman dalam persaingan bisnis. Selain itu lebih menekankan keinginan akan terciptanya keberimbangan kepentingan publik, demokrasi dan keadilan sosial dalam telekomunikasi penyiaran. Untuk memperoleh data dan hasil temuan tersebut menggunakan metode wawancara, observasi dan juga FGD.

Sama dengan penelitian sebelumnya, penelitian Muhammad Dicka Ma'arif Alyatalathaf (2018) yang berjudul: Spasialisasi dan Praktik Monopoli Emtek Group menyatakan bahwa, Emtek Group melakukan praktik ekonomi politik dalam spasialisasi dengan melakukan integrasi vertikal dan integrasi horizontal. Integrasi yang dilakukan sering kali melakukan akuisisi dan merger dengan unit usaha lainnya. Sehingga Emtek

Group diindikasikan melakukan praktik monopoli dan konglomerasi. Akibat dari konglomerasi yang dilakukan berimbas pada isi konten karena dominasi kepemilikan menentukan isi konten. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif-kualitatif dengan studi dokumentasi.

Berbeda dengan dua penelitian sebelumnya oleh Nuril Ashivah Misbah (2016) yang berjudul: *Indonesian Idol: A Fabricated Reality for Commodification*. Penelitian ini bertujuan untuk melihat proses komodifikasi realitas dalam *reality* program. Hasil penelitian ini ialah program acara Indonesia Idol dikonstruksikan harus sesuai dengan standar market. Untuk mencapai standar tersebut terjadi proses komodifikasi konten dari mulai *setting* panggung, pemilihan juri, ataupun format untuk perlombaan. Sehingga komodifikasi yang dilakukan untuk keuntungan industri televisi.

Permasalahan ekonomi politik media dari mulai dominasi, kontrol, konten lokal, integrasi, sistem berjejaring yang tidak berjalan sebagaimana mestinya inilah yang mendasari peneliti tertarik mengangkat isu “seksi” ini dalam judul **Antara Kepentingan Pasar VS Kepatuhan Terhadap Hukum (Analisis Ekonomi Politik Siaran Lokal di Yogyakarta)**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah ini adalah bagaimana kontestasi kepentingan pasar dan kepatuhan terhadap hukum dalam siaran lokal di RBTV Yogyakarta?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis bagaimana kontestasi kepentingan pasar dan kepatuhan terhadap hukum dalam siaran lokal di RBTv Yogyakarta.
2. Menganalisis mekanisme berjejaring RBTv dan Kompas TV.
3. Melihat adanya intervensi yang dilakukan oleh Kompas TV terhadap RBTv.

### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat teoritis dari penelitian ini adalah mengkaji persoalan penyiaran televisi di daerah dengan perspektif ekonomi politik. Sedangkan manfaat praktis dari penelitian ini adalah untuk memberikan masukan kepada regulator penyiaran tentang persoalan yang terjadi di daerah terutama dalam konteks kepentingan pasar dan kepatuhan terhadap hukum.

### **E. Kerangka Teori**

Berikut ini merupakan beberapa teori yang menjadi landasan dalam penelitian ini.

#### **1. Ekonomi Politik Komunikasi**

Ekonomi politik sendiri sebagai disiplin ilmu berkembang sejak abad 18 terutama sebagai respon terhadap akselerasi kapitalisme. Ekonomi politik kritis adalah varian studi ekonomi politik yang mencoba



bersikap kritis terhadap proses-proses liberalisasi, dengan mengedepankan aspek-aspek moral dan etika sosial. Varian yang lain, ekonomi politik liberal sebaliknya cenderung memberikan afirmasi terhadap proses dan dampak liberalisasi (Sudibyo, 2004:6).

Kajian ekonomi politik media terpusat pada hubungan dominasi dan penguasa ekonomi yang bisa menjadi pengontrol serta memberi pengaruh terhadap lembaga sosial lain, media massa termasuk dalam cengkaman ekonomi politik. Hubungan dari keduanya itu dimanfaatkan secara apik hingga dapat mempengaruhi sistem produksi, distribusi dan media massa.

Vincent Mosco menjelaskan, dua definisi ekonomi politik menangkap berbagai pendekatan untuk disiplin. Dalam arti sempit, ekonomi politik adalah studi tentang hubungan sosial, khususnya hubungan kekuasaan, yang merupakan produksi bersama, distribusi, dan konsumsi sumber daya, termasuk sumber daya komunikasi. Definisi ekonomi politik yang lebih umum dan ambisius adalah studi tentang kontrol dan kelangsungan hidup dalam kehidupan sosial. Kontrol merujuk secara khusus pada bagaimana suatu masyarakat mengorganisir dirinya sendiri, mengelola urusannya dan beradaptasi, atau gagal beradaptasi, dengan perubahan yang tak terhindarkan yang dihadapi semua masyarakat. Menurut interpretasi ini, kontrol adalah proses politik karena ia membentuk hubungan dalam suatu komunitas, dan

kelangsungan hidup terutama bersifat ekonomi karena melibatkan proses produksi dan reproduksi (Mosco, 2009: 2-3).

Sudibyo juga menjabarkan karakteristik ekonomi politik kritis dari Vincent Mosco yang menjadi tiga bagian, yaitu realisme, influksi, dan kritis. Pengaruh realisme membuat ekonomi politik kritis sangat menghindari ketergantungan eksklusif terhadap teori abstrak atau deskripsi empiris. Watak influksi berasal dari kesadaran bahwa kehidupan sosial tidak dapat diragukan ke dalam satu teori. Watak kritis ekonomi politik mewujudkan pada kepekaan terhadap berbagai bentuk ketimpangan dan ketidakadilan (Sudibyo, 2004, 9).

Ekonomi politik media lebih membahas bagaimana hubungan antara industri media dan struktur ekonomi politik. Industri media massa erat kaitannya dengan latar belakang ekonomi politik. Dalam bidang ekonomi, media massa memproduksi suatu berita, didistribusikan dalam bentuk teks berita, berakhir dengan konsumsi yang dilakukan oleh khalayak untuk memperoleh suatu informasi dari berita. Proses tersebut pada akhirnya merujuk pada ekonomi media. Disisi lain proses ekonomi media juga berkaitan erat dengan adanya politik di dalamnya sehingga ekonomi politik dalam media berjalan bersamaan.

Teori politik ekonomi Vincent Mosco membahas mengenai tiga proses yaitu komodifikasi, spesialisasi, dan strukturasi.

## **A. Komodifikasi**

Ekonomi politik komunikasi telah terkenal karena penekanannya pada menggambarkan dan memeriksa pentingnya struktur organisasi yang bertanggung jawab untuk produksi, distribusi, dan pertukaran komoditas komunikasi dan untuk pengaturan struktur ini, terutama oleh pemerintah. Meskipun tidak mengabaikan komoditas itu sendiri dan proses komodifikasi, ekonomi politik cenderung mengedepankan struktur dan institusi perusahaan dan negara (Mosco, 2009: 133). Komodifikasi mengacu pada proses mengubah nilai pakai menjadi nilai tukar, mengubah produk yang nilainya ditentukan oleh kemampuan mereka untuk memenuhi kebutuhan individu dan sosial menjadi produk yang nilainya ditentukan oleh harga pasar mereka. Sebagian karena penekanan pada struktur dan objek atas proses dan hubungan dalam banyak pemikiran ekonomi politik, istilah komodifikasi belum menerima perlakuan eksplisit substansial (Mosco, 2009: 132). Komodifikasi selalu merubah apapun menjadi komoditas yang mendapatkan keuntungan. Menurut Vincent Mosco komodifikasi mempunyai tiga bagian, yaitu isi/konten, audiens, pekerja. Komodifikasi isi/konten dilakukan ketika media mengubah teknologi menjadi pesan menjual untuk menarik perhatian pada penonton (audiens), konten kemudian dijadikan sebagai promosi iklan karena audiens banyak mengikuti program tersebut, sehingga terjadi

komodifikasi audiens dalam bentuk *rating* dan share kepada pengiklan. Sedangkan komodifikasi pekerja sering dilibatkan secara langsung, yaitu di belakang layar dan di depan layar. Tidak hanya itu saja komodifikasi pekerja juga dilakukan dengan cara sistem raport pelaksanaan kerja untuk menentukan besaran gaji yang didapat oleh para pekerja, sehingga perusahaan bisa memanipulasikan laporan gaji yang bertujuan untuk mengurangi gaji pekerja.

## **B. Spasialisasi**

Ekonomi politik komunikasi secara tradisional membahas spasialisasi sebagai perpanjangan institusional dari kekuatan perusahaan dalam industri komunikasi. Ekonomi politik biasanya menyebut ini sebagai masalah konsentrasi media yang dimanifestasikan dalam pertumbuhan tipis dalam ukuran perusahaan media, diukur dengan aset, pendapatan, laba, karyawan, dan nilai saham (Mosco, 2009:14).

Integrasi horizontal terjadi ketika perusahaan disatu jalur media membeli minat besar pada operasi media lain yang tidak terkait langsung dengan bisnis asli. Sedangkan Integrasi vertikal menggambarkan penggabungan perusahaan dalam lini bisnis yang memperluas kendali perusahaan atas proses produksi (Mosco, 2009:15).

Salah satu konsekuensi dari spesialisasi adalah perkembangan pasar tenaga kerja global. Bisnis sekarang dapat mengambil keuntungan dari perbedaan upah, keterampilan, dan karakteristik penting lainnya dalam skala internasional (Mosco, 2009:16). Spesialisasi sering dikaitkan dengan pemilik media yang melakukan “perluasan” lini media yang dimikinya untuk menjangkau khalayak luas. Perluasan ini nantinya akan menentukan apakah media itu akan melakukan konglomerasi media atau tidak.

### **C. Strukturasi**

Strukturasi adalah titik masuk untuk memeriksa konstitusi bersama antara struktur dan agensi dalam ekonomi politik. Ini adalah titik awal untuk memperluas konsepsi kekuasaan dan di samping itu, memberikan tugas untuk memahami bentuk-bentuk yang diambil hubungan sosial dalam ekonomi politik (Mosco, 2009: 188).

Strukturasi atau proses dimana struktur sosial dibentuk dari agensi manusia, bahkan ketika mereka berfungsi sebagai medium konstitusi sosial. Ekonomi politik membawa penekanan pada kekuasaan pada struktur - dualisme agensi. Struktur membatasi individu dengan menggunakan kekuatan ekonomi, politik, dan budaya. Selain memeriksa kelas sosial, gender, dan ras, struktur juga mempertimbangkan gerakan sosial yang menggunakan komunikasi untuk menghasilkan perubahan sosial, termasuk gerakan untuk

menciptakan sistem komunikasi yang demokratis. Akhirnya, ia mengambil konsep hegemoni atau proses membangun pandangan dunia yang diterima begitu saja. Dibedakan dari ideologi dan nilai-nilai sosial, hegemoni mengambil kekuatannya dari mencapai persetujuan dari orang-orang yang akan dikontrolnya, tetapi hegemoni memerlukan kekuatan untuk mempertahankan persetujuan dalam kondisi yang berubah. Komunikasi memainkan peran sentral dalam hegemoni karena media lama dan baru sangat penting untuk keberhasilan pemeliharaan kontrol hegemonik serta untuk perlawanan dan pembangunan kontra-hegemoni(Mosco, 2009: 209).

## **2. Televisi Lokal**

Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran Pasal 14 (3) menyatakan bahwa, di daerah provinsi, kabupaten, atau kota dapat didirikan Lembaga Penyiaran Publik lokal. Kemunculan televisi lokal diharapkan mampu mendorong *diversity of content* dan *diversity of ownership*. Selain diperbolehkannya pendirian stasiun televisi di daerah dalam UU yang sama Pasal 6 menyatakan bahwa, dalam sistem penyiaran nasional terdapat lembaga penyiaran dan pola jaringan yang adil dan terpadu yang dikembangkan dengan membentuk stasiun jaringan dan stasiun lokal. Sehingga membuka peluang bagi stasiun televisi nasional melakukan siaran di daerah.

UU Penyiaran Penyiaran mengamankan Sistem Stasiun Jaringan (SSJ) untuk diberlakukan oleh televisi-televisi nasional dengan berjejaring dengan televisi-televisi lokal di daerah-daerah. SSJ mensyaratkan stasiun televisi yang hendak bersiaran secara nasional harus bermitra dengan televisi lokal. Hal ini untuk mengakomodasikan konsep desentralisasi ekonomi di bidang media dan pengelolaan ranah publik berbasis kepentingan komunitas di daerah. SSJ juga merupakan pemenuhan hak masyarakat daerah untuk memperoleh informasi yang diinginkan sekaligus hak menggunakan frekuensi yang memang milik publik. Di samping itu juga sebagai upaya mengakomodasi demokrasi penyiaran, yakni otonomi publik, keberagaman konten (*diversity of content*), dan keberagaman kepemilikan (*diversity of ownership*) (Juditha, 2015: 50).

Kebijakan televisi berjejaring dimaksudkan untuk membuka peluang yang lebih menguntungkan bagi para pemodal. Pola televisi berjejaring memungkinkan pebisnis televisi bisa meraih jumlah penonton yang lebih luas dan melebihi radius jangkauan siarannya. Kehadiran televisi berjejaring justru memberikan peluang secara riil kepada televisi lokal dalam upaya meraih audiens. Sebab, dalam kaitan dengan unsur *proximity* (kedekatan), maka khalayak bisa lebih cerdas untuk memilih program acara yang sesuai kebutuhannya. Selain itu, masyarakat di daerah bisa berkontribusi secara langsung dalam

memberikan informasi, pendidikan, dan hiburan melalui media televisi jejaring lokal (Sudarmawan, 2007: 238).

Penyelenggaraan siaran berjejaring memberikan banyak keuntungan bagi penyelenggara televisi lokal. Namun, kerjasama ini dalam beberapa hal membawa kerugian pada porsi muatan lokal yang dapat ditayangkan. Kerugian ini disebabkan tidak semua kerjasama berjejaring berlaku secara seimbang antara induk jaringan dengan anggotanya. Dominasi terjadi dengan munculnya pembatasan atau pengurangan produksi dan siaran program bermuatan lokal. Persoalan ini berdampak pada dominasi informasi dan *diversity of content* (Rianto dkk, 2014: 50).

Siaran lokal disiapkan untuk konsumsi lokal. Dalam siarannya, bahasa yang dipakai biasanya bahasa daerah setempat untuk acara-acara tertentu (misalnya: wayang, ketoprak, ludruk, dan sejenisnya), namun bahasa pengantarnya tetap bahasa Indonesia (Soenarto, 2007: 21). Televisi lokal sebagai televisi yang dekat dengan masyarakat, mampu memposisikan dirinya sebagai televisi yang mengusung nilai lokal dalam setiap tayangannya dan memiliki peran besar dalam melestarikan budaya dan kearifan lokal (Fadhilah dkk, 2016: 86).

Program acara dengan dasar kearifan lokal akan memberikan gambaran tentang suatu tayangan yang dapat mengeksplorasi semua potensi yang ada di wilayah serta bermanfaat menjadi asset dokumentasi. Namun hingga saat ini, belum banyak televisi lokal



maupun nasional yang dapat mempromosikan suatu wilayah dengan semua potensi budaya kearifan lokal yang ada. Hal ini berkaitan dengan banyaknya kendala yang dialami oleh televisi lokal dalam internal seperti permasalahan manajemen terkait SDM, dana, alat, dan sulitnya mendapatkan iklan yang masuk untuk kegiatan produksi.

Belum lagi televisi lokal sangat jarang ditonton oleh pemirsa, salah satu alasannya karena penerimaan gambar siaran yang tidak terlalu baik (bersemut). Tingkat konsumsi media lokal yang dilakukan oleh Nielsen (2011) pada 10 kota besar di Indonesia menunjukkan bahwa tingkat kepemirsaaan media televisi lokal tergolong rendah. Untuk yang terendah hanya berkisar 1,1 % saja sedangkan *share* pemirsa televisi lokal tertinggi sebanyak 4,4% (Juditha, 2015: 50).

Kendala penyelenggaraan televisi lokal masih klasik, yaitu keterbatasan dana, alat, dan SDM jika dibandingkan dengan televisi swasta yang banyak berpusat di Jakarta (Sudarmawan, 2007: 239). Berbagai kendala yang dihadapi ini menuntut televisi lokal meningkatkan diri serta membenahan manajemen, meski harus diakui bahwa hal tersebut tidaklah mudah. Contoh dalam menghadapi banyaknya saingan televisi lainnya untuk merebut iklan, televisi lokal perlu meningkatkan kualitas konten program acaranya untuk mendapatkan nilai jual. Namun kenyataannya, persoalan konten lokal pada televisi lokal belum ditangani secara baik dan profesional, sehingga terkadang kalah bersaing (Juditha, 2015: 51).

### **3. Hukum Penyiaran di Indonesia**

Setelah reformasi 1998, industri media massa di Indonesia mengalami perkembangan yang signifikan. Pertama, berlakunya dua Undang-Undang di bidang pers, yaitu UU No. 40/1999 tentang pers dan UU No. 32/2002 tentang penyiaran. Kedua, peran media cetak sebagai sumber informasi pertama dan utama masyarakat secara perlahan tetapi pasti telah bergeser ke media elektronika. Ketiga, konglomerasi media elektronika hanya media cetak serta radio mulai tumbuh (Djamal dan Fachrudin, 2011: 84).

Dalam UU No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran sangat jelas menunjukkan nuansa demokratis dibandingkan dengan yang sebelumnya, UU No. 24/1997. Hal ini dapat dilihat dari proses terbentuknya yang memakan waktu cukup lama karena penuh dengan perdebatan dengan argumentasi masing-masing, serta tarik menarik kepentingan. Empat lembaga penyiaran yang tercantum pada UU ini dinyatakan sebagai penyelenggara penyiaran yang sah beroperasi di Indonesia. Selanjutnya, UU ini juga menyebutkan bahwa sistem penyiaran jaringan (pasal 31) sebagai alternatif bagi Lembaga Penyiaran Swasta (LPS) untuk memperluas jangkauan siarannya. Dalam berjaringan ini, LPS induk yang umumnya berlokasi di Jakarta bekerjasama dengan LPS lokal tertentu yang mengatur slot waktu tertentu untuk ditempati program dari Jakarta. Undang-Undang No.

32/2002 tentang penyiaran ini di undangkan di Jakarta pada 28 Desember 2002, tanpa tanda tangan Presiden Megawati Soekarno Putri. Tetapi, karena ketentuan perundang-undangan mengatakan bahwa setelah tiga bulan sejak satu RUU dinyatakan final oleh DPR, Presiden tidak bersedia memutuskan maka UU ini dinyatakan berlaku tanpa tanda tangan Presiden. Dan UU ini kemudian dikuatkan pemberlakuannya dengan dimuatnya dalam lembaran RI No. 139/2002 (Djamal dan Fachrudin, 2011: 248).

Setiap Undang-Undang yang dibuat pasti ada lembaga yang berwenang sebagai penanggungjawabnya. Dalam penyiaran ini lembaga yang mempunyai tanggung jawab untuk mengemban tugas ialah Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Sebagaimana telah tercantum dalam UU No. 32 Tahun 2002 pasal 7, KPI merupakan lembaga yang mengatur regulasi atau sebagai regulator penyiaran di Indonesia. KPI merupakan lembaga independen yang mengatur segala hal tentang penyiaran. Selain berpedoman pada UU No. 32 Tahun 2002 KPI juga membuat Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran atau yang lebih dikenal dengan P3SPS. Pedoman Perilaku Penyiaran (P3) adalah ketentuan-ketentuan bagi lembaga penyiaran yang ditetapkan oleh KPI sebagai panduan tentang batasan perilaku penyelenggaraan penyiaran dan pengawasan penyiaran nasional. Sedangkan Standar Program Siaran (SPS) adalah standar isi siaran yang berisi tentang batasan-batasan, pelanggaran, kewajiban, dan pengaturan penyiaran, serta sanksi

berdasarkan P3 yang ditetapkan oleh KPI, selain itu SPS juga merupakan penjabaran dari teknis P3 yang berisi tentang batasan-batasan yang boleh dan tidak boleh ditayangkan pada suatu program siaran.

Setiap daerah tidak semuanya memiliki peraturan yang mengatur tentang penyiaran, hanya beberapa daerah saja yang memiliki. Khusus untuk Yogyakarta selain UU No. 32 Tahun 2002 dan P3SPS, gubernur dan DPRD DIY membuat Peraturan Daerah, Daerah Istimewa Yogyakarta (PERDA DIY) No. 13 Tahun 2016 tentang penyelenggaraan penyiaran. PERDA penyiaran juga harus dipatuhi oleh seluruh stasiun televisi lokal dan siaran lokal televisi berjejaring serta semua radio yang ada di Yogyakarta.

PERDA DIY tersebut dibuat untuk melindungi konten lokal yang ada di Yogyakarta. Walaupun sudah dibuatkan PERDA yang ketat untuk penyiaran masih ada saja stasiun televisi lokal maupun jaringan di Yogyakarta ini melanggar peraturan yang sudah dibuat.

Mudahnya pembuatan izin penyelenggaraan penyiaran (IPP) dan perpanjangan siaran juga menjadi penyebab mengapa peraturan masih sering dilanggar. Karena dengan mempunyai IPP, para pemilik media televisi bisa memanfaatkan itu sebagai kebebasan dalam penyelenggaraan penyiaran.

## **D. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini berada pada wilayah deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus. Bogdan dan Taylor dalam (Moleong, 2014: 4) mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen karena mendapatkan perlakuan) (Prastowo, 2014:183). Menurut Bogdan dan Biklen (dalam Syamsuddin, 2009: 175) studi kasus merupakan pengujian secara rinci terhadap satu atau satu orang subjek atau satu tempat penyimpanan dokumen atau satu peristiwa tertentu.

Penelitian kualitatif ini digunakan untuk membantu peneliti dalam menganalisis semua hasil yang didapat dari lapangan. Metode yang digunakan dengan studi kasus dengan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi.

### **2. Informan Penelitian**

Informan adalah orang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian (Moleong, 2014: 132). Oleh karena itu sesuai dengan fokus dari penelitian ini, subjek

yang akan dijadikan sebagai informan utama antara lain pemilik stasiun televisi atau tim manajemen televisi di Yogyakarta dan KPID DIY. Adapun kriteria informan yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah:

- 1) Informan yang mempunyai akses informasi sesuai dengan penelitian ini ialah Direktur Utama dari RBTV
- 2) Komisioner KPID DIY selaku Koordinator Bidang Pengawasan Isi Siaran di KPID DIY

### **3. Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yang didapat dari hasil wawancara, observasi, studi dokumentasi dan arsip.

#### **a. Wawancara**

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interview*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut (Moeleong, 2014:186).

Wawancara secara garis besar dibagi menjadi dua, yakni wawancara tak terstruktur (mendalam) dan wawancara terstruktur. Wawancara tak terstruktur sering juga disebut wawancara mendalam, wawancara intensif, wawancara kualitatif, dan wawancara terbuka (*openended interview*), wawancara etnografis; wawancara terstruktur sering juga disebut wawancara baku

(*standardized interview*), yang susunan pertanyaannya sudah ditetapkan sebelumnya (biasanya tertulis) dengan pilihan-pilihan jawaban yang juga sudah disediakan (Mulyana, 2004: 180). Wawancara mendalam merupakan teknik pengumpulan data dengan cara pertukaran verbal tatap muka yang dilakukan oleh seorang pewawancara terhadap subjek penelitian. Pertemuan tatap muka dilakukan berulang antara peneliti dan subjek penelitian (Rejeki, 2011: 141). Wawancara akan dilakukan kepada:

- 1) Informan yang mempunyai akses informasi sesuai dengan penelitian ini ialah Direktur Utama dari RBTV
- 2) Komisioner KPID DIY selaku Koordinator Bidang Pengawasan Isi Siaran di KPID DIY

b. Observasi

Observasi merupakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap suatu gejala yang tampak pada objek penelitian (Sutrisno Hadi dalam Prastowo, 2014: 220). Observasi dilakukan oleh peneliti untuk mengumpulkan data dengan melakukan pengamatan.

c. Dokumentasi

Dokumen adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu (Sugiyono, 2007: 82). Dokumen penelitian ini adalah berupa data hasil laporan program televisi yang sudah dilakukan observasi sebelumnya. Dokumen sudah lama digunakan dalam penelitian

sebagai sumber data karena dalam banyak hal dokumen sebagai sumber data dimanfaatkan untuk menguji, menafsirkan, bahkan untuk meramalkan (Moleong, 2014: 2017). Dokumentasi nanti berasal dari hasil observasi di RBTV dan laporan SILONAS yang didapat dari KPID.

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

Analisis data kualitatif menurut Bogdan & Biklen dalam (Moleong, 2014: 248) adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Teknik analisis data adalah suatu proses mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberi kode, dan mengkategorikan data yang telah dikumpulkan berupa dokumen, laporan penelitian, artikel, gambar, foto dan lainnya sehingga dapat ditemukan dan dirumuskan hipotesis kerja pada data tersebut (Moleong, 1997: 103).

##### **a. Pengumpulan Data**

Pengumpulan data adalah proses pengumpulan semua hasil dari data penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada saat terjun ke lapangan untuk mencari data. Data diperoleh seperti pada saat



peneliti melakukan wawancara pada informan, mengamati lewat observasi, mendapatkan arsip dan dokumentasi yang diperoleh peneliti.

b. Pengolahan Data

Setelah peneliti mendapatkan data dari lapangan baik berupa data hasil wawancara, observasi, dokumentasi dan arsip, maka peneliti melakukan pengolahan data. Data diolah, dianalisis, dikorelasikan dengan teori dan keadaan yang sebenarnya.

c. Reduksi

Setelah data diolah, kemudian data-data akan direduksi. Reduksi data (*data reduction*) bukan asal membuang upaya yang tidak diperlukan, melainkan merupakan upaya yang tidak diperlukan, melainkan merupakan upaya yang dilakukan oleh peneliti selama analisis data dilakukan dan merupakan langkah yang tak terpisahkan dari analisis data (Pawito, 2007: 104).

d. Penyajian Data

Penyajian data dilakukan setelah proses reduksi data oleh peneliti. Penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat (*text*) yang bersifat narasi (Sugiyono, 2008: 95).

e. Kesimpulan

Kesimpulan merupakan hasil akhir dari permasalahan yang diteliti oleh peneliti. Kesimpulan menjelaskan semua hasil temuan

yang diperoleh dan sudah dibahas sesuai dengan teori yang digunakan.

#### **E. Sistematika Penulisan**

Guna untuk mendapatkan gambaran yang jelas dalam penelitian yang dilakukan ini, maka penelitian ini disusun dengan sistematika penulisan yang berisikan informasi mencakup materi dan hal-hal yang akan dibahas disetiap bab, adapun sistem penulisan sebagai berikut:

##### **BAB I                    PENDAHULUAN**

Pada bab 1 ini berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka teori, metode penelitian dan sistematika penulisan.

##### **BAB II                    GAMBARAN OBYEK PENELITIAN**

Pada bab ini berisi tentang gambaran perkembangan pertelevisian Indonesia dan profil perusahaan RBTv dan KPID.

##### **BAB III                   PEMBAHASAN**

Pada bab ini akan dipaparkan mengenai bagaimana ekonomi politik yang terjadi pada RBTv pasca berjejaring dengan Kompas TV. Dalam bab ini juga akan memaparkan hasil penelitian serta analisis

berdasarkan teori-teori yang telah disampaikan pada bab 1 kemudian akan dikorelasikan dengan hasil keseluruhan data penelitian yang didapatkan.

#### **BAB IV**

#### **PENUTUP**

Pada bab ini berisikan tentang kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan.