

Antara Kepentingan Pasar vs Kepatuhan Terhadap Hukum

(Analisis Ekonomi Politik Siaran Lokal di RBTv Yogyakarta)

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar

Sarjana Strata 1 Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh

FANADYA EVA NOVIANA

20160530174

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2020

Antara Kepentingan Pasar vs Kepatuhan Terhadap Hukum

(Analisis Ekonomi Politik Siaran Lokal di RBTv Yogyakarta)

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar

Sarjana Strata 1 Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh

FANADYA EVA NOVIANA

20160530174

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2020

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan didepan Tim Penguji Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, pada :

Hari : Rabu
Tanggal : 8 Januari 2010
Tempat : Ruang Negosiasi
Dengan nilai :

Susunan Tim Penguji
Ketua
Dr. Fajar Junaedi, S.Sos., M.Si.
Penguji I Penguji II
Dr. Tri Hastuti Nur Rochimah, S.Sos., M.Si. Ayu Amalia, S.Sos., M.Si.

The seal of Universitas Muhammadiyah Yogyakarta is a large, golden, octagonal emblem. It features a central sunburst design with rays emanating from a central point. The text "UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH" is written in a circular path around the top, and "YOGYAKARTA" is written at the bottom. The seal is partially overlaid by the text and signatures of the examiners.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana (S-1)
Tanggal 8 Januari 2020

Ketua Prodi Komunikasi
Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc.

The seal of the Prodi Komunikasi is a smaller, blue, circular emblem. It features a central sunburst design similar to the main university seal. The text "PRODI KOMUNIKASI" is written around the top, "ILMU KOMUNIKASI" around the middle, and "UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH" around the bottom. The seal is partially overlaid by the text and signature of the program coordinator.

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Fanadya Eva Noviana

NIM : 20160530174

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Broadcasting

Judul Skripsi : Antara Kepentingan Pasar vs Kepatuhan Terhadap Hukum

(Analisis Ekonomi Politik Siaran Lokal di RBTV
Yogyakarta)

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri. Penilitain dalam skripsi ini benar-benar telah dilakukan dan dapat dipertanggungjawabkan, serta seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiat/menjiplak karya orang lain maka saya bersedia dicabut gelar kesarjanaannya.

Yogyakarta, 21 Januari 2020

Penulis



Fanadya Eva Noviana

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kekuatan, memberikan bekal ilmu, kesehatan dan kesabaran. Atas karunia dan kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi sederhana yang berjudul “Antara Kepentingan Pasar vs Kepatuhan Terhadap Hukum (Analisis Ekonomi Politik Siaran Lokal di RBTV Yogyakarta)” ini dapat terselesaikan. Sholawat dan salam selalu terlimpahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW. Kupersembahkan skripsi sederhana ini kepada orang yang sangat kukasihi dan kusayangi.

Bapak dan Ibu Tercinta

Sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terimakasih yang tidak terhingga kupersembahkan skripsi sederhana ini sebagai karya kecil dariku untuk Bapak (Marlan) dan Ibu (Endang Trikinarsih) yang telah memberikan kasih sayang yang begitu besar, dukungan tiada henti, ridho dan doa yang tiada henti. Terimakasih atas cinta dan kasih yang tiada terhingga diberikan untukku dan tidak mungkin bisa kubalas hanya dengan secarik ucapan trimaksihku di halaman persembahan ini. Semoga dengan karya kecilku ini bisa membuat Bapak dan Ibu bahagia, serta sebagai pemacu semangatku untuk membahagikan kalian untuk seterusnya. Untuk Bapak dan Ibu yang selalu memberiku semangat, mendoakanku, memberikan ridho disetiap langkahku, menasehatiku tiada henti. Terimakasih, Terimakasih, Terimakasih Bapak dan Ibu yang kusayangi sepenuh hati...

Kakak, Adik, dan Keponakanku

Sebagai tanda terima kasihku, aku persembahkan skripsi sederhana ini sebagai karya kecil dariku untuk Kakak dan Kakak Ipar (Witha Cahya Mentari dan Fahrul Fauzhi), Adikku (Rizqi Anas Fauzi), Keponakanku tersayang (Shireen Saqueena Fauzhi). Terima kasih telah memberiku semangat dan dorongan untuk menyelesaikan skripsiku sebagai tugas akhir. Semoga doa dan dukungan yang diberikan menjadikan bekal untukku semakin semangat untuk memberikan kebahagiaan kecil untuk kalian. Terima kasih saudara-saudaraku yang kusayangi

Keluarga Besar

Terima kasih selalu mendukung apa pun keputusan yang ku ambil dan terima kasih untuk semua doa yang diberikan. Terkhusus Om Aris, terima kasih selalu mengantarku kemanapun sedari aku kecil sampai sekarang. Untuk almarhum Uti dan Kakung, terima kasih sudah ikut merawatku ketika kecil dan mengajarkanku banyak hal sehingga aku bisa seperti sekarang.

“Untuk semua orang yang membenciku, selalu menjatuhkanku, dan menyepelkanku TERIMA KASIH banyak. Berkat kalian semua aku bisa kuat dan tidak pantang menyerah untuk membuktikan bahwa aku mampu dalam menyelesaikan pendidikanku. Dengan skripsi ini menjadi bukti bahwa aku layak untuk tidak kalian pandang sebelah mata. TERIMA KASIH!”

HALAMAN MOTTO

*"Barang siapa yang bersungguh sungguh, sesungguhnya kesungguhan tersebut
untuk kebaikan dirinya sendiri."*

(Qs. Al-Ankabut: 6)

*"Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah
kesulitan itu ada kemudahan."*

(Asy Syarh ayat 5-6)

*"Waktu bagaikan pedang. Jika engkau tidak memanfaatkannya dengan baik
(untuk memotong), maka ia akan memanfaatkanmu (dipotong)."*

(HR. Muslim)

"Ridho dan doa orang tua sebagai jalan kesuksesan"

*"Berusahalah sekuatmu, semampumu. Tidak apa sakit di awal namun terbayar
bahagia di akhirmu karena kebahagiaan orang tua bukti keberhasilanmu"*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Antara Kepentingan Pasar vs Kepatuhan Terhadap Hukum (Analisis Ekonomi Politik Siaran Lokal di RBTv Yogyakarta)”. Penelitian ini guna melengkapi syarat penulis dalam memperoleh gelar sarjana Strata-1, Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Skripsi ini tidak lepas dari serangkaian proses mulai penetapan judul, penelitian, hingga penyusunan skripsi yang berjalan dengan lancar berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Ucapan terimakasih ingin penulis haturkan kepada semua pihak yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini, khususnya kepada:

1. Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Mas Dr. Fajar Junaedi, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing saya menjadi seseorang yang lebih kritis dan berpikiran luas.
3. Dr. Tri Hastuti Nur Rochimah, S.Sos., M.Si. selaku dosen penguji seminar proposal dan ujian skripsi.
4. Ayu Amalia, S.Sos., M.Si. selaku dosen penguji seminar proposal dan ujian skripsi.
5. Segenap dosen dan karyawan prodi Ilmu Komunikasi Universitas

Muhammadiyah Yogyakarta.

6. Bapak Wahyu Sudarmawan, S.E., S.H, M.Si, Presiden Direktur RBTV, selaku narasumber penulis.
7. Ibu Agnes Dwirusjiyati Komisioner Bidang Isi Siaran KPID DIY selaku narasumber penulis.
8. Ketua, Seluruh Komisioner dan Karyawan KPID DIY
9. Terimakasih untuk kamu Nurul Harsanti sebagai sahabat baikku yang selalu menemaniku kemanapun, menjadi tempatku berkeluh kesah setiap hari.
10. Terimakasih untuk Pochu, Kinthan, dan Bayu terimakasih untuk kalian sahabatku yang juga mewarnai kehidupanku sedari KKN.
11. Terimakasih untuk Galuh, Distian, Ihza, Sandi, Kefas sebagai sahabatku yang senantiasa mendengarkan keluh kesah seputar kuliah, julita-julita, dan mewarnai hidupku sedari semester awal kuliah.
12. Tim produksi (Azadi, Harsacitta, Bima) dokumenterku “Sujud” untuk pengalaman yang luar biasa.
13. Teman-teman kelas E (ebony) serta semua teman-teman BC dan IK 2016.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERYATAAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Kerangka Teori	8
1. Ekonomi Politik Komunikasi	8
2. Televisi Lokal	14
3. Hukum Penyiaran di Indonesia	18
F. Metode Penelitian.....	21
1. Jenis Penelitian	21
2. Informan Penelitian	21
3. Teknik Pengumpulan Data	22
4. Teknik Analisis Data	24
G. Sistematika Penulisan	26
BAB II GAMBARAN OBYEK PENELITIAN	28
A. RBTV Jogja dari Stasiun Televisi Lokal ke Lokal Berjejaring	28
B. Berjaringan Kompas TV	36
BAB III PEMBAHASAN	40
A. Temuan Penelitian.....	41
1. Komodifikasi RBTV	41
2. Spasialisasi Kompas TV terhadap RBTV	53
B. Analisis Komodifikasi dan Spasialisasi	61
1. Komodifikasi Konten dan Komodifikasi Audiens RBTV	61
2. Spasialisasi RBTV Pasca Kerjasama dengan Kompas TV	69
BAB IV PENUTUP	76
A. Kesimpulan	76
B. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	82

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Rangkaian Program Acara yang Tayang di RBTB (Kompas TV) .	41
Tabel 3.2. Program Acara yang di Tayangkan oleh RBTB	42
Tabel 3.3. Rekapitulasi Pantauan Program Siaran Lokal Berbahasa Jawa	42
Tabel 3.4. Barometer SILONAS RBTB (Kompas TV) 19 September 2019...	43
Tabel 3.6. Persentase Pembagian Durasi Tayangan	44
Tabel 3.6. Kewajiban dan Hak RBTB dan Kompas TV	58
Tabel 3.7. Format Program Acara Kompas TV dalam Sehari yang Ditayangkan oleh RBTB	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Logo RBTB	32
Gambar 2.2. Peta Jaringan Televisi Lokal Kompas TV di Indonesia	39
Gambar 3.1. Cuitan Masyarakat Akan Keberatan Pemindahan Waktu Tayang Saat Kompas Sport Menjadi Siaran Lokal AKJ	51
Gambar 3.2. Program Acara Liputan Khusus RBTB	47
Gambar 3.3. Peta Tower Pemancar RBTB dan Kompas TV	58
Gambar 3.4. Pemilik Saham RBTB	40
Gambar 3.5. Struktur Kedudukan RBTB dan Kompas TV	51
Gambar 3.6. Penempatan Logo RBTB pada Saat Waktu Tayang di Kompas TV (Foto Kiri) dan RBTB (Foto Kanan)	48
Gambar 3.7. Konglomerasi Kompas Gramedia	62
Gambar 3.8. Program Acara “Obrolan Pagi” di RBTB	64
Gambar 3.9. Kewenangan Kompas TV terhadap RBTB	73

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Departemen Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Broadcasting

Fanadya Eva Noviana (20160530174)

**Antara Kepentingan Pasar vs Kepatuhan Terhadap Hukum (Analisis
Ekonomi Politik Siaran Lokal di RBTv Yogyakarta)**

Tahun Skripsi : 2020 + 81 Halaman + Lampiran + 7 Tabel + 9 Gambar

Daftar Pustaka : 19 Buku + 10 Jurnal

Dalam penelitian ini, peneliti membahas mengenai antara kepentingan pasar vs kepatuhan terhadap hukum (analisis ekonomi politik siaran lokal di rbtv yogyakarta). Peneliti memilih RBTv karena melakukan kerjasama berjejaring dengan Kompas TV, dampak dari kerjasama ini mengubah pada pola siaran dimana terjadi dominasi program acara yang dilakukan oleh Kompas TV, selain itu RBTv sudah berkurang kelokalannya yang mana program acara yang di produksi RBTv sendiri kebanyakan berbentuk advertorial. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk melihat terjadinya kontestasi antara kepentingan pasar dengan kepatuhan terhadap hukum yang dilakukan oleh RBTv, serta melihat intervensi yang dilakukan Kompas TV terhadap RBTv implikasi dari berjejaring. Penelitian ini menggunakan teori ekonomi politik Vincent Mosco memusatkan penelitian ini pada aspek Komodifikasi dan spesialisasi. Pendekatan dilakukan dengan deskriptif-kualitatif menggunakan strategi studi kasus. Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan berjejaring yang dilakukan RBTv dengan Kompas TV terjadi komodifikasi dimana terbukanya peluang dominasi konten oleh Kompas TV, RBTv juga mengikuti pola program-program yang ada di Kompas TV. Selain itu program acara RBTv sudah berkurang kelokalannya yang mana dulu sering menyiarkan program acara seputar kebudayaan namun sekarang justru diisi dengan promosi. Sedangkan dalam spesialisasi terjadi integrasi horizontal, dimana selain menjalankan regulasi Kompas TV juga melakukan perluasan khalayaknya. Hal ini berkaitan dengan integrasi vertikal yang mana terjadi dominasi program siaran acara setiap harinya, sehingga adanya kontrol dari Kompas TV menjadikan RBTv mengikuti pola yang sama seperti Kompas TV dan luntur kelokalan yang menjadi idealisme RBTv pada awal pendiriannya.

Kata Kunci: Ekonomi Politik, Berjejaring, Dominasi

ABSTRACT

University Muhammadiyah of Yogyakarta

Faculty of Social Science and Political Science

Department of Communication Sciences

Broadcasting Concentration

Fanadya Eva Noviana (20160530174)

Between Market Interests vs. Compliance with Laws (Analysis of Political Economy of Local Broadcasts on RBTV Yogyakarta)

Thesis Year: 2020 + 81 Pages + Attachments + 7 Tables + 9 Pictures

Bibliography: 19 Books + 10 Journals

In this study, the researcher discusses between market interests and legal compliance (analysis of the political economy of local broadcasts in Yogyakarta RBTV). Researchers chose RBTV because they collaborated with Kompas TV. The impact of this collaboration changed the broadcast pattern where the dominance of programs carried out by Kompas TV, besides RBTV, it has reduced its localization where the programs produced by RBTV are mostly in the form of advertorial. The purpose of this research is to see the contestation between market interests and compliance with the law carried out by RBTV, as well as to see the interventions carried out by Kompas TV on RBTV the implications of networking. The study used political economic theory Vincent Mosco concentrated this research on the aspects of commodification and spatialization. The approach used is descriptive qualitative using a case study strategy. Data collection is done by interview, observation, and documentation. The results of this study indicate that the networking conducted by RBTV with Kompas TV occurred commodification where the opportunity for content domination by Kompas TV opened, RBTV also followed the pattern of programs in Kompas TV. In addition, RBTV has diminished its localization, which used to broadcast programs around culture, but now it is filled with promotions. Whereas in spatialization there is horizontal integration, where in addition to carrying out the Kompas TV regulation, it also extends its audience. This is related to the vertical integration which dominates the broadcast program every day, so that the control of Kompas TV makes RBTV follow the same pattern as Kompas TV and the faded localization that was the idealism of RBTV at the beginning of its establishment.

Keywords: Political Economy, Networking, Domination

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. RBTB berdiri atas kerjasama antara PT. Redjo Buntung (RBFM) Yogyakarta dan STMIK AMIKOM Yogyakarta. Sejak 1 Maret 2012, RBTB sebagai stasiun lokal dibawah naungan Kompas TV. Jika sebelumnya RBTB 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, RBTB memang sudah memenuhi 140 menit untuk program siaran lokal. Namun sayang kerjasama berjejaring yang dilakukan oleh RBTB 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 RBTB hanya 30%, sehingga program siaran yang ada di RBTB lebih didominasi oleh siaran Kompas TV, dengan berskala nasional tentunya lebih mampu menyita atensi masyarakat. Kompas TV melakukan sistem berjejaring dengan RBTB sebab tidak mempunyai biro stasiun di Yogyakarta dan kanal sendiri.

Kerjasama berjejaring Kompas TV secara tidak langsung menggeser kedudukan RBTB 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 RBTB 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 cengkraman 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 mengamanahkan 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.

BAB II

GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN

A. RBTV Jogja dari Stasiun TV Lokal ke Lokal Berjejaring

Reksa Birama TV atau RBTV (saluran 40 UHF) merupakan stasiun televisi komersial pertama yang ada di Yogyakarta. RBTV berada di bawah manajemen PT Reksa Birama Media yang berkantor pusat di Jl. Jagalan No. 42 Yogyakarta. RBTV berdiri atas kerjasama PT Redjo Buntung Yogyakarta (Radio RBFM Grup Jogja) dan STMIK Amikom Yogyakarta. Pertama kali mengudara pada 15 Agustus 2004.

Dengan tagline “Asli Jogja”, RBTV selalu menyajikan program siaran yang berisi seputar nilai budaya yang tumbuh dan berkembang di masyarakat Jogja. Seperti penggunaan bahasa Jawa, pakaian, dan atribut yang lain dengan ciri khas Jogja.

RBTV berdiri di tengah persaingan sengit dengan 4 televisi lokal lainnya untuk mendapatkan iklan. RBTV mempunyai strategi tersendiri dalam bersiaran dengan hanya menyiarkan tayangan mereka dijam-jam pagi. Selain itu untuk bertahan RBTV melakukan sistem berjejaring dengan Kompas TV. Dimulai pada tanggal 12 Maret 2012 RBTV sebagai televisi swasta lokal secara resmi berada di bawah naungan Kompas TV.

Dan sejak tanggal setelah sebagai mitra siaran Kompas TV, RBTV dialihkan ke Komplek Pemancar Televisi di wilayah Dusun Ngoro-oro Patuk, Gunung Kidul. Dengan kemampuan pemancar sebesar 30 KW

berada pada saluran 40 UFH RBTB mampu menjangkau Yogyakarta, Sleman, Bantul, Kulon Progo, Muntilan, Magelang, Klaten, purworejo, Boyolali, Solo, Sragen, Ngawi.

1. Riwayat Perusahaan

Ide mendirikan stasiun televisi siaran lokal berawal dari semangat dua orang putra daerah Yogyakarta, yakni Wahyu Sudarmawan, S.E., S.H, M.Si yang didukung oleh tokoh keradioan Yogyakarta, Aris Yudanto S.H yang memiliki keinginan untuk turut serta berpartisipasi membangun daerah sesuai kemampuan dan ilmu yang dimiliki masing-masing. Hal ini juga didukung dengan Undang-undang Republik Indonesia nomor 22 tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah serta Undang-undang Republik Indonesia nomor 32 tahun 2002 tentang Penyiaran. Dengan hadirnya Undang-undang tersebut, maka peluang para pelaku usaha lokal untuk mendirikan usaha televisi siaran menjadi terbuka, sehingga disepakatilah kerjasama sinergis dengan menyusun visi dan misi usaha untuk merancang dan membangun televisi lokal di Yogyakarta. Segala dokumen pendirian televisi siaran disusun oleh Wahyu Sudarmawan berikut dengan proses pengajuan perizinan mulai ditempuh dengan mengacu pada ketentuan Undang-undang Republik Indonesia Nomor 1 tahun 2005 tentang Perseroan Terbatas. Maka didirikanlah Perseroan dengan nama PT. Reksa Birama Media berdasarkan Akta Pendirian Perseroan Terbatas nomor 1 pada

tanggal 1 Juli 2003 di Sleman Yogyakarta dihadapan Notaris Maria Muslimatun, S.H. Serta disahkan dengan Surat Keputusan Menteri Kehakiman dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor C-03760 HT.01.01.TH.2004 pada tanggal 16 Februari 2004. Akta perubahan Pernyataan Keputusan Rapat Nomor 20/2004 pada tanggal 27 Juli 2004 dan juga akta perubahan Pernyataan Keputusan Rapat Nomor 30/2004 pada tanggal 6 Oktober 2004 dibuat dihadapan Anhar Rusli, S.H selaku notaris di Yogyakarta.

2. Izin Usaha

Izin penyelenggaraan siaran RBTv dimulai dengan akta Perseroan Terbatas tersebut di atas. Manajemen RBTv meminta rekomendasi pendirian televisi lokal kepada Gubernur DIY Sri Sultan Hamengku Buwono X dan disetujui melalui dikeluarkannya hak untuk mengelola usaha RBTv pada kanal 40 UHF berdasarkan izin penyelenggaraan siaran televisi lokal dari Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 483/0924 tertanggal 12 Maret 2004, Surat Keputusan Dinas Perhubungan Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 188.4/602 tentang Penetapan Izin Saluran Frekuensi Televisi Siaran Swasta Lokal PT. Reksa Birama Media tertanggal 14 April 2004 serta Tanda Izin Gangguan (HO) dari Kepala Dinas Perekonomian Kota Yogyakarta Nomor 503-1977/247.PA/2003 tertanggal 29 Desember 2003 serta Izin Stasiun Radio (ISR) dan Izin Penyelenggaraan Penyiaran

(IPP) DEPKOMINFO RI yang dikeluarkan DIRJEN POSTEL Departemen Komunikasi dan Informatika di Jakarta Nomor 01416294-000SU/2020102011 pada tanggal 5 Mei 2010. Siaran RBTv mulai mengudara pertama kali pada hari Minggu, 15 Agustus 2004 pukul 18.00 sampai 19.00 WIB dengan program acara perdananya, yakni KOLABORASI (Komedi, Lagu- lagu, dan Bursa Informasi) yang berisikan lagu-lagu campursari.

Izin menggunakan kanal frekuensi dari Dinas Perhubungan Provinsi DIY menempati kanal 40 yang bekerja pada jalur frekuensi antara 622 sampai dengan 630 MHz, lebih spesifik bahwa frekuensi pembawa gambar bekerja pada 623.25 MHz dan frekuensi pembawa suara bekerja pada 628.75 MHz. Penggunaan frekuensi ini telah sesuai dengan tabel alokasi frekuensi radio Indonesia yang dikeluarkan oleh Direktorat Bina Frekuensi Radio, Direktorat Jenderal Pos dan Telekomunikasi, dan juga Departemen Perhubungan Republik Indonesia di Jakarta.

Selanjutnya dengan memerhatikan kaidah bahwa frekuensi gelombang radio adalah milik ranah publik yang pemanfaatan sebesar-besarnya harus untuk kepentingan masyarakat banyak, maka dilibatkanlah beberapa pihak yang mempunyai pandangan dan keinginan yang sama dalam mengelola televisi siaran, diantaranya: Agus Yuniarso; Iwan Boediwanto, MBA; Toddy Dwi Arnanto; Tossy Dwi Murwanto; dan Prof. DR. M. Suyanto, M.M untuk turut serta

membangun dan merancang manajemen televisi lokal yang diharapkan dapat mengikuti dinamika kehidupan masyarakat Yogyakarta dan dipercaya serta dibutuhkan sebagai media hiburan, informasi, dan pendidikan bagi masyarakat Yogyakarta dan kota-kota di sekitarnya yang terjangkau oleh siaran RBTv. Keterlibatan para pihak yang memiliki kesepahaman keinginan dalam mengelola televisi lokal ini diwujudkan dengan disusunnya akta perubahan Pernyataan Keputusan Rapat Nomor 20/2004 pada tanggal 27 Juli 2004 dan akta perubahan Pernyataan Keputusan Rapat Nomor 30/2004 pada tanggal 06 Oktober 2004 dihadapan Anhar Rusli, S.H selaku Notaris di Yogyakarta.

3. Nama, Logo, dan Slogan RBTv

Gambar 2.1.
Logo RBTv



Sumber : RBTv/ English.amikom.ac.id

Nama RBTv diambil dari sebagian inisial awal PT. Reksa Birama Media sebagai institusi yang menaungi pengelolaan manajemen RBTv di samping adanya faktor lain untuk mengambil inisial usaha media radio siaran milik Aris Yudanto, S.H sebagai media radio siaran yang cukup ternama di Yogyakarta sejak tahun 1967 sampai saat ini

yang dikenal dengan nama Radio Retjo Buntung (RBFM). Diharapkan bahwa RBTv dapat meniru kesuksesan dan popularitas nama besar RBFM dalam berkiprah mendukung pembangunan daerah Yogyakarta melalui berbagai program siarannya. Nama Reksa Birama diambil dari kamus Bahasa Jawa kuno yang artinya menjaga alunan nada yang indah yang diharapkan akan membawa semangat kepada para pengelolanya untuk menjalankan usaha dengan baik dan berkembang dinamis seindah alunan nada.

Logo RBTv merupakan penggabungan antara kata RBTv dipadukan dengan latar belakang sinyal yang dianalogikan sebagai pancaran gelombang frekuensi dari satu titik memancarkan sinyal frekuensi sebanyak enam buah ke angkasa dunia, hal ini sebagai "*tetenger cikal bakal*" berdirinya RBTv oleh tujuh orang yang diharapkan mampu memberikan pancaran sinyal melalui getaran gelombang radio di angkasa berupa program-program informasi, hiburan, dan pendidikan untuk kepentingan dan kebutuhan masyarakat banyak. Warna biru yang terdapat dalam logo memiliki arti teknologi dan juga cerdas. Warna hijau artinya menyejukkan, sedangkan perpaduan antara warna hijau dan kuning memiliki makna sebagai sebuah proses menyeimbangkan antara teori dan juga teknologi.

Slogan RBTv adalah Asli Jogja, dengan melihat kenyataan yang ada bahwa Reksa Birama Televisi atau RBTv ingin berpartisipasi dalam meramaikan dunia pertelevisian yang ada di Indonesia, khususnya di

Daerah Istimewa Yogyakarta. RBTv sebagai televisi komersial pertama yang ada di Yogyakarta bertekad akan menciptakan televisi yang sesuai dengan masyarakat Yogyakarta sebagai kota pelajar, budaya, dan tujuan wisata. Label Asli Jogja yang mengiringi logo RBTv menandakan bahwa RBTv ingin selalu menyajikan program-program televisi yang mengedepankan nilai-nilai Asli Jogja dan bercirikan Jogja, seperti ramah, sopan, humoris, sekaligus cerdas.

4. Visi, Misi, dan Tujuan Bisnis

a. Visi Perusahaan

RBTv Asli Jogja adalah sebagai sebuah industri televisi yang mengedepankan dan menjunjung tinggi nilai-nilai etika dan budaya Yogyakarta dalam segala aspek manajemennya, melekat dalam setiap insan yang terlibat dalam pengelolaan usahanya sehingga menjadi media hiburan, informasi, dan pendidikan yang terbaik yang dibutuhkan masyarakat luas.

b. Misi Perusahaan

- 1) Menciptakan bisnis yang berguna dan dibutuhkan masyarakat luas.
- 2) Menjadikan RBTv sebagai perusahaan yang selalu mengedepankan dinamisasi dan kreativitas kerja sehingga bisa menciptakan laba usaha yang terukur.

- 3) Perusahaan yang selalu memerhatikan perkembangan inovasi teknologi dan kreativitas penyusunan program acaranya sehingga dapat berkembang mengikuti kebutuhan dan keinginan masyarakat terhadap media hiburan, informasi, pendidikan, sekaligus media yang dibutuhkan sebagai sarana promosi usaha yang berkualitas dan tertib administrasi.
- 4) Menjadikan staf dan karyawan RBTv sebagai insan pembangunan yang ulet dan mau bekerja keras untuk mengedepankan kepentingan bangsa dan negara Indonesia.

c. Tujuan Organisasi

Dengan keterbatasannya, seluruh pihak yang terlibat dalam pengelolaan manajemen RBTv akan selalu berupaya dan mengedepankan kepentingan organisasi di atas kepentingan dan idealisme individu. Untuk mewujudkan hal ini, maka dibangunlah suatu komitmen bersama dalam rangka berjuang bersama membangun dan berkarya untuk RBTv agar pada saatnya nanti dapat menghasilkan prestasi di bidang bisnis televisi. Untuk itu, seluruh pihak manajemen, staf, dan karyawan bertekad dan sepakat untuk:

- 1) Bahu-membahu berkarya untuk dipercaya masyarakat menjadi media yang dibutuhkannya dan pada akhirnya bisa menjadi media komersial untuk pilihan promosi para pelaku usaha.

- 2) Hasil karya semua komponen dan insan yang terlibat dalam pengelolaan RBTV diharapkan mampu mencetak laba usaha.
- 3) Laba usaha yang diperoleh sebagian bisa digunakan untuk mengembangkan usaha RBTV supaya dapat selalu berkembang mengikuti peradaban manusia, selanjutnya sebagian laba yang lain adalah untuk meningkatkan kesejahteraan, harkat, dan martabat pengurus, staf, dan karyawannya dan tentunya sebagian keuntungan usaha yang adalah deviden bagi para pemegang saham PT. Reksa Birama Media.

5. Susunan Anggota Komisaris dan Direksi

Susunan Komisaris,

Komisaris Utama : Prof. DR. M. Suyanto, M.M

Komisaris : Aris Yudanto, S.H

Susunan Direksi,

Presiden Direktur : Wahyu Sudarmawan, S.E, S.H,M.Si

Direktur : Iwan Boediwanto, MBA

B. Berjaringan Kompas TV

Kompas TV di-launching pada tanggal 9 September 2011. Kelahirannya mengundang sejumlah kontroversi yang berlangsung hingga sekarang karena Kompas TV tidak mempunyai izin siaran dan melakukan siaran berjaringan dengan sejumlah televisi lokal. KPI, pada tanggal 7

September 2011, membuat legal opinion terhadap Kompas TV dengan merujuk pada ketentuan hukum yang berlaku, yaitu UU Penyiaran No. 32/2002 Pasal 33 dan PP No. 50 Tahun 2005 tentang Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Penyiaran Swasta, Pasal 4 (izin penyelenggaraan penyiaran) dan 17 (relai siaran) (Rianto dkk, 2014: 41).

Berdasarkan ketentuan hukum tersebut, berikut pokok pikiran *legal opinion* yang pernah dibuat KPI. *Pertama*, Kompas TV belum memiliki izin sebagai lembaga penyiaran. Oleh karena itu, secara yuridis, belum dapat mengatasnamakan diri sebagai badan hukum lembaga penyiaran. *Kedua*, stasiun televisi sebagai lembaga penyiaran swasta di daerah yang telah memiliki Izin Penyelenggaraan Penyiaran (IPP) prinsip, harus menyesuaikan program siarannya dengan proposal awal pengajuan izin siaran dan belum dapat melakukan relai siaran. Lembaga penyiaran televisi lokal tersebut juga masih harus mengikuti Evaluasi Uji Coba Siaran, yang mensyaratkan adanya kesesuaian kriteria kelulusan yang meliputi aspek persyaratan administrasi, program siaran, dan teknis penyiaran. *Ketiga*, stasiun televisi sebagai lembaga penyiaran swasta di daerah yang telah memiliki IPP tetap, dapat melakukan relai siaran dengan ketentuan paling banyak 90% dari seluruh waktu siaran perhari untuk sistem stasiun jaringan dan paling banyak 20% dari seluruh waktu siaran per hari untuk selain sistem stasiun jaringan. *Keempat*, praktik sistem siaran berjaringan sebagaimana diatur dalam Permenkominfo Nomor 43 tahun 2009 dapat dilakukan pada sesama lembaga penyiaran yang telah memiliki IPP tetap.

Kelima, setiap perubahan nama (termasuk *call sign*), domisili, susunan pengurus, dan/ atau anggaran dasar, Lembaga Penyiaran Swasta harus terlebih dahulu dilaporkan kepada Menteri sebelum mendapat pengesahan dari Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). *Keenam*, fenomena hadirnya Kompas TV yang bersiaran pada sejumlah lembaga penyiaran swasta lokal dengan mencantumkan logo Kompas TV pada layar televisi di sejumlah stasiun televisi lokal dan menyembunyikan/ mengaburkan/ memerkecil identitas atau logo TV lokal tersebut, tidak sesuai dengan eksistensi dari TV Lokal tersebut yang telah cukup lama menempuh proses perizinan dengan semangat lokal yang perlu didorong. *Ketujuh*, kerja sama antara Kompas TV dengan beberapa TV lokal di daerah (yang sebagian besar masih belum selesai proses perizinannya) belum dapat dijadikan dasar legal bagi TV lokal tersebut untuk mengubah format siarannya yang sebagian besar didominasi oleh program yang berasal dari Kompas TV. *Kedelapan*, KPI Pusat dan KPID se-Indonesia akan mencermati modus atau cara-cara yang mengurangi semangat demokratisasi penyiaran dengan kehadiran lembaga penyiaran lokal melalui praktik monopoli informasi, pemusatan kepemilikan, dan pemindahtanganan izin yang telah dimiliki lembaga penyiaran swasta yang ada di daerah. Hal ini berpotensi melakukan pelanggaran terhadap UU Penyiaran (Rianto dkk, 2014: 42).

Meskipun Kompas TV memiliki kontribusi dalam mengembangkan dan memertahankan televisi lokal, tapi, sejauh ini, praktik penyiaran Kompas TV masih menyisakan perdebatan. Sampai saat ini, status resmi

Kompas TV adalah *content provider* bagi TV-TV lokal mitra. Selain itu, sejumlah televisi lokal yang berjejaringan dengan Kompas TV melakukan perubahan porsi siaran lokal secara sepihak tanpa meminta persetujuan pemerintah ataupun KPI dan KPID. Perubahan ini menyebabkan tayangan lokal menjadi berkurang, hanya tinggal sekitar 30% hingga 40%, dan tayangan dari Kompas TV yang justru lebih banyak 60% hingga 70%. Perubahan ini menyebabkan adanya program siarannya mengalami pergeseran dengan proposal awal pengajuan izin siaran. Saat ini, Kompas TV memiliki 11 anggota jaringan. KPI sendiri belum maksimal dalam melakukan evaluasi terhadap pergeseran-pergeseran tersebut dan mencermati modus atau cara-cara yang mengurangi semangat demokratisasi penyiaran (Rianto dkk, 2014: 43).

Perjanjian kerjasama Kerjasama Kompas TV dengan televisi lokal seperti RBTV menjadikan independensi yang harusnya tetap dipertahankan oleh RBTV berkurang. Setelah bekerjasama ada perubahan struktur organisasi dan kepemilikan saham. Hal ini menyebabkan perubahan akan akte pendirian di mulai sejak bekerjasama 1 Januari 2012.

Gambar 2.2
Peta Jaringan Televisi Lokal Kompas TV di Indonesia
Televisi Lokal Jaringan Kompas Gramedia



Sumber : Data Statistik Penyiaran

BAB III

PEMBAHASAN

Dalam bab III ini, peneliti akan memaparkan hasil dari penelitian tentang kontestasi antara kepentingan pasar vs kepatuhan terhadap hukum. Data tersebut didapatkan peneliti dari hasil wawancara dengan beberapa informan, observasi, dan dokumentasi yang dilakukan. Selain itu, dalam bab III ini peneliti juga akan memaparkan analisis data temuannya dengan teori yang telah dibahas pada bab I sebelumnya.

Penelitian ini telah mengumpulkan data melalui teknik wawancara mendalam kepada Presiden Direktur RBTW Wahyu Sudarmawan pada tanggal 25 November 2019 dan wawancara mendalam kepada Komisioner Bidang Isi Siaran KPID, Agnes Dwirusjiyati pada tanggal 25 November 2019. Serta melakukan observasi dan pengumpulan data-data yang diperlukan dalam penelitian ini.

Data yang diperoleh kemudian dianalisis dan dikaitkan dengan teori yang sudah ada guna untuk mengetahui lebih dalam fakta di lapangan apakah bertentangan atau sesuai dengan teori yang sudah ada. Dalam penelitian ini akan fokus pada pembahasan mengenai ekonomi politik komunikasi, menekankan dalam teori Komodifikasi dan spesialisasi yang dilakukan oleh RBTW, kemudian untuk mengetahui bagaimana mekanisme berjejaring yang memberikan dominasi Kompas TV terhadap RBTW.

A. Temuan Penelitian

1. Komodifikasi RBTB

a. Komodifikasi Konten oleh RBTB

Dalam pembahasan peneliti akan menjelaskan terkait komodifikasi konten yang dilakukan oleh RBTB. RBTB melakukan kerjasama berjejaring dengan Kompas TV, dalam berjejaring ada pembagian jatah untuk tayangan program siaran. Kompas TV mengisi program siaran untuk nasional sedangkan RBTB mengisi untuk jatah program siaran lokal.

Tabel 3.1
Rangkaian Program Acara yang Tayang di RBTB (Kompas TV)

No.	Rekapitan Data SILONAS Perbulan Program Acara RBTB (Kompas TV) Selama Tahun 2019 Pantauan KPID DIY							
	08-Jan-19	25-Jun-19	03-Jul-19	04-Agt-19	19-Sep-19	16-Okt-19	21-Nov-19	05-Dec-19
1	Kilas Kompas	Kilas Kompas	Kilas Kompas	Kompas Dunia	Kompas Dunia	Kompas Dunia	Kompas Dunia	Kompas Dunia
2	Rumah Pemilu	Rumah Pemilu	Rumah Pemilu	Kilas Kompas	Kilas Kompas	Kilas Kompas	Kilas Kompas	Kilas Kompas
3	Zona Pria	Zona Pria	Zona Pria	Zona Inspirasi	Zona Inspirasi	Indonesia Update	Indonesia Update	Indonesia Update
4	Kompas Dunia	Kompas Dunia	Kompas Dunia	Kompas Dunia	Rumah Pemilu 2019	Kompas Malam	Kompas Malam	Lagu Indonesia Raya
5	Lagu Tanah Airku	Tanah Airku	Lagu Tanah Airku	Lagu Tanah Airku	Tanah Airku	Berita Utama	Berita Utama	Kompas Malam
6	Kompas Malam	Kompas Malam	Kompas Malam	Kompas Malam	Kompas Malam	Kompas Sport Pagi	Kompas Sport Pagi	Berita Utama
7	Stand Up Comedi Indo	Stand Up Comedy	Stand Up Comedy Indor	Kilas Kompas	Berita Utama	Lagu Indonesia Raya	Lagu Indonesia Raya	Kompas Sport Pagi
8	Syar Syair	Syar Syair	Syar Syair	Syar - syair	Kompas Sport	Embung Hati	Embung Hati	Lagu Indonesia Raya
9	Kompas Sport	Kompas Sports	Kompas Sport	Kompas Sport	Indonesia Raya	Inspirasi Dapur	Inspirasi Dapur	Embung Hati
10	Embung Hati	Tanah Airku	Lagu Indonesia Raya	Lagu Indonesia Raya	Embung Hati	Leyeh-leyeh	Leyeh-leyeh	Inspirasi Dapur
11	Info Seniman	Cermin Hati	Embung Hati	Embung Hati	Inspirasi Dapur	Kabar Yogya	Kabar Yogya	Leyeh-leyeh
12	Leyeh Leyeh	Info Seniman	Morning Beat	Klip RBTB	Leyeh-Leyeh	Sapa Indonesia Pagi	Sapa Indonesia Pagi	Kabar Yogya
13	Kabar Jogja	Leyeh - Leyeh	Leyeh-leyeh	Leyeh - leyeh	Kabar Jogja	Kompas update	Kompas update	Sapa Indonesia Pagi
14	Sapa Indonesia Pagi	Kabar Jogja	Kabar Jogja	Kabar Jogja	Sapa Indonesia Pagi	Liputan Khusus	Liputan Khusus	Kompas update
15	Ragam Info	Sapa Indonesia Pagi	Sapa Indonesia Pagi	Sapa Indo Akhir Pekan	Kompas Update	Obrolan Pagi	Obrolan Pagi	JAMU
16	RBTB Klip	Ragam Info	Kompas Update	Depo Bangunan	Impian Negri Kabut	Video Klip Vidi Aklia	Video Klip Vidi Aklia	Obrolan Pagi
17	Obrolan Pagi	Obrolan Pagi	Startup Klinik	Inspirasi Dapur	Obrolan Pagi	Kompas update	Kompas update	Kompas update
18	Kompas Siang	Kompas Siang	Obrolan Pagi	Cerdas	Breaking News	Kompas Siang	Kompas Siang	Kompas Siang
19	Sapa Indonesia Siang	Sapa Indonesia Siang	Sony Music	Pelangi Jogja	Kompas Update	Sapa Indonesia Siang	Sapa Indonesia Siang	Sapa Indonesia Siang
20	Bincang Sehat	Zona Inspirasi	Kompas Update	News of Hoax	Kompas Siang	Kompas update	Kompas update	Kompas update
21	Indonesia Update	Bingkai Inspirasi	Kompas Siang	Click	Sapa Indonesia Siang	Zona Inspirasi	Zona Inspirasi	Jejak Kasus
22	Rumah Pemilu	Indonesia Update	Sapa Indonesia Siang	Kompas Siang	Kompas Update	Bingkai Inspirasi	Bingkai Inspirasi	Target
23	Kompas Petang	Rumah Pemilu	Kompas Update	Breaking News	Zona Inspirasi	Kompas update	Kompas update	Kompas update
24	Berita Utama	Kompas Petang	Zona Inspirasi	Muslimah Diary	Kompas Update	Indonesia Update	Indonesia Update	Singkap
25	Sapa Indonesia Malam	Berita Utama	Kompas Update	Super	Indonesia Update	Kompas update	Kompas update	Indonesia update
26	Ngopi	Sapa Indonesia Malam	Indonesia Update	Berkas Kompas	Kompas Update	Rumah Pemilu 2019	Rumah Pemilu 2019	Kompas Petang
27	Kompas Malam	Ngopi	Kompas Update	Kompas Update	Rumah Pemilu 2019	Kompas Petang	Kompas Petang	Video Klip Run fi Yunita
28	Berkas Kompas	Kompas Malam	Rumah Pemilu	Kompas Petang	Breaking News	Berita Utama	Berita Utama	Berita Utama
29	Jejak Kasus	Berkas Kompas	Kompas Petang	Cerita Militer	Kompas Petang	Kompas update	Kompas update	Kompas update
30	Kompas Sport	Jejak Kasus	Berita Utama	Sapa Indonesia Malam	Berita Utama	Sapa Indonesia Malam	Sapa Indonesia Malam	Sapa Indonesia Malam
31	Kompas Dunia	Kompas Sports Malam	Kompas Update	Gelar Perkara	Kompas Update	Kompas update	Kompas update	Kompas update
32	Kilas Kompas	Kompas Dunia	Sapa Indonesia Malam	Kompas Malam	Sapa Indonesia malam	Rosi	Rosi	Rosi
33		Kilas Klompas	Kompas Update	TRVA	Kompas Update	Kompas Malam	Kompas Malam	Kompas Malam
34			Satu Meja The Forum	Kompas Sport	Rosi	Kata Netizen	Kata Netizen	Kata Netizen
35			Kompas Malam	Kompas Dunia	Kompas Malam	Kompas Sport	Kompas Sport	Kompas Sport
36			Target	Kata Nitizen				
37			Kompas Update		Kompas Sport			
38			Singkap		Kompas Dunia			
39			Kompas Sort					
40			Kompas Dunia					

Sumber: Arsip dari KPID DIY

Keterangan : Program Acara Kompas TV Warna putih
Program Acara RBTB Warna Biru

Tabel 3.2
Program Acara yang di Tayangkan oleh RBTV

08-Jan-19	25-Jun-19	03-Jul-19	04-Agt-19	19-Sep-19	16-Okt-19	21-Nov-19	05-Des-19
Embun Hati	Cermin Hati	Embun Hati	Embun Hati	Embun Hati	Embun Hati	Embun Hati	Embun Hati
Info Seniman	Info Seniman	Leyeh-leyeh	Klip RBTV	Inspirasi Dapur	Inspirasi Dapur	Inspirasi Dapur	Inspirasi Dapur
Leyeh Leyeh	Leyeh - Leyeh	Kabar Jogja	Leyeh - leyeh	Leyeh-Leyeh	Leyeh-leyeh	Leyeh-leyeh	Leyeh-leyeh
Kabar Jogja	Kabar Jogja	Startup Klinik	Kabar Jogja	Kabar Jogja	Kabar Yogya	Kabar Yogya	Kabar Yogya
Ragam Info	Ragam Info	Obrolan Pagi	Inspirasi Dapur	Impian Negri Kabut	Obrolan Pagi	Liputan Khusus	JAMU
RBTV Klip	Obrolan Pagi		Cerdas	Obrolan Pagi	Video Klip Vidi Aldiano	Obrolan Pagi	Obrolan Pagi
Obrolan Pagi			Pelangi Jogja			Video Klip Vidi Aldiano	Video Klip Run ft Yunita

Sumber: Arsip dari KPID DIY

Rekapan data SILONAS perbulan program acara yang tayang pada RBTV (Kompas TV) dari bulan Januari, Juni, Juli, Agustus, September, Oktober, November, dan Desember menunjukkan program acara di dominasi oleh Kompas TV. Program acara RBTV dalam sehari maksimal hanya 7 program. Dalam program acara RBTV yang selalu di tayangkan setiap harinya adalah Leyeh-leyeh, Embun Hati, dan Kabar Jogja.

Tabel 3.3
Rekapitulasi Pantauan Program Siaran Lokal Berbahasa Jawa (Perda Diy No. 13 Tahun 2016, Pasal 15 Ayat 3) Bulan Januari S/D Desember 2019

Stasiun TV	08-Jan-19	25-Jun-19	03-Jul-19	04-Agt-19	19-Sep-19	16-Okt-19	21-Nov-19	05-Des-19
RBTV	Leyeh-Leyeh	Leyeh-Leyeh, Ragam Info	Leyeh-Leyeh	Leyeh-Leyeh	Leyeh-Leyeh	Leyeh-Leyeh	Leyeh-Leyeh	Leyeh - Leyeh, JAMU (Saking Wingking Mengajeng)

Sumber: Arsip dari KPID DIY

RBTV sebagai televisi lokal yang seharusnya sering mengaplikasikan budaya lokal yang ada di Yogyakarta justru hanya sedikit sekali penerapannya. Untuk segi penggunaan bahasa hanya program acara leyeh-leyeh yang sering menggunakan bahasa jawa. Hal

ini menjadikan RBTV kurang dalam menerapkan kelokalan yang seharusnya ada sebagai televisi lokal di Yogyakarta.

Tabel 3.4
Barometer SILONAS RBTV (Kompas TV) 19 September 2019

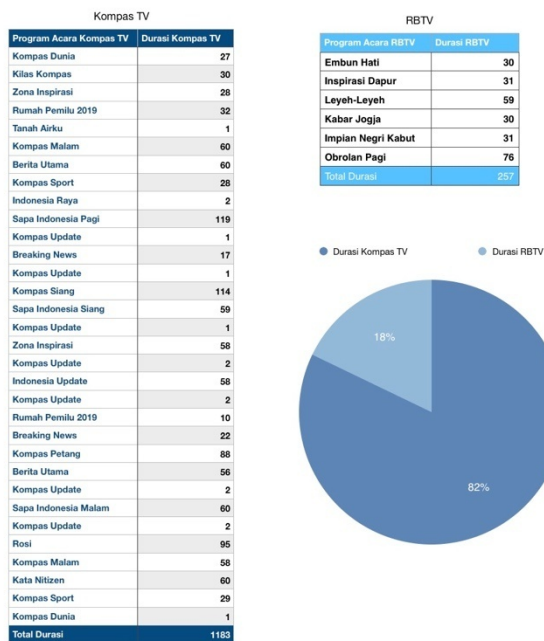
BAROMETER PANTAUAN SILONAS BULAN SEPTEMBER 2019									
NAMA STASIUN TV: RBTV		TANGGAL PANTAUAN: 19 SEPTEMBER 2019				NAMA PEMANTAU: FANADYA EVA NOVIANA			
JAM TAYANG: 00.00 - 24.00 (1440 menit)									
NO.	NAMA PROGRAM	FORMAT ACARA	JAM TAYANG	DURASI PROGRAM (Menit)	KATEGORI PROGRAM SIARAN			Program Berbahasa Jawa (✓)	KETERANGAN
					LOKAL	NASIONAL (Jakarta)	ASING		
1	Kompas Dunia	News	00.00 - 00.27	27			27		
2	Kilas Kompas	News	00.27 - 00.57	30		30			
3	Zona Inspirasi	Talkshow Kesehatan	00.57 - 01.25	28		28			
4	Rumah Pemilu 2019	News	01.25 - 01.57	32		32			
5	Tanah Airku	Lagu Nasional	01.57 - 01.58	1		1			
6	Kompas Malam	News	01.58 - 02.58	60		60			
7	Berita Utama	News	02.58 - 03.58	60		60			
8	Kompas Sport	News Sport	03.58 - 04.26	28		28			
9	Indonesia Raya	Lagu Wajib	04.26 - 04.28	2		2			
10	Embung Hati	Ceramah Agama	04.28 - 04.58	30	30				
11	Inspirasi Dapur	geolingu	04.58 - 05.23	31	31			Halaman 3	
12	Leyeh-Leyeh	Music	05.29 - 06.28	59	59		✓		
13	Kabar Jogja	News	06.28 - 06.58	30	30				
14	Sapa Indonesia Pagi	News	06.58 - 08.57	119		105	14		
15	Kompas Update	News	08.57 - 08.58	1			1		
16	Impian Negri Kabut	Feature	08.58 - 09.29	31	31				
17	Obrolan Pagi	Talkshow	09.29 - 10.45	76	76				
18	Breaking News	News	10.45 - 11.02	17		17			
19	Kompas Update	News	11.02 - 11.03	1		1			
20	Kompas Siang	News	11.03 - 12.57	114		114			
21	Sapa Indonesia Siang	News	12.57 - 13.56	59		59			
22	Kompas Update	News	13.56 - 13.57	1			1		
23	Zona Inspirasi	Talkshow Kesehatan	13.57 - 14.55	58	58				
24	Kompas Update	News	14.55 - 14.57	2		2			
25	Indonesia Update	News	14.57 - 15.55	58	58				
26	Kompas Update	News	15.55 - 15.57	2		2			
27	Rumah Pemilu 2019	News	15.57 - 16.07	10		10			
28	Breaking News	News	16.07 - 16.29	22		22			
29	Kompas Petang	News	16.29 - 17.57	88		86	2		
30	Berita Utama	News	17.57 - 18.53	56		56			
31	Kompas Update	News	18.53 - 18.55	2		2			
32	Sapa Indonesia malam	News	18.55 - 19.55	60		60			
33	Kompas Update	News	19.55 - 19.57	2		2			
34	Resi	Talkshow	19.57 - 21.32	95		95		Kompas Update (21.01 - 21.02)	
35	Kompas Malam	News	21.32 - 22.30	58		58			
36	Kata NITizen	Talkshow	22.30 - 23.30	60		60			
37	Kompas Sport	News Sport	23.30 - 23.59	29		22	7		
38	Kompas Dunia	News	23.59 - 24.00	1			1		
				1440	257	1130	53		
Kesimpulan		Keterangan							
Program Lokal	257 menit = 4 jam 17 menit	Program siaran lokal MEMENUHI durasi 10% (144 menit) dari seluruh waktu siaran berjangkauan per hari (SPS Ps. 68 ayat 1)						17,85%	
	225 menit = 3 jam 45 menit	Program siaran lokal disiarkan antara pukul 05.00 s/d pukul 22.00 WIB (Perda DIY No. 13 Tahun 2016, Pasal 16 ayat 2)						15,63%	
Program Nasional	1130 menit = 18 jam 50 menit	-							
Program Asing	53 menit	Program siaran asing TIDAK MELEBIHI 30% (432 menit) dari waktu siaran per hari (SPS Ps. 67)						00-Jan-00	

Sumber: Arsip dari KPID DIY

38 program acara yang ada di RBTV hanya 6 program acara yang produksi sendiri oleh RBTV, 32 program acara sisanya dari Kompas TV. Penayangan program acara dari RBTV yang masuk kategori lokal yang seharusnya menurut Perda No. 13 Tahun 2016 Pasal 16 (2) ditayangkan dari jam 05.00 – 22.00. Akan tetapi faktanya RBTV

justru menayangkan program acara lebih awal yaitu sekitar jam 04.30 pagi.

Tabel 3.5
Persentase Pembagian Durasi Tayangan



Sumber: Arsip dari KPID DIY di Olah Data Peneliti

RBTv jika dilihat dari waktu untuk memenuhi konten lokal sesuai dengan Perda Penyiaran memang sudah sesuai, akan tetapi jadwal penayangan yang seharusnya dimulai dari jam 05.00-22.00 justru dimajukan lebih dini hari. Jelas jam penayangan RBTv untuk konten lokal tidak sesuai. Dilihat dari persentasenya pada pemantauan tanggal 19 September 2019 hanya 18 % total siaran lokal dari RBTv dan 82% siaran dari Kompas TV. RBTv lebih mengutamakan program siaran dari Kompas TV, hingga bisa memungkinkan ini adalah salah satu efek integrasi yang dilakukan oleh Kompas TV terhadap RBTv.

Wahyu Sudarmawan, menyampaikan bahwa:

“Jadi saya tidak terlalu memahami integritas tetapi intinya bahwa kita mempunyai kesamaan visi bahwa itu televisi yang mewartakan, bahwa masyarakat Jogja itu membutuhkan warta bukan hiburan” (Hasil wawancara, 25 November 2019).

Anggapan di atas jika ditelisik lebih luas masyarakat bukan tidak membutuhkan hiburan, akan tetapi jika dilihat dari persentase Kompas TV yang program acaranya mayoritas berita dan dalam sehari hanya ada satu program hiburan maka tidak heran jika RBTV juga melakukan hal yang sama.

Implikasi dari dominasi program acara Kompas TV dalam RBTV serta merta mengubah pandangan masyarakat bahwa RBTV itu hanya sebatas program lokalnya Kompas TV. Ketidaktahuan masyarakat akan makna berjejaring menimbulkan spekulasi tersendiri pada masyarakat.

Gambar 3.1

Cuitan Masyarakat Akan Keberatan Pemindahan Waktu Tayang Saat Kompas Sport Menjadi Siaran Lokal AKJ



Sumber: Facebook Olah Data Peneliti

Cuitan dalam facebook sebagai salah satu bentuk protes yang dilakukan oleh masyarakat akan ketidaknyamanan yang dilakukan oleh

RBTV mengganti waktu tayang. Indikasinya Kompas TV lebih diminati masyarakat, sebab program RBTV dirasa kurang berbobot.

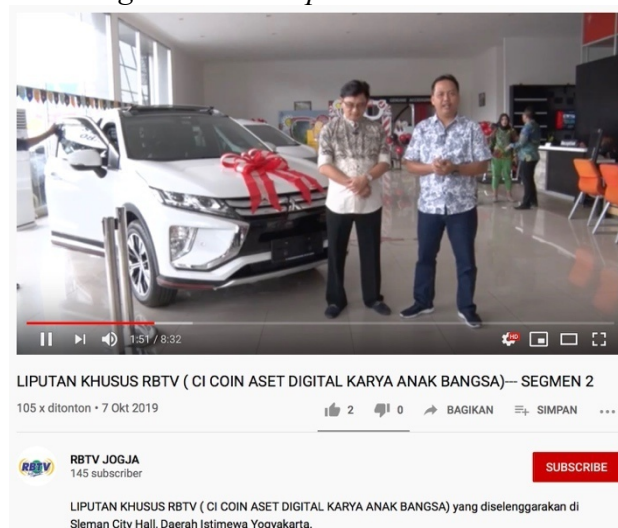
Berdasarkan data dari program acara yang tayang di RBTV setiap harinya *diversity of content* tidak berjalan. Program acara dari RBTV sendiri tidak lebih dari 7 program setiap harinya, sedangkan sisa keseluruhan diisi oleh Kompas TV. Kompas TV tidak memproduksi siaran lokal karena memang untuk lokal diisi oleh RBTV, program Kompas TV kebanyakan di produksi di Jakarta lalu di *relay* di daerah. Dominasi ini mengakibatkan tidak berjalannya *diversity* di RBTV, sebab program acara kebanyakan di isi oleh berita. RBTV pun juga kurang menayangkan program acara tentang kerifan budaya lokal di Yogyakarta. Perda No. 13 Tahun 2016 Pasal 15 ayat 2 (b) menyebutkan bahwa harus ada seni budaya, ekonomi kreatif, wisata, produk unggulan, dan potensi lokal.

Agnes Dwirusjiyati, menyampaikan bahwa:

“Yang jelas di Jogja ini secara khusus DIY kita mempunyai UU Keistimewaan, lalu kemudian UU itu di turunkan kepada Perda salah satunya Perda Penyiaran, Perda tentang budaya, bahasa daerah, pakaian jawa. Jogja untuk penyiaran salah satu perda terkait apa budaya yang di Jogja perlu di publikasikan. Yang mempublikasikan siapa? lembaga penyiaran. Maka lembaga penyiaran harus mempunyai rambu-rambu dalam arti nilai budaya seperti apa yang kemudian harus kita tayangkan. Kalau sampai tidak menayangkan, tidak memberikan edukasi kepada masyarakat bahwa di Jogja ada seperti ini tentu juga kesadaran lembaga penyiaran menjadi penopang kemajuan wilayah termasuk pemberitaan informasi, pendidikan, terus sarana hiburan untuk masyarakat sampai bisa dinikmati sampai masyarakat bawah. Perlu Perda Penyiaran untuk memperkuat legalitas mereka sebagai lembaga penyiaran dan pemerinta DIY bahwa di Jogja selain menggunakan frekuensi di Jogja ada

kewajiban Perda juga mengingat kewajiban untuk menyiarkan konten sesuai dengan Perda” (Hasil wawancara, 25 November 2019).

Gambar 3.2
Program Acara Liputan Khusus RBTV



Sumber: Channel Youtube RBTV

Konten lokal yang ada di RBTV seperti gambar di atas jelas program acara tersebut bukan program acara yang membahas tentang kelokalan Jogja walaupun penyelenggaraan acara tersebut berada di Sleman, Yogyakarta. Acara tersebut lebih mengarah ke advertorial yang dikemas menjadi liputan khusus.

Wahyu Sudarmawan, menyampaikan sebagai berikut :

“Konten lokal itu yang terpenting kedekatan media dengan audiensnya yang penting itu. Kita berikan masyarakat tampil di televisi kita kesempatan. Supaya bisa tampil bagaimana itu lewat ilmu *programming* dan *production*.” Hasil wawancara, 25 November 2019).

Sedangkan Agnes Dwirusjiyati, menyampaikan bahwa:

“Konten lokal di Jogja definisinya atau hal-hal yang kemudian dapat dikategorikan seperti konten lokal, yang pertama

memenuhi unsur kelokalan yang ada di DIY Yogyakarta. kelokalannya seperti apa tentu disini harus tidak berseberangan UU Keistimewaan, harus ada muatan terkait UU Keistimewaan, secara khusus di Jogja dituangkan dalam Perda Penyiaran. Dalam Perda Penyiaran konten lokal dituangkan dalam 7 hal yang pertama terkait Pancasila, Bhinneka Tunggal Ika, NKRI, UU 45, yang pertama. Yang kedua ada bermuatan informasi tentang pembangunan di DIY, nilai dan tradisi di DIY, unsur keberagaman agama dan keyakinan, informasi kebencanaan, pembangunan termasuk di dalamnya rencana program pemerintah DIY terkait APBD itu harus diberitakan, unsur hiburan tentu harus sesuai dengan budaya lokal yang tercantum UU Keistimewaan, itu termasuk kelokalan di DIY dan harus berpedoman dengan perda penyiaran, Perda Penyiaran turunan UU Keistimewaan termasuk penggunaan bahasa Jawa bagian dari pengembangan tradisi yang ada di DIY” (Hasil wawancara, 25 November 2019).

Berkaitan dengan keistimewaan Yogyakarta yang harus ditampilkan oleh seluruh lembaga penyiaran yang ada di Yogyakarta untuk menjalankan *diversity of content* karena RBTv sebagai televisi komersil bukan televisi publik, tentu RBTv akan menayangkan jika berpotensi mendapatkan keuntungan.

Wahyu Sudarmawan, menyampaikan sebagai berikut :

“Jadi itu semua sudah diatur dalam UU Penyiaran sudah diatur, P3 diatur, Perda Gubernur itu sebenarnya sama semua, yang beda cuma dari Keraton, Mataram, dan Pakualaman untuk diberikan waktu siaran beberapa menit atau beberapa jam kami gak apa-apa tak kei wes (tidak apa-apa) tapi ada uangnya gak? Kan kita televisi komersial bukan televisi publik. Artinya kalo kita diminta ada yang membiayai akan kami lakukan kalo tidak ya kami minta maaf, tapi kalo ada yang mensponsori akan kami lakukan” (Hasil wawancara, 25 November 2019).

Cara pandang RBTv dan KPID dalam konten lokal berbeda, jika RBTv memandang konten lokal itu lebih memberi kesempatan kepada masyarakat untuk tampil namun harus melalui prosedur. Tetapi

KPID menjelaskan konten lokal harus berisikan semua unsur budaya yang ada di Jogja dan juga keistimewaannya harus ditonjolkan. Perbedaan cara pandang ini ternyata berkaitan dengan program acara yang dibuat oleh RBTv dengan maksud dan tujuan tertentu.

b. Komodifikasi Audiens

RBTv sebagai televisi lokal satu-satunya yang memutuskan berjejaring demi mempertahankan eksistensi mereka dalam pertelevisian lokal di Yogyakarta. Berdasarkan observasi peneliti memang RBTv lebih unggul dari televisi lokal yang lain di Yogyakarta, baik dari segi program acaranya, kualitas gambar dan alat yang dipakai.

Wahyu Sudarmawan, menyampaikan sebagai berikut :

“Alhamdulillah sejak bekerjasama dengan Kompas TV penonton kami sangat luar biasa karena teknologi saya dari 20 KW menjadi 30 KW gambar kami lebih terang, program kami gambar kualitasnya lebih bagus menggunakan kamera yang baik, produser-produser yang berpengalaman bukan *fresh graduet*, dampaknya alhamdulillah penonton RBTv Jogja itu audinesernya 4 memberikan keuntungan yang baik, karyawannya lebih sejahtera, ownernya juga senang” (Hasil wawancara, 25 Novemver 2019).

Keuntungan yang didapat setelah bekerjasama menjadikan RBTv semakin bagus kualitasnya. Hingga menjadikan RBTv mendapat *rating* 4 audiensnya. Hal tersebut sangat menguntungkan dimana *rating* itu nantinya akan dijadikan RBTv sebagai acuan untuk memperoleh iklan. Keuntungan ini disambut gembira, sebab dapat

memberikan banyak perubahan dalam finansial untuk semua aspek yang ada di RBTV.

Wahyu Sudarmawan, menyampaikan sebagai berikut :

“Jadi saya melakukan riset audiens, bahwa hasil riset saya masyarakat Jogja itu yang mereka kerjakan dimunculkan di media awal mulanya. Beda lagi sekarang ada sosmed beda lagi ya. Tapi konteksnya televisi itu ditayangkan masyarakat pengen tampil Ibu-bu PKK, Pak Camat, Bu Kades, Pak Bupati, Kapolda, Kapolres, jangan itu lomba desa saja masyarakat semua berkumpul pengen wajahnya muncul di televisi. Nah, konteks itu yang saya bawa sehingga saya kemas dalam jurnalisem, ada *softnews* dan *hardnews*, ada *feature*, dokumenter, *talkshow*. *Talkshow* itu seperti pejabat yang ingin tempel untuk mendengarkan dia. Pemerintah daerah direkam sampaikan sudah saatnya menjadi kepala dinas, kan mereka membutuhkan portofolio. Namanya juga liberalisasi televisi siapa yang memanfaatkan siap dimanfaatkan. Zaman sekarang tidak ada yang murni” (Hasil wawancara, 25 November 2019).

Pernyataan dari Wahyu Sudarmawan yang menjelaskan fakta bawah RBTV menyediakan program yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat untuk memperoleh keuntungan. Akan tetapi justru fakta ini dipandang baik oleh KPID.

Agnes Dwirusjiyati, menyampaikan bahwa:

“Kalo kita melihat secara lokal yang kita amati RBTVnya ya. RBTV cukup memberikan ruang diwaktu pagi kepada masyarakat dengan berbagai *talkshow* yang mereka punya. Kita masih melihat mereka membuka ruang dan kesempatan kepada publik seluas luasnya dijam pagi bisa memanfaatkan kanal itu untuk kemudian informasi dan hiburan. Secara kelokalan mereka memberikan kesempatan baik kepada pemerintah daerah untuk menyampaikan program-program, kemudian komunitas apa untuk menyampaikan apa kerja mereka. Itu mereka cukup terbuka dalam hal itu” (Hasil wawancara, 25 November 2019).

Seperti yang sudah dijelaskan oleh Wahyu Sudarmawan, bahwa televisi lokal untuk benar-benar murni itu tidak bisa. Sebab, televisi lokal pemasukannya hanya dari iklan. Jika televisi lokal menginginkan untuk membuat program sendiri seperti sinetron yang ada di televisi nasional jelas tidak mempunyai modal. Sehingga televisi lokal sering membuat program acara dari iklan dengan durasi yang lama.

RBTV mengakali regulasi dengan cara membuat program acara tidak sesuai dengan format acara, RBTV pun demikian namun dikemas dengan cara yang beda dibanding televisi lokal yang lain. Memang televisi hidup berkat iklan yang masuk tetapi tidak semestinya televisi lokal mengemas iklan menjadi program acara advertorial. Televisi lokal yang seharusnya menyajikan program kelokalan daerah, SDM, SDA dan semua hal informasi tentang daerah justru dijadikan sebagai ajang untuk promosi baik produk, maupun aparat pemerintah.

Wahyu Sudarmawan, menyampaikan sebagai berikut :

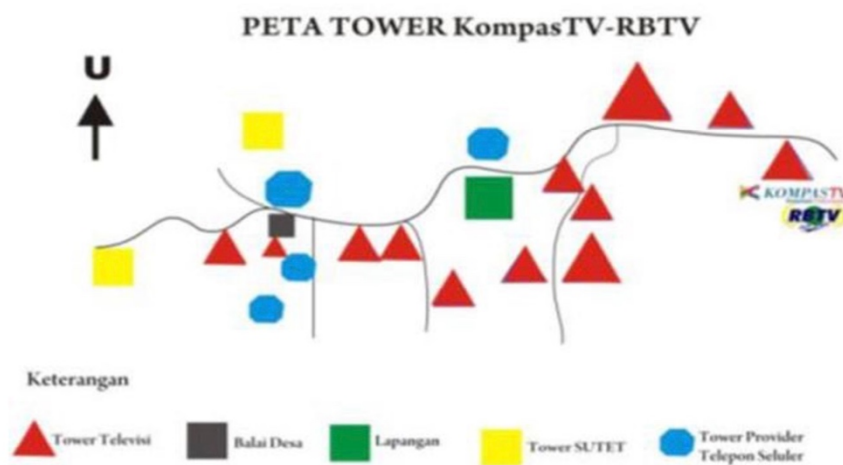
“Dalam media ada media publik dan komersial. Media publik semuanya gak bayar mbak karena semuanya transparan apa adanya. Masyarakat kita kan butuh menyampaikan informasi Tapi media publik kita TVRI dan RRI kan gak jalan sama aja komersial. Media komersial jadi otomatis masyarakat jangan sering mengatakan media komersial itu sering bohong, kan memang dalam komunikasi mengikuti siapa yang memberikan uang jadi ketika kita membuat *realityshow* ya jangan marah. Ketika kita kenyataannya sosialisasi apapun pemerintah swasta, bisnis, kecantikan ketika itu masuk dalam ranah komersial itu harus bayar. Dan ketika bayarpun belum tentu apa adanya. Pasti ada editingnya Kan kelihatan dari kreativitasnya dibumbui begini- gini akhirnya ditunggu-tunggu masyarakat karena tujuannya melihat seberapa banyak penonton. Bukan semata-mata informasi ini bisa diterima karyawan apa enggak gak tapi kan informasi yang bisa diterima

oleh karyawan sesuai dengan yang dimaksud perusahaan” (Hasil wawancara, 25 November 2019).

RBTV memproduksi program acara promosi dengan *realityshow* yang mengikuti kemauan dari narasumber terkait informasi apa yang akan disampaikan pada masyarakat nantinya dan itu berbayar.

Secara teknis dan gambar RBTV lebih unggul dibanding ADI TV, Jogja TV, dan Krisna TV. Karena berkat kerjasama bersejaring RBTV mendapatkan fasilitas penuh dari Kompas TV. Setelah bekerjasama pemancar RBTV dipindahkan ke Ngoro-oro sehingga jangkauan RBTV semakin luas.

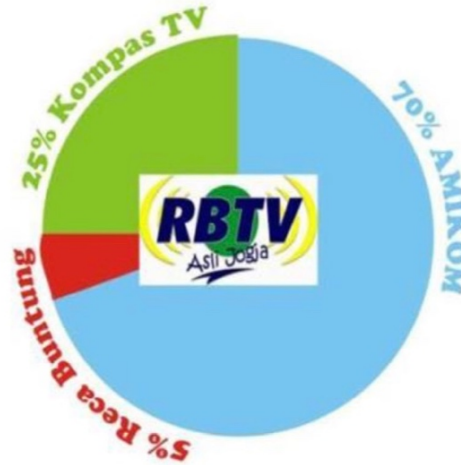
Gambar 3.3
Peta Tower Pemancar RBTV dan Kompas TV



Sumber: Hidayanto dalam Utamidan Oktaviani, 2015: 27

2. Spasialisasi Kompas TV terhadap RBTB

Gambar 3.4
Pemilik Saham RBTB



Sumber : Danisa dalam Utami dan Oktaviani, 2015: 23

RBTB merupakan salah satu stasiun televisi lokal di bawah naungan Kompas TV. RBTB ialah satu-satunya televisi lokal di Yogyakarta yang pemiliknya bukan dari anggota elit politik artinya dimiliki asli oleh sipil. Dilihat dari sisi *diversity of ownership*, RBTB memang sudah beragam kepemilikannya akan tetapi hanya dimiliki oleh beberapa orang saja. Saham kepemilikan RBTB paling tinggi 70% dimiliki oleh AMIKOM, kemudian 25% dimiliki Kompas TV, dan paling kecil 5% dimiliki oleh Redjo Buntung.

Redjo Buntung FM merupakan salah satu radio swasta yang sudah mengudara sejak 1967 di Yogyakarta. Mengudara pada frekuensi FM 99,4 Mhz yang bersiaran selama 24 jam, bisa dinikmati melalui radio *streaming*. Redjo Buntung FM mempunyai jaringan radio hampir di seluruh kota-kota

besar Indonesia. Redjo Buntung atau PT Redjo Buntung FM pemilik saham paling kecil di RBTv yaitu hanya 5%, dimana pada awalnya justru PT Redjo Buntung dan AMIKOM yang mempunyai gagasan mendirikan televisi lokal RBTv.

AMIKOM mempunyai saham paling banyak di RBTv, dari 70% saham masih dibagi kepemilikannya. Saham paling banyak dimiliki oleh Suyanto selanjutnya Wahyu Sudarmawan, walaupun begitu mereka masih dalam satu instansi AMIKOM. AMIKOM merupakan instansi yang bergerak dalam dunia pendidikan dan mempunyai lembaga pendidikan sendiri. Keberadaan AMIKOM sebagai entitas bisnis pendidikan sangat menguntungkan RBTv untuk media promosi yang mana rangkaian kegiatan produksi RBTv sendiri berada di AMIKOM, tepatnya di gedung A lantai 3. Kebanyakan semua produksi RBTv dilakukan di gedung tersebut, baik dari ruang produksi program sampai ruang sinema. Hal serupa juga dirasakan oleh AMIKOM, yang mana dipandang oleh masyarakat bahwa AMIKOM sebagai lembaga pendidikan mampu memproduksi televisi sehingga juga semakin banyak dikenal oleh masyarakat.

Agnes Dwirusjiyati, menyampaikan bahwa:

“RBTv sudah punya kampus yang memang mencetak orang-orang berkualitas dalam bidang penyiaran kemudian mereka mempunyai lembaga penyiaran untuk sarana belajar istilahnya mereka perlu tempat mengaplikasikannya teori yang mereka dapat dari kampus dengan mereka punya lembaga penyiaran” (Hasil wawancara, 25 November 2019).

Kompas TV memiliki saham sebesar 25% dalam RBTv. Kompas TV merupakan stasiun televisi yang menampilkan kekayaan alam di

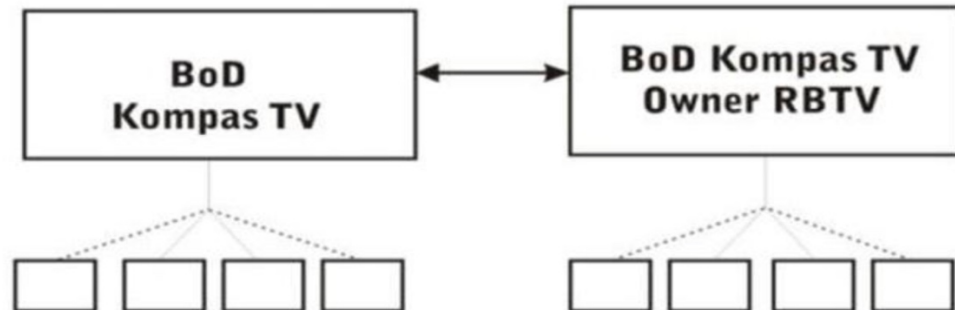
Indonesia. Televisi ini penuh inspiratif dan berusaha untuk mencerdaskan bangsa dengan program-program yang edukatif. Sebenarnya Kompas TV ini hadir menggantikan stasiun televisi yang pernah dimiliki oleh Kompas Gramedia, yaitu TV7. Semenjak semua saham TV7 dibeli oleh pihak Trans Corp yang berdiri di bawah kepemimpinan Chairul Tanjung pada tahun 2006 dan nama TV7 diganti menjadi Trans7, maka Kompas Gramedia tidak lagi memiliki perusahaan televisi. Namun pada tahun 2011, Kompas Gramedia meluncurkan kembali stasiun televisi yang selama ini diinginkan oleh pendiri Kompas Gramedia, Jakob Oetama. Ada 10 televisi lokal berjejaring dengan Kompas TV, yaitu KTV (Jabodetabek), STV (Bandung), TV Borobudur (Semarang), BCTV (Surabaya), MOSTV (Palembang), Khatulistiwa TV (Pontianak), ATV (Malang-Batu), Dewata Bali TV (Denpasar), RBTV (Yogyakarta), dan Makassar TV (Makassar) (Simamora, 2016: 107).

Kompas TV memang mempunyai 25% saham, namun Kompas TV tidak mempunyai wewenang dalam menentukan kebijakan. Semua Kebijakan yang menentukan adalah Direktur RBTV.

Wahyu Sudarmawan, menyampaikan sebagai berikut:

“Sebetulnya tidak ada dulu, jadi ada pemegang saham yang mengundurkan diri lalu dibeli Kompas TV tapi jumlahnya kecil. Artinya dia tidak menentukan keputusan dan pemilik saham Kompas TV itu hanya takut kehilangan *wes tak tukune wae* (sudah saya beli saja) tapi tidak berpengaruh apa apa” (Hasil wawancara, 25 Novemver 2019).

Gambar 3.5
Struktur Kedudukan RBTV dan Kompas TV



Sumber : Danisa dalam Utami dan Oktaviani, 2015: 23

Kesepakatan kerjasama berjejaring menjadikan pemimpin Kompas TV memiliki kedudukan yang sama dengan pemilik RBTV. Kerjasama ini tidak membatasi arah perkembangan dalam memproduksi siaran. Produksi dilakukan sesuai dengan visi misi dari kedua belah pihak. Program siaran dibuat sendiri-sendiri, namun ada beberapa kesepakatan untuk keseragaman untuk menampilkan logo kerjasama berjejaring. Seperti pemasangan logo RBTV pada saat Kompas TV bersiaran.

RBTV pada awalnya berangkat dari kelokalan yang ada di Yogyakarta dengan semua ragam budaya yang ada, namun sekarang RBTV sudah menjadi televisi lokal berjejaring dengan Kompas TV.

Wahyu Sudarmawan, menyampaikan sebagai berikut :

“Kerjasama dengan Kompas yang pertama membangun sinergitas dalam hal banyak aspek yang pertama masalah komersial, yang kedua aspek teknis, yang ketiga aspek pembiayaan. Saya mencoba bertahan selama 8 tahun untuk tetap mengedepankan kelokalan Jogja, saya melakukan riset penonton Jogja. Lalu ketika saya dibenturkan oleh biaya kita berhenti, ketika saya dibenturkan oleh teknologi saya menggunakan pemancar 20 watt 20 ribu kilo meter gambarnya kepyur ya gak menarik. Fenomena inilah yang membuat

idealisme saya harus dipindahkan, bahwa nek *aku carane ngene* (kalo begini caranya) kapan saya bisa membiayai perusahaan, membiayai karyawan bagaimana, produksinya bagaimana. Akhirnya saya negosiasi dengan banyak televisi Jakarta ada ANTV, Jawa Pos Surabaya, RCTI dengan Inewsnya pernah nawarin kesaya, ada banyaklah televisi Jakarta. Karena banyak tidak ada kesamaan visi misinya, akhirnya kita memilih Kompas TV. Kenapa? Karena dulu Kompas TV orientasinya dokumentari, jadi konsep awalnya dulu 7 tahun lalu lebih ke orientasinya pendidikan, seperti nasional *geographic* dsb. Kita bekerjasama dengan Kompas TV sejak 1 Maret 2012 sampai sekarang” (Hasil wawancara, 25 Novemver 2019).

Kerjasama berjejaring ini menguntungkan kedua belah pihak, dari sisi *diversity of ownership* Kompas TV diberikan kesempatan oleh RBTv untuk menanam saham mereka serta menjalankan *diversity*. Selain itu, Kompas TV sebagai televisi yang baru berkembang pada saat itu dapat memperkenalkan diri kepada khalayak luas, sementara untuk RBTv sebagai televisi lokal yang memutuskan berjejaring mendapatkan alat untuk produksi, pemasukan iklan yang bertambah, dan juga *rating* yang terus meningkat dari kerjasama berjejaring ini.

Berjejaring itu tidaklah mudah, sebab jika ingin mendirikan televisi berjejaring juga mempunyai persyaratan khusus. Sehingga sebelum Kompas TV memutuskan berjejaring dengan RBTv harus memenuhi persyaratan yang sudah ditentukan.

Agnes Dwirusjiyati, menyampaikan bahwa:

“Kalo televisi berjejaring di Jogja sesuai Perda harus punya kantor di Jogja, studio disini, SDM dari sini. Agar mereka memberikan tayangan yang memang dari sini. Sebagai upaya dalam kelokalannya” (Hasil wawancara, 25 Novemver 2019).

Bekerjasama mengharuskan RBTV dan Kompas TV saling memenuhi hak dan kewajiban yang sudah ada, agar kerjasama ini berdampak baik untuk kedua belah pihak. Adapun kewajiban dan hak yang harus dijalankan serta didapatkan dalam kerjasama berjejaring ini sebagai berikut :

Tabel 3.6
Kewajiban dan Hak RBTV dan Kompas TV

	Kewajiban	Hak
Kompas TV	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyediakan program siaran untuk slot jam tayang sebesar 70% dari waktu siaran perhari. 2. Membayar penggunaan slot jam tayang RBTV. 3. Mengadakan peralatan pemancar baru dengan kekuatan 30 KW di Dusun Ngoro-oro, Kecamatan Patuk, kabupaten Gunung Kidul. 4. Mengadakan peralatan kepada pihak RBTV dengan status investasi Kompas TV. 5. Mengadakan tower pemancar yang baru dengan kekuatan 30 KW. 6. Memperbaiki infrastruktur akibat kerusakan diluar . 7. Menjembatani pengiklan nasional yang ingin beriklan di RBTV. 8. Menggunakan logo bersama saat bersiaran nasional. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dapat bersiaran dengan kanal RBTV pada jam telah disepakati bersama. 2. Mendapatkan keuntungan dari pemasukan iklan program siaran nasional. 3. Mendapat keuntungan dari saham RBTV. 4. Mendapatkan keuntungan dari <i>charge</i> peralatan yang ada di RBTV.

RBTV	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyediakan kanal frekuensi untuk Kompas TV agar dapat bersiaran di wilayah Yogyakarta, Solo, dan Magelang. 2. Memproduksi tayangan lokal dengan durasi total 30% dari saluran jam tayang perhari. 3. Bersiaran pada slot jam tayang yang telah ditentukan. 4. Menyiarkan program khusus <i>Breaking News</i> di jam tayang nasional maupun lokal. 5. Merawat pemancar yang ada di Dusun Ngoro-oro, Kecamatan Patuk, kabupaten Gunung Kidul. 6. Merawat dan membayar <i>charge</i> peralatan yang diinvestasikan Kompas TV kepada RBTV. 7. Menggunakan logo RBTV saat bersiaran lokal. 8. Membagi keuntungan sesuai besarnya saham masing-masing. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mendapatkan keuntungan dari pemasukan iklan program lokal. 2. Mendapatkan kemudahan bagi investor yang ingin memasang iklan di RBTV melalui Kompas TV. 3. Mendapatkan perbaikan kualitas siaran yang lebih baik. 4. Mendapatkan hak sewa penggunaan frekuensi oleh Kompas TV 5. Mendapat bantuan inventaris Kompas TV yang dapat digunakan oleh RBTV 6. Mendapatkan keuntungan dari saham RBTV.
------	---	---

Sumber: Arsip Kesepakatan Bekerjasama RBTV dan Kompas TV

Hasil dari kewajiban dan hak yang harus dipenuhi selain berkaitan dengan pembagian slot penayangan, pemenuhan kebutuhan alat untuk produksi dan pemancar, ada pula kewajiban yang harus dilakukan oleh Kompas TV untuk menunjukkan bahwa mereka benar berjejaring dengan RBTV. Kesepakatan kerjasama mengharuskan

Kompas TV menyematkan logo RBTV di sebelah kanan untuk menunjukkan bahwa Kompas TV berjejaring dengan RBTV. Selain itu minoritas saham yang dimiliki Kompas TV tidak bisa mengubah Logo RBTV menjadi Kompas TV Yogyakarta seperti yang sudah terjadi pada SSJ Kompas TV yang lainnya. Mayoritas saham yang dimiliki menjadikan RBTV mempertahankan eksistensi mereka.

Gambar 3.6
Penempatan Logo RBTV pada Saat Waktu Tayang di KompasTV (Foto Kiri) dan RBTV (Foto Kanan)



Sumber : Arsip Kompas dalam Utami dan Oktaviani, 2015: 32

Melihat posisi penempatan Logo RBTV pada saat siaran berlangsung di Kompas TV dan RBTV berbeda. Ketika memasuki jam tayang Kompas TV penempatan logo dari RBTV ditempatkan pada sisi sebelah kanan dan sisi kiri diisi oleh logo Kompas TV, hal ini menunjukkan bahwa yang sedang bersiaran dari kanal Kompas TV. Namun berbeda dengan RBTV, ketika RBTV bersiaran penempatan logo berada di sisi kanan tanpa menyematkan logo Kompas TV.

B. Analisis Komodifikasi dan Spasialisasi

RBTV berangkat dari semangat untuk mendirikan televisi lokal yang penuh dengan kebudayaan yang ada di Yogyakarta. Sejak berdiri sampai usia 8 tahun RBTV mencoba mempertahankan kelokalannya. Namun ketika dibenturkan dengan biaya produksi yang tidak cukup, kegagalan dalam membuat program sinetron layaknya pada televisi nasional, tidak bisa membayar gaji karyawan akhirnya meruntuhkan idealisme direktur RBTV sehingga memutuskan untuk berjejaring. Dilain sisi Kompas TV berkebutuhan menjalankan Sistem Siaran Jaringan (SSJ) seperti yang sudah ditetapkan dalam UU Penyiaran No. 32 Tahun 2002, Kompas TV juga memperluas jaringan khalayaknya.

Sebagai salah satu televisi lokal, tidak mudah bagi RBTV menghadapi persaingan dengan televisi lokal lainnya untuk merebutkan iklan agar RBTV tetap hidup. RBTV sebagai televisi lokal berada pada zona kontestasi antara memenuhi kepentingan pasar atau mematuhi hukum penyiaran yang sudah ada. Dalam berjejaring dengan Kompas TV secara tidak langsung juga mengubah pola acara yang ada di RBTV.

1. Komodifikasi Konten, dan Komodifikasi Audiens RBTV

Dalam pembahasan analisis komodifikasi konten dan audiens ini yang terjadi pada program acara dari RBTV. Akibat berjejaring kelokalan yang seharusnya ada di setiap program acara di RBTV semakin berkurang, padahal dalam televisi lokal jelas bahwa siaran mereka harus memuat tentang unsur kearifan lokal. Darmastuti dalam (Setyaningsih, 2017: 121)

kearifan lokal (*local wisdom*) merupakan gagasan masyarakat setempat yang bersifat bijaksanaan, penuh dengan kearifan, bernilai baik yang tertanam nilai-nilai dan diikuti masyarakatnya. Harusnya nilai-nilai itulah yang harus dimunculkan oleh RBTv. Namun, faktanya hanya satu program acara yang mencerminkan kebudayaan yang ada di Yogyakarta, yaitu program acara Leyeh-leyeh.

Komodifikasi dilakukan oleh RBTv dengan membuat program untuk dimanfaatkan oleh kalangan tertentu tentunya RBTv akan mendapatkan keuntungan. Komodifikasi mengacu pada proses mengubah nilai pakai menjadi nilai tukar (Mosco, 2009: 132). Komodifikasi menjelaskan bagaimana kapitalisme menjalankan tujuan mereka untuk memperoleh kapital. Komodifikasi sebagai cara melihat proses transformasi suatu barang atau jasa menjadi nilai jual.

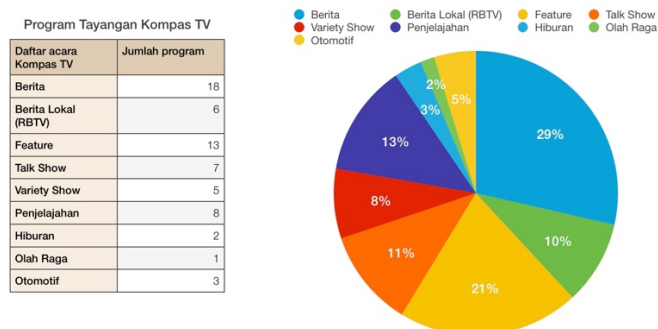
a. Komodifikasi Konten

Konten yang diproduksi oleh media layaknya cerminan diri dari kepentingan para pemilik modal. Faktanya pemilik usaha media televisi ialah para pengusaha yang selalu menginginkan keuntungan. Pemberitaan yang diolah walaupun naratif pasti erat kaitannya dengan ideologi pemiliknya.

Sebelum bekerjasama program-program acara yang ada di RBTv sering membuat acara sinetron layaknya pada televisi nasional namun tidak diminati masyarakat dan berakhir merugi. Setelah

bekerjasama program acara yang ada di RBTV pada awalnya belum sesuai standar seperti yang ada di program siaran Kompas TV. Program acara lebih banyak diisi seperti: program Plat AB, QAH, ALBI SEFT *Talk Show*, dll. Dimana program-program tersebut lebih mengarah ke advertorial pengobatan. 3-4 tahun belakangan ini program acara lebih banyak diisi informasi, program khusus, serta pendidikan seperti: Apa Kabar Jogja, Inspirasi Dapur, Obrolan Pagi, *Feature*, Liputan Khusus, Ragam Info, Pelangi Jogja, *Star Up* Klinik, Pelangi Jogja. Sedangkan untuk hiburan hanya beberapa seperti, Klip RBTV, Leyeh-Leyeh, dan Resensi Film. Sama dengan Kompas TV yang menempatkan program hiburan dengan persentase yang sedikit dari keseluruhan program acara yang dimiliki.

Tabel 3.7
Format program acara Kompas TV dalam Sehari yang Ditayangkan oleh RBTV



Sumber: Olah Data Peneliti

Dilihat dari pembagian persentase program tayangan konten yang ada di Kompas TV lebih banyak diisi program berita, *feature*, *penjelajahan*, *talk show*, *variety show* yang berisikan informasi dan

pendidikan dibanding dengan hiburan hanya ada satu program acara, sesuai dengan cita-cita Jakob Oetomo yang menginginkan perubahan dalam pertelevisian di Indonesia. Dalam setiap program di Kompas TV sering membahas isu-isu terbaru dan mengundang narasumber yang berpengaruh di Indonesia atau sosok inspiratif.

Implikasi berjejaring menjadikan RBTV mengikuti pola program yang ada di Kompas TV, dimana program mereka juga lebih mengarah ke informasi dan jurnalistik. Sebab RBTV beranggapan bahwa masyarakat Jogja lebih membutuhkan warta, sehingga berdampak pada tidak berjalan *diversity of content*.

Gambar 3.7
Konglomerasi Kompas Gramedia



Sumber: Romeltea.com

Implikasi dari konglomerasi ini menjadikan pemberitaan atau arus informasi dari semua lini bisnis yang dimiliki oleh Kompas Gramedia mempunyai karakter yang sama. Bahkan untuk lini bisnis televisi Kompas TV bisa sampai dengan televisi jaringan yang ada di televisi lokal. Memang konglomerasi ini menyebabkan *power* dominan untuk mengontrol semua bisnis yang ada. Kompas Gramedia group

melakukan komodifikasi yakni mentransformasi nilai guna menjadi nilai tukar (Simammora, 2016: 101). Jadi tidak heran jika RBTV program dan informasinya mengikuti pola Kompas TV.

Program-program acara lokal RBTV memang informatif, namun sayang RBTV melakukan komodifikasi konten dengan cara membuat program acara yang dapat dimanfaatkan oleh pihak tertentu. RBTV sering kali menayangkan program yang jika ditelaah programnya mengarah ke advertorial yang dikemas dengan *talkshow*. Sehingga selain menarik audiens, program tersebut juga mendatangkan keuntungan dari segi pemasukan iklan. Hal ini sejalan dengan teori dari Vincent Mosco (2009: 132) komodifikasi isi/konten dilakukan ketika media mengubah teknologi menjadi pesan menjual untuk menarik perhatian pada audiens. Dalam hal ini pesan menjual yang dilakukan RBTV ialah seperti program liputan khusus yang berisi liputan jasa suatu produk sehingga menarik perhatian audiens.

Gambar 3.8
Program Acara “Obrolan Pagi” di RBTV



Sumber: Instagram RBTV

Gambar di atas program acara “Obrolan Pagi” yang mengundang narasumber dari Garden Keisha Hotel Yogyakarta. Dalam program acara tersebut menyampaikan pesan menjual yang menarik audiens untuk tetap menyaksikan program acara mereka.

b. Komodifikasi Audiens

Konten-konten yang ada di Kompas TV banyak yang menarik. Konten Kompas TV mudah diterima oleh audiens dan banyak digemari semua kalangan. Sehingga ketika *chanel* berpindah ke RBTv audiensnya pun tetap banyak, karena masyarakat banyak beranggapan konten RBTv termasuk konten Kompas TV.

Program acara yang ada di RBTv mengikuti pola yang sama diterapkan dalam Kompas TV, akan tetapi tidak dipungkiri bahwa televisi itu hidup berkat iklan yang masuk sehingga RBTv menyasiasi program acara yang berisi informasi ini dimanfaatkan oleh pihak pemerintah daerah atau para pemilik usaha untuk menyampaikan promosi mereka melalui program-program yang ada di RBTv. Mereka beranggapan karena Jogja sebagai replika mini Indonesia dan banyak pelajar datang ke Jogja lebih membutuhkan informasi dibanding hiburan. Masyarakat awam menilai bahwa apa yang mereka tonton itu informasi, namun nyatanya itu strategi promosi iklan dari narasumber yang datang dalam program *talkshow* atau liputan khusus yang dimiliki oleh RBTv. Hal ini selaras dengan teori Vincent Mosco (2009: 132),

konten kemudian dijadikan sebagai promosi iklan karena audiens banyak mengikuti program tersebut, sehingga terjadi komodifikasi audiens dalam bentuk *rating* dan *share* kepada pengiklan. Dari konten-konten yang dibuat RBTV dari program advertorial itu banyak digemari masyarakat sehingga mendapat *rating* tinggi.

Rating menentukan nilai jual program kepada para pengiklan. Semakin tinggi *rating* sebuah acara, semakin besar pula minat para pengiklan untuk mensponsori acara meskipun dengan harga yang tinggi. Akibatnya, semua stasiun televisi berlomba-lomba membuat acara semenarik mungkin dan bisa menyedot sebanyak mungkin pengiklan (Yusuf & Utami, 2007: 222).

Wahyu Sudarmawan tidak menampik bahwa televisi lokal komersil itu tidak bisa murni “siapa yang memanfaatkan siap dimanfaatkan”. Dengan *rating* audiens 4 yang dimiliki oleh RBTV sekarang ini, setiap iklan lokal yang masuk akan dikelola langsung oleh RBTV. Jadi kerjasama berjejaring ini sangat menguntungkan RBTV dari segala aspek. Komodifikasi audiens dengan *rating* 4 menjadikan RBTV dipercaya pengiklan, karena jaminan pasti akan banyak ditonton sekalipun tayangan mereka berada pada jam-jam pagi hari. *Rating* 4 yang dimiliki RBTV sangat jauh lebih unggul dibanding Jogja TV yang hanya 0,3 dan Adi TV 0,2. Walaupun RBTV tayang hanya pada jam pagi hari para pengiklan sudah dijamin akan banyaknya audiens yang menyaksikan.

Rumus menghitung *rating* televisi di Yogyakarta dengan sederhana. Untuk menghitung menggunakan jumlah penduduk di Yogyakarta sebagai sampel. Tujuannya untuk melihat seberapa banyak penonton dari data *rating* yang sudah ada. Populasi penduduk secara keseluruhan di Yogyakarta menurut data Bapeda Provinsi Yogyakarta sebesar 3.842.932 juta di tahun 2019. Peneliti akan menjabarkan dengan bahasa sederhana rumus menghitung *rating* televisi menurut Kriyantono dalam Yusuf & Utami, 2007 : 228). Untuk melihat berapa banyak audiens jika sudah diketahui posisi *rating*.

Diketahui Universe/Jumlah Penduduk Yogyakarta = 3.842.932 juta, rating RBTB = 4, rating Jogja TV = 0,3, rating Adi TV = 0,2,. Pertanyaanya berapa jumlah penonton televisi di RBTB, Jogja TV, dan Adi TV?.

$$\text{Rating} = \text{Jumlah Penonton TV} / \text{Universe} \times 100\%$$

Jawabannya:

a. RBTB

$$\text{Rating} = \text{Jumlah Penonton TV (X)} / \text{Universe} \times 100\%$$

$$4\% = x / 3.842.932 \times 100\%$$

$$x = 3.842.932 / 100 \% \times 4\%$$

$$x = 153.717,28 \text{ Ribu}$$

b. Rating = Jumlah Penonton TV (X) / Universe X 100%

$$0,3\% = x / 3.842.932 \times 100\%$$

$$x = 3.842.932 / 100 \% \times 0,3 \%$$

$$X = 11.528,796 \text{ Ribu}$$

$$c. \text{ Rating} = \text{Jumlah Penonton TV (X)} / \text{Universe} \times 100\%$$

$$0,2\% = x / 3.842.932 \times 100\%$$

$$X = 3.842.932 / 100 \% \times 0,2 \%$$

$$X = 7.685,864 \text{ Ribu}$$

Melihat dari perhitungan jumlah penonton dari RBTv, Jogja TV, dan Adi TV perbedaannya sangat jauh. RBTv lebih unggul di banding Jogja TV dan Adi TV. Sehingga tidak heran jika RBTv lebih sering dipercaya para pengiklan.

2. Spasialisasi RBTv Pasca Kerjasama dengan Kompas TV

Kompas TV adalah stasiun televisi pertama yang melakukan Sistem Stasiun Jaringan (SSJ). Untuk melakukan sistem berjejaring Kompas TV mempunyai pertimbangan dari mulai kesamaan visi dan misi dengan televisi lokal yang diajak kerjasama, sudah memiliki surat Izin Penyelenggaraan Penyiaran (IPP) dari KEMKOMINFO untuk mengadakan kegiatan penyiaran, berada pada kota dengan tingkat ekonomi tinggi. Pertimbangan itulah yang menjadikan Kompas TV memilih RBTv sebagai anggota dari berjejaring yang dilakukan oleh Kompas TV. Selain pertimbangan sebelumnya di Yogyakarta sudah habis jatah kanalnya.

Dilihat dari sudut pandang ekonomi politik yang menekankan spasialisasi Kompas TV melakukan konglomerasi media dengan berjejaring dengan RBTv. Masyarakat mempunyai hak atas keberagaman isi tayangan

dan informasi atau istilahnya dalam media *diversity of content*. Akan tetapi akibat dari integrasi vertikal yang dilakukan oleh Kompas TV terhadap RBTv mengakibatkan kesamaan sudut pandang. Dalam menyampaikan informasi seringkali hanya menampilkan yang menarik saja tanpa benar-benar memberikan informasi yang penting bagi audiens. Kesamaan pola program acara menjadikan RBTv sudah semakin berkurang kelokalannya.

a. Integrasi Horizontal

Bisnis penyiaran di Indonesia memasuki beberapa babak dari awal kemunculannya hingga saat ini. Mulai dari Orde Lama yang menjadi corong pemerintah, Orde Baru dengan pemberian izin penyelenggaraan televisi swasta namun dalam cengkraman keluarga Cendana, dimana televisi swasta tidak boleh memberitakan sebuah kritik terhadap pemerintah, televisi swasta hanya diperbolehkan menayangkan siaran hiburan, hingga akhirnya setelah reformasi lahir UU No. 32 Tahun 2002 tentang penyelenggaraan penyiaran yang dibuat oleh pemerintah untuk mengatur sistem penyiaran.

Pada saat ini bisnis penyiaran di Indonesia dikuasai oleh orang-orang yang bukan berasal dari pers, akan tetapi bisnis ini penyiaran dikuasai oleh para konglomerat. Secara manajemen bisnis bukan dipegang oleh orang pers namun dikendalikan oleh konglomerat. Baru secara manajemen produksi dikendalikan oleh orang pers.

Lahirnya UU No. 32 Tahun 2002 diwarnai dengan pergulatan beberapa kepentingan yang terbagi dalam tiga kubu yaitu pemerintah, swasta dan sipil. Pemerintah menginginkan lembaga penyiaran tetap terkontrol oleh pemerintah, sedangkan swasta tetap pada orientasi mereka untuk memaksimalkan keuntungan yang mereka dapat. Dilain sisi pihak sipil menginginkan tetap adanya demokratisasi dalam penyiaran.

Keputusan akan UU Penyiaran menimbulkan banyak konflik dan keberatan dari pihak-pihak swasta, yang mana televisi swasta sudah tidak bisa lagi melaksanakan siaran nasional dan diharuskan melakukan siaran lokal. Hal tersebut dijelaskan dalam Pasal 6 (3) yang 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.

Regulasi yang ada mau tidak mau memaksa televisi swasta harus memiliki stasiun biro di daerah atau melakukan sistem siaran jaringan (SSJ) dengan televisi lokal yang bersedia berbagi slot tayangan. Selain itu guna menjaga *diversity of content dan diversity of ownership*.

Kemunculan Kompas TV sebagai televisi swasta yang merupakan perluasan bisnis dari Kelompok Kompas Gramedia (KKG) membawa semangat menginginkan perubahan dalam pertelevisian di Indonesia yang lebih informatif dan mendidik. Dari awal

kemunculannya Kompas TV karena tidak mendapatkan IPP untuk siaran nasional harus melakukan SSJ di daerah agar siaran mereka bisa *me-relay* siaran nasional. RBTv menjadi salah satu yang berjejaring dengan Kompas TV.

Selaras dengan Vincent Mosco Integrasi horizontal terjadi ketika perusahaan di satu jalur media membeli minat besar pada operasi media lain yang tidak terkait langsung dengan bisnis asli (Mosco, 2009:15). Ekspansi yang dilakukan oleh Kompas TV terhadap RBTv merupakan upaya untuk meningkatkan dan meluaskan khayak serta jangkauan jaringan yang dimiliki oleh media mereka.

RBTv berada di Yogyakarta yang masuk dalam salah satu dari sembilan kota basis pengambilan sampel AGB Media *Research* Nielson (Sunarto, 2009: 93). Selain sebagai kota wisata Yogyakarta merupakan mini Indonesia karena banyak pelajar yang datang ke Yogyakarta untuk mengenyam pendidikan, sehingga semua suku adat dan budaya ada di sini tanpa menghilangkan *culture* asli dari Jogja Istimewa sendiri. Jadi dengan Kompas TV berjejaring RBTv sangat dimudahkan menjangkau masyarakat dari semua kalangan.

b. Integrasi Vertikal

Implikasi dari kerjasama berjejaring menjadikan Kompas TV dan RBTv harus mempunyai standar program yang sama untuk menjaga citra baik kedua belah pihak. Sejalan dengan pemikiran

Vincent Mosco (2009:15) integrasi vertikal menggambarkan penggabungan perusahaan dalam lini bisnis yang memperluas kendali perusahaan atas proses produksi. Pola RBTv yang semula menayangkan konten sangat lokal tentang Yogyakarta dengan semua unsur budaya yang melekat, semenjak berjejaring RBTv mengikuti pola Kompas TV dengan program acara yang lebih mengarah ke informasi seperti berita dan *talk show*. Beberapa acara RBTv seperti, Obrolan Pagi, Ragam Info, Kabar Jogja, program dokumenter itu semua lebih mengarah ke informasi dibanding hiburan.

Kompas TV berkantor pusat di Jakarta, proses produksi program siaran untuk disiarkan nasional juga di Jakarta. Proses pendistribusiannya agar dapat dinikmati oleh seluruh masyarakat Indonesia diberbagai daerah dengan penayangan di stasiun jaringan di setiap daerah.

Gambar 3.9
Kewenangan Kompas TV terhadap RBTv



Sumber: Danisa dalam dalam Utamidan Oktaviani, 2015: 30

Dengan pola yang sama menjadikan RBTV dalam kontrol Kompas TV, terlebih ada hak dan kewajiban yang harus ditanggung oleh kedua belah pihak. Kontrol termasuk dalam integrasi vertikal Kompas TV terhadap RBTV.

Terjadinya dominasi program acara yang setiap hari tayang di RBTV sekitar 80% diisi program acara dari Kompas TV sedangkan sisanya baru diisi oleh RBTV. RBTV sebagai pemilik kanal saluran justru hanya mempunyai jam tayang sangat sedikit. Selain itu tayangan RBTV hanya bersiaran pada dini pagi hari. Semua slot *prime time* diisi oleh Kompas TV, hingga seakan RBTV itu dikalangan masyarakat perannya sudah tergantikan oleh Kompas TV. Kompas TV sudah tidak perlu lagi melakukan siaran lokal karena sudah diisi oleh RBTV. Kerjasama ini mengharuskan RBTV mengikuti pola Kompas TV jika ada suatu kejadian disalah satu area jaringan program ini akan dikelola oleh Kompas TV langsung dan anggota jaringan wajib menayangkan berita tersebut. Karena memang kesepakatan berjejaring salah satunya keseragaman program acara.

Selain permasalahan isi program siaran yang secara tidak langsung mendapat intervensi, saham kepemilikan RBTV juga hanya dimiliki segelintir orang saja. Lagi-lagi Kompas TV juga mempunyai andil dalam kepemilikan saham RBTV. Walaupun Wahyu Sudarmawan mengatakan jumlah saham Kompas TV tidak mempengaruhi kebijakan yang ada di RBTV namun tetap yang

dinamakan saham pasti merujuk pada keuntungan. Dengan kepemilikan saham 25% semakin memperjelas integrasi vertikal yang dilakukan oleh Kompas TV. RBTV memang menjalankan *diversity of ownership* dimana adanya keberagaman kepemilikan, namun hanya ada beberapa orang yang berperan.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kerjasama RBTv dengan Kompas TV merupakan kerjasama hanya dalam mitra bisnis yang berbagi slot penyiaran, namun secara operasional kedua belah pihak produksi sendiri-sendiri. Walaupun demikian Kompas TV harus memberikan *support* berupa pemancar agar kualitas siaran lebih bagus serta alat-alat yang menunjang produksi RBTv agar selaras dengan Kompas TV. Bentuk kerjasama ini nyatanya hanya mementingkan kebutuhan pasar dan tidak mematuhi hukum. Dalam sudut pandang ekonomi politik komunikasi menurut Vincent Mosco, kerjasama berjejaring ini menjadikan RBTv teridentifikasi melakukan komodifikasi, spesialisasi, dan strukturasi.

Komodifikasi yang dilakukan oleh RBTv ialah memberikan peluang dominasi konten oleh Kompas TV. RBTv juga mengikuti pola program-program yang ada di Kompas TV. Selain itu program acara RBTv sudah berkurang kelokalannya yang mana dulu sering menyiarkan program acara seputar kebudayaan namun sekarang justru diisi dengan promosi yang dikemas dalam bentuk program acara *talk show*.

Dalam spesialisasi yang dilakukan oleh Kompas TV terhadap RBTv selain untuk memenuhi regulasi dibedakan menjadi dua integrasi

horizontal dan vertikal. Integrasi horizontal dilakukan oleh Kompas TV dengan berjejaring dengan RBTv untuk meningkatkan dan memperluas khalayak serta jaringan media yang mereka miliki. Sedangkan integrasi vertikalnya Kompas TV dapat mengontrol dan mengawasi RBTv dalam dominasi konten mereka, termasuk RBTv harus *me-relay* siaran yang menjadi program bersama, sehingga RBTv tidak bisa menjalankan *diversity of content*. Kepemilikan saham 25% menjadikan Kompas TV selalu mendapatkan keuntungan dari RBTv.

B. Saran

1. Bagi RBTv

Harapan dari berkembangnya televisi berjejaring adalah untuk meningkatkan kualitas dari televisi lokal di daerah serta menjalankan *diversity of content dan diversity of ownership* untuk menjaga dan mempublikasikan kebudayaan daerah dengan semua unsur kearifan lokal yang dimiliki. Sehingga diharapkan RBTv lebih sering menayangkan program bertema kearifan lokal yang ada di Yogyakarta agar tidak didominasi oleh Kompas TV.

2. Bagi KPID

Melihat adanya ekonomi politik yang dilakukan oleh RBTv implikasi berjejaring dengan Kompas TV, diharapkan penyelenggara regulator khususnya KPID Yogyakarta agar lebih jeli dalam melihat

persoalan dimana RBTV lebih mementingkan pasar dibanding mematuhi hukum.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Meneliti tentang analisis ekonomi politik dalam media televisi lokal berjejaring merupakan hal yang sangat menarik untuk dilakukan, karena tidak semua televisi lokal melakukan kerjasama berjejaring dengan televisi nasional. Sensitifnya isu ekonomi politik dalam media televisi lokal menjadikan televisi bersangkutan tertutup akan informasi. Penelitian ini diharapkan akan dapat digunakan sebagai salah satu sumber data pada penelitian selanjutnya dan penelitian lebih lanjut lebih dalam menggali informasi seperti tentang strukturasi yang terjadi .

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Abrar. Ana Nadhya (2015). *Tatakelola Jurnalisme Politik*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press

Djamal, Hidajanto; Fachruddin, Andi. (2011). *Dasar-Dasar Penyiaran (Sejarah, Organisasi, Oprasional, Regulasi)*. Edisi kedua. Jakarta: PRENAMEDIA GROUP

McNair, Brian. (2015). *Pengantar Komunikasi Politik*. Edisi Kelima. Bandung: Nusa Media

Moleong, Lexy J. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Cetakan ketiga puluh. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Mosco, Vincent. (2009). *The Political Economy of Communication*. Secon Edition. London: Sage Publication

Mulyana, Deddy. (2004). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Nugroho, Yanuar dkk. (2013). *Memetakan Lanskap Industri Media Kontemporer di Indonesia*. Jakarta: Centre for Innovation Policy and Governance

Prastowo, Andi. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif (dalam Perspektif Rancangan Penelitian)*. Yogyakarta: Ar-ruzz Media

Pawito. (2007). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: PT LkiS Pelangi Aksara

PERDA DIY No. 13 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Penyiaran

- Rianto, Puji dkk. (2014). *Kepemilikan Dan Intervensi Siaran(Perampasan Hak Publik, Dominasi dan Bahaya Media di Tangan Segelintir Orang)*. Yogyakarta: PR2MEDIA dan Yayasan TIFA
- Rahayu dkk. (2015). *Menegakkan Kedaulatan Telekomunikasi & Penyiaran di Indonesia*. Yogyakarta: PR2MEDIA dan Yayasan TIFA
- Rejeki, MC Ninik Sri dkk. (2011). *Mix Methodology (dalam Penelitian Komunikasi)*. Yogyakarta: Mata Padi Presindo
- Santoso, Puji, dan Sinaga, Cory NAP, (2017). *Komunikasi Berkemajuan (dalam Dinamika Media dan Budaya)*. Yogyakarta: APIK PTM
- Soenarto, RM. (2007). *Programa Televisi (dari Penyusunan Sampai Pengaruh Siaran)*. Jakarta: FFTV-IKJ Press
- Sudibyjo, Agus. (2004). *Ekonomi Politik Media Penyiaran*. Jogjakarta: LkiS.
- Sugiyono. (2007). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfa Beta
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfa Beta
- Sunarto. (2009). *Televisi, Kekerasan, dan Perempuan*. Jakarta: PT Kompas Media Nusantara

Jurnal

- Alyatalatthaf, Muhammad D. M. (2018). *Spasialisasi dan Praktik Monopoli Emtek Group*. Jurnal ASPIKOM, Volume 3 Nomor 5, hlm 903-916
- Fadhilah, Dwi S. (2016). *RBTv Bertahan di Tengah TV Nasional*. Jurnal Komunikator, Volume 6, Nomor 2

- Juditha, Christiany. (2015). *Televisi Lokal dan Konten Kearifan Lokal (Studi Kasus di Sindo TV Kendari)*. Penelitian Komunikasi dan Pembangunan Volume 16, Nomor 1, hal 49 - 64
- Misbah, Nuril Ashivah. (2016). *Indonesian Idol: A Fabricated Reality for Commodification*. Jurnal Komunikasi, Volume 11, Nomor 1
- Rizky, M.F. dan Wahid, Umaimah. (2018). *Upaya Komunikasi Pemasaran Terpadu Televisi Lokal Melalui Budaya Lokal*. Jurnal Kajian Komunikasi, Volume 6, Nomor 2, hlm. 160-174
- Sudarmawan, Wahyu. (2007). *Peluang dan Tantangan Bisnis Televisi Lokal Paksa Regulasi Televisi Berjejaring*. Jurnal Komunikasi, Volume 2, Nomor 1, hlm. 235-242
- Setyaningsih, Rila. (2017). *Model Literasi Media Berbasis Kearifan Lokal Pada Masyarakat Kampung Dongkelan Kauman Daerah Istimewa Yogyakarta*. Komuniti, Volume 9, Nomor 2
- Simamora, Elisabeth Rotua. (2016). *Spasialisasi dan Konglomerasi Media pada Kelompok Kompas Gramedia*. THE MESSENGER, Volume VIII, Nomor 2
- Utami, C.D, Oktaviani, D.D. (2015). *Bentuk Kerjasama Kompas TV dan RBTV dalam Pelaksanaan Sistem Stasiun Jaringan (SSJ)*. CAPTURE, Volume 6, hlm. 21-35
- Yusuf, I.A., dan Utami, Pratiwi. (2007). *Kontroversi Rating di Belantara Industri Televisi*. Jurnal Komunikasi, Volume 2, Nomor 1

LAMPIRAN

A. Lembar Interview Guide

Wawancara dengan Direktur RBTv

1. Bagaimana mekanisme berjejaring dengan Kompas TV?
2. Bagaimana sejarahnya bisa bekerjasama dengan Kompas TV?
3. Bagaimana bentuk dukungan Kompas TV terhadap RBTv?
4. Apakah Kompas TV melakukan intervensi terhadap isi siaran?
5. Mengapa konten siaran lebih di dominasi oleh Kompas TV?
6. RBTv karena programnya berisi Kompas TV otomatis ratingnya tinggi itu juga berdampak pada pendapatan untuk RBTv?
7. Sistem pekerjaanya/pegawai apakah juga ada campur tangan dari Kompas TV seperti aturan dan struktur?
8. Dengan berjejaring secara otomatis selain untuk memenuhi regulasi juga bisa melakukan integrasi vertikal dari Kompas TV ke RBTv, nah pengaruhnya untuk RBTv sendiri bagaimana?
9. Dominasi Kompas TV apa juga berpengaruh akan struktur kepemilikan/kepemimpinan RBTv?
10. Apakah yang anda maksud dengan program lokal?
11. Bagaimana anda mengeksekusi makna tersebut pada program lokal dan contohnya apa?
12. Bagaimana anda mempertahankan *diversity of content* dan *diversity of ownership*?
13. Bagaimana cara memenuhi 10% konten lokal sesuai Perda Penyiaran?
14. Program dibuat oleh PH atau produksi sendiri?
15. Kenapa program lokal kebanyakan ditayangkan pada dini hari?
16. Dimana iklan di Jogja di dapatkan?
17. Karyawan RBTv secara struktur apa juga masuk kru Kompas TV?
18. Program yang dibuat untuk masyarakat seperti “Obrolan Pagi” berbayar atau tidak?
19. Struktur RBTv dan Kompas TV bagaimana?

Wawancara dengan Komisioner Bidang Isi Siaran KPID DIY

1. Bagaimana definisi konten lokal?
2. Bagaimana mempertahankan konten lokal?
3. Bagaimana program televisi yang baik?
4. Bagaimana usaha menjaga *diversity of content* dan *diversity of ownership*?
5. Menurut ibu RBTV apa sudah memenuhi diversity karena mereka di dominasi oleh Kompas TV?
6. Bagaimana cara mengatur stasiun televisi lokal untuk tertib dan patuh terhadap aturan dan hukum penyiaran?
7. Jika melanggar tindakannya apa?
8. Bagaimana fungsi pengawasan KPID di jalankan menurut UU Penyiaran dan Perda Penyiaran?
9. Mengapa perlu adanya Perda Penyiaran?
10. Terkait keistimewaannya, bagaimana usaha KPID mendorong televisi lokalnya mengisi konten yang bisa mengedepankan keistimewaan Yogyakarta? Untuk dukungannya seperti apa? Mengapa bentuk dukungan itu dipilih?
11. Untuk perizinan pendirian televisi berjaring harus mempunyai persyaratan khususnya?

B. Lembar Transkrip Wawancara

Nama : Wahyu Sudarmawan

Jabatan : Presiden Direktur RBTV

Lokasi : Kantor Radio Redjo Buntung FM

Waktu : Senin, 25 November 2019

Q : Bagaimana mekanisme berjejaring dengan Kompas TV?

A : Kersama dengan Kompas yang pertama membangun sinergitas dalam hal banyak aspek yang pertama masalah komersial. Kenapa masalah komersial nanti akan saya jelaskan. Yang kedua aspek teknis. Yang ketiga aspek pembiayaan. Berbicara aspek komersial televisi berbeda dengan radio, radio awalnya dari daerah karena radio memang tidak ada yang nasional. Ada seperti Prambos, Trijaya tapi tetap dianggap radio daerah Jakarta yang bisa bersiaran sampai Jogja. Kontek radio seperti itu dampaknya para pengiklan itu memilih radio yang banyak pendengarnya di daerah. Dalam konteks televisi sejak sea game 1972, dan muncul RCTI 1987 semua orientasinya televisi nasional. Lalu UU Penyiaran tahun 2002 itu muncul dan merubah paradigma nasional ke lokal itu sampek tahun 2019 itu sulit, masyarakat menilai bahwa ini televisi nasional, padahal kenyataannya tidak ada televisi nasional adanya televisi lokal. RCTI Jogja, RCTI Jakarta, itu PT nya lain. Cuma ketika itu berjejaringan itu berbeda relay 90% namun 10% ini tidak diperhatikan oleh penonton Jogja. Mereka televisi di Jakarta ngeyel tulisannya siaran Yogyakarta namun isinya nasional. Hal ini menarik sehingga munculah Perda DIY dan di Indoneisa baru Jogja dan Lampung makanya tidak memiliki kekuatan hukum yang kuat karena Perda itu dibawah UU. Semoga DPR nya paham agar konten lokal lebih dikembangkan. Maka dari itu dampak komersilnya adalah para pengiklan itu tidak ada pengiklan lokal semuanya nasional dengan membayar RCTI 30 juta bisa di tonton 22 provinsi secara nasional dibanding mengiklan di televisi lokal bayar 1-2 juta namun hanya lingkup Jogja. Karena kegagalan

saya membuat sinetron 4 sampai 5 kali gagal akhirnya mengubah idealisme saya untuk melakukan berjejaring.

Q : Bagaimana sejarahnya bisa bekerjasama dengan Kompas TV?

A : Saya mencoba bertahan selama 8 tahun untuk tetap mengedepankan kelokalan Jogja, saya melakukan riset penonton Jogja. Lalu ketika saya dibenturkan oleh biaya kita berhenti, ketika saya dibenturkan oleh teknologi saya menggunakan pemancar 20 watt 20 ribu kilo meter gambarnya kepyur ya gak menarik seperti Adi TV dan Jogja TV, televisi Jakarta lebih menarik gambarnya lebih terang kok. Saya pernah membuat sinetron bertahan 4-5 kali gak kuat karena harga yang saya bayarkan tidak sepadan dengan pemasukan yang saya terima. Beda televisi Jakarta dia dengan cinemax dengan rumah produksi besar disana itu pengasilannya bisa milyaran. Saya hanya butuh 15-20 juta itu saja tidak kembali hanya bertahan 4-5periode malah harus nutupi. Fenomena inilah yang membuat idealism saya harus di pindahkan, bahwa nek *aku carane ngene* (kalo begini caranya) kapan saya bisa membiayai perusahaan, membiayai karyawan bagaimana, produksinya bagaimana. Akhirnya saya negosiasi dengan banyak televisi Jakarta ada ANTV, Jawa Pos Surabaya, RCTI dengan Inewsnya pernah nawarin kesaya, ada banyak lah televisi Jakarta. Karena banyak tidak ada kesamaan visi misinya, akhirnya kita memilih Kompas TV. Kenapa? karena dulu Kompas TV orientasinya dokumentari, jadi konsep awalnya dulu 7 tahun lalu lebih ke orientasinya pendidikan, seperti nasional geographic dsb. Kompas TV membuat program-program nusantara bagaimana sejarah bengawan Solo kenapa hulunya di Wonogiri hilirnya di Surabaya, Raja Ampat, Labuan bajo, tempat tempat di daerah kita garap tapi akhirnya gak kuat. Akhirnya berubah dari diciptakan invensi televisi yang ilmiah menjadi televisi berita hingga sekarang ini gak papa mirip to. Kita bekerjasama dengan Kompas TV sejak 1 Maret 2012 sampai sekarang dan alhamdulillah sejak bekerjasama dengan Kompas TV penonton kami sangat luar biasa karena teknologi saya dari 20 KW menjadi 30 KW gambar kami lebih terang,

program kami gambar kualitasnya lebih bagus menggunakan kamera yang baik, produser produser yang berpengalaman bukan fres graduet, dampaknya alhamdulillah penonton RBTv Jogja itu audinesernya 4 jauh diatas dari Jogja TV itu 0,4 apa 0,3 Adi TV 0,2 dan itu jauh sekali 4 itu RCTI saja 8 kalo gak 9, saya 4 sudah berkompetisi full dengan TVOne dan itu memberikan dampak yang ternyata. Memberikan keuntungan yang baik, karyawannya lebih sejahtera, ownernya juga seneng masyarakatnya *oh ono to tv lokal sik apik tak kiro gambare kepyur-kepyur* (oh ada televisi lokal yang gambarnya bagus, saya piker hanya buram-buram) gitu ceritanya.

Q : Bagaimana bentuk dukungan Kompas TV terhadap RBTv?

A : Kompas tv semata mata bisnis saja, hasil riset Nielsen itu di 11 kota di Indonesia itu minimal harus ada semua. Kalo tv di Jakarta tidak mempunyai di 11 kota itu dia ringkingnya jelek wah kompats tv di Jogja gak ada ya jatuh. Jakarta, Bandung, Semarang, Jogja, Solo, Surabaya, Denpasar, Makassar, Medan itu harus punya. Di Jogja dia tidak punya *channel,channelnya* habis dia minta sama saya, saya ngomong neng aku gelem neng mbok kasih (aku mau tapi kasih aku) alat pemacar yang bagus, oh gak masalah. Akhirnya rating 4 ini terbaik Kompas TV seluruh Indonesia kompas di Jogja ini terbaik. Dampaknya apa? Jogjakarta itu Indonesia mini kota pelajar kota pendidikan banyak orang Indonesia pada kumpul semua disini dampaknya apa? Dampaknya selera pasar di Jogja ini tinggi kalo acara itu sukses di jogja biasanya disiarkan di Jakarta dampaknya juga baik. Sekara kompetisi politik bisnisnya Kompas TV sangat diuntungkan dengan adanya kompas tv di Jogja. 2 tempat lo Jogja dan Solo, jika beli Solo Jogja gak nyampek, tp kalo Jogja yang pemancarya di ngoro-oro frekuensinya bisa sampek Sragen sampek Ngawi. Kompas Semarang mengcover, Jogja sampek timur Ngawi Jawa Timur sampai Madiun makanya dengan adanya Kompas di Jogja itu sangat diuntungkan.

Q : Apakah Kompas TV melakukan intervensi terhadap isi siaran?

B : Kalo itu untuk program 17 jam itu saya tidak ikut campur mbak, jadi tadi intervensi itu dilakukan kerjasam ini murni komersial murni bisnis, artinya saya juga tidak mau merugikan sana dan saya juga tidak mau dirugikan. Kalo saya itu terlalu egois dengan saya artinya nanti kalo ratingnya Kompas TV turun kan saya tidak dapat apa-apa mbak, jadi saya juga harus tahu kalo bahwa *rating* audiens *share* itu penting sehingga akhirnya negosiasi Kompas TV ya kaya gitu. Tapi nanti kalau RBTV muncul saya menyesuaikan karena Kompas TV itu informasi dan dokumenter jadi program saya mendekati itu. Saya tidak membuat acara hiburan semua, saya mengikuti pola itu. Tapi selama 4,5 jam itu enggak saya yang menentukan saya sendiri mbak saya juga harus paham jam jam *prime time* untuk Kompas TV ya saya kasih ke Kompas TV semua, siaran saya jam jam saya pagi sama jam 9-11 ada walaupun tidak setinggi setelahnya mereka semua. Karena kita murni komersial, televisi kita itu kalau mau dikatakan liberalisasi televisi kuncinya dimana dari penelitian penonton. Siapa yang melakukan penelitian? Mahasiswa? Dosen? Banyak tapi yang dipercaya punya Nielsen. Nah itulah kita mengikuti pola mereka dari pada kita ototan dengan Kompas TV Jakarta itu tidak memberikan solusinya dong yakan yoweslah saya paham *wes jupuen kabeh kono* (ambil semua sana) yang penting kalo kamu kaya aku ya kecipratan kaya nah gitu kan?

Q : Mengapa konten siaran lebih di dominasi oleh Kompas TV?

A : Jadi saya melakukan riset audiens, bahwa hasil riset yang saya masyarakat Jogja itu yang mereka kerjakan itu dimunculkan di media awal mulanya beda lagi sekarang ada sosmed beda lagi ya. Tp konteknya televisi itu ditayangkan masyarakat pengen tampil Ibu-ibu PKK, Pak Camat, Bu Kades, Pak Bupati, Kapolda, Kapolres jangan itu lomba desa saja masyarakat semua berkumpul pengen wajahnya muncul di televisi. Nah konteks itu yang saya bawa sehingga saya kemas dalam jurnalisme, ada *softnews* dan *hardnews*, ada *feature*, dokumenter, *talk show*. *Talk show* itu

seperti pejabat yang ingin tampil untuk mendengarkan dia, pemerintah daerah direkam sampaikan sudah saatnyaa menjadi kepala dinas kan mereka membutuhkan portofolio. Secara tidak langsung dimanfaatkan pemerintah dong pak? Iyalah kan Namanya juga liberalisasi televisi siapa yang memanfaatkan siap dimanfaatkan. Jaman sekarang tidak ada yang murni. Yang murni TVRI seharusnya sebagai tv publik.

Q : RBTV karena programnya berisi Kompas TV otomatis ratingnya tinggi itu juga berdampak pada pendapatan untuk RBTV?

A : Karena saya tidak menggunakan sistem itu, kami hanya meminta dibiayai untuk membiayai kami di jogja. Kalo dengan sistem bagi hasil hitungnya itu susah.

Q : Sistem pekerjaanya/pegawai apakah juga ada campur tangan dari Kompas TV seperti aturan dan struktur?

A : Enggak, sama sekali engga. RBTV di bawah kendali saya. Mau saya menambah atau mengurangi karyawan itu hak saya.

Q : Dengan berjejaring secara otomatis selain untuk memenuhi regulasi juga bisa melakukan integrasi vertikal dari Kompas TV ke RBTV, nah pengaruhnya untuk RBTV sendiri bagaimana?

A : Jadi saya tidak terlalu memahami integritas tetapi intinya bahwa kita mempunyai kesamaan visi bahwa itu televisi yang mewartakan, bahwa masyarakat Jogja itu membutuhkan warta bukan hiburan. Kalo Cuma pengen cari dangdut ketoprak gawe wayang kulit gak ada yang nonton sepi mbak, kalo buat sinetron saya sudah pernah membuat dan gagal, saya tidak bisa bertempur dengan “TOP” dan “Tukang Bubur Naik Haji” terlalu mahal. Saya mau beli film film dari Hongkong dari Amerika gak ada yang suka gak ada yang nonton. Budaya dalam kultur kehidupan saya bangun dengan cara kebersihan desa, lomba gotong royong kegiatan apa itu cara pendekatan saya itu secara penyebutan saya gak pakek lo gue itu lebay itu alay tidak

boleh dalam televisi saya manggilnya bapak, ibu, mas, mbak nah inilah namanya kultur. Nanti ketika berpindah ke Kompas TV ngomongnya Jakarta semuan nah it lu gimane si Rosi gini gini. Gakpapa si dia tapi berebeda kalo di kita, nah hal-hal seperti inilah yang membuat kami bisa bertahan maka orang orang tu masih menggap RBTV *sek ono tak kiro wes ganti* Kompas TV (oh masih ada saya kira udah ganti Kompas TV). Enggak masih ada karena konten lokalnya saya buat dengan benar. Dan itu laku karena seluruh pemasukan iklan untuk lokal itu untuk saya kalo iklan nasional untuk Kompas TV.

Q :Dominasi Kompas TV apa juga berpengaruh akan struktur kepemilikan/kepemimpinan RBTV?

A : Sebetulnya tidak ada dulu, jadi ada pemegang saham yang mengudurkan diri lalu dibeli Kompas TV tapi jumlahnya kecil artinya dia tidak menentukan keputusan. Jadi pemilik saham terbesar pak Suyanto lalu saya sendiri dan pemilik saham Kompas TV itu hanya takut kehilangan *wes tak tukune wae* (sudah saya beli saja) tapi tidak berpengaruh apa-apa.

Q : Apakah yang anda maknai dengan program lokal?

A : Program lokal itu yang terpenting kedekatan media dengan audiensnya yang penting itu. Kita berikan masyarakat tampil di televisi kita kesempatan. Supaya bisa tampil bagaimana itu lewat ilmu *programing* dan *prodaction* jika kita membahas tentang *programming*.

Q : Bagaimana anda mengeksekusi makna tersebut pada program lokal?

A : Yang paling bener dan gampang agar kita dekat dengan masyarakat kita ngambil jurnalistik. Televisi kan isinya ada dua jurnalistik dan hiburan, kita milih jurnalistik biayanya murah dan masyarakat seneng.

Q : Bagaimana anda mempertahankan *diversity of content* dan *diversity of ownership*?

A : Jadi itu semua sudah diatur dalam uu penyiaran sudah diatur, P3 diatur, Perda Gubernur itu sebenarnya sama semua, yang beda cuma dari Keraton, Mataram, Pakualaman untuk diberikan waktu siaran beberapa menit atau beberapa jam kami gak apa-apa *tak kei wes* (tidak apa-apa) tapi ada uangnya gak? Kan kita tv komersial bukan tv publik. Artinya Kalo kita diminta ada yang membiayai akan kami lakukan kalo tidak yang kami minta maaf, tapi kalo ada yang menyponsori akan kami lakukan.

Q : Bagaimana cara memenuhi 10% konten lokal sesuai Perda Penyiaran?

A : Saya sudah 20-30% memenuhi konten lokal kok.

Q : Program dibuat oleh PH atau produksi sendiri?

A : Ada PH, ada produksi sendiri

Q : Kenapa program lokal kebanyakan ditayangkan pada dini hari?

A : Karena seperti itu karena gak laku. Tv nasional *prime time* tv Jakarta yang banyak diminasti oleh pengiklan itu setelah jam 2 siang sampek jam 11 malam itu yang Namanya *prime time* yang biaya sekali tayangnya di RCTI 30 juta. Seperti SCTV RCTI kalo pagi 2 jt 3 jt. Tujuan iklan itu untuk apa supaya ditonton masyarakat to? Kalo aku pasang disitukan gak ada yang nonton kan komunikasi pemasaramya gak nyampek tapi tayang di RCTI dan SCTV nah akitanya apa kita cari yang nyampek. Tapi Saya punya hak tawar jadi siaran saya harusnya siaran saya hanya dari jam 5-6 saya gak mau saya maunya sampek jam 6.30 soalnya 30 menit sangat berharga buat saya. Yang kedua jam 9-11 pagi itu Kompas TV di daerah manapun tidak ada hanya di Jogja jam 9-11 itu saya pakek untuk sosialisasi kepada masyarakat. Terus masyarakat ngomong kok jam segitu gak ada yang nonton kalo standarmu RCTI SCTV tapi kalo kamu standarmu Adi TV, Jogja TV penontonya jauh sekali saya. Kalo kamu gak mau siaran jam 9-11 kamu maunya siaran sore? Dimana Trans TV? Duitnya ada gak? Ya saya mau ke

Jogja TV aja ? ya silahkan penontonmu berapa. Meskipun siaran saya pagi hari itu penonton saya banyak banget. Meskipun jam saya jam pagi siaran sore itu hilang mbak dilibas sama tv nasional. Kenapa penonton saya banyak? Karena yang namanya kekuatan televisi itu selain kualitas program yang paling penting itu juga kualitas teknis. Pemancara saya kuat, alat saya bagus walupun siaran pagi tapi penonton saya banyak.

Q : Darimana iklan di Jogja didapatkan darimana?

A : Iklan lokal Jogja itu susah soalnya Jogja gak punya pabrik. Caranya kita melakukan pendekatan dengan membuat iklan terus kalo gak punya uangnya kan repot.

Q : Karyawan RBTB secara struktur apa juga masuk kru Kompas TV?

A : Enggak. Masing-masing mempunyai independensi ya. Karyawannya RBTB hubungan hukumnya dengan RBTB. Saya malah gak punya orang Kompas TV, kita hanya melihat hanya sebatas karyanya.

Q : Program yang dibuat untuk masyarakat seperti “Obrolan Pagi” berbayar atau tidak?

A : Dalam media ada media publik dan komersial. Media publik semuanya gak bayar mbak karena semuanya transparan apa adanya. Masyarakat kita kan butuh menyampaikan informasi tapi media publik kita TVRI dan RII kan gak jalan sama aja komersial. Media komersial jadi otomatis masyarakat jangan sering mengatakan media komersial itu sering bohong, kan memang dalam komunikasi mengikuti siapa yang memberikan uang jadi ketika kita membuat *reality show* ya jangan marah. Ketika kita kenyataannya sosialisasi apapun pemerintah swasta, bisnis, kecantikan ketika itu masuk dalam ranah komersial itu harus bayar. Dan ketika bayarpun belum tentu apa adanya. Pasti ada editingnya kan kelihatan dari kreatifitasnya dibumbui begini-gini akhirnya ditunggu-tunggu masyarakat karena tujuannya melihat seberapa banyak penonton. Bukan semata-mata

informasi ini bisa diterima karyawan apa enggak gak tapi kan informasi yang bisa diterima oleh karyawan sesuai dengan yang di maksud perusahaan.

Q : Struktur RBTB dan Kompas TV bagaimana?

A : Enggak, strukturnya hanya mitra jadi seimbang. Semuanya atas dasar kepercayaan, saya dipercaya mengelola dari jam 04.30 – 6.30 dan 09.00.00 – 11.00 WIB lainnya mereka.

Nama : Agnes Dwirusjiyati
Jabatan : Komisioner Bidang Isi Siaran KPID DIY
Lokasi : KPID DIY
Waktu : Senin, 25 November 2019

Q : Bagaimana definisi konten lokal?

A : Konten lokal di Jogja definisinya atau hal-hal yang kemudian dapat dikategorikan seperti konten lokal, yang pertama memenuhi unsur kelokalan yang ada di DIY Yogyakarta. Kelokalannya seperti apa tentu disini harus tidak berseberangan UU Keistimewaan, harus ada muatan terkait UU Keistimewaan, secara khusus di Jogja dituangkan dalam perda penyiaran. Dalam Perda penyiaran konten lokal dituangkan dalam 7 hal yang pertama terkait Pancasila, Bineka Tunggal Ika, NKRI, UU 45, yang pertama. Yang kedua ada bermuatan informasi tentang pembangunan di DIY, nilai dan tradisi di DIY, unsur keberagaman agama dan keyakinan, informasi kebencanaan, pembangunan termasuk di dalamnya rencana program pemerintah DIY terkait APBD itu harus diberitakan, unsur hiburan tentu harus sesuai dengan budaya lokal yang tercantum UU Keistimewaan, itu termasuk kelokalan di DIY dan harus berpedoman dengan perda penyiaran, Perda Penyiaran turunan UU Keistimewaan termasuk penggunaan bahasa Jawa bagian dari pengembangan tradisi yang ada di DIY.

Q : Kalo untuk mempertahankan konten lokal?

A : Ya kalo untuk mempertahankan konten lokal yang dilakukan oleh KPID tentu kita juga memberikan pembekalan-pembekalan kepada lembaga penyiaran terkait konten lokal itu apa. Beberapa kali kita mengadakan pertemuan dengan Dinas Kebudayaan untuk memberi pesan-pesan kepada lembaga penyiaran terkait konten lokal yang sesuai dengan Perda DIY dan sesuai UU Keistimewaan itu seperti apa kita bedah. Dalam arti lembaga penyiaran tidak hanya melihat unsur dilairnya tetapi juga paham filosofinya itu juga kita ajak membedah soal soal itu. Kita bekerjasama

dengan Dinas Kebudayaan untuk memberikan informasi terkait *even-even* atau gelaran kebudayaan yang diselenggarakan di Yogyakarta dengan tujuan apa media ikut mempublikasikan dan juga menyampaikan kepada masyarakat bukan hanya hiburannya tapi ada nilai-nilai yang terkandung didalamnya sehingga itu menyebar luas dimasyarakat itu juga sudah kita lakukan. Lalu kemudian kita melakukan pertemuan berkala dengan lembaga penyiaran untuk terus mengingatkan kepada mereka bahwa mereka bersiaran di DIY dengan segala konsekuensi yang harus dilakukan termasuk pengawasan isi siaran tidak lepas dari itu bagaimana kita mengawal nilai-nilai kelokalan sesuai dengan perda sesuai konteks kelokalan di Jogja kita lakukan itu.

Q : Menurut ibu program televisi yang baik?

A : Program televisi yang baik tidak hanya mengandung unsur hiburan tetapi juga informasi, pendidikan, memberikan ruang dan kesempatan kepada masyarakat untuk berpartisipasi dalam arti kita mendorong lembaga penyiaran membuka ruang seluas luasnya untuk masyarakat bisa mengakses misalnya berkaitan dengan di beberapa televisi misalnya ada sumber-sumber potensi masyarakat yang kemudian perlu diangkat kita mendorong lembaga penyiaran juga membuka ruang mempublikasikan. Kemudian kelompok masyarakat mempunyai potensi didaerahnya juga bisa ada sarana promosi di lembaga penyiaran mungkin lewat talkshow atau reportase dsb sehingga masyarakat mendapatkan manfaat dari lembaga penyiaran atau televisi tidak hanya diberitakan tetapi masyarakat diberikan kesempatan promosinya agar masyarakat yang datang ke Jogja mendapat informasi terkait potensi-potensi yang ada.

Q : Terus kalo dalam uu penyiaran dan perda ada *diversity of content* dan *diversity of ownership* bagaimana usaha KPID menjaga *diversity* agar berjalan selaras?

A : Tentu kita juga harus melihat pada konteks apa lebih luas lembaga penyiaran ini hadir di Jogja untuk apa, itu juga harus kita lihat apa hanya sekedar hiburan atau sebenarnya ada potensi lokal yang diangkat diberi kesempatan ruang untuk dipublikasikan. Sejauh ini televisi lokal di Jogja kebanyakan dimiliki oleh orang yang tinggal di Jogja, dalam arti jarang kecuali yang berjejaring di Jogja ini jarang dari luar pasti kebanyakan orang yang memang sudah bergelut lama di Jogja. Misalnya di beberapa lembaga penyiaran berangkat dari ketertarikan mereka akan potensi lokal baik dari budayanya, sumber daya alam, sdmnya yang di Jogja. Misalnya RBTV sudah punya kampus yang memang mencetak orang-orang berkualitas dalam bidang penyiaran kemudian mereka mempunyai lembaga penyiaran untuk sarana belajar istilahnya mereka perlu tempat mengaplikasikannya teori yang mereka dapat dari kampus dengan mereka punya lembaga penyiaran. Lalu Jogja TV mereka berangkat dari kepedulian pada budaya yang ada di Jogja dengan semangat dan seperti kelokalan, dengan itu rata-rata mereka berangkat dari sudah memiliki kepedulian dulu baru mendirikan lembaga penyiaran, jadi mereka berawal dari kepedulian, pendidikan, mereka mengupayakan sarana ini terpublikasikan dengan mendirikan lembaga penyiaran. Memang lebih banyak orang lokal yang mempunyai saham untuk pemilik televisi. Jika dilihat dari *diversity content* seperti Adi TV mereka dimiliki oleh orang lokal, ada juga *background* satu ada pendidikan, ada organisasi agama. di tv lain pyur budaya dan tradisi. Dengan kemudian penempatan SDM beragam dari sisi agama, di Jogja TV juga penempatan orang kepemilikannya beragam ada yang hindu, muslim, kristen dan sebagainya. Jadi lebih beragam nuansanya.

Q : Menurut ibu RBTV apa sudah memenuhi diversity karena mereka di dominasi oleh Kompas Tv?

A : Kalo kita melihat secara lokal yang kita amati RBTVnya ya. RBTV cukup memberikan ruang di waktu pagi kepada masyarakat dengan berbagai *talkshow* yang mereka punya dengan kemudian mereka tidak pyur berbisnis

semua orang yang mempunyai potensi dan sebagainya harus bayar untuk bisa siaran itu tidak, kita masih melihat mereka membuka ruang dan kesempatan kepada publik seluas luasnya dijam pagi bisa memanfaatkan kanal itu untuk kemudian informasi dan hiburan. Seperti dipagi orang dikantor hari seperti ini orang menontonnya RBTV untuk *talkshow* di pagi hari itu masih kita lihat soalnya masih jam *prime time* dari jam 07.00 sampai jam 11.00 mereka 2 jam ngambilnya dari jam 9-11 sebenarnya mereka secara UU sudah cukup untuk konten lokalnya. Secara kelokalan mereka memberikan kesempatan baik kepada pemerintah daerah untuk menyampaikn program-program, kemudian komunitas apa untuk menyampaikan apa kerja mereka. Itu mereka cukup terbuka dalam hal itu.

Q : Bagaimana cara mengatur stasiun televisi lokal untuk tertib dan patuh terhadap aturan dan hukum penyiaran?

A : Tentukan, untuk sampai final memberikan teguran itu tahap panjang. Yang kita lakukan harusnya klarifikasi dulu terkait dengan yang kita temukan karena aduan itu tidak 100% banar. Baru kemudian jika kita menemukan persoalan pada yang dilanggar kita kemudian komuniiasi dengan mereka, bisa tidak kesalahan ini diperbaiki. Ini ada catatan, ada kesalahan ayo diperbaiki. Kalo kemudian upaya memperbaiki ini tidak dilakukan baru kita ketahap selanjutnya. Kita juga mengubah pola, tidak sekedar menemukan lalu melakukan teguran tentu mereka bisa melakukan devensif, karena saya ditegur. Seharusnya pola komunikasi lalu memebri kesempatan untuk memperbaiki kalo tidak bisa memperbaiki ke tahap paling berat pemberian sanksi teguran sampai dengan penghetian acara. Pola ini yang kita lakukan tidak serta merta teguran tertulis kemudian sanksi itu bisa diperbaiki. Tujuan kita kan bukan sebagai polisi untuk lembaga penyiaran tapi kita berupaya mendorong lembaga penyiaran ini melakukan perubahan yang positif, perubahan yang sesuai UU dan juga diharapkan publik lebih akan lebih kesana. Misalnyan apa pelanggaran seperti ini ya ayo kita perbaiki mana yang perlu kita perbaiki Bersama. Kita bantu melinkkan dalam arti mereka

kekurangan informasi soal konten, bagaimana kita membantu melinkkan berbagai lini untuk memperbaiki konten itu.

Q : Jika melanggar tindakannya apa?

A : Sesuai dengan UU kita melakukan teguran. 3x melakukan teguran kemudian kita memberikan usulan penghentian acara itu. Terahir memberikan rekomendasi kepada Kominfo terkait mereka memperpanjang legalitasnya.

Q : Bagaimana fungsi pengawasan KPID di jalankan menurut UU Penyiaran dan Perda Penyiaran?

A : Kalo kita pengawasan seperti yang saya sampaikan tadi sebenarnya untuk pengawasan kita pedomannya UU penyiaran, Perda Penyiaran dan yang jadi batasan P3SPS untuk melihat itu sebagai pelanggaran atau tidak. Nah pola-pola jika kita menemukan sesuatu kita lakukan komunikasi terdahulu, misalnya ada laporan dari masyarakat perlu kita klarifikasi juga, kita kroscek, kalo kita tidak mempunyai rekamnya kita akan meminta rekamannya kepada televisi bersangkutan soal tayangan yang menjadi keberatan publik. Lalu kita lihat bersama apa yang menjadi masalah dari tayangan tersebut dari versi kita bersama-sama lalu kita lihat kesalahannya dimana. Kalo memang ada satu pelanggaran dan mereka tidak menyadari itu sebagai pelanggaran bisa tidak itu diperbaiki/ralat/tidak menyangkan kembali.

Q : Mengapa perlu adanya Perda Penyiaran khusus di DIY?

A : Yang jelas di Jogja ini secara khusus DIY kita mempunyai UU Keistimewaan, lalu kemudian UU itu di turunkan kepada Perda salah satunya Perda Penyiaran, Perda tentang budaya, bahasa daerah, pakaian jawa. Jogja untuk penyiaran salah satu perda terkaita apa budaya yang di jogja perlu di publikasikan. Yang mepublikasikan siapa? Lemabaga penyiaran. Maka lembaga penyiaran harus mempunyai rambu-rambu dalam

arti nilai budaya seperti apa yang kemudian harus kita tayangkan. Kalau sampai tidak menayangkan, tidak memberikan edukasi kepada masyarakat bahwa di Jogja ada seperti ini tentu juga kesadaran lembaga penyiaran menjadi penopang kemajuan wilayah termasuk pemberitaan informasi, pendidikan, terus sarana hiburan untuk masyarakat sampai bisa dinikmati sampai masyarakat bawah. Perlu Perda penyiaran untuk memperkuat legalitas mereka sebagai lembaga penyiaran dan pemerintah DIY bahwa di Jogja selain menggunakan frekuensi di Jogja ada kewajiban Perda juga mengingat kewajiban untuk menyiarkan konten sesuai dengan Perda.

Q : Terkait keistimewanya, bagaimana usaha KPID mendorong televisi lokalnya mengisi konten yang bisa mengedepankan keistimewaan Yogyakarta? Untuk dukungannya seperti apa? Mengapa bentuk dukungan itu dipilih?

A : Untuk yang pertama mereka harus menayangkan siaran dengan penggunaan bahasa jawa setidaknya 1x24 itu ada sebagai upaya lembaga penyiaran mendorong juga keistimewaan budaya dan tradisi sesuai Perda dan UU Keistimewaan karena penggunaan bahasa jawa. Langkah yang kita lakukan juga memberikan penghargaan sebagai upaya komisi penyiaran tidak hanya mewajibkan mereka memproduksi dan menyiarkan tetapi juga memberikan apresiasi kepada mereka yang sudah menaati Perda DIY melalui Anugrah Penyiaran. Jadi kita menyeimbangkan tidak hanya memberikan teguran tetapi juga penghargaan sebagai pemicu untuk menjaga kelokalan. Selain itu bagi lembaga penyiaran merasa disitu keberadaan mereka dihargai dan positif, baik dari tayangan budaya, toleransi dsb. Jadi secara khusus kebudayaan di Indonesia tidak hilang.

Q : Untuk perizinan pendirian televisi berjaring harus mempunyai persyaratan khususnya?

A : Kalo televisi berjejaring di Jogja sesuai Perda harus punya kantor di Jogja, studio disini, SDM dari sini. Agar mereka memberikan tayangan yang memang dari sini. Sebagai upaya dalam kelokalannya.

Hasil Observasi RBTV

Lokasi : Melalui media Instagram dan Youtube RBTV

Waktu : Rabu, 27 November 2019

HAL YANG DIAMATI	TEMUAN
Logo	Identik dengan warna biru tua dengan tambahan kuning dan hijau
Karyawan	Karyawan RBTV di dominasi oleh orang yang sudah berumur bukan anak muda seperti televisi nasional yang kebanyakan karyawannya masih muda namun di RBTV justru kebalikannya
Seragam karyawan	Dari logo yang dominan biru tua mempengaruhi warna dari seragam kerja karyawan. Dengan model kemeja yang mempunyai kantung di depan, logo RBTV di dada, dan garis putih
Cinema Amikom	Dalam ruang sinema yang sering di gunakan RBTV untuk acara-acara besar di dalamnya seperti auditorium dengan dominasi warna biru tua dari mulai dinding, kursi, karpet. Terdapat kursi penonton yang bisa menampung 200 orang. Di tengah-tengah barisan kursi ada ruangan produksi
Ruang produksi talkshow “Obrolan Pagi dan Ragam Info”	Ruang yang di desain seperti ruang tamu dengan dinding dilapisi wallpaper warna hitam corak bunga putih dan

	<p><i>wallpaper</i> putih corak jaring namun tidak tinggi sampai kelangit <i>wallpaper</i>nya. Terdapat 3 kursi berwarna hijau muda, 1 meja putih, karpet merah dibawah meja, lemari putih yang diisi pajangan botol keramik.</p> <p>Di acara ini sering dimanfaatkan oleh aparaturnegara di DIY, baik dari Bupati, Kapolres, Kapolda, dsb atau orang yang mempunyai usaha lainnya</p>
<p>Ruang produksi berita “Kabar Jogja”</p>	<p>Studio yang di shoot untuk Kabar Jogja hanya seluas kira-kira 2x2 meter yang membentuk sudut dengan desain <i>background</i> warna putih dengan gradasi coklat, serta ada bingkai tidak beraturan yang hampir membentuk kaki kursi. Ada televisi yang dipasang di dinding meja dengan bentuk tidak beraturan dan kursi untuk host.</p>
<p>Leyeh-leyeh</p>	<p>Acara ini tidak selalu berada dalam studio <i>indoor</i> namun juga <i>outdoor</i>. Untuk <i>shooting</i> dalam <i>indoor</i> biasanya <i>background</i> yang dipakai untuk acara ini sering menggunakan ruangan yang banyak menggunakan materiel kayu dengan ukiran hampir seperti pintu-pintu ramah joglo. Ditambah kental khas Jogjanya dengan pakaian hots yang selalu memakai surjan dan</p>

	atributnya dari atas kepala sampai alas kakinya. Selain itu acara ini juga menggunakan bahasa jawa khususnya bahasa khas masyarakat Jogja.
Inspirasi Dapur	Untuk acara ini berbeda dengan program acara lainnya karena acara ini sering dilakukan untuk shootingnya di hotel dengan <i>chef</i> dari hotel tersebut. Sering kali <i>background</i> yang dipakai di dekat kolam renang.
Alat	Alat untuk produksi disuport oleh Kompas TV. Selain itu pemancarnya juga semakin besar dengan jangkauan lebih luas
<i>Diversity of conten</i>	Untuk keberagaman isi 4,5 jam diisi oleh RBTv, sedangkan 19,5 jamnya Kompas TV. Acara di dominasi oleh Kompas dengan persentase 20% RBTv dan 80% Kompas TV. Acara di RBTv pun juga isinya mengikuti pola Kompas TV yang isinya lebih ke informasi dan Pendidikan sehingga konten di RBTv juga lebih mengarah kesana. Jadi bisa dikatakan RBTv dalam keberagaman isinya walaupun kontennya lokal masih mendapat pengaruh dari Kompas TV. Selain itu RBTv menyediakan program acara yang dapat diisi masyarakat untuk menyebarkan informasi baik itu dari

	pejabat pemerintah di DIY ataupun pemilik usaha
<i>Diversity or ownership</i>	Untuk pemilik saham di RBTv dimiliki dan didominasi oleh Orang asli Jogja namun Kompas TV juga memiliki saham di RBTv. Dahulu salah satu pemegang saham di RBTv ingin melepaskan sahamnya lalu kemudian dibeli Kompas TV. Walaupun Kompas TV mempunyai saham tidak berarti mempunyai kebijakan sebab sahamnya kecil.
Integrasi Vertikal	Karena kesamaan visi akhirnya RBTv mau melakukan kerjasama berjejaring. RBTv mengakui sebagai televisi komersial membutuhkan biaya untuk produksi dan gaji karyawan. Selain itu memang mereka murni bisnis untuk mencari keuntungan. Jadi tidak heran jika acara RBTv di dominasi oleh Kompas TV sebab berkat kerjasama berjejaring berdampak pada <i>rating</i> audien 4 di Jogja sangat jauh dengan televisi lokal yang lain.

Dokumentasi

Gambar 1.
*Wawancara Peneliti dengan Presiden Direktur
RBTV Wahyu Sudarmawan*



Gambar 2.
*Program Acara “Obrolan Pagi” dengan
Sematan Logo Kompas TV yang Lebih Besar di Banding RBTV*



Sumber : Twitter RBTV

Tabel 1.
Barometer SILONAS RBTB (Kompas TV) 8 Januari 2019

BAROMETER PANTAUAN SILONAS BULAN JANUARI 2019									
NAMA STASIUN TV: RBTB JAM TAYANG: 00.00 - 24.00 (1440 menit)			TANGGAL PANTAUAN: 8 Januari 2019				NAMA PEMANTAU: DEA VINTA P. E.		
NO.	NAMA PROGRAM	FORMAT ACARA	JAM TAYANG	DURASI PROGRAM (Menit)	KATEGORI PROGRAM SIARAN			Program Berbahasa Jawa	Keterangan
					LOKAL	NASIONAL (Jakarta)	ASING		
1	Kilas Kompas	News	00.00 - 00.25	25		25			
2	Rumah Pemilu	News	00.25 - 00.54	29		29			
3	Zona Pria	talkshow	00.54 - 01.24	30		30			
4	Kompas Dunia	News	01.24 - 01.52	28		28			
5	Lagu Tanah Airku	Lagu Kebangsaan	01.52 - 01.54	2		2			
6	Kompas Malam	News	01.54 - 02.54	60		60			
7	Stand Up Comedi Indonesia	Comedi Show	02.54 - 03.24	30		30			
8	Syair Syair	Religi	03.24 - 03.54	30		30			
9	Kompas Sport	News Sport	03.54 - 04.24	30		30			Adzan Subuh DKI (04.17 - 04.20)
10	Embun Hati	Religi	04.24 - 04.56	32	32				
11	Info Seniman	Feature	04.56 - 05.25	29	29				
12	Leyeh Leyeh	Music	05.25 - 06.23	58	58			✓	
13	Kabar Jogja	News	06.23 - 06.55	32	32				
14	Sapa Indonesia Pagi	News	06.55 - 08.53	118		118			Kompas Update (08.51 - 08.53)
15	Ragam Info	Feature	08.53 - 09.18	25	25				
16	RBTB Klip	Music Video	09.18 - 09.24	6		6			
17	Obrolan Pagi	Talkshow	09.24 - 10.54	90	90				
18	Kompas Siang	News	10.54 - 12.52	118		118			
19	Sapa Indonesia Siang	News	12.52 - 14.22	90		90			Kompas Update (13.56 - 13.57)
20	Bincang Sehat	talkshow	14.22 - 14.54	32		32			
21	Indonesia Update	News	14.54 - 15.51	57		57			
22	Rumah Pemilu	News	15.51 - 16.23	32		32			
23	Kompas Petang	News	16.23 - 17.53	90		90			
24	Berita Utama	News	17.53 - 18.52	59		59			Adzan Maghrib DKI (17.55 - 17.58)
25	Sapa Indonesia Malam	News	18.52 - 19.56	64		64			Kompas Update (19.55 - 19.56)
26	Ngopi	Talkshow	19.56 - 20.52	56		56			Kompas Update (20.51 - 20.52)
27	Kompas Malam	News	20.52 - 22.04	72		72			
28	Berkas Kompas	Feature	22.04 - 22.34	30		30			
29	Jejak Kasus	Investigasi	22.34 - 22.54	20		20			Kompas Update (22.52 - 22.53)
30	Kompas Sport	News Sport	22.54 - 23.25	31		31			
31	Kompas Dunia	News	23.25 - 23.53	28		28			
32	Kilas Kompas	News	23.53 - 24.00	7		7			
				1440	266	1174	0		
Kesimpulan				Keterangan					
Program Lokal	266 menit = 4 jam 26 menit		Program siaran lokal <u>memenuhi durasi 10%</u> (144 menit) dari seluruh waktu siaran berjarangan per hari (SPS Ps. 68 ayat 1)					18,47%	
	230 menit = 3 jam 50 menit		Program siaran lokal disiarkan antara pukul 05.00 s/d pukul 22.00 WIB (Perda DIY No. 13 Tahun 2016, Pasal 16 ayat 2)					15,97%	
Program Nasional	1174 menit = 19 jam 34 menit		-						
Program Asing	0 menit		Program siaran asing <u>tidak melebihi 30%</u> (432 menit) dari waktu siaran per hari (SPS Ps. 67)					0,00%	

Sumber : Arsip KPID DIY

Tabel 2.
Barometer SILONAS RBTB (Kompas TV) 4 Agustus 2019

BAROMETER PANTAUAN SILONAS BULAN AGUSTUS 2019									
NAMA STASIUN TV: RBTB JAM TAYANG: 00.00 - 24.00 (1440 menit)			TANGGAL PANTAUAN: 04 Agustus 2019				NAMA PEMANTAU: Maulana		
NO.	NAMA PROGRAM	FORMAT ACARA	JAM TAYANG	DURASI PROGRAM (Menit)	KATEGORI PROGRAM SIARAN			Program Berbahasa Jawa (✓)	KETERANGAN
					LOKAL	NASIONAL (Jakarta)	ASING		
1	Kompas Dunia	News	00.00 - 00.30	30			30		
2	Kilas Kompas	News	00.30 - 01.00	30		30			
3	Zona Inspirasi	Talkshow	01.00 - 01.30	30		30			
4	Kompas Dunia	News	01.30 - 01.59	29			29		
5	Lagu Tanah Airku	Lagu Kebangsaan	01.59 - 02.00	1		1			
6	Kompas Malam	News	02.00 - 03.00	60		60			
7	Kilas Kompas	News	03.00 - 03.30	30		30			
8	Siyar - siyar	Religi	03.30 - 04.00	30		30			
9	Kompas Sport	Sport News	04.00 - 04.29	29		14	15		
10	Lagu Indonesia Raya	Lagu Kebangsaan	04.29 - 04.31	2		2			Halaman 4
11	Embun Hati	Religi	04.31 - 05.01	30	30				
12	Klip RBTB	Music	05.01 - 05.31	30	30				
13	Leyeh - leyeh	Feature	05.31 - 06.31	60				✓	
14	Kabar Jogja	News	06.31 - 07.01	30	30				
15	Sapa Indonesia Akhir Pekan	News	07.01 - 08.29	88		88			
16	Depo Bangunan	Advertorial	08.29 - 09.00	31		31			
17	Inspirasi Dapur	Feature	09.00 - 09.30	30	30				
18	Cerdas	Feature	09.30 - 10.00	30	30				
19	Pelangi Jogja	Feature	10.00 - 11.00	60	60				
20	News or Hoax	News	11.00 - 11.30	30		30			
21	Click	News	11.30 - 12.00	30		2	28		
22	Kompas Siang	News	12.00 - 12.43	43		40	3		
23	Breaking News	News	12.43 - 14.10	87		87			
24	Muslimah Diary	Feature	14.10 - 14.39	29			29		
25	Super	Comedy Show	14.39 - 15.34	55		55			
26	Berkas Kompas	News	15.34 - 16.06	32		32			
27	Kompas Sepekan	News	16.06 - 16.36	30		30			
28	Kompas Petang	News	16.36 - 18.02	86	8	78			Adzan Maghrib DIY (17.41-17.45), Video Klip Coldplay - Fix You (17.57-18.01)
29	Cerita Militer	Dokumenter	18.02 - 19.00	58		58			
30	Sapa Indonesia Malam	News	19.00 - 20.00	60		60			
31	Gelar Perkara	News	20.00 - 20.59	59		59			
32	Kompas Malam	News	20.59 - 22.00	61		61			
33	The Ring of Fire Adventure	Feature	22.00 - 22.59	59		59			
34	Kompas Sport	Sport News	22.59 - 23.27	28		10	18		
35	Kompas Dunia	News	23.27 - 24.00	33			33		
				1440	278	977	185		
Kesimpulan				Keterangan					
Program Lokal				278 menit = 4 jam 38 menit	Program siaran lokal MEMENUHI durasi 10% (144 menit) dari seluruh waktu siaran berjangkaran per hari (SPS Ps. 68 ayat 1)			19,31%	Halaman 5
Program Nasional				977 menit = 16 jam 17 menit	Program siaran lokal disiarkan antara pukul 05.00 s/d pukul 22.00 WIB (Perda DIY No. 13 Tahun 2016, Pasal 16 ayat 2)			17,29%	
Program Asing				185 menit = 3 jam 5 menit	Program siaran asing TIDAK MELEBIHI 30% (432 menit) dari waktu siaran per hari (SPS Ps. 67)			12,85%	

Sumber : Arsip KPID DIY

Tabel 3.
Barometer SILONAS RBTV (Kompas TV) 16 Oktober 2019

BAROMETER PANTAUAN SILONAS BULAN OKTOBER 2019									
NAMA STASIUN TV: RBTV		TANGGAL PANTAUAN: 16 Oktober 2019				NAMA PEMANTAU: Dheanara			
JAM TAYANG: 00.00 - 24.00 (1440 menit)									
NO.	NAMA PROGRAM	FORMAT ACARA	JAM TAYANG	DURASI PROGRAM (Menit)	KATEGORI PROGRAM SIARAN			Program Berbahasa Jawa (✓)	KETERANGAN
					LOKAL	NASIONAL (Jakarta)	ASING		
1	Kilas Kompas	News	00.00 - 00.29	29		29			
2	News or Hoax	News	00.29 - 00.59	30		30			
3	Zona Inspirasi	Talk Show	00.59 - 01.26	27		27			
4	Rumah Pemilu 2019	News	01.26 - 01.57	31		31			
5	Lagu Tanah Airku	Lagu Nasional	01.57 - 01.58	1		1			
6	Kompas Malam	News	01.58 - 02.58	60		60			
7	Berita Utama	News	02.58 - 03.58	60		60			
8	Kompas Sport	News Sport	03.58 - 04.28	30		30			
9	Lagu Indonesia Raya	Lagu Kebangsaan	04.28 - 04.30	2	2			Adzan Subuh DKI Jakarta (04.13 - 04.16)	
10	Embun Hati	Religi	04.30 - 04.59	29		29			
11	Morning Beat	Musc	04.59 - 05.29	30		30		Halaman 3	
12	Leyeh-leyeh	Musc	05.29 - 06.28	59		59	✓		
13	Kabar Jogja	News	06.28 - 06.59	31		31			
14	Sapa Indonesia Pagi	News	06.59 - 08.55	116		116			
15	Kompas Update	News	08.55 - 08.56	1			1		
16	Startup Klinik	Talk Show	08.56 - 09.27	31		31			
17	Obrolan Pagi	Talk Show	09.27 - 10.53	86		86			
18	Kompas Siang	News	10.53 - 12.57	124		124			
19	Sapa Indonesia Siang	News	12.57 - 13.54	57		57			
20	Kompas Update	News	13.54 - 13.56	2		2			
21	Zona Inspirasi	Talk Show	13.56 - 14.26	30		30			
22	Bingkai Inspirasi	Talk Show	14.26 - 14.54	28		28			
23	Kompas Update	News	14.54 - 14.56	2		2			
24	Indonesia Update	News	14.56 - 15.59	63		63			
25	Rumah Pemilu 2019	News	15.59 - 16.26	27		27			
26	Kompas Petang	News	16.26 - 18.00	94	3	91		Adzan Maghrib DIY (17.32-17.35)	
27	Berita Utama	News	18.00 - 18.56	56		56			
28	Sapa Indonesia Malam	News	18.56 - 19.56	60		60			
29	Kompas Update	News	19.56 - 19.59	3		3			
30	Satu Meja The Forum	News	19.59 - 21.26	87		87			
31	Kompas Malam	News	21.26 - 22.28	62		62			
32	Traget	Investigasi	22.28 - 22.58	30		30			
33	Kompas Update	News	22.58 - 22.59	1			1		
34	Singkap	Investigasi	22.59 - 23.28	29		29			
35	Kompas Sport	News Sport	23.28 - 24.00	32		32			
				1440	271	1167	2		
Kesimpulan		Keterangan							
Program Lokal	271 menit = 4 jam 31 menit	Program siaran lokal <u>MEMENUHI durasi 10% (144 menit)</u> dari seluruh waktu siaran berjarangan per hari (SPS Ps. 68 ayat 1)						18,82%	
	239 menit = 3 jam 59 menit	Program siaran lokal disiarkan antara pukul 05.00 s/d pukul 22.00 WIB (Perda DIY No. 13 Tahun 2016, Pasal 16 ayat 2)						16,60%	
Program Nasional	1167 menit = 19 jam 27 menit	-							
Program Asing	2 menit = 0 jam 2 menit	Program siaran asing <u>TIDAK MELERIH 30% (432 menit)</u> dari waktu siaran per hari (SPS Ps. 67)						0,14%	

Sumber : Arsip KPID DIY

Tabel 4.
Barometer SILONAS RBTB (Kompas TV) 5 Desember 2019

BAROMETER PANTAUAN SILONAS BULAN DESEMBER 2019											
NAMA STASIUN TV: RBTB JAM SIARAN: 00.00 - 24.00 (1440 menit)		TANGGAL PANTAUAN: 5 Desember 2019					NAMA PEMANTAU: TAMA				
NO.	NAMA PROGRAM	FORMAT ACARA	JAM TAYANG	DURASI PROGRAM (Menit)	KATEGORI PROGRAM SIARAN			Program Berbahasa Jawa (✓)	KETERANGAN		
					LOKAL	NASIONAL (Jakarta)	ASING				
1	Kompas Dunia	News	00.00-00.27	27			27				
2	Kilas Kompas	News	00.27-00.56	29		29					
3	Indonesia Update	News	00.56-02.02	66		66					
4	Lagu Indonesia Raya	Lagu Nasional	02.02-02.04	2		2					
5	Kompas Malam	News	02.04-03.01	57		57					
6	Berita Utama	News	03.01-03.58	57		57					
7	Kompas Sport Pagi	News	03.58-04.29	31		31			(04.05-04.58) Adzan Subuh DKI Jakarta		
8	Lagu Indonesia Raya	Lagu Kebangsaan	04.29-04.31	2		2					
9	Embun Hati	Kultur	04.31-05.01	30	30						
10	Inspirasi Dapur	Cooking	05.01-05.31	30	30						
11	Leyeh-leyeh	Talk Show	05.31-06.29	58	58			✓	Halaman 3		
12	Kabar Yogya	News	06.29-06.59	30	30						
13	Sapa Indonesia Pagi	News	06.59-08.55	176		176					
14	Kompas update	News	08.55-08.56	1			1				
15	JAMU (Saking Wingking Mengajeng)	Dokumenter	08.56-09.33	37	37			✓			
16	Obrolan Pagi	Talk Show	09.33-10.54	81	81						
17	Kompas update	News	10.54-10.56	2			2				
18	Kompas Siang	News	10.56-12.56	120		120					
19	Sapa Indonesia Siang	News	12.56-13.54	58		58					
20	Kompas update	News	13.54-13.56	2		2					
21	Jejak Kasus	Investigasi	13.56-14.27	31		31					
22	Target	Investigasi	14.27-14.58	31		31					
23	Kompas update	News	14.58-15.00	2		2					
24	Singkap	News	15.00-15.27	27		27					
25	Indonesia update	News	15.27-16.21	54		54					
26	Kompas Petang	News	16.21-17.58	97	3	94			(17.45-17.48) Adzan Maghrib DIY		
27	Video Klip Run ft Yunita - Melawan Dunia	Video Klip	17.58-18.03	5	5						
28	Berita Utama	News	18.03-18.52	49		49					
29	Kompas update	News	18.52-18.54	2		2					
30	Sapa Indonesia Malam	News	18.54-20.08	14		14					
31	Kompas update	News	20.08-20.10	2		2					
32	Rosi	Talk Show	20.10-21.30	80		80					
33	Kompas Malam	News	21.30-22.29	59		59					
34	Kata Netizen	Talk Show	22.29-23.26	57		57					
35	Kompas Sport	News	23.26-24.00	34		34					
				1440	274	1136	30				
Kesimpulan		Keterangan									
Program Lokal	274 menit = 4 jam 34 menit	Program siaran lokal MEMENUHI durasi 10% (144 menit) dari seluruh waktu siaran berjarangan per hari (SPS Ps. 68 ayat 1)								19,03%	Halaman 4
	245 menit = 4 jam 5 menit	Program siaran lokal disiarkan antara pukul 05.00 s/d pukul 22.00 WIB (Perda DIY No. 13 Tahun 2016, Pasal 16 ayat 2)								17,01%	
Program Nasional	1282 menit = 21 jam 22 menit	-									
Program Asing	30 menit = 30 menit	Program siaran asing TIDAK MELERIH 30% (432 menit) dari waktu siaran per hari (SPS Ps. 67)								2,08%	

Sumber : Arsip KPID DIY