



KPID
JAWA BARAT

KOMISI
PENYIARAN
INDONESIA
DAERAH

Isu-Isu Strategis **Penyiaran** *di Jawa Barat*



Editor:

Dr. Adiyana Slamet, S.IP., M.Si.

M. Sudama Dipawikarta, M.Ag

Jalu P. Priambodo, ST., M.T.

Sumarno, S.Sos

Syintia Nurfitriana, S.Hum., M.Sos

Isu-Isu Strategis **Penyiaran** *di Jawa Barat*

Penulis:

Dr. Adiyana Slamet, S.IP., M.Si
Jalu P. Priambodo, ST., M.T.
M. Sudama Dipawikarta, M.Ag.
Achmad Abdul Basith, S.I.Kom., M.I.Kom.
Dr. Roni Tabroni, M.Si.
Syaefurochman Achmad, SH., M.Si.
Ellang Gantoni Malik, SE., A.k., M.M.

Editor:

Dr. Adiyana Slamet, S.IP., M.Si.
Jalu P. Priambodo, ST., M.T.
M. Sudama Dipawikarta, M.Ag.
Sumarno, S.Sos.
Syintia Nurfitria, S.Hum., M.Sos.

Penerbit:



KPID
JAWA BARAT

KOMISI
PENYIARAN
INDONESIA
DAERAH

Komisi Penyiaran Indonesia Daerah Jawa Barat
Jl. Malabar No. 62 Bandung 40263 Tlp. 022-7308812 , 022-7308813 Fax. 022.7308812
Aduan SMS. 081573107000 Email : kpidjabar@gmail.com

Isu-Isu Strategis Penyiaran di Jawa Barat

Pelindung:

Dr. Adiyana Slamet, S.IP., M.Si.

Pengarah:

Dr. Adiyana Slamet, S.IP., M.Si.

M. Sudama Dipawikarta, S.Sos., M.Ag.

Jalu P. Priambodo, ST., M.T.

Penulis:

Dr. Adiyana Slamet, S.IP., M.Si.

Achmad Abdul Basith, S.I.Kom., M.Si.

Dr. Roni Tabroni, S.Sos., M.Si.

Syaefurochman Achmad, S.H., M.Si.

M. Sudama Dipawikarta, S.Sos., M.Ag.

Jalu P. Priambodo, ST., MT.

Ellang Gantoni Malik, SE., M.M.

Tim Penyusun:

Sumarno, Shinta Widyana, Rian Hajati Akbar, Reska Trianti

Editor:

Dr. Adiyana Slamet, S.IP., M.Si.

M. Sudama Dipawikarta, S.Sos., M.Ag.

Jalu P. Priambodo, ST., M.T.

Sumarno, S.Sos

Syntia Nurfitriya, S.Hum., M.Sos.

Penerbit:

KOMISI PENYIARAN INDONESIA DAERAH
(KPID) PROVINSI JAWA BARAT



Layout Isi dan Desain Sampul:

Sumarno

Koleksi Foto:

Rian Hajati Akbar

ISBN 978-623-98720-4-5



Undang-undang RI Nomor 19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta

Ketentuan Pidana Pasal 42:

Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran hak cipta atau hak terkait sebagaimana dimaksud pada ayat (1), dipidanakan dengan pidana penjara palinglama 5 (lima) tahun dan/ataudenda paling banyak Rp. 500.000.000,00 (Lima Ratus Juta Rupiah).

Kata Pengantar

Puji syukur kepada Allah SWT, karena atas rahmat-Nya, kami, Bidang Isi Siaran KPID Provinsi Jawa Barat dapat menyelesaikan buku yang berjudul “Isu-Isu Strategis Penyiaran di Jawa Barat ini dengan lancar. Buku ini ditulis untuk kepentingan Lembaga Penyiaran terutama di wilayah Provinsi Jawa Barat. Terima kasih juga kami ucapkan kepada seluruh pihak dan rekan yang telah berkontribusi dalam proses penyelesaian buku ini.

Kami, tujuh komisioner, di Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) Jawa Barat, terus berupaya dalam mengembangkan potensi-potensi yang salah satunya dituangkan dalam sebuah karya tulisan sesuai dengan tugas pokok dan fungsi yang diamanahkan oleh Undang-undang No. 32 Tahun 2002 tentang penyiaran dengan berbagai cara dan berbagai bentuk untuk tetap memberikan pengetahuan dan edukasi kepada masyarakat terkait dengan dunia penyiaran baik di saat yang lalu maupun di masa mendatang. Buku ini di tulis sebagai bentuk implementasi dari tujuan UU Penyiaran yakni: memperkuat integrasi nasional, terbinanya watak dan jati diri bangsa yang beriman dan bertakwa, mencerdaskan kehidupan bangsa, memajukan kesejahteraan umum, dalam rangka membangun masyarakat yang mandiri, demokratis, adil dan sejahtera, serta menumbuhkan industri penyiaran Indonesia.

Semoga dengan adanya buku ini, insan lembaga penyiaran semakin cerdas dalam menggagas program siaran yang mana harus sehat serta mendidik. Demikian pula untuk masyarakat, buku ini di harapkan dapat menjadi tuntunan dalam memilih tontotan program siaran yang sesuai dengan aturan penyiaran, dan lebih lanjut dapat mengkritisasi setaip program siaran yang di tampilkan oleh media lembaga penyiaran, melalui bentuk aduan masyarakat.

KPID Jawa Barat mengucapkan terimakasih kepada semua pihak, khususnya kepada seluruh komisioner dan instansi terkait yang telah membantu kami dalam menerbitkan karya ini. Semoga kedepannya, akan lebih baik lagi.

Bandung, 11 Oktober 2024
Ketua KPID Jawa Barat,

Dr. Adiyana Slamet, S.IP.MSi

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI __vii

Dr. Adiyana Slamet, S.IP., M.Si:
Lembaga Penyiaran di tengah Pusaran Pemilihan Umum
dan Pemilihan Kepala Daerah Serentak 2024__1

Jalu P. Priambodo, S.T., M.T.:
Pengawasan Semesta di Era Siaran Digital__15

M. Sudama Dipawikarta, S.Sos., M.Ag:
Konten Siaran dan Indra Keindahan__31

Achmad A. Basith, S.Ikom., M.Ikom.:
Siaran Informasi dan Tantangan Industri Radio__43

Dr. Roni Tabroni, S.Sos., M.Si.:
Komodifikasi Siaran Agama di Lembaga Penyiaran__57

Syaefurrahman Achmad, S.H., M.Si.
Membangun Kesadaran Publik melalui Penyiaran Lingku-
ngan__83

Ellang Gantoni Malik, S.E., Ak.,M.M.:
Penyiaran dan Regulasi Teknologi__103

Syaefurrahman Achmad, S.H., M.Si.
Reportase Masalah Lingkungan dalam Perspektif P3SPS__119

LAMPIRAN__139

Lembaga Penyiaran ditengah Pusaran Pemilihan Umum dan Pemilihan Kepala Daerah Serentak 2024

Oleh: DR. Adiyana Slamet, S.IP,. M. Si¹

“Jika Orde Baru Lembaga Penyiaran dijadikan *ideological state apparatus*, maka pasca Orde Baru Lembaga Penyiaran dijadikan *ideological Owners apparatus*”

Kontestasi apapun bentuknya baik itu Pemilihan Umum maupun Pemilihan Kepala Daerah baik itu level Provinsi maupun Kabupaten/ Kota, pada prinsipnya menjaga demokrasi sesuai dengan siklusnya, bahwa pergantian kepemimpinan harus teratur, dalam jangka waktu 5 tahunan, Indonesia sedang proses “Maraton Politik” dengan melewati pemilihan umum pada tanggal 14 Februari 2024 dan Pemilihan Kepala Daerah serentak pada tanggal 27 November 2024, sebagai wujud Pembangunan demokrasi berkelanjutan, banyak sekali instrument yang menjadi kategori, bahwa Pembangunan demokrasi tersebut, berjalan baik atau tidak, tentunya didalamnya adalah Lembaga Penyiaran, sebagai institusi media massa yang harus memberikan informasi politik kepada Masyarakat, bukan untuk penggiringan kandidat tertentu atau berpihak pada kekuatan tertentu.

Jawa Barat merupakan miniatur penyiaran di Indonesia, hal tersebut ditandai dengan Jawa Barat Provinsi yang memiliki lembaga penyiaran paling banyak Se-Indonesia, data per Februari 2024 terdapat 476 lembaga siaran yang terinci infografis sebagai berikut :

¹ Ketua KPID Provinsi Jawa Barat Priode 2020-2023



Sumber : KPID Jawa Barat 2024

Aspek politik media massa dan fungsi media dalam kehidupan politik. Karena sifatnya yang sentral dalam politik media massa memiliki fungsi penting dan strategis. Media massa tidak hanya menjadi bagian yang integral dari politik, tetapi juga memiliki posisi yang sentral dalam politik. Media massa merupakan saluran komunikasi politik yang banyak digunakan untuk kepentingan-kepentingan membangun politik².

Paling tidak menurut penelitian Pawito (2002) mengatakan bahwa, dalam konteks pemilihan di Indonesia, menemukan fakta antara lain media massa mempunyai pengaruh terhadap pemilih, terutama dalam dua hal: a) peningkatan pengetahuan mengenai politik terkait dengan pemilihan, dan (b) prioritas isu yang menjadi perbincangan diantara individu khalayak dalam masyarakat³.

¹ Pawito. Komunikasi Politik : Media Massa dan Kampanye Pemilihan. Yogyakarta: Jalasutra, 2009:91

³ Pawito. Komunikasi Politik : Media Massa dan Kampanye Pemilihan. Yogyakarta: Jalasutra, 2009:179

Lebih lanjut lagi, Raymond Kuhn memberikan pemahaman terkait fungsi politik dari media terdapat lima fungsi politik media yang mampu untuk membangun modal dasar (popularitas, elektabilitas dan akseptabilitas), dalam ruang media arus utama dengan aspek-aspek komunikasi politiknya bahwa:

Kelima fungsi politik tersebut meliputi: pertama media sebagai penyedia informasi, peran media dalam mengekspresikan, mereproduksi, dan menyebarkan informasi, ideologi, dan nilai-nilai ke struktur sosial yang lebih luas merupakan hubungan penting antara masyarakat dan media. Kedua media berfungsi sebagai agenda setting, Media memilih, memilah, mengorganisir, dan menekankan konten berita yang ditentukan berdasarkan subjek yang signifikan untuk diperbincangkan oleh publik. Media tidak mampu memaksa kita untuk memikirkan suatu hal - namun media mampu mempengaruhi hal-hal apa saja yang kita pikirkan dan bagaimana kita memikirkannya dengan memanfaatkan pembangunan agenda (Agenda Building).

Ketiga media berfungsi sebagai public watchdog (Kontrol publik), artinya bahwa Kecepatan dalam memindahkan dan menerima informasi telah menciptakan suatu sistem di mana kekuasaan atas informasi tersebut kian lebih terdistribusikan secara luas. Artinya, penguasaan atas informasi tidak lagi terpusat pada otoritas pemerintah - sehingga, reproduksi dari media tersebut dapat berfungsi sebagai “public watchdog” bagi jalannya pemerintahan serta pengawasan terhadap aktor-aktor politik di dalamnya. Media melakukan pengawasan publik terhadap elit politik dalam menjalankan tanggungjawabnya terhadap masyarakat.

Keempat fungsi Mobilisasi politik, Fungsi berikutnya terkait politik media berkaitan dengan mobilisasi politik baik yang dimanfaatkan oleh politisi maupun partai politik dalam menyampaikan pesan politik hingga kepada kaderisasi anggota untuk mengkampanyekan suatu agenda politik tertentu. Kelima media

mempunyai fungsi, legitimasi sebuah rejim, fungsi terakhir yaitu sebagai alat legitimasi rezim yang sedang berkuasa. Di mana, media bisa dimanfaatkan untuk mensosialisasikan norma-norma umum yang dapat diterima oleh masyarakat secara luas - sehingga masyarakat tersebut dapat menerima dan berkontribusi dalam satu sistem politik yang terlegitimasi⁴.

Kekuatan besar Lembaga penyiaran yang jumlahnya 476 tersebut alih alih harus menjadi instrument Pembangunan demokrasi di Jawa Barat, seyogyanya Lembaga penyiaran bisa merepresentasikan institusi untuk bagaimana pemilu berjalan dengan baik, tugas Lembaga penyiaran untuk memberikan informasi politik agar orientasi Masyarakat baik, sehingga pemilu bisa dijadikan ajang untuk Pendidikan politik dan belajar tentang politik, demokrasi bisa terwujud dengan baik, apabila institusi Lembaga penyiaran bisa memposisikan berdasarkan regulasi yang ada, tidak menjadikan Lembaga penyiaran sebagai ideological owners apparatus, sehingga Lembaga penyiaran dijadikan alat untuk pemilik menggiring informasi kepada kandidat tertentu karena mempunyai relasi kekuasaan, atau hanya mengejar keuntungan belaka.

Maka dari itu posisi setrategisnya Lembaga Penyiaran, harus dipastikan bahwa Lembaga Penyiaran harus menjadi sumber informasi untuk kepentingan Pembangunan Demokrasi, dengan menyuguhkan informasi yang proporsional, tidak memihak dan tidak partisan, memastikan itu semua, tanggung jawab KPI/D.

Lembaga Penyiaran dalam Pemilihan Umum 2024

Terlaksananya Pemilu tahun 2024, seluruh komponen menjaga Pemilu harus fairness agar demokrasi bermartabat, alih alih KPI/D sebagai Lembaga Negara yang dinaungi UU 32 Tahun 2002 yang harus menjaga mata dan telinga Masyarakat dari ton-

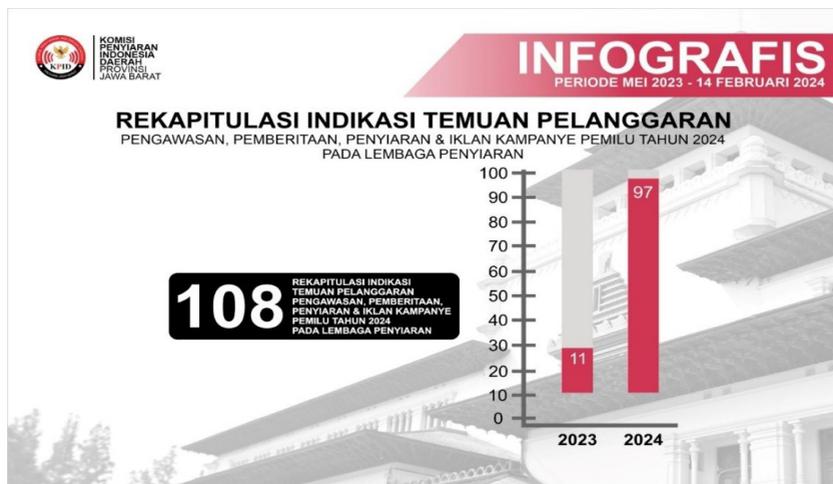
⁴ Kuhn, R. Politics and the Media in Britain. Palgrave Macmillan. 2007:21

tonan dan apa yang didengar melalui Lembaga penyiaran Televisi dan radio, dalam konteks pemilu lembaga penyiaran harus ditempatkan untuk kepentingan publik agar tidak menjadi ideological owner apparatus. ketentuan terkait penyiaran tentang pemilu pun telah diatur oleh pemerintah melalui Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) dalam P3SPS (Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran). Peraturan terkait penyiaran tentang pemilu secara khusus Lembaga penyiaran di tahun politik 3 diatur dalam Bab 29 Pedoman Perilaku Penyiaran tentang Siaran Pemilihan Umum dan Pemilihan Umum Kepala Daerah Pasal 50 dan Bab 28 Standar Program Siaran tentang Siaran Pemilihan Umum dan Pemilihan Umum Kepala Daerah Pasal 71. Kedua pasal tersebut, pasal 50 dan 71, secara spesifik dan khusus mengatur hal-hal yang boleh dan tidak boleh dilakukan oleh lembaga penyiaran dan program siaran terkait penyiaran tentang kepemiluan.

Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) Jawa Barat merilis hasil pengawasan siaran pada Pemilu 2024. Hasilnya, KPID mendapatkan 108 indikasi temuan pelanggaran yang terjadi dalam proses tahapan hingga menjelang pemungutan suara.

Seratusan indikasi temuan pelanggaran itu tercatat ditemukan pada 2023 sebanyak 11 item. Jumlahnya kemudian melonjak drastis pada 2024 menjadi 97 indikasi temuan pelanggaran dalam proses penyiaran di tingkat nasional maupun lokal. Dari 108 indikasi temuan itu, 32 di antaranya tindaklanjuti melalui putusan akhir KPID Provinsi Jawa Barat. Putusan akhir itu dilakukan KIPD Jabar pada 2023 dengan 11 putusan dan 2024 dengan 21 putusan. Sebanyak 17 di antaranya sudah direkomendasikan ke KPI Pusat, 9 pelanggaran diberi sanksi teguran I yang dilakukan lembaga penyiaran lokal, dan 6 pelanggaran dilakukan klarifikasi terhadap Lembaga penyiaran lokal di Jawa Barat. Berikut Infogrphis rekapitulasi indikasi temuan pelanggaran pengawasan, pemberitaan, penyiaran dan iklan pemilu 2024 pada Lembaga

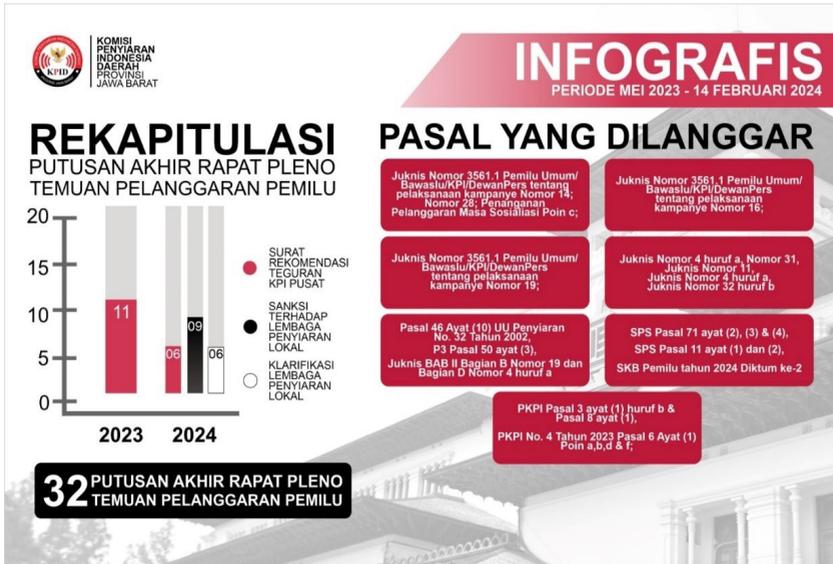
penyiaran:



Sumber: KPID Provinsi Jawa Barat 2024

Sembilan pelanggaran ini di antaranya pemberitaan tidak seimbang, pemanfaatan frekuensi publik untuk kepentingan individu, maupun iklan kampanye, hingga durasi (kampanye pemilu) yang melebihi jumlah yang sudah ditentukan, siaran yang awalnya dikategorikan melanggar, langsung dihentikan atau di-take-down sebagai bagian kesadaran dari lembaga penyiaran tersebut. Setelah Pemilu 2024, diharapkan lembaga penyiaran di Jabar bisa menaati aturan mengenai kepemiluan. Apalagi, Jawa Barat pada tanggal 27 November 2024 akan menghadapi Pilkada serentak yang terdiri dari Pemilihan Gubernur dan pemilihan Bupati dan Walikota di 17 Kabupaten/Kota, tentunya membutuhkan peran lembaga penyiaran dalam memberikan informasi secara seimbang kepada Masyarakat. Momen pemilu 2024 ini, semangatnya bukan ingin memberikan sanksi. Tapi berharap lembaga penyiaran dapat dimanfaatkan oleh seluruh masyarakat, peserta pemilu dan memang bisa menayangkan sebuah informasi sesuai aturan.

an yang telah ditentukan. Berikut Infografis rekapitulasi putusan akhir rapat pleno temuan pelanggaran pengawasan, pemberitaan, penyiaran dan iklan pemilu 2024 pada Lembaga penyiaran⁵:



Sumber: KPID Provinsi Jawa Barat 2024

Lembaga Penyiaran dalam Kontestasi Pemilihan Kepala Daerah Serentak di Jawa Barat Tahun 2024

Situasi komunikatif dalam kontestasi lokal di mana klaim politik dibuat, yang menyangkut masyarakat lokal, atau berasal dari batas-batasnya. Aktor sentral dari komunikasi politik dalam ruang publik lokal adalah warga negara individu serta partai, kelompok kepentingan, organisasi non-pemerintah, media, pemerintah dan bisnis. Aktor dan institusi ini menggunakan empat jenis komunikasi yang berbeda, yang mencerminkan berbagai

⁵ Slamet, Adiyana. Urgensi Pengawasan Semesta Program Isi Siaran dalam Menyelamatkan Mata dan Telinga Masyarakat Jawa Barat dalam Edisi Revisi Menjaga Mata dan Telingan Masyarakat Jawa Barat. Komisi Penyiaran Indonesia Daerah Jawa Barat.2024, hal. 11-13.

bentuk interaksi politik:

1. Pernyataan atau tindakan politik individu dalam pengaturan yang tidak dilembagakan (mis. restoran, atau diskusi politik di rumah);
2. Tindakan kolektif komunikasi atau tindakan politik, yang berlangsung secara kontinu dari spontan (mis. Protes) hingga semi-dilembagakan (mis. Meja bundar) hingga sangat terlembaga (mis. Parlemen lokal);
3. Sarana komunikasi profesional (PR, siaran pers, video, dll.); dan
4. Sarana dan proses komunikasi massa⁶

Apa yang dikatakan Lang dalam dinamika komunikasi politik lokal tersebut seperti yang terjadi dalam proses komunikasi politik antar aktor –aktor komunikasi dalam pemilihan kepala daerah, untuk merebut hati pemilih, maka 4 instrumen diatas digunakan, dan salah satunya menggunakan lembaga penyiaran, tentunya hal tersebut harus tersegmentasi, alih alih penggunaan lembaga penyiaran sebagai instrumen membangun modal dasar (popularitas, elektabilitas dan akseptabilitas)

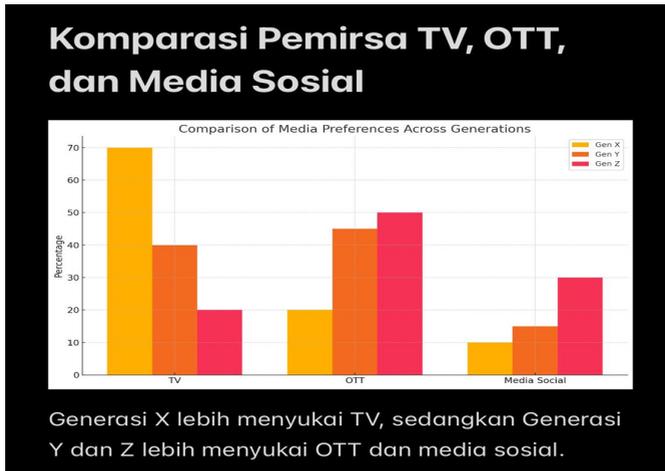
Kekuatan Lembaga penyiaran sebagai instrument untuk membangun modal dasar (popularitas, elektabilitas dan akseptabilitas) seyogyanya bisa dimanfaatkan oleh para Kandidat, baik itu Calon Gubernur dan Wakil Gubernur, maupun calon Bupati, Walikota yang sedang berkontestasi untuk memberikan informasi dalam Pemilihan kepala daerah, berupa propective policy choice (apa-apa saja yang akan dilakukan Ketika memenangi kontestasi Pilkada), dengan komposisi Daftar Pemilih Tetap Pemilihan Gubernur di Provinsi Jawa Barat, seperti yang tertera di table sebagai berikut;

⁶ Lang, Sabine. 2003. Local Political Communication and Citizen Participation. In Philippe J. Maarek and Gadi Wolfsfeld (eds). Political Communication in a New Era: A Cross-national perspective. London: Routledge.

REKAPITULASI DAFTAR PEMILIH TETAP (DPT) PROVINSI JAWA BARAT						
JUMLAH KAB/ KOTA	JUMLAH KEC.	JUMLAH DESA /KEL.	JUMLAH TPS	LAKI-LAKI	PEREMPUAN	JUMLAH PEMILIH
27	627	5.957	73.862	18.040.853	17.885.107	35.925.960

Sumber: <https://jabar.kpu.go.id/dmdocument/1727002616271%20BA%20DPT%20PILKADA%202024.pdf>

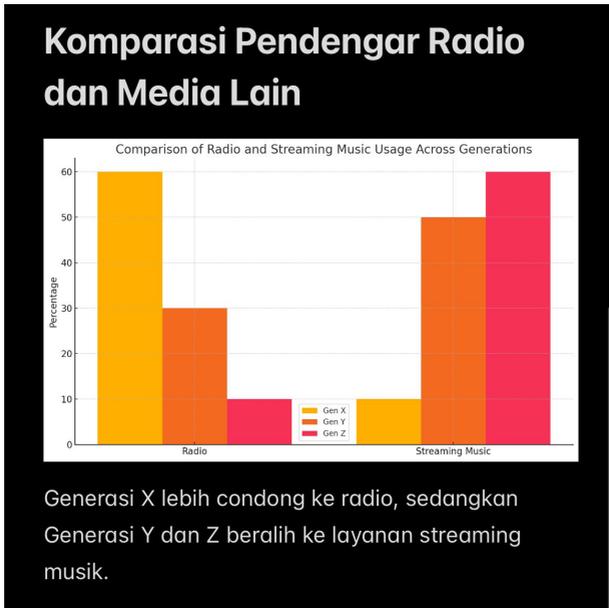
Komposisi daftar pemilih tetap yang jumlahnya 35.925.960 paling tidak konstan dalam pemilihan kepala daerah serentak, mempunyai strategi untuk meyakinkan pemilih, salah satunya menggunakan instrument Lembaga penyiaran baik itu televisi maupun radio, data penelitian kolaborasi KPID Jawa Barat dengan FISIP Universitas Pasundan, komparasi pemirsan TV, Over the top dan media sosial di Jawa Barat, bisa dilihat dari gambar, sebagai berikut⁷;



⁷ Rahmaniari, A et al. Minat Penggunaan Platform Media di Jawa Barat Studi Komparatif Pilihan Media dan Preferensi Penggunaan TV, Radio, OTT, dan Media Sosial Antar Generasi X, Y, dan Z di Jawa Barat

Sumber: Minat Penggunaan Platform Media di Jawa Barat Studi Komparatif Pilihan Media dan Preferensi Penggunaan TV, Radio, OTT, dan Media Sosial Antar Generasi X, Y, dan Z di Jawa Barat

Sedangkan komparasi pendengar radio, Over the top dan media sosial di Jawa Barat, bisa dilihat dari gambar, sebagai berikut:



Sumber: Minat Penggunaan Platform Media di Jawa Barat Studi Komparatif Pilihan Media dan Preferensi Penggunaan TV, Radio, OTT, dan Media Sosial Antar Generasi X, Y, dan Z di Jawa Barat

Analisis Minat Penggunaan Platform Media di Jawa Barat Studi Komparatif Pilihan Media dan Preferensi Penggunaan TV, Radio, OTT, dan Media Sosial Antar Generasi X, Y, dan Z di Jawa

Barat dengan menggunakan, metode Penelitian Kuantitatif, dengan jenis penelitian survey serta pendekatan penelitian komparatif pola konsumsi media di Generasi X, Y, dan Z di Jawa Barat, dengan cluster sampling di 6 cluster dengan responden dari setiap cluster dipilih secara proporsional. Total Responden: 504 responden yang terdiri dari cluster, Megapolitan: 81 responden (16.1%), Priangan Timur: 84 responden (16.7%), Priangan Barat: 84 responden (16.7%), Purwasuka: 87 responden (17.3%), Ciayumajakuning: 84 responden (16.7%), Bandung Raya: 84 responden (16.7%), didapati hasil penelitian mengenai Minat Penggunaan Platform Media di Jawa Barat Studi Komparatif Pilihan Media dan Preferensi Penggunaan TV, Radio, OTT, dan Media Sosial Antar Generasi X, Y, dan Z di Jawa Barat, hasil penelitian tersebut didapati, generasi X lebih condong ke TV dan Radio sedangkan Generasi Y dan Z lebih menyukai *over the top*, media sosial dan layanan *streaming music*.

Data diatas menunjukkan preferensi generasi X untuk mendapatkan informasi mengenai apapun, termasuk informasi politik, dapat dipastikan diperoleh melalui TV dan Radio, sehingga melihat data tersebut, Lembaga penyiaran masih banyak yang meminati, oleh karena itu, bahwa tentunya para kontesasi juga hampir dipastikan menggunakan Lembaga penyiaran baik televisi maupun radio untuk membangun modal dasar (popularitas, elektabilitas dan akseptabilitas) tersegmen dengan menggunakan saluran komunikasi politik tepat sasaran, tentunya harus dipastikan bahwa Lembaga penyiaran hanya boleh memberikan informasi politik untuk bagaimanapun Masyarakat belajar tentang politik, sehingga Lembaga penyiaran harus menyuguhkan informasi yang seimbang, proporsional dan tidak memihak demi Pembangunan demokrasi di Jawa Barat.

KPI/D dalam Memastikan Lembaga Penyiaran untuk Kepentingan Publik

Kelahiran KPI/D sebagai insitusi atau lembaga Negara, sebagai wujud peran serta masyarakat, berfungsi mewedahi aspirasi masyarakat dan mewakili kepentingan masyarakat akan penyiaran, serta KPI/D merupakan badan independen yang tujuan utamanya untuk melindungi dan memelihara tujuan hukum UU Penyiaran dengan kepastian hukum, keamanan, keragaman, pergaulan, etika, kemandirian, kebebasan dan tanggung jawab. Oleh karena itu, kegiatan penyiaran harus memperhatikan cita-cita kebangsaan Indonesia yang tertuang dalam UUD 1945 dan sesuai dengan Pancasila. Pasal 3 UU Penyiaran “mengatur bahwa tujuan penyiaran adalah untuk memperkuat integrasi nasional dan mempromosikan identitas nasional”. Ketaqwaan dan mencerdaskan kehidupan masyarakat, memajukan kesejahteraan umum, membangun masyarakat yang mandiri, demokratis, adil dan makmur, serta mengembangkan industri penyiaran Indonesia⁸.

KPI/D Dengan menjalankan fungsinya mengawasi Lembaga penyiaran, memberikan sanksi serta melakukan koordinasi dana tau kerjasama dengan pemerintah, lembaga penyiaran dan masyarakat⁹, serta mempunyai tugas dan kewajiban menjamin masyarakat untuk memperoleh informasi yang layak dan benar sesuai Hak asasi manusia, ikut membantu pengatran infrastruktur bidang penyiaran, ikut membangun iklim persaingan yang sehat antarlembaga penyiaran dan industri terkait memelihara tatanan informasi nasional maupun daerah yang adil, merata, dan seimbang, menampung, meneliti, dan menindaklanjuti aduan, sanggahan serta kritik dan aspirasi masyarakat terhadap penyelenggaraan penyiaran, serta menyusun perencanaan pengembangan sumber daya manusia yang menjamin profesionalisme dibidang penyiaran¹⁰.

⁸ UU Nomor 32 Tahun 2002

⁹ Hidayat, Dadang Rahmat, M.Z.Al-Faqih. KPI Regulator Penyiaran Indonesia. Bandung, Simbiosis Rekatama Media. 2018:63

¹⁰ Hidayat, Dadang Rahmat, M.Z.Al-Faqih. KPI Regulator Penyiaran Indonesia. Bandung, Simbiosis Rekatama Media. 2018, hal 63

Konsep diversity media di Indonesia, UU Penyiaran Indonesia No. 32 Tahun 2002 lahir atas tiga prinsip; pertama, prinsip keterbukaan akses, partisipasi, serta perlindungan dan control public, kedua, prinsip keberagaman kepemilikan (diversity of ownership), dan yang ketiga, prinsip keberagaman isi (diversity of content)¹¹. Konsep keberagaman diatas menjadi mengawatirkan Ketika hasil penelitian kolaborasi KPID Provinsi Jawa Barat dengan FIKOM UNPAD 2023, menyatakan bahwa lebih dari 50 % responden beranggapan bahwa TV lokal disponsori oleh peserta pemilu dan masyarakat menilai televisi lokal sebagai sebuah lembaga mediamassa dibawah kepeilikan seseorang atau kelompok orang tertentu yang mungkin berafiliasi dengan dunia politik¹².

Menecermati dinamika diatas tersebut, maka KPI/D harus benar-benar melakukan kolaborasi untuk menegakan pasal 72 Standar Program Siaran dan Surad Edaran Komisi Penyiaran Indonesia Pusat Nomor 6 Tahun 2024 tentang Pemberitaan, penyiaran, dan iklan kampanye pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, serta Walikota dan Wakil Walikota Tahun 2024 di lembaga penyiaran, hal tersebut harus memastikan KPI/D bekerja secara maksimal, maka KPID Jawa Barat, semenjak menjelang Pemilihan Umum 14 Februari 2024 sampai Pemilihan Kepala Daerah serentak, melakukan langkah-langkah strategis dengan melakukan kolaborasi dengan semua komponen, dari DPRD Provinsi Jawa Barat, Pemprov Jaawa Barat, Ormas, OKP, Komonitas, Kampus, SMA, SMK serta masyarakat pada umumnya dengan menggulirkan program pengawasan semetsa, ini semua dilakukan karena keterbatasan KPID Jawa Barat dalam melekakukan pengawasan terhadap pemberitaan, penyiaran dan iklan kampanye di 476 lembaga yang ada di Jawa Barat, sehingga persepsi masyarakat mengenai Lembaga penyiaran lokal

¹¹ Heryanto, Gungun. Strategi Literasi Politik: Sebuah Pendekatan Teoritis dan Praktis. Yogyakarta: IRCiSoD. 2021:134

¹² Hidayat, Dadang Rahmat et al. Persepsi Masyarakat tentang Penyiaran Kepemiluan pada Televisi Lokal Jawa Barat dalam Lembaha Penyiaran ditahun Politik : Ekosistem Penyiaran untuk Penguatan Siaran Peligi, Perempuan dan Anak. Komisi Penyiaran Indonesia Daerah Jawa Barat. 2023: 16

digunakan untuk kepentingan relasi kuasa dan partai politik, bisa diminimalisir, tidak hanya pengawasan semesta, namun KPID Jawa Barat bersama Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Barat meluncurkan Kanal Jabar Superapps Sapa Warga yang mempermudah masyarakat melakukan pelaporan terhadap program isi siaran yang ada di lembaga penyiaran.

Pengawasan Semesta di Era Siaran Digital

Oleh

Jalu P. Priambodo, S.T., M.T.¹

Pendahuluan

Pemberlakuan Undang-Undang No. 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja memberi kepastian migrasi dari siaran televisi analog menuju siaran digital. Migrasi tersebut menjadi cikal bakal bertambahnya siaran televisi di tanah air memanfaatkan pita gelombang digital yang lebih lebar daripada analog. Kementerian Komunikasi dan Informatika mencatat migrasi siaran dari analog dan digital berpotensi menambah jumlah siaran televisi. Komisiner KPI Pusat, Amin Shabana mengatakan hingga September 2023 sudah ada pengajuan 924 IPP Siaran Digital².

Komisi Penyiaran Indonesia Daerah Jawa Barat mencatat dalam tahun 2024 setelah penerapan Analog Switch Off terdapat total 476 lembaga penyiaran di Jawa Barat. Angka ini terdiri dari Lembaga Penyiaran Swasta Radio sebanyak 228, Lembaga Penyiaran Publik Lokal Sebanyak 8, RRI sebanyak 23, Lembaga Penyiaran Komunitas sebanyak 33. Lalu kemudian pada sisi televisi, sebanyak 152 merupakan Lembaga Penyiaran Swasta dengan 63 di antaranya local, TVRI sebanyak 10, Lembaga Penyiaran Komunitas TV sebanyak 3, Lembaga Penyiaran Berlangganan sebanyak 19³.

¹ Komisiner Bidang Pengawasan Isi Siaran KPID Jawa Barat Periode 2020-2024

² <https://kpi.go.id/id/umum/38-dalam-negeri/37201-kpi-dan-ugm-rencanakan-peta-jalan-ekosistem-penyiaran-digital-pasca-aso?detail3=23414&detail5=23389>

³ Data KPID Jawa Barat 2024

LP TV	Jumlah	LP Radio	Jumlah	Jumlah LP Tahun 2024
LPS TV	152	LPS Radio	228	
LPK TV	3	LPPL Radio	8	
LPB TV	19	RRI	23	476
TVRI	10	LPK Radio	33	
Jumlah TV	184	Jumlah Radio	292	

*Tabel 1. Jumlah Lembaga Penyiaran Resmi 2024
(Sumber Data KPID Jawa Barat)*

Kondisi ini merupakan penambahan dari kondisi sebelum ASO sebanyak 437 Lembaga Penyiaran yang terdiri dari 156 televisi dan 281 radio. Ini menjadi indikasi bahwa secara riil migrasi ke siaran digital telah menambah alternatif siaran televisi. Khusus televisi terdapat penambahan kurang lebih 18 persen Lembaga penyiaran semenjak diberlakukannya ASO.

LP TV	Jumlah	LP Radio	Jumlah	Jumlah LP Tahun 2021
LPS TV Analog	78	RRI	14	
LPK TV	4	LPS Radio FM	215	
LPB TV	16	LPS Radio AM	14	437
LPS TV Digital	50	LPK Radio	30	
LPPL TV	1	LPPL Radio	8	
TVRI	7			
Jumlah TV	156	Jumlah Radio	281	

*Tabel 2 Jumlah Lembaga Penyiaran Resmi Tahun 2021
(Sumber Data KPID Jawa Barat)*

Bertambahnya jumlah lembaga penyiaran menyebabkan beban pengawasan siaran juga semakin membesar. Pada tahun 2021, KPID Jawa Barat memproses sebanyak 131 aduan masyarakat serta mendapati adanya 193 temuan pelanggaran. Pada tahun 2022, angka ini menjadi 240 Aduan Masyarakat dan 72 temuan pelanggaran. Lalu pada tahun 2023 angka tersebut menjadi 113 temuan pemantauan dan 71 aduan masyarakat. Aduan Masyarakat merupakan laporan yang diterima KPID Jawa Barat dari Masyarakat terkait dugaan pelanggaran di Lembaga penyiaran. Sedangkan temuan pemantauan merupakan dugaan pelanggaran terhadap Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS) yang ditemukan oleh tenaga pemantau di KPID Jawa Barat.

	2021	2022	2023
Temuan Pemantauan	193	72	113
Aduan Masyarakat	131	240	71

*Tabel 3. Jumlah Temuan dan Aduan Masyarakat dari tahun ke tahun
(sumber: Data KPID Jawa Barat)*

Dengan kapasitas pengawasan yang cukup terbatas, maka pelibatan masyarakat dalam proses pengawasan isi siaran menjadi penting. Semenjak tahun 2021, KPID Jawa Barat menggagas konsep Pengawasan Semesta dengan melibatkan publik secara aktif dalam melakukan pengawasan. Sebanyak komunitas telah menandatangani memorandum of understanding dengan KPID Jawa Barat untuk menjadi Relawan Pemantau Isi Siaran (PIS).

Tulisan ini akan mengulas secara lebih mendalam mengenai strategi pengawasan isi siaran yang dilakukan oleh KPID Jawa

Barat selama periode 2020-2024. Penulis akan mengulas perihal pengawasan semesta yang digagas oleh KPID Jawa Barat mulai dari landasan filosofis hingga strategi implementasinya. Penulis kemudian juga melakukan analisis terhadap program ini sehingga dapat menjadi bahan evaluasi bagi pengembangan program di periode selanjutnya.

Tinjauan Teoritis Pengawasan Semesta

Dalam melakukan telaah terhadap pengawasan semesta, penulis akan menjawab terlebih dahulu mengenai alasan mengapa siaran perlu diawasi, oleh siapa pengawasan itu harus dilakukan serta apa manfaat pengawasan siaran bagi Masyarakat. Selanjutnya penulis juga melakukan telaah terhadap landasan hukum pengawasan termasuk di dalamnya pengawasan semesta oleh KPID Jawa Barat.

Mengapa Siaran Perlu Diawasi?

Penyiaran jika ditelaah berasal dari kata “Siyar” yang berasal dari Bahasa Arab. Syiar sendiri dapat diartikan sebagai moto, lambang, tanda, merek, slogan, atau kain wol yang halus dan lembut yang dipakai di bawah selimut. Sholat di tempat terbuka pada pelaksanaan Idul Fitri dan Idul Adha merupakan contoh Syiar Islam. Hal ini sesuai dengan makna simbol atau kebesaran, dengan berkumpulnya kaum muslim dalam jumlah besar merupakan sebuah simbol di mata masyarakat umum.

Selanjutnya, dalam Bahasa Inggris, Penyiaran dipadankan dengan kata *Broadcasting*. Kata “*Broadcasting*” menurut *Encyclopaedia Britannica* didefinisikan sebagai transmisi elektrik dari sinyal radio dan televisi yang ditujukan kepada khalayak umum. Hal ini berbeda dengan transmisi elektrik melalui sinyal privat. Dalam kedua definisi di atas, ada sebuah garis merah yang se-

rupa. Penyiaran merupakan upaya menyampaikan sesuatu kepada publik atau masyarakat umum. Penyiaran bukan merupakan kegiatan yang dilakukan antar individu secara personal namun, antara seorang individu kepada masyarakat umum. Disebabkan karena adanya interaksi dengan publik atau masyarakat umum, maka pada dasarnya penyiaran berada di ruang publik dan bukan di ruang privat. Oleh sebab itu, penyiaran dapat dikaitkan dengan teori ruang publik yang dikemukakan oleh Jurgen Habermas. Ruang Publik menurut Habermas merupakan ruang sosial tempat masyarakat bisa berdebat mengenai info penting kehidupan.

Habermas mengatakan bahwa terdapat tiga kriteria ruang publik di Masyarakat. Pertama, masyarakat di ruang publik mengesampingkan perbedaan status sosial dan memunculkan prinsip-prinsip kebersamaan dan kesetaraan sebagai semangat dalam pertemuan di antara mereka. Kedua, ruang publik dapat membuka wacana-wacana baru secara lebih terbuka. Ketiga, ruang publik mampu mengubah kebudayaan menjadi komoditas. (Supriadi, 2017)

Dalam beberapa aspek tersebut terdapat keterkaitan dengan penyiaran. Situasi dalam penyiaran memungkinkan terjadinya diskusi tanpa memandang status sosial dengan semangat kebersamaan. Wacana-wacana baru juga dapat dimunculkan dalam siaran secara lebih terbuka. Serta penyiaran mampu mengubah budaya drama, film dan musik menjadi sebuah komoditas. Sehingga dapat dikatakan bahwa penyiaran memenuhi kriteria sebagai sebuah ruang publik.

Guna menjaga Penyiaran sebagai Ruang Publik yang sehat, maka diperlukan adanya kerelaan dari semua pihak untuk mengedepankan rasionalitas dalam berdebat di ruang publik. Itulah mengapa perlu ada sebuah bentuk pengawasan yang dilakukan Masyarakat umum terhadap aktivitas di dalam aktivitas penyiaran. Hal ini juga menjawab tentang siapa yang berhak

mengawasi ruang publik, yakni masyarakat sendiri yang paling berhak melakukan pengawasan.

Landasan Hukum Pengawasan Semesta

Guna menjamin kemerdekaan menyampaikan pendapat dan memperoleh informasi sesuai dengan hak asasi manusia, negara menyusun Undang-Undang Penyiaran sebagai sebuah landasan hukum di dunia penyiaran. Undang-Undang tersebut adalah UU No. 32 tahun 2002 tentang Penyiaran. Dalam undang-undang, penyiaran didefinisikan sebagai:

Kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran dan/atau sarana transmisi di darat, di laut atau di antariksa dengan menggunakan spektrum frekuensi radio melalui udara, kabel, dan/atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran. (Pasal 1 Poin 2)

Undang-Undang No 32/2002 juga menjadi landasan berdirinya Komisi Penyiaran sebagai Lembaga yang bersifat independent untuk mengatur hal-hal mengenai penyiaran. Komisi Penyiaran diberikan kewenangan oleh negara untuk menjalankan beberapa hal berikut:

- a. menetapkan standar program siaran;
- b. menyusun peraturan dan menetapkan pedoman perilaku penyiaran;
- c. mengawasi pelaksanaan peraturan dan pedoman perilaku penyiaran serta standar program siaran;
- d. memberikan sanksi terhadap pelanggaran peraturan dan pedoman perilaku penyiaran serta standar program siaran;
- e. melakukan koordinasi dan/atau kerjasama dengan Pemerintah, lembaga penyiaran, dan masyarakat.

Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran

pada dasarnya merupakan bentuk kesepakatan yang dibuat dalam menjaga kondusivitas penyiaran sebagai sebuah ruang publik. Itulah sebabnya dalam penyusunan P3 dan SPS, Komisi Penyiaran diwajibkan untuk melibatkan stakeholder penyiaran, baik pelaku maupun elemen Masyarakat. Hal ini guna menjaga penyiaran tetap sebagai ruang publik yang demokratis dan setara.

Setelah menetapkan P3SPS, maka tanggung jawab pengawasan penyiaran dibebankan kepada komisi penyiaran. Akan tetapi, bukan berarti hak tersebut diambil dari Masyarakat. Masyarakat sebagai pemilik serta pemirsa siaran sejatinya tetap memiliki hak mengawasi. Komisi Penyiaran kemudian diwajibkan untuk menindaklanjuti setiap keluhan yang berasal dari Masyarakat tersebut. Program Pengawasan Semesta yang digagas oleh KPID Jawa Barat pada dasarnya mencoba untuk mengingatkan kembali peran serta kepemilikan masyarakat terhadap ruang publik penyiaran.

Tinjauan Implementatif Pengawasan Semesta KPID Jawa Barat

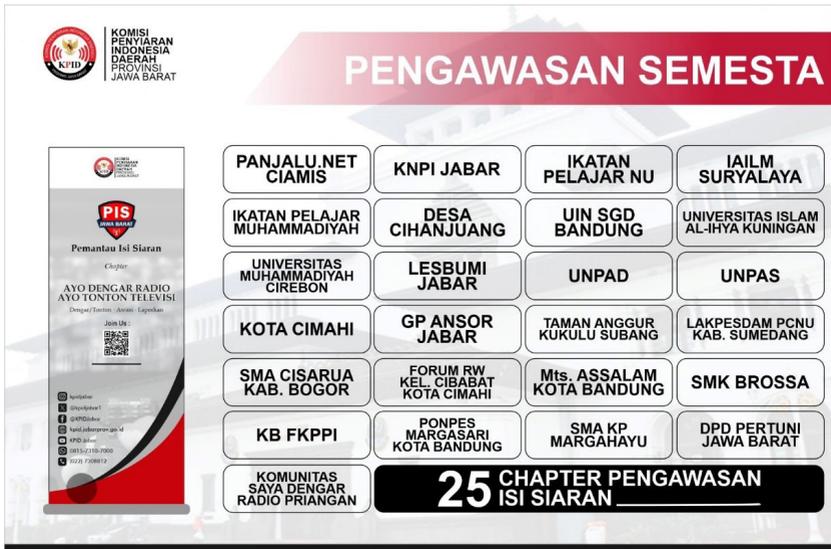
Dalam melakukan implementasi program Pengawasan Semesta, KPID Jawa Barat melakukan langkah-langkah yang dilakukan secara teratur dan terprogram. Tahapan tersebut dibuat guna menjamin bahwa pelaksanaan pengawasan semesta dapat berjalan dengan efektif di hadapan publik.

Beberapa langkah yang diambil dalam pelaksanaan Pengawasan Semesta meliputi:

1. Penjajakan Kerjasama komunitas

KPID Jawa Barat terlebih dahulu melakukan penjajakan terhadap komunitas yang memiliki kepedulian terhadap tayangan siaran sehat. Langkah penjajakan ini dilakukan melalui proses audiensi atau kunjungan serta diskusi. Komunitas yang

tertarik menjadi relawan kemudian diajak untuk melakukan penandatanganan Memorandum of Understanding (MoU). Pada periode tahun 2020-2024 KPID Jawa Barat telah berkolaborasi dengan beragam komunitas mulai dari ormas keagamaan, kampus, organisasi kepemudaan, organisasi perempuan dan lain sebagainya. Hingga saat ini sudah terdapat 25 Chapter Komunitas Pengawas Isi Siaran (PIS) Jawa Barat yang dibentuk.



Gambar 1. Daftar Chapter Pengawas Isi Siaran Jawa Barat

2. Pelaksanaan Bimtek bagi Komunitas Pengawasan

Pembekalan terhadap komunitas dilakukan melalui sosialisasi Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS). Pengetahuan dalam P3SPS diperlukan agar para relawan pemantau dapat turut mengawasi kepatuhan lembaga penyiaran terhadap regulasi penyiaran. Setelah menerima sosialisasi, maka secara resmi komunitas tersebut dilantik sebagai relawan Pengawas Isi Siaran (PIS Jabar).

3. Pembukaan Kanal Aduan

Guna memudahkan proses pelaporan masyarakat dan Relawan PIS Jabar, KPID Jabar membuka berbagai macam saluran aduan masyarakat. Pemirsa radio dan televisi dapat melaporkan temuannya melalui media sosial KPID Jabar, email, maupun nomor hotline. Yang terbaru, KPID Jabar juga berkolaborasi dengan Jabar Digital Services untuk menghadirkan kanal aduan siaran melalui aplikasi Sapa Warga milik Pemerintah Provinsi Jawa Barat.

4. Penindaklanjutan Aduan Masyarakat

Seluruh aduan Masyarakat yang diterima oleh KPID Jawa Barat wajib ditindaklanjuti. Tindaklanjut ini dilakukan melalui tahapan pengambilan bukti rekaman serta pembuatan analisis indikasi temuan. Indikasi temuan tersebut kemudian diuji dalam Bidang pengawasan isi siaran KPID Jawa Barat untuk melihat apakah ada keterkaitan dengan pelanggaran pasal dalam P3SPS dengan bukti rekaman. Jika dirasa cukup, hasil kajian indikasi temuan akan dibawa ke Pleno KPID Jawa Barat untuk diputuskan bentuk pelanggaran dan sanksi yang diberikan. Tidak semua aduan Masyarakat nantinya akan jatuh sebagai sanksi.

Sanksi	2021	2022	2023
Teguran 1	14	20	52
Teguran 2			2
Rekomendasi ke KPI Pusat	81	6	23
Pembinaan	21	15	7

*Tabel 4. Tindak Lanjut Aduan dan Temuan Isi Siaran
(Sumber : Data KPID Jawa Barat)*

5. Pemberian Penghargaan bagi Pengawas Semesta

Sebagai upaya memberikan apresiasi terhadap insan penyiaran serta terhadap masyarakat yang gigih dalam melakukan pengawasan, KPID Jabar setiap tahunnya memberikan penghargaan dalam Malam Anugerah KPID Jawa Barat. Satu kategori khusus yang diberikan kepada masyarakat yang turut aktif melakukan aduan diberi judul Masyarakat Peduli Penyiaran.

Studi Kasus Temuan Pengawasan Semesta

Melalui pengawasan semesta, KPID Jawa Barat tidak hanya mendapatkan aduan masyarakat terhadap siaran yang melanggar P3SPS, namun juga aduan yang berpotensi menciptakan edukasi yang buruk di masyarakat. Salah satu contoh aduan yang masuk terkait dengan penanganan hewan dalam siaran televisi.

Dalam P3SPS pasal mengenai perlindungan hewan belum mendapat perhatian. Hal ini berbeda dengan standar penanganan hewan dalam produksi di luar negeri. Untuk kasus di dalam negeri, bab perlindungan baru mencakup perlindungan dalam produksi tayangan yang melibatkan anak-anak.

KPID Jawa Barat pernah menerima aduan terkait dengan tayangan yang melibatkan perburuan hewan dalam hal ini burung. Tayangan ini mendapat aduan dikarenakan ada kekhawatiran bahwa setelah tayangan ditampilkan, maka akan banyak pemirsa yang turut serta melakukan perburuan. Kondisi ini dikhawatirkan akan mengganggu habitat hewan yang dimaksud.

Selain itu, tayangan terkait hewan juga melibatkan penanganan hewan di atas panggung. Meski tidak terdapat adegan menyiksa hewan. Membawa hewan ke set pengambilan gambar juga dapat mengganggu mental hewan yang biasa hidup di alam liar. Hal ini berpotensi menimbulkan depresi terhadap hewan yang dibawa ke panggung.

KPID Jawa Barat menangani aduan ini dengan memanggil Lembaga penyiaran yang teradu dan mempertemukannya dengan pakar satwa. Hal ini disebabkan memang belum ada pelanggaran terhadap pasal P3SPS. Akan tetapi melalui pendekatan ini muncul pengetahuan baru bagi Lembaga penyiaran. Lembaga penyiaran yang terkait juga berjanji untuk lebih memperhatikan keamanan satwa dalam siaran yang ditampilkan.



Gambar 2. Salah satu tangkapan gambar dari tayangan yang melibatkan satwa

Pasal mengenai perlindungan satwa akhirnya menjadi salah satu pasal yang diusulkan KPID Jawa Barat dalam rangka Revisi P3SPS. Pasal ini masuk dalam draft terakhir yang dibahas dalam Rapat Kerja Nasional (Rakornas) KPI Se-Indonesia. Hal ini menjadi bukti bahwa pengawasan semesta tidak hanya mampu menjawab masalah dalam aspek pengawasan penyiaran namun juga mampu memperbaiki aturan yang terkait dengan penyiaran.

Tantangan Pengawasan Siaran di Masa Mendatang

Kondisi penyiaran saat ini jauh berbeda dengan kondisi satu

dekade silam. Kehadiran internet berkecepatan tinggi membuat internet menjadi alternatif siaran yang marak dinikmati warga. Hal ini diperkuat dengan kepemilikan telepon pintar yang cukup dominan di tanah air. Penyiaran menggunakan internet atau lebih dikenal dengan over the top menjadi sarana yang tidak bisa dihindari lagi di era saat ini.

Beragam jasa layanan siaran OTT telah menanti jutaan warga dengan akses internet di Indonesia. Mulai dari layanan gratis hingga berbayar. Selain itu, penyedia layanan siaran OTT ini juga berasal tidak hanya dari dalam negeri namun juga luar negeri. Aplikasi seperti Netflix, HBO Go dan Disney Plus merupakan contoh layanan global yang masuk ke tanah air melalui platform OTT. Penyedia layanan lokal juga mulai banyak bermunculan sebagai kompetitor aplikasi global seperti Vidio, Vision Plus dan lain sebagainya.

Sayangnya, Undang-Undang No 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran belum menyentuh siaran memanfaatkan OTT. Pasal (1) ayat (2) UU Penyiaran menyebutkan bahwa Penyiaran adalah kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran dan/atau sarana transmisi di darat, di laut, atau di antariksa dengan menggunakan spektrum frekuensi radio melalui udara, kabel dan/atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran. Definisi inilah yang membatasi pengaturan siaran sehingga tidak bisa menjangkau siaran OTT

Kondisi inilah yang kemudian membuat konten-konten yang berasal dari internet seolah tidak dapat dibendung. Jika kita dapat memahami hakikat penyiaran sebagai sebuah soft power dalam tatanan ketahanan nasional, maka kondisi Indonesia dalam hal ini menjadi rentan. Institusi siaran global dapat saja memasukkan muatan-muatan propagandanya secara tidak disadari melalui pesan-pesan yang termuat dalam konten OTT. Dalam jangka pan-

jang tentu saja kondisi ini akan sangat membahayakan.

Berbagai pesan asing sudah ditengarai mulai merasuk melalui soft power siaran internasional. Agenda inklusivitas sebagai contoh kini telah gencar diluncurkan oleh berbagai program siaran internasional. Inklusivitas merupakan sesuatu yang positif, dalam kacamata Pancasila kita telah mengenal istilah ini dengan Bhinneka Tunggal Ika. Akan tetapi, agenda inklusivitas dari luar mengandung muatan yang tidak sesuai dengan norma agama dan pancasila seperti pembenaran perilaku homoseksualitas.

Itulah mengapa, dalam rangka penguatan pengawasan semesta di era saat ini, revisi UU Penyiaran menjadi mutlak untuk segera dilakukan. Pengawasan semesta tidak akan berjalan optimal jika kita membiarkan ada celah yang menganga dalam aturan perundangan itu sendiri. Terlebih lagi tidak ada satupun lembaga yang memiliki kewenangan pengawasan secara optimal dalam celah tersebut.

Pun ketika celah ini ditutup melalui Revisi Undang Undang Penyiaran, maka tantangan selanjutnya adalah mekanisme pengawasan yang akan semakin kompleks dan sangat banyak. Di sini peran teknologi dapat sangat membantu. Selain itu tentu saja pelibatan seluruh stakeholder masyarakat agar lebih peduli dengan kualitas siaran kita.

Kesimpulan dan Saran

Pengawasan Semesta yang dijalankan KPID Jawa Barat selama tiga tahun belakangan memainkan peranan penting dalam menjaga kualitas siaran di Jawa Barat. Melalui pengawasan semesta, publik merasa dilibatkan dalam proses pengawasan siaran. Proses pelibatan publik ini pada akhirnya juga menjadi masukan balik yang berharga bagi perkembangan dunia penyiaran di Jawa Barat. Masukan balik ini turut berperan dalam menjaga norma yang berlaku di masyarakat secara demokratis. Melalui pelibatan publik ini, KPID Jawa Barat mampu menempatkan diri sebagai

fasilitator kepentingan masyarakat dan bukan sekedar menjadi polisi moral di masyarakat.

Seiring dengan berubahnya landscape penyiaran di tanah air melalui masuknya siaran over the top memanfaatkan jaringan internet, pengawasan semesta makin memegang peranan penting di masa mendatang. Ruang Publik Penyiaran tidak lagi bisa dibatasi pada definisi siaran menggunakan gelombang radio sebab internet pun kini telah berkembang menjadi ruang publik yang perlu dikelola dengan baik.

Perkembangan dunia internet yang mengubah ruang penyiaran modern semakin membuat revisi terhadap Undang-Undang Penyiaran menjadi lebih penting untuk dilakukan. Undang-Undang No 32 Tahun 2002 dibuat berdasarkan situasi penyiaran yang telah jauh berbeda dibandingkan kondisi saat ini dan di masa mendatang. Masuknya pengaruh asing yang bersikap negative kini tidak lagi hanya dirasakan melalui siaran konvensional namun juga siaran melalui media baru. Oleh sebab itu, pemerintah perlu lebih memperhatikan dan memprioritaskan Revisi Undang-Undang Penyiaran guna melindungi kepentingan publik di masa mendatang.

Daftar Pustaka

- KPID Jawa Barat, Kaleidoskop Penyiaran Jawa Barat 2021
KPID Jawa Barat, Kaleidoskop Penyiaran Jawa Barat 2022
KPID Jawa Barat, Kaleidoskop Penyiaran Jawa Barat 2023
Supriadi, Yadi. Relasi Ruang Publik dan Pers Menurut Habermas. Kajian Jurnalisme. UNPAD. 2017

Konten Siaran dan Indera Keindahan

Oleh M. Sudama Dipawikarta

BEBERAPA tahun yang lalu publik dikejutkan dengan sebuah berita yang bisa disebut sebagai tragedi di negeri ini. Yuyun, seorang siswi kelas 2 SMPN 5 Satu Atap, Kecamatan Padang Ulak Tanding, Rejang Lebong, Bengkulu, menjadi korban rudapaksa dan pembunuhan yang dilakukan oleh 14 orang pelaku.

Ketika Menteri Sosial pada saat itu, Khofifah Indar Parawansa, menemui para pelaku pemerkosaan, terungkaplah pengakuan 12 orang tersangka yang mengakui bahwa perbuatan bejat itu dipicu oleh minuman keras dan kecanduan nonton video porno. Mereka menonton video porno melalui DVD dan/ atau mengaksesnya dari internet melalui *smart phone*. Demikian sebagaimana yang dilaporkan portal berita *kaltim.tribunnews.com*.

Yuyun merupakan siswa yang cerdas, rajin, dan bersemangat. Setiap hari, Yuyun berjalan kaki dari rumahnya menuju sekolah. Jaraknya kurang-lebih 3 KM. Untuk menuju sekolah, Yuyun harus melewati areal perkebunan karet.

Dari kondisi itu, kita bisa membayangkan minimnya sarana dan prasana transportasi di sana. Meski demikian, perkembangan teknologi informasi sudah beberapa langkah lebih maju. Buktinya, berdasarkan pengakuan para tersangka, mereka sudah terbiasa mengakses video porno di internet. Transportasi boleh minim, tapi jutaan konten tayangan sudah lebih cepat menembus areal perkebunan karet, hingga memasuki rumah-rumah penduduk, bahkan langsung ke dalam kamarnya masing-masing.

Para psikolog menyampaikan tanggapan mengenai pengaruh tontonan terhadap masyarakat. Anak-anak sangat mudah meniru perilaku yang disaksikannya, sehingga terjadilah berbagai macam kasus yang memprihatinkan. Sebelum mencuatnya kasus 2

April 2016 yang menimpa Yuyun, berbagai kasus asusila pernah terjadi, dan banyak diantara para pelakunya mengaku terinspirasi oleh tontonan yang pernah atau sering dilihatnya.

Komisi Perlindungan Anak Indonesia (KPAI) pernah merilis hasil survei mengenai akses anak-anak terhadap pornografi yang mencapai 97%. Selain itu, tentu saja sangat berbahaya. Sebab, jika dikaitkan dengan pendapat para psikolog mengenai pengaruh tontonan terhadap perilaku, maka 97% anak-anak berpotensi melakukan perbuatan yang serupa. Alan Lansburg berpendapat bahwa tiga tema yang paling diminati oleh penonton adalah *sex, money, and power* (*Manajemen Media Penyiaran, Morissan, MA, Kencana, 2008*)

Sebagaimana telah diketahui, bahwa diantara para tersangka perbuatan keji terhadap Yuyun, usianya ada yang baru 16 tahun. Usia yang menurut Pedoman Perilaku Penyiaran (P3SPS) tergolong pada usia remaja. Sebagaimana dipaparkan dalam P3SPS, penggolongan usia penonton dikategorikan: untuk penonton semua umur (SU), P (2-6 tahun), A (7-12 tahun), R13 (tiga belas) tahun atau lebih, dan penonton usia D18 (delapan belas) tahun atau lebih.

Tahun ini pun, sebuah tragedi memilukan dialami lagi oleh seorang pelajar SMP di Palembang yang bernama Ayu Andriani. Gadis belia berusia 13 tahun itu wafat setelah diruda paksa dan dibunuh di tempat pemakaman umum (TPU) Tionghoa di Palembang, Sumatera Selatan (Sumsel), pada 31 Agustus 2024.

Menurut Kapolrestabes Palembang Kombes Pol Harryo Sugihartono, ada empat tersangka yang diduga pelakunya, yaitu IS berusia 16 tahun merupakan pelaku utama, MZ 13 tahun, MS 12 tahun, dan AS 12 tahun. Demikian sebagaimana yang dilansir *liputan6.com*. Dalam pengakuannya, tersangka utama IS melakukan perbuatan biadab tersebut terinspirasi oleh tontonan dewasa yang sering dilihat melalui ponselnya.

Er tersangka pelaku pemerkosaan dan pembunuhan Yuyun dan IS tersangka pelaku pemerkosaan dan pembunuhan Ayu sama-sama berusia 16 tahun. Mereka pun sama-sama mengaku keranjingan menonton video dewasa. Tentu saja ini adalah indikasi kuat betapa pentingnya suatu regulasi yang dapat mengawasi penyebaran konten di media berbasis internet.

Literasi media memang banyak selama ini digalakan oleh berbagai lembaga, seperti KPI dan Lembaga Sensor Film (LSF) melalui gerakan sensor mandiri, yang ke depannya perlu ditambah dengan dua kata: sejak dini.

Amanah UU 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran menyebutkan bahwa isi siaran wajib mengandung informasi, pendidikan, hiburan, dan manfaat untuk pembentukan intelektualitas, watak, moral, kemajuan, kekuatan bangsa, menjaga persatuan dan kesatuan, serta mengamalkan nilai-nilai agama dan budaya Indonesia (Pasal 36, ayat 1)

Sebenarnya remaja yang mulai beranjak dewasa diperbolehkan menonton film yang berkaitan dengan seksualitas, tetapi yang disajikan secara proporsional dan edukatif. Misalnya, cerita tentang kesucian pernikahan, ketertarikan seorang pria kepada wanita atau sebaliknya yang dibalut dengan cinta kasih dan saling menjaga kehormatan, bagaimana bahayanya penyakit menular akibat dari pergaulan bebas, dan cerita-cerita positif lainnya. Dengan mengkonsumsi tayangan yang sesuai dengan kriteria usianya, rasanya tidak mungkin dapat mendorong atau menginspirasi seorang remaja yang beranjak dewasa untuk melakukan perbuatan tercela.

Sementara di era sekarang, persaingan kemasan konten semakin menjadi-jadi. Di layar yang sama, stasiun televisi harus bersaing ketat dengan jutaan tayangan yang siap putar melalui media baru berbasis internet. Portal dan vlog berlomba-lomba menampilkan tayangan memikat di dunia maya. Bahkan ada di-

antaranya yang secara khusus menampilkan konten aneka video yang diupload oleh masyarakat seantero jagat. Misalnya dalam situs youtube.

Belum lagi dengan kehadiran berbagai aplikasi yang menawarkan layanan streaming video dengan konten film dan tv series, yang dikenal dengan nama netflix, misalnya, yang sejak tahun 1997 beroperasi, Netflix mampu merebut pasar di Indonesia di dunia maya.

Maka muncullah pertanyaan: apakah konten yang ditayangkan melalui new media atau dikenal juga sebagai OTT (*Over The Top*) harus disensor? Tentu jawabannya sudah begitu jelas sebagaimana yang diamanatkan dalam UU No 33 Tahun 2009 Tentang Perfilman.

Pada Pasal 57 ayat (1) disebutkan bahwa setiap film dan iklan film yang akan diedarkan dan/ atau dipertunjukkan wajib memperoleh surat tanda lulus sensor. Kemudian, dijelaskan dalam PP No. 18 Tahun 2014, bahwa yang dimaksud pertunjukkan film adalah pemutaran dan/ atau penayangan film yang diperuntukkan kepada umum melalui berbagai media. Lebih jelas lagi disebutkan pula pada Pasal 24 ayat (1), bahwa setiap film dan iklan film yang akan diedarkan dan/ atau dipertunjukkan kepada khalayak umum wajib disensor terlebih dahulu oleh LSF.

Undang-undang telah menjawabnya dengan tegas, bahwa konten yang memasuki wilayah teritorial Indonesia, baik melalui darat, laut, maupun udara, harus diatur. Adapun lokus media yang digunakan untuk penayangannya mencakup media apapun yang bisa digunakan untuk pertunjukan atau penayangan konten, termasuk media internet.

Diamanatkan dalam Peraturan Pemerintah No. 18 Tahun 2014 Tentang LSF. Pada pasal 41 disebutkan bahwa tugas LSF yang dibantu tenaga sensor adalah melaksanakan penelitian, penilaian, dan analisa terhadap suatu film dan iklan film untuk

dipertunjukkan, ditayangkan, dan/ atau diedarkan kepada khalayak umum. Selanjutnya disebutkan bahwa khalayak umum yang dimaksudkan adalah film yang dipertunjukkan, ditayangkan, dan/ atau diedarkan melalui layar lebar, televisi, dan jaringan teknologi informatika.

Badai konten film menerjang tiada henti melalui gelombang teknologi, yang sama sekali tidak mengenal ruang dan waktu. Tayangan yang membawa pengaruh negatif bisa menembus pintu rumah, kamar, bahkan ruang yang sangat privasi. Pagi, siang, malam, dini hari, kapanpun konten-konten yang tampil melalui jaringan internet dapat disaksikan.

Tentunya tanpa mengesampingkan apa yang telah dilakukan oleh Kementerian komunikasi dan Informatika yang selama ini cukup gigih dalam memblokir setiap situs terlarang. Namun, ketika sebuah situs terlarang diblokir, selalu muncul ribuan situs terlarang baru. Memang memerlukan kerja ekstra keras yang pantang menyerah untuk melindungi masyarakat dari pengaruh negatif tontonan.

Gelombang teknologi yang melanda negeri ini tidak dapat dibendung, tetapi harus tetap dilawan. Namun bukan dilawan dengan menjauhi teknologi atau justru gagap dan ketinggalan teknologi. Melek media justru menjadi perlawanan yang lebih logis. Dengan melek media diharapkan mampu meneliti, menganalisa berbagai pengaruh dalam suatu konten. Sebab, tidak dapat dipungkiri bahwa perkembangan teknologi pun memiliki banyak manfaat positif. Tentu saja sangat tergantung terhadap cara memanfaatkannya.

Mengenai konten liar yang beredar di tengah masyarakat, tentu saja bukan hanya terpaku pada performance talent. Bukan hanya karena ada adegan telanjang, sebuah konten tidak layak dikonsumsi oleh penonton. Tanpa ada adegan telanjang pun, sebuah film bisa berbahaya apabila ceritanya membahayakan per-

satuan dan kesatuan bangsa. Sebab sihir dari konten itu luar biasa dahsyatnya.

Terlebih jika berkaitan dengan SARA, suatu konten bisa saja mengakibatkan konflik horizontal jika dianggap menyinggung atau mempertentangkan sara. Misalnya program siaran film bertema agama terutama, sangat rentan menimbulkan konflik jika dianggap atau disimpulkan menyudutkan umat suatu agama tertentu.

Di bumi Indonesia, umat agama yang diakui, mendapat kebebasan untuk beribadah sesuai dengan agama dan kepercayaannya masing-masing. Umat Islam yang menjadi mayoritas masyarakat di Indonesia, selama ini dapat hidup berdampingan dengan umat beragama lainnya secara damai.

Kerukunan dalam beragama di Indonesia layak menjadi contoh bagi negara-negara lain di dunia. Hampir semua stasiun televisi, menyediakan slot waktu untuk ceramah agama-agama yang diakui di Indonesia. Ketika sebuah televisi sedang menayangkan acara Mimbar Agama Kristen, misalnya, umat Islam tidak melakukan protes. Begitupun sebaliknya. Antar umat beragama saling menghormati, karena semua menyadari bahwa umat agama apapun membutuhkan siraman rohani.

Namun contoh kasus Film pendek “Kau Adalah Aku Yang Lain” karya Anto Galon yang sempat viral di media berbasis internet dan menjadi kontroversi menjadi pelajaran bagi kita. Sebenarnya film pendek itu yang bertema kemanusiaan dan toleransi, bukan film yang berisi propaganda agama tertentu.

Tema kemanusiaan merupakan pilihan aman yang tidak akan menimbulkan polemik apapun. Agama manapun di dunia ini mengajarkan kebaikan, seperti menolong orang yang sangat membutuhkan.

Permasalahan pada film pendek “Kau Adalah Aku Yang Lain” muncul ketika sebuah mobil ambulance yang membawa pa-

sien umat kristiani dihadang umat muslim yang tengah mengadakan pengajian. Mereka tidak memperbolehkan mobil ambulance melewati jalan tersebut, sementara pasien sedang sangat kritis, dan membutuhkan penanganan yang segera.

Adegan itulah yang dianggap memojokkan umat muslim. Apakah sudah tidak ada lagi rasa kemanusiaan umat muslim sehingga tidak rela memberikan jalan untuk mobil ambulance yang membawa pasien? Meskipun pada akhirnya ambulance itu diperbolehkan melewati jalan tersebut, tetapi kesan antagonis melekat pada umat muslim yang sedang mengikuti pengajian.

Penulis berkeyakinan dibuatnya film pendek “Kau Adalah Aku Yang Lain” tidak diniatkan untuk memojokkan umat Islam. Namun pertimbangan dalam memutuskan para penghadang itulah yang kurang matang. Sebab, sebenarnya masih ada opsi lain yang tidak akan mengurangi nilai cerita dan pesan moral, tanpa harus menampilkan jemaah pengajian menghadang mobil ambulance.

Tentu film pendek “Kau Adalah Aku Yang Lain” bukan merupakan polemik film pertama yang dipersoalkan karena dianggap menyudutkan agama tertentu. Pada tahun 2011, misalnya, film “?” (Tanda Tanya) yang diproduksi Dapur Film & Mahaka Pictures sempat menuai protes berbagai kalangan umat muslim. Mereka memperlakukan cerita dan adegan dalam film “?”. Misalnya adegan pemboman gereja, penyerangan restoran Cina oleh sekelompok umat muslim, bullying terhadap tokoh etnis Cina yang dilakukan pemuda muslim, sampai keputusan Rika untuk pindah dari agama Islam karena merasa kecewa telah dipoligami oleh suaminya.

Menurut Hanung Bramantyo, sutradara film “?”, film tersebut dibuat untuk mengubah persepsi negatif terhadap Islam yang dianggap radikal. Islam itu sangat toleran. Islam dapat berdampingan secara rukun dengan agama lain dalam kehidupan sehari-hari. Kurang-lebih intinya seperti itu. Sama sekali tidak berniat untuk

memojokkan umat Islam. Penulis pun dapat memahami kesimpulan inti dari film “?” setelah menyimak secara utuh jalannya cerita.

Tokoh bernama Surya dalam film “?” yang dikisahkan bermain drama pada Hari Raya Paskah di gereja dengan peran menjadi Yesus sebenarnya hanya tuntutan profesionalisme dalam keaktoran. Sebab, dalam film tersebut, Surya adalah seorang aktor. Sebagai perbandingan, di tahun yang sama ada sebuah film anak-anak bernuansa religius berlatar musibah tsunami, “Hafalan Shalat Dellisa” (Star Vision). Pemeran utamanya adalah Cantiq Schagerl, yang begitu piawai memerankan tokoh Dellisa, seorang anak beragama Islam yang taat dan pandai menghafal bacaan Al-Quran. Padahal pada kenyataannya, di luar film, Cantiq adalah seorang artis non-muslim.

Permasalahan tokoh Surya dalam film “?” hampir mirip dengan persoalan yang dihadapi tokoh Mukri dalam film “Guru Ngaji” (2018) yang disutradari Erwin Ardana. Tokoh Mukri adalah seorang yang berprofesi badut. Namun Mukri juga adalah guru ngaji. Pertentangan batin terjadi ketika Mukri diundang untuk mementaskan badut di gereja. Pada pertunjukan tersebut, Mukri diminta untuk memainkan tokoh Santa Claus, meskipun pada akhirnya Mukri memilih opsi lain untuk menghindarinya mengenakan kostum Santa Claus.

Berbeda dengan film “?” yang diprotes sebagian umat muslim, film “Guru Ngaji” dapat diterima oleh masyarakat penonton. Kendati demikian, topik yang diangkat dalam “Guru Ngaji” pun sebenarnya sudah menyerempet pada permasalahan yang sensitif. Kalau diamati secara utuh, film “Guru Ngaji” pun sama mengandung pesan positif, terutama toleransi beragama.

Maka, sepertinya tokoh Surya dalam film “?” diprotes bukan karena masalah pilihan profesional seorang aktor, tetapi bumbu ceritanya yang terlampau didramatisir, seperti adegan Surya yang

berlatih teater di dalam masjid, yang malah direstui oleh Ustadz yang mengajar di masjid tersebut. Latihan memerankan Yesus di masjid. Ditambah lagi pada saat pementasan teater di gereja, ada orang berpenampilan muslim yang ikut berpartisipasi menonton dan turut membagikan bingkisan Paskah kepada jemaat gereja. Toleransi beragama itu bukan berarti antar beragama dapat mengikuti setiap upacara keagamaan, kecuali dalam konteks tertentu. Titik berat toleransi adalah pada sikap, dengan lapang dada saling menghormati ajaran dan kepercayaan masing-masing.

Umat muslim protes terhadap penggambaran umat Islam yang turut memeriahkan acara Paskah di film “?”, tetapi di sisi lainnya umat muslim tidak protes ketika menonton adegan seorang muslim melaksanakan ibadah di gereja. Mereka tidak memperlakukan tokoh Rudy Habibie dalam film “Habibie Ainun 2” (2016) yang masuk ke gereja untuk beribadah. Tokoh Rudy yang beribadah di gereja, tidak menimbulkan kontroversi. Tentu, karena masyarakat pun paham akan konteks suatu cerita. Adegan cerita itu terjadi di Jerman, yang situasinya pada saat itu sangat sulit mencari masjid.

Film-film yang diniatkan untuk menanamkan sikap toleransi beragama atau mengangkat perbedaan pada dua atau lebih agama, meskipun tujuannya mulia, seringkali malah justru hampir tergelincir pada penajaman perbedaannya. Untuk itu, perlu kehati-hatian ekstra dalam penggarapan film yang bertema agama seperti itu. Semangat toleransi adalah upaya mencari persamaan, bukan mempertajam perbedaan. Maka wajar jika beberapa film yang di dalamnya menyentuh aqidah agama, diloloskan oleh pada klasifikasi usia dewasa. Hal ini sesuai dengan amanat peraturan perundangan. Film yang akan ditonton oleh orang dewasa tentunya hanya untuk disaksikan oleh masyarakat yang sudah dewasa, dan diharapkan bijak dalam memahami konflik suatu cerita, serta menarik kesimpulan hingga pesan moral dalam film yang diton-

tonnya.

Misalnya film “3 Hati, Dua Dunia, 1 Cinta” (2010) yang bercerita tentang seorang pemuda muslim di antara dua wanita, dan dikisahkan bahwa dia lebih menyayangi wanita yang beragama nasrani, “Cinta Tapi Beda” (2012) yang bercerita kisah cinta antara dua insan yang berbeda agama, sampai pada film “Lima” (2018) yang mengisahkan tiga saudara berbeda agama, yang lahir dari ibu seorang muslim (Maryam).

Dari tiga anaknya itu hanya ada satu orang yang beragama Islam, yaitu Fara. Ketika Maryam meninggal dunia, konflik di antara anak-anaknya terjadi, terutama dalam proses pemakaman. Konflik dalam keluarga itu pada akhirnya dapat diselesaikan dengan damai. Jenazah Maryam dimakamkan dengan syariat Islam, tetapi pada saat pemakaman itu diselingi kumandang do’a kristiani.

Adegan ini yang memerlukan pendalaman untuk secara bijak memahami dan memaknainya. Dialog Fara yang mengatakan “Dosanya biar kami yang tanggung...” tidak bisa menjadi suatu legitimasi dalam membenarkan sesuatu yang keliru dalam pandangan agama. Sebagai perbandingan yang kaitannya dengan aqidah, seorang perempuan yang belum bebas idah, diharamkan untuk menikah, sehingga penghulu tidak boleh menikahkan mereka meskipun mereka mengatakan “Dosanya biar kami yang tanggung...” Jadi, pada adegan pemakaman Maryam di film “Lima”, salahsatu yang menjadi bahan pertimbangan untuk dapat memakluminya adalah kondisi atau suasana kebatinan keluarga yang sedang dirundung dukacita dalam cerita tersebut.

Karya seni, termasuk film tentunya, merupakan salahsatu objek pemajuan kebudayaan, karena film merupakan karya seni. Dalam UU No. 5 Tahun 2017 tentang Pemajuan Kebudayaan disebutkan pada Pasal 5 bahwa seni merupakan salahsatu objek pemajuan kebudayaan. Setiap orang berkewajiban mendukung

pemajuan kebudayaan dan mempromosikan kebudayaan nasional Indonesia.

Ada sejenis “Indra Keindahan” dalam diri manusia yang sudah merupakan bawaan lahir, bukan hasil dari pendidikan. Keindahan ada di mana-mana dan dapat dikenali oleh semua orang. Kepantasan adalah salahsatu aspek dari keindahan yang mengemuka dalam sikap mawas ukuran dan mawas konsteks. Ada kepantasan dalam pengertian etis dan kepantasan dalam estetis. Keindahan senantiasa beriringan dengan kebaikan. Demikian menurut pandangan seorang pemikir, Cicero (106-43 SM), politikus dan retorikawan zaman peralihan dari republik ke keisaran Romawi. Pemikirannya bercorak eklektik, mencampur-adukan pandangan berbagai mazhab, seperti yang ditulis Martin Suryajaya dalam buku Sejarah Estetika (2016).

Menonton tayangan yang baik salahsatu refleksi dari pancaran “Indra Keindahan”. Hal ini jika dikaitkan dengan pemikiran bahwa sesuatu yang indah itu senantiasa beriringan dengan kegunaan. Cicero mengumpamakan tubuh manusia yang tersusun begitu indah yang disertai dengan fungsinya. Pun dalam menonton tayangan, tidak sekedar seru dan menarik disaksikan, tetapi adakah nilai edukasi di dalamnya? Adakah guna dan manfaatnya jika tayangan itu ditonton?

Dari sisi kreator dan penyelenggara penyiaran pun sebenarnya tentu sudah memahami hal-hal yang tidak pantas diproduksi atau ditayangkan. Jika tidak pantas, berarti tidak baik. Jika tidak baik, berarti tidak indah. Tanpa harus terbebani oleh keharusan mentaati regulasi, “Sang Indra Keindahan” jelas akan menyatakan bahwa tidak pantas membuat sebuah karya seni yang mendorong khalayak umum melakukan kekerasan dan perjudian serta penyalahgunaan narkotika, psikotropika, dan zat adiktif lainnya.

Tidak pantas melahirkan sebuah karya seni yang menonjolkan pornografi. Tidak pantas mempersembahkan karya seni yang

yang memprovokasi terjadinya pertentangan antarkelompok, antarsuku, antar-ras, dan/ atau antar golongan.

Tidak pantas menghadirkan karya seni yang menistakan, melecehkan, dan/ atau menodai nilai-nilai agama. Tidak pantas memproduksi karya seni yang mendorong khalayak umum melakukan tindakan melawan hukum. Tidak pantas pula mempersembahkan karya seni yang merendahkan harkat dan martabat manusia.

Seorang filsuf bernama Plato, puncak dari segala idea adalah idea yang baik. Maka sebuah karya seni ditentukan dari sejauh mana karya tersebut merealisasikan idea yang baik (dalam Sejarah Filsafat, Martin Suryajaya, Gang Kabel, Jakarta, 2016).***

Siaran Informasi dan Tantangan Industri Radio **Oleh : Achmad A. Basith, S.Ikom., M.Ikom**

Amanat Undang-undang no 32 tahun 2002 tentang Penyiaran (UU Penyiaran), fungsi Lembaga Penyiaran (LP) tidak sekadar sebagai media hiburan tetapi juga media informasi, pendidikan, serta kontrol dan perekat sosial. Fungsi informasi selama ini mendapatkan porsi yang lebih sedikit jika dibandingkan dengan hiburan. Padahal, Dari sekian banyak genre siaran, siaran informasi terbukti menjadi salah satu yang mampu membuat LP bertahan di tengah persaingan media yang kian sengit.

Lembaga Penyiaran di Jawa Barat yang saat ini jumlahnya 476 tentu memiliki bermacam genre atau format siaran yang berbeda-beda. Ada 221 radio lokal, 7 radio siaran berjaringan, 23 stasiun RRI, 8 lembaga penyiaran publik radio, dan 33 lembaga penyiaran komunitas radio. Sedangkan televisi terdiri dari 89 televisi berjaringan, 63 televisi lokal, 10 stasiun TVRI, 3 lembaga penyiaran komunitas televisi, dan 19 lembaga penyiaran berlangganan.

Untuk radio, siaran hiburan dengan memutar musik memang lebih dominan menjadi format yang dipilih oleh pengelola radio siaran di Jawa Barat. Format ini dipilih karena memang memiliki jumlah peminat yang tinggi, serta lebih sederhana dalam pengelolaannya. Bagi radio yang memiliki keterbatasan dari jumlah sumber daya manusia (SDM), radio yang menerapkan format musik, mengakalinya dengan memutar lagu secara terus-menerus, dengan diselingi insert atau suara penyiaran di tengah-tengahnya.

Jika radio hanya memutar lagu terus menerus, dipastikan radio akan ketinggalan. Karena radio akan dibandingkan dengan aplikasi musik yang lain seperti spotify, joox, noice dan yang lain.

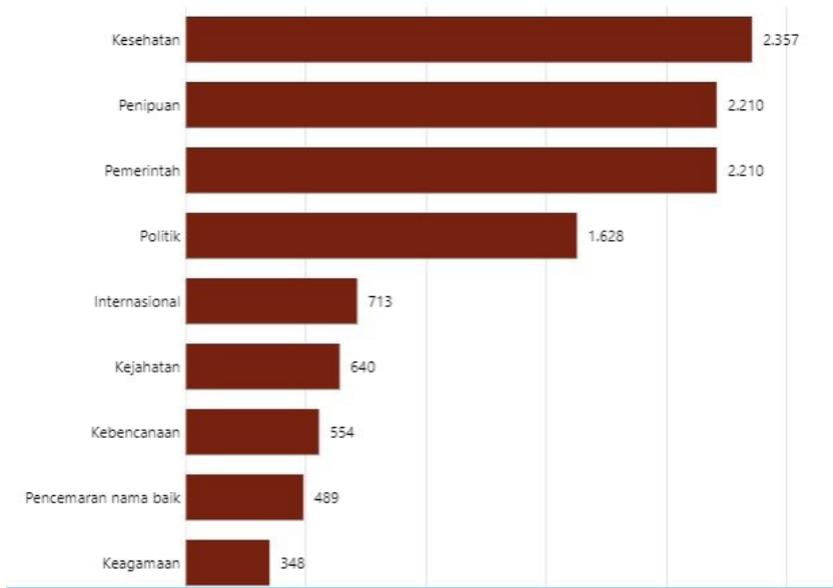
Karena jika hanya memutar lagu, aplikasi-aplikasi musik juga bisa melakukannya. Bahkan pendengar dimanjakan dengan fitur interaktif, bisa memilih sesuka hati lagu kesukannya.

Hal yang jadi pembeda antara radio dengan aplikasi musik adalah siaran informasinya. Radio dapat memaksimalkan siaran informasi dengan berbagai model. Bisa dalam bentuk insert, kilas informasi, atau bahkan full menjadi radio siaran informasi, yang sepanjang siaran isinya adalah siaran informasi dengan berbagai kemasan. Format ini terbukti sukses dilakukan oleh beberapa radio seperti Suara Surabaya (SS) di Surabaya, Elshinta di Jakarta, PRFM di Bandung, dan beberapa radio lainnya.

Siaran informasi, khususnya yang berbasis jurnalistik adalah ruh utama radio sebagai media massa. Jika tidak memiliki siaran informasi, radio tersebut hidup tapi tanpa ruh. Artinya mati secara fungsi sebagai media.

Sebagai pemerhati media tentu kita sudah akrab dengan istilah “badnews is goodness”. Ungkapan ini dinilai sebagai bentuk rendahnya kualitas informasi kita. Berita-berita “buruk” seperti peristiwa kejahatan, korupsi, perselingkuhan, adalah berita-berita yang dianggap baik dari sudut pandang bisnis, karena mendatangkan jumlah pendengar/pemirsa yang banyak dan berdampak pada iklan yang diperoleh. Namun sebenarnya bagi media yang paling menjadi kabar buruk adalah ketidakadaaan siaran informasi “No News is bad news!”

Di tengah disrupsi informasi yang menghasilkan banyak berita bohong atau hoax, radio siaran harus menyambil sikap. Menurut data Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo RI) Ada 12.547 Konten Hoaks Selama 5 Tahun Terakhir (Agustus 2018 – Desember 2023). Paling banyak hoax di bidang kesehatan.



Sumber: Kemnekominfo RI, diolah oleh katadata.coid

Edelmen Trust Barometer pada tahun 2012 pernah mengungkapkan, media massa seperti televisi, radio, juga media cetak mulai menggeser strateginya dalam mengemas siaran. Radio yang semula sebagai media penyampai informasi, sejak 2012 fungsinya berubah mejadi validator informasi, karena munculnya tsunami informasi di media sosial. “Jika belum disiarkan di radio informasinya belum bisa dipercaya”. Hasil riset ini mengembirakan sekaligus memacu pengelola radio untuk sedikit menggeser fungsi siaran informasinya, yang semula sekadar meyampaikan informasi, untuk selanjutnya harus menjadi validator atau penjernih informasi yang beredar.

Fenomena Radio Visual

Menghadapi tantangan perkembangan media, khususnya media berbasis internet. Sebagian radio mencoba menerapkan berbagai upaya untuk beradaptasi. Mulai dari mengelola media sosial, hingga memanfaatkan teknologi streaming dan juga audio on demand untuk menjangkau khalayak yang lebih luas. Bahkan ada beberapa radio yang berubah menjadi seperti televisi, dengan menggunakan teknologi audio visual. Radio yang semua hanya didengar, kini bisa dinikmati dalam gambar dan suara.

Inovasi radio bergambar ini memunculkan perdebatan. Sebagian ahli menganggap jika inovasi ini merupakan upaya untuk menambal kekurangan radio dari media baru yang bisa dinikmati oleh mata dan telinga. Namun sebagian ahli yang lain menganggap kemunculan radio visual ini tidak efektif untuk menarik perhatian khalayak. Malah membuat radio kehilangan identitasnya.

Penelitian yang dilakukan oleh Dian Novitasari dari Universitas Airlangga Surabaya menyatakan “Mayoritas informan menganggap bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan antara televisi dengan radio bergambar. Keseluruhan tayangan Radio Picture dianggap tidak menarik dan monoton karena pengemasan dan penyajian siaran terbilang kurang dan terlihat apa adanya. Sehingga para informan cenderung memilih kembali kepada radio sebagai media dengar tanpa adanya gambar”.

Hal tersebut membuktikan jika radio divisualkan, maka akan menghilangkan karakteristik utama radio sebagai media dengar. Sebagai media dengar tanpa ada visualisasi, radio memang memiliki kelemahan, namun juga memiliki kelebihan. Diantara kelebihan radio bisa dinikmati sambil melakukan aktivitas. Karakteristik radio sebagai media dengar cocok dikonsumsi oleh masyarakat komuter, yang sebagian aktivitasnya dilakukan di perjalanan.

Penyairan di Era Media Baru

Landscape media penyiaran telah berubah, pasca lahir dan berkembangnya media baru karena lahirnya internet. Upaya untuk memperebutkan perhatian khalayak kini lebih menantang. Model pengelolalaan zaman dulu, bisa jadi tidak sepenuhnya relevan. Karena khalayaknya berubah, karakteristiknya pun berubah, pola mengonsumsi medianya pun berubah.

Berbeda dengan radio, televisi adalah media yang pada dasarnya dintonon dengan penuh perhatian. Jika khalayak radio mendengar sambil melakukan aktivitas lain, khalayak televisi sejak awal kemunculannya menyaksikan televisi menggunakan perhatian penuh. Namun coba perhatikan sekarang, orang menyaksikan televisi tidak pernah lepas dari gadget di tangannya. Sehingga suara telfon, pesan percakapan, hingga notifikasi di handphone seketika mampu mendistraksi perhatian publik dari layar televisi. Saya jadi teringat pernyataan kawan yang seorang produser televisi berjaringan di Jakarta. “Kenapa sekarang presenter bola kita, begitu berapi-api, bahkan kadang teriak-teriak bikin kaget? Itu karena kalian nonton bolanya sambil pegang HP”. Betul juga ya!

Kehadiran telepon genggam, membuat sebagian besar perhatian khalayak terfokus padanya. Berdasarkan survei dari WeAreSocial, sedikitnya setiap orang menghabiskan waktu 8 jam per hari untuk bermain HP. Baik urusan pekerjaan, hiburan, atau bahkan sekadar mengisi waktu luang.

Kondisi ini membuat pekerja media penyiaran harus memutar otak lebih keras. Mereka harus berupaya untuk mempertahankan atau bahkan merebut kembali perhatian khalayak, sehingga audiens tidak bergeser. Karena bagi media, kehilangan perhatian sama dengan kehilangan jumlah pendengar/pemirsa, kehilangan pendengar/pemirsa, sama dengan kehilangan kepercayaan, kehilangan kepercayaan sama dengan kehilangan pengiklan, kehilangan

pengiklan sama dengan kehilangan pendapatan. Dan “bisnis” mereka akan terganggu.

Perubahan karakteristik khalayak karena perkembangan teknologi ini tentu tidak bisa dihindari. Mau tidak mau, pengelola media yang harus menyesuaikan diri. Mereka dituntut untuk berkonvergensi dengan media-media baru. Atau bahkan ada yang mengistilahkan “kawin” dengan media baru, meskipun praktiknya ada juga yang akhirnya kawin paksa. Seolah bersama, tapi tidak bisa berjalan beriringan. Ada yang terlalu dominan, sehingga tidak nampak saling menguatkan.

Sejak lahirnya internet, banyak praktisi radio yang sudah mengantisipasi dengan menggunakan teknologi website dan audio streaming. Pernah pada masanya, hampir setiap stasiun radio memiliki website yang dilengkapi fasilitas audio streaming di halamannya. Hal ini seolah menjawab tantangan digitalisasi bagi pengelola radio. Padahal faktanya, website yang dimiliki ternyata hanya berisi informasi tentang radionya. Semacam company profile versi online. Tidak pernah ada perbaharuan konten atau informasi aktual yang bisa jadi alasan audiens rutin mengunjungi websitenya. Sosial media, mulanya dikelola asal-asalan hanya sebagai pelengkap siaran saja.

Namun harus diakui ada sebagian pengelola radio siaran di Jawa Barat yang secara khusus melihat lahirnya internet yang diikuti teknologinya sebagai peluang baru. Mereka yang sudah terlatih membuat konten untuk radio terrestrial, lebih cepat beradaptasi dalam pembuatan konten di website maupun sosial media. Mereka paham segemntasi khalayak dan cara melayaninya. Hanya bedanya, jika sebelumnya khalayak radio, sekarang ditambah khalayak di sosial media.

Ekosistem Digital

Internet dan teknologi digital melahirkan ekosistem baru.

Ekosistem lintas negara dan membuka peluang bagi pelakunya untuk “bertarung bebas”. Pada satu sisi, ekosistem digital memberi kesempatan bagi para pelakunya untuk memiliki kesempatan yang sama sebagai pembuat konten, namun pada sisi yang lain ternyata melahirkan raksasa-raksasa baru, yang menguasai dari hulu ke hilir ekosistem ini. Yang akhirnya memaksa para penggunanya untuk menggunakan seluruh produk mereka.

Salah satu yang mungkin paling populer adalah ekosistem digital yang bangun oleh perusahaan google. Semula kita mengenalnya sebagai mesin pencari, tapi ternyata jauh dari itu, google terus berkembang menjadi berbagai layanan digital. Mulai dari email gmail, penyimpanan digital di google drive, peta digital di Google Map, aplikasi percakapan video secara online dengan Google meet, hingga layanan iklan digital menggunakan Google Adsens.

Melalui teknologi ini, pemilik konten digital tidak selalu harus memasarkan jasa iklan di mediana secara door to door ke pengiklan, melainkan secara otomatis konten dengan pengunjung banyak akan mendapatkan iklan digital. Google memang bukan satu-satunya ada pengelola iklan digital lain yang juga cukup populer seperti dable, MGID, Genee, Advernatif, props, dll. Di kalangan pelaku bisnis digital, iklan-iklan ini dikenal sebagai Programmatic ads atau natif ads. Adsens hanya salah satunya.

Model bisnis ini semula mungkin terasa asing bagi pengelola radio siaran, karena punya model yang berbeda dengan model bisnis yang selama ini dijalani oleh radio. Tidak adanya data yang presisi atas kinerja siaran radio, membuat pengiklan kebingungan menentukan Key Performant Indicator (KPI) jika beriklan di radio. Belakangan yang kemudian banyak dipikirkan oleh para aktivis-aktivis radio siaran di Indonesia. “Berapa yang dengar iklan saya di radio? Kalau di digital kan jelas, ada sekian orang yang lihat iklan saya,” ujar salah satu biro iklan yang sering diceritakan

para marketer radio dalam berbagai forum.

Digital tidak hanya memberi banyak peluang, tetapi juga membeikan pelajaran bagi pengelola radio siaran, jika data audiens kita sangatlah penting. Sehingga sudah seharusnya pengelola radio siaran memiliki data pendengar yang valid dan terus diperbaharui setiap periode waktunya. Keberadaan data akan membantu pengiklan dalam membuat analisis terhadap pemasaran produk yang mereka miliki.

Potensi ekonomi yang terus tumbuh pada ekosistem digital, sudah sepatutnya jadi perhatian pengelola radio. Jangan sampai hasilnya hanya dinikmati pemain-pemain baru. Sebagai yang sudah berpengalaman membuat dan mengelola konten media, orang radio sudah seharusnya menjadi yang paling cepat berkonvergensi dan memanfaatkan peluang-peluang ini.

Sudah saatnya keberadaan website dan sosial media, bukan lagi sebagai sampingan, tetapi sebagai pemberi nilai tambah atau bahkan diposisikan pada garda terdepan dalam melayani publik dan menggaet potensi pengiklan baru.

Fokus ke Radio

Berbagai inovasi yang dilakukan oleh pengelola radio siaran memang baik, hal itu ditujukan untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi saat ini. Namun bukan berarti radio harus menjadi seperti televisi. Masing-masing media memiliki karakteristik yang berbeda dan unggul. Radio sebagai media massa dengar harus fokus kembali kepada karakteristiknya sebagai media audio. Lebih baik menguatkan karakteristiknya dibanding berupaya untuk menjadi seolah-olah seperti televisi dengan radio visual.

Karakteristik radio sebagai media massa dengar yang selama ini dipercaya oleh publik harus dikuatkan. Radio tidak hanya sebagai media hiburan tapi harus sebagai sumber informasi ter-

percaya, di tengah menjamurnya berbagai macam informasi di sosial media yang rawan sekali hoax. Radio harus jadi verifikator atau validator informasi yang ada di sosial media. Masyarakat harus diedukasi jika kabar yang beredar belum tentu benar dan masih diragukan kebenarannya. Namun jika informasi sudah disiarkan oleh radio sudah bisa dipastikan informasi itu benar, karena proses penyiaran di radio sudah melewati berbagai tahapan yang cukup rumit, mulai dari reporter, koordinator liputan, produser, pemimpin redaksi sampai akhirnya informasi itu bisa disampaikan oleh penyiar.

Fungsi kepemimpinan khalayak

Sejarah menunjukkan bahwa radio selalu mampu menjadi pemimpin khalayak. Radio mampu menggerakkan orang dari satu tempat ke tempat lain, atau bahkan dari tidak mengkonsumsi jadi mengkonsumsi. Keefektifan radio ini terbukti dari berbagai aktivitas yang selama ini ada. TV memang efektif untuk memperkenalkan produk dan membangun awareness melalui siarannya, namun keputusan membeli salah satunya dipengaruhi oleh radio.

Contoh lain yang juga menunjukkan bahwa radio punya kemampuan untuk menggerakkan masyarakat dari satu tempat ke tempat yang lain adalah event yang diselenggarakan oleh radio. Seperti jalan sehat atau event sejenis di radio selalu mampu mengumpulkan massa dengan jumlah yang sangat besar. Ribuan orang datang untuk mengikuti kegiatan yang diselenggarakan oleh radio. Massifnya masyarakat yang mengikuti kegiatan, menjadi salah satu bukti bahwa radio masih cukup efektif untuk membuat orang bergerak mengikuti apa yang disampaikan atau disiarkan. Maka melihat fakta itu radio diharapkan kembali pada “khitohnya” sebagai media massa dengar yang mampu menjadi sumber informasi terpercaya dengan karakteristik uniknya. Kalaupun harus berinovasi bukan berarti menggantikan karakteristik utamanya.

Sosial media dan platform digital fungsinya sebagai pelengkap dan penunjang siaran radio. Radio boleh memanfaatkan platform audio visual untuk mendukung siaran, namun bukan seluruh siaran yang divisualkan, tapi cukup highlight highlight siaran. Pendengar dapat menikmati versi lengkapnya di siaran radionya.

Mengapa radio dengan siaran informasi terbukti mampu bertahan secara bisnis hingga saat ini? Radio dengan siaran informasi memiliki peluang untuk bermitra dengan pemerintahan. Pemerintah adalah salah satu sektor yang memiliki budget yang besar bersumber dari APBD dan APBN. Bahkan dalam masa pandemi atau masa kesulitan ekonomi, pemerintah masih memiliki uang yang bisa didistribusikan sebagai iklan di media-media, berbeda dengan swasta yang selama pandemi harus habis-habisan memangkas budget promosinya.

Kerjasama iklan pemerintahan bisa dilakukan dalam bentuk siaran informasi. Radio bisa menyiarkan informasi-informasi yang berkaitan dengan permasalahan publik dan dikonfirmasi kepada pemerintah. Radio menjadi pen jembatan komunikasi antara publik dengan pemerintahan.

Kerjasama juga dapat dilakukan untuk program sosialisasi. Pemerintah memiliki banyak program, mulai dari tingkat kebijakan pimpinan, sampai kedinasan. Berbagai program itu harus disosialisasikan kepada masyarakat.

Program kerjasama yang lain adalah media konsultasi. Berbagai kebijakan yang diputuskan oleh pemerintah harus mendapatkan pertimbangan dari publik atau dengan bahasa lain harus melalui proses uji public. Semisal program rancangan peraturan daerah (Perda) yang disusun oleh Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) selain dibahas oleh wakil rakyat di DPRD, juga harus mendapatkan masukan public melalui mekanisme uji public. Publik harus mengetahui regulasi yang sedang disusun oleh DPRD. Nah proses itu bisa di jembatani oleh radio.

Selanjutnya adalah iklan atau promosi program pemerintahan. Pemerintah memiliki banyak sektor-sektor yang harus dipromosikan, mulai dari program-program strategis seperti penanganan stunting, Keluarga Berencana (KB), juga promosi hidup sehat, hingga promosi potensi pariwisata di daerah masing-masing. Promosi melalui radio adalah salah satu cara efektif yang dapat dilakukan untuk menjangkau masyarakat hingga ke pelosok-pelosok.

Berbagai program kerjasama dalam bentuk siaran informasi, sosialisasi, konsultasi, promosi kebijakan kinerja potensi daerah dan permasalahan dapat disiarkan melalui radio dan mengundang interaksi dari pendengar untuk bisa menanggapi berbagai program yang dimiliki oleh pemerintah. Hal ini penting sehingga membuat warga masyarakat mengetahui apa saja yang tengah dilakukan pemerintah, sementara pemerintah juga dapat mensosialisasikan program kerja yang tengah dilaksanakan.

Radio adalah brand

Sebagai media massa yang berbasis audio, radio yang sudah menekuni bisnis selama berpuluh-puluh tahun dapat mengembangkan bisnisnya ke sektor-sektor lain. Nama radio bukan hanya identitas bagi radio siaran, tapi nama itu adalah brand yang bisa dikembangkan menjadi produk-produk lainnya, yang punya nilai dan manfaat secara bisnis. Seperti di Jawa Barat, ada radio siaran yang memiliki bisnis hotel dengan brand yang sama dengan radionya. Ada pula radio yang memiliki lebih dari 5 rumah makan dengan brand yang berbeda-beda, namun secara bisnis juga saling mendukung bagi bisnis radio. Kemudian ada pula radio memiliki tempat wisata. Tempat wisata itu dipromosikan di radio. dan sebagian dari penghasilan dari tempat wisata itu juga dialokasikan untuk beriklan di radio.

Kolaborasi antara satu unit usaha dengan unit usaha yang lain

yang diterapkan di radio menjadi salah satu model bisnis yang menarik dilakoni oleh radio. Fakta membuktikan, pada era disrupsi seperti saat ini, diversifikasi usaha salah satu kunci radio siaran mampu bertahan, tidak hanya mengandalkan dari satu sumber pemasukan dari iklan saja. Tetapi juga bersumber dari income lain yang didapatkan dari unit usaha yang lain.

Membangun siaran informasi

Meski dipahami sebagai sesuatu yang sangat penting ada di radio dan membedakan radio dengan pemutar musik lainnya, siaran informasi memang tidak mudah untuk diproduksi. Memproduksi siaran informasi tentu berbeda dengan memproduksi siaran hiburan. Memproduksi siaran informasi memiliki tingkat kesulitan yang lebih tinggi. Pertama, siaran informasi harus dilakukan oleh orang-orang terlatih atau memiliki keilmuan dan pengetahuan khusus di bidang komunikasi atau jurnalistik. Kedua, siaran informasi membutuhkan jumlah SDM yang lebih banyak. Setidaknya Ia membutuhkan reporter di lapangan, redaktur atau get keeper yang ada di studio, serta penyiar yang memahami wawasan informasi. Ketiga, secara budget siaran informasi membutuhkan biaya yang lebih besar; mulai dari biaya produksi seperti liputan ke lapangan dengan berbagai elemennya, kemudian di studio untuk menelepon narasumber membutuhkan biaya telepon yang tidak murah, hingga untuk mengundang narasumber ke studio juga butuh biaya-biaya produksi yang patut dipertimbangkan. Maka dapat dipahami mengapa tidak banyak radio siaran yang mampu atau mau memproduksi informasi secara mandiri.

Meski sudah memiliki kekuatan dalam finansial, SDM dan peralatan, memproduksi siaran informasi tidak mudah. Salah satu cara memproduksi siaran informasi yang lebih hemat adalah dengan menerapkan konsep citizen journalism (CJ). Selain punya kemewahan dalam mewadahi suara-suara publik, siaran dengan

konsep CJ mampu menghemat jumlah SDM. Setidaknya pengelola radio cukup menyiapkan redaktur atau get keeper yang mumpuni, sehingga mampu mengolah berbagai informasi yang masuk dari pendengar menjadi sajian informasi yang menarik dan terverifikasi. Sementara informasi awal atau bahan baku dapat disuplai oleh masyarakat yang jumlahnya ribuan, dari berbagai tempat.

Pertanyaan selanjutnya, apakah masyarakat dengan serta merta mau melaporkan informasi ke radio siaran? Tentu tidak! Mereka harus diberi contoh dan pemahaman jika radio yang mereka dengar itu menerima siaran informasi. Sehingga masyarakat bisa melaporkan berbagai informasi yang ada di sekitarnya untuk kemudian ditindaklanjuti atau diteruskan oleh radio kepada pihak yang berwenang.

Hadirnya teknologi platform digital juga memudahkan siaran informasi untuk diproduksi. Jika dahulu reporter melaporkan informasi dari berbagai tempat kejadian harus menggunakan teknologi siaran yang cukup rumit, saat ini reporter bisa menyampaikan informasi dengan perkembangan teknologi melalui telepon, WhatsApp call, atau bahkan Zoom dan berbagai teknologi lainnya yang bisa diakses menggunakan platform digital yang ada di handphone reporter.

Teknologi digital juga bisa dimanfaatkan oleh radio siaran, mulai dari menggalang informasi dari laporan warga melalui Facebook Chat atau melalui inbox Instagram dan berbagai platform yang lain. Intinya, publik dimudahkan untuk bisa menyampaikan informasi sebagai bahan baku siaran radio melalui berbagai saluran yang tersedia di sosial media.

Komodifikasi Siaran Agama di Lembaga Penyiaran

Jawa Barat

Roni Tabroni

(Komisioner KPID Jawa Barat dan Dosen Ilmu Komunikasi UM Bandung)

Siaran Agama di Lembaga Penyiaran

Sebagai sebuah industri, Lembaga Penyiaran (LP) baik televisi maupun radio memiliki rakam pilihan untuk menayangkan atau menyiarkan kontennya kepada audiens. Sebagai industri, tentu saja LP memiliki pertimbangan yang begitu ketat terhadap apa-apa yang akan disiarkannya -- bahkan ketika LP ini menentukan format siarannya.

Dengan menggunakan frekwensi yang notabene merupakan milik publik, setiap pengelola LP memiliki tanggung jawab terhadap setiap konten yang disiarkannya. Selain hanya menghindari dari pelanggaran yang tertera di P3SPS, setiap LP juga biasanya memiliki tanggungjawab dengan memberikan konten yang positif, edukatif, bahkan menguatkan integrasi nasional dan juga sisi spiritual publik.

Di antara banyak pilihan program di LP baik televisi maupun radio adalah konten yang terkait dengan keagamaan dengan beragam kemasan. Ada konten agama yang dibawakan dengan ceramah monolog, ada yang melalui percakapan (dialog), ada yang dalam kemasan motivasi agama, ada murotal, ada juga yang dikemas dalam kisah-kisah, lantunan musik religi dan lain sebagainya. Yang jelas konten berbasis agama senantiasa hadir di LP setiap harinya.

Sebenarnya, jika melihat potensi audien, dimana Jawa Barat merupakan masyarakat yang begitu religius, memiliki potensi

pasar yang sangat luas. Dipastikan karena pertimbangan pasar itulah menyebabkan televisi dan radio tidak bisa meninggalkan program keagamaan di dalam siarannya. Padahal jika melihat format siaran, sebenarnya ada yang khusus seperti format “siaran religi.” Namun nyatanya, apapun format siarannya, LP di Jawa Barat baik televisi maupun radio selalu menyertakan konten keagamaan, terutama Islam -- selain agama lain.

Dari LP yang jumlahnya 476, program keagamaan selalu menghiasi layar kaca dan suara dari radio dengan kreatifitasnya masing-masing. Kehadiran konten keagamaan di LP yang begitu merata menunjukkan bagaimana sebuah industri selain memiliki kepedulian terhadap konten agama, juga memahami bagaimana menyantuni kebutuhan pasar -- yang religius tadi. Sehingga, secara bisnis, kehadiran konten agama tentu tidak ujug-ujug dan iseng semata, tetapi melalui pertimbangan matang setidaknya untuk memenuhi permintaan langsung maupun tidak langsung dari publik Jawa Barat. Dengan demikian, maka LP dapat menjual program siaran keagamaan tersebut kepada para pengiklan, terlebih yang memiliki jamaah tetap, loyal dan massif. Dalam studi kritis, perilaku industri media dalam mengangkat isu-isu keagamaan ini disebut sebagai proses komodifikasi.

Komodifikasi Agama

Apa yang dimaksud dengan komoditas tiada lain merupakan bentuk tertentu dari produksi yang diorganisasikan melalui proses pertukaran. Secara maknawi komodifikasi merupakan perubahan nilai guna menjadi nilai tukar¹. Komodifikasi dapat juga didefinisikan sebagai proses mengubah barang dan jasa, termasuk komunikasi, yang dinilai karena kegunaannya, menjadi komoditas yang dinilai karena apa yang akan mereka berikan di pasar². Untuk memiliki nilai tukar, sebuah komoditas memerlukan pros-

¹ Mosco, *The Political Economy*, 17

es kemasan tertentu sehingga mendapatkan keuntungan.

Dalam kajian komodifikasi, setidaknya ada tiga tipe yang penting untuk diperhatikan yaitu komodifikasi isi, komodifikasi khalayak, dan komodifikasi tenaga kerja (jurnalis). Melalui tiga tipe komodifikasi tersebut, bagaimana proses transformasi barang dan jasa dari nilai gunanya menjadi komoditas yang berorientasi pada nilai tukarnya di pasar. Karenanya pelibatan para awak media, khalayak pembaca, pasar, dan negara menjadi keniscayaan, apabila masing-masing di antaranya mempunyai kepentingan.

Sebagai industri, Lembaga Penyiaran (LP) dalam menjalankan kerja penyiarannya dipastikan tidak lepas dari unsur ideologi tertentu yang menggerakkannya. Karenanya tulisan ini akan mengkaji aspek ideologi media ini dengan menggunakan teori ekonomi politik media yang bernuansa kritis, agar dapat memahami bagaimana “hyper-komersialisme” telah memengaruhi lanskap LP dan juga praktik budaya yang amat menekankan pada pemujaan pasar. Pada dasarnya, teori ekonomi politik bersifat kritis, sehingga dalam media dipandang sebagai sistem produksi, distribusi dan konsumsi bentuk-bentuk simbolik yang kian memerlukan mobilisasi sumber daya sosial yang langka secara material dan kultural³.

Golding dan Murdock merupakan orang yang konsen dalam mengkaji studi ekonomi politik. Menurutnya ekonomi politik dibagi dalam dua varian besar, yaitu ekonomi politik liberal dan ekonomi politik kritis. Ekonomi politik liberal, fokus kajian utamanya terdapat pada proses pertukaran pasar dimana individu sebagai konsumen mempunyai kebebasan untuk menentukan komoditas-komoditas yang sedang bersaing berdasarkan pada asas manfaat dan kepuasan yang ditawarkan oleh komoditas tersebut.

Sedangkan ekonomi politik kritis menurut Golding dan Mur-

² Mosco, *The Political Economy*, 156

³ Nicholas Garnham, “Emancipation, the Media, and Modernity: Arguments about the Media and Social Theory” (New York: Oxford University Press, 2000): 39.

dock menempatkan ekonomi politik media mereka pada pendekatan kritis yang menekankan pada beberapa isu sentral. Pertama, holistik. Hal ini dimaksudkan bahwa kajian ekonomi politik kritis meneliti keseluruhan interelasi antara dinamika sosial, politik dan budaya dalam suatu masyarakat dan menghindari kecenderungan untuk mengabstraksikan realitas-realitas sosial kedalam teori ekonomi dan politik. Dalam memulai analisisnya, yang harus dilakukan pertama kali adalah meletakkan media dalam totalitas sistem yang lebih luas sebagai bagian integral dari proses-proses ekonomi, sosial dan politik yang berlangsung di masyarakat. Kedua, historis. Ekonomi politik kritis berusaha menjelaskan secara memadai bagaimana perubahan-perubahan dan dialektika yang terjadi berkaitan dengan posisi dan peranan media komunikasi dalam sistem kapitalisme global. Ketiga, praksis. Ekonomi politik kritis mempunyai perhatian terhadap segi-segi aktivitas manusia yang bersifat kreatif dan bebas dalam rangka untuk mengubah keadaan, terutama ditengah arus perubahan sosial dan kapitalisme. Pendekatan praksis memandang bahwa pengetahuan adalah produk interaksi dan dialektika antara teori dan praktik secara terus menerus⁵.

Teori ekonomi politik memiliki kekuatan pada tiga hal yaitu berfokus pada bagaimana dibangun dan dikendalikan, menawarkan penyelidikan empiris mengenai keuangan media⁶, dan mencari hubungan antara proses produksi konten media dan keuangan media. Karena bersifat kritis, teori ini mengajukan pertanyaan-pertanyaan sesuai dan menyediakan cara-cara pengganti untuk menafsirkan peran sosial media⁷. Untuk itu McQuail (2005) menyebut ekonomi politik sebagai; *The original word for theoretical, but for some time used to critical theorists working in the neo-Marxist tradition to refer to a general view of media and*

⁴ Peter Golding dan Graham Murdock. "Culture, Communications and Political Economy" dalam James Curran dan Michael Gurevitch, "Mass Media and Society" (London: Edward Arnold, 1991): 15 -30.

⁵ Agus Sudibyo. "Ekonomi Politik Penyiaran." (Yogyakarta: LKiS, 2004): 8.

⁶ Stanley J. Baran, dan Dennis K. Davis. "Teori Komunikasi Massa Dasar: Pergolakan, dan Masa Depan." (Jakarta: Salemba Humanika, 2010): 263.

⁷ Baran dan Davis, Teori Komunikasi, 252

*society in which material (economic) factors play a determining role and in which politics is primarily about economic power*⁸.

Ideologi LP Berbasis Agama

Sebagai institusi sosial, LP yang juga menjadi bagian dari media, memiliki kepentingan yang bersifat ideologis untuk menjamin keberlangsungannya operasional dan memperkuat pengaruhnya di masyarakat. Secara ilmiah, LP dan juga jurnalisisme merupakan kajian dari ilmu sosial yang berfungsi menyampaikan konten atau wacana kepada publiknya. Ideologi di dalam media menurut Eriyanto, dibangun oleh kelompok dominan dengan tujuan mereproduksi dan melegitimasi dominasi mereka dengan strategi utama yaitu membangun kesadaran khalayak⁹.

Keragaman genre LP baik yang bernuansa umum, spesifik menunjukkan pada tema tertentu, maupun yang bersifat keagamaan, tidak menafikan keberadaan ideologi di dalamnya. Sebagai industri, LP memiliki benang merah yang sama karena hadirnya kaum dominan dalam strata sosial yang ada di dalamnya. Kesamaan yang berlaku umum yaitu adanya kepentingan komersial yang menjadikan media melakukan berbagai kebijakan yang berorientasi untuk menguatkan dominasinya. Begitupun LP yang bernuansa keagamaan seperti format religi, justru memiliki simbol-simbol agama yang sangat kental.

Walaupun agama dipahami sebagai kepercayaan ataupun keyakinan yang membimbing pada umatnya dalam menentukan tindakan-tindakan tertentu, namun lebih spesifik agama juga menjadi instrumen nilai yang dapat menjadi pedoman dalam berbagai aktivitasnya¹⁰. Keterbatasan manusia dalam menghadapi realitas sosial dengan pendekatan teknologi dan ilmu pengetahuan lainnya, mendorong manusia untuk menyandarkan segala urusannya

⁸ Denis McQuail. "McQuail's, Mass Communication Theory, 5th ed." (New Delhi. Sage Publication, Pvt Ltd. 2005).

⁹ Eriyanto, Analisis Wacana, Pengantar Analisis Teks Media, Cet. VII, (Yogyakarta: LKIS, 2009), hlm. 13.

¹⁰ Peter L. Berger dalam Dadang Kahmad, Sosiologi Agama, (Bandung: Rosda, 2000), hlm. 119

pada hal-hal yang bersifat transendensi.

Namun, ideologi LP dimanapun itu -- kecuali komunitas -- memiliki kecenderungan ke arah ekonomi politik. Dengan kecenderungan tersebut kemudian kelompok dominan menjadikan agama sebagai alat untuk melakukan komodifikasi. Situasi seperti ini dapat berlaku kapan saja, selama ada kesempatan untuk melakukannya secara leluasa. Karenanya menurut Mas'ood, keterlibatan emosi dan perasaan ideologis yang sama lah yang membuat orang menjadi bagian dari perkembangan isu agama di media¹¹.

Dengan ideologi yang dipegangnya, maka LP mendahulukan kepentingan ekonomi politiknya sebagai basis dari aktivitas media massa dalam melakukan pemberitaan. Agama dalam hal ini menjadi memiliki kekuatan ideologis yang pada titik tertentu dapat mempertemukan berbagai kepentingan. Dengan alasan keagamaan maka media dapat mengambil keuntungan bagi dirinya berdasarkan ideologi yang diyakininya.

Apa yang menjadi strategis di sini yaitu bagaimana agama diperlakukan oleh LP menjadi instrumen untuk memobilisasi pembaca. Caranya adalah melakukan produksi nilai-nilai ideologis yang bersumber pada pemahaman keagamaan tertentu. Maka dalam konteks inilah semua LP di Jawa Barat menjadikan konten keagamaan sebagai konten yang sangat strategis karena memiliki nilai jual tinggi.

Di dalam dunia LP, walaupun menggunakan simbol-simbol agama, apa yang disebut dengan ideologi memiliki orientasi kepentingan ekonomi. Kehadiran agama dalam ruang LP lebih cenderung hanya sebagai simbol identitas atau bentuk komitmen kolaboratif antara LP dan kelompok ideologis. Simbolisasi dengan pendekatan keagamaan ini dipastikan dapat memberikan keuntungan kapital bagi kaum dominan karena kehadiran pasa

¹¹ Mohtar Mas'ood, *Ekonomi Politik Internasional dan Pembangunan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), hlm. 3-4

(audiens atau pasar) yang dimilikinya memiliki korelasi ideologi tertentu.

Atas alasan tersebut maka Shomaker dan Reese memastikan bahwa setiap peristiwa yang ada dalam media sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor yang disebut dengan lingkaran pengaruh. Di antara yang mempengaruhi konten media yaitu individu, wartawan dan awak media lain, rutinitas kerja, organisasi, faktor eksternal dan di lingkaran luar ada ideologi. Dengan demikian, segala aktivitas yang ada di dalam media tidak lepas dari ideologi yang diyakininya¹².

Lembaga Penyiaran Sebagai Ruang Komodifikasi

Untuk lebih memastikan dari mana perubahan posisi konten yang tadinya memiliki fungsi tertentu menjadi berubah pada nilai jual. Dalam hal ini Mosco menjelaskan bahwa media massa dalam hal ini LP, dalam masyarakat kapitalis telah memperluas proses produksi komoditas dengan, antara lain, menghasilkan pesan yang mencerminkan kepentingan¹³. Untuk itu, media massa menjadi sangat penting karena kehadirannya menjadi tempat produksi komoditas. Statement Mosco juga menegaskan bahwa tidak ada media yang bebas dari kepentingan. Jika pun proses komodifikasi pada LP tidak berwujud konten berita, maka akan muncul dalam bentuk iklan atau kemasan konten lainnya. Melalui media inilah sebuah ideologi akan diperjuangkan, sebab kehadirannya akan terintegrasi dalam seluruh aktivitas kerja jurnalisisme baik pada SDM, audien maupun kontennya itu sendiri. Sebuah ideologi ada dalam proses produksi¹⁴.

Di masa yang lebih kekinian, media baru yang lahir beserta muncul dan berkembangnya internet, telah membuka komodifikasi baru yang lebih maksimal yang secara khusus mengacu pada

¹² Shomaker, Pamela J & Reese, Stephen D. (1991). *Mediating the Message, Theories of influence on Mass Media Content*. New York dan London : Longman

¹³ Mosco, *The Political Economy*, 134

¹⁴ Mosco, *The Political Economy*, 135

transformasi komunikasi, termasuk data, kata, gambar, gambar bergerak, dan suara, ke dalam bahasa yang sama. Digitalisasi memberikan keuntungan besar dalam kecepatan transmisi dan fleksibilitas atas bentuk komunikasi elektronik sebelumnya yang sebagian besar bergantung pada teknik analog. Dengan LP yang terdigitalisasi, proses komodifikasi menjadi lebih massif dan sangat cepat. Radio dan televisi yang tadinya hanya terbatas pada ruang frekwensi seperti wilayah layanan misalnya, kemudian menjadi lebih luas dan massif lagi.

Komodifikasi melalui kegiatan komunikasi elektronik sekarang dapat dipecah menjadi paket-paket dan dikirim ke jalur yang berbeda di sepanjang jaringan telekomunikasi untuk digabungkan kembali di tempat tujuan, sehingga memastikan penggunaan jaringan yang paling efisien¹⁵.

Sebagai bentuk keseriusan dalam melakukan komodifikasi, LP biasanya mengangkat konten seperti siaran agama lalu mengkonstruksinya. Insan penyiaran melakukan kerja dengan menangkap realitas di balik konten siaran, mulai dari proses pencarian, pengumpulan, produksi dan penyampaian pesan yang melibatkan agen pengkonstruksi. Tuchman memastikan bahwa media senantiasa mengikutsertakan perspektif dan cara pandang mereka dalam menafsirkan realitas sosial¹⁶. Seperti halnya para pendakwah yang senantiasa menyampaikan muatan keagamaan berdasarkan kepentingan dari pemilik LP-nya.

Yang lebih operasional, dalam melakukan komodifikasi, LP senantiasa menentukan aspek-aspek yang ditonjolkan sesuai dengan muatan kepentingan atau ideologinya. Pada bagian inilah seorang wartawan menentukan struktur berita yang sesuai dengan kehendaknya, dari sudut pandang mana sebuah objek akan diberitakan, bagian mana yang akan dipertebal dan bagian mana yang akan dihilangkan sama sekali. Termasuk dari sisi narasum-

¹⁵ Longstaff, Patricia (2002) *The Communications Toolkit*. Cambridge, MA: MIT Press

¹⁶ Tuchman, G. (1978). *Making News: A Study in the Construction of Reality*. New York: Free Press. Hal. 262

ber, siapa yang akan digunakan dan mana yang tidak. Semua ini dilakukan karena pada hakikatnya pekerjaan LP yaitu mengkonstruksi realitas. Maka segala sesuatu yang termuat dalam media tidak lain merupakan realitas yang telah dikonstruksi. Sedangkan konstruksi yang dimuat media sesungguhnya bersumber dari kepingan-kepingan realitas.

Untuk melakukan konstruksi atas realitas, media menggunakan bahasa sebagai alatnya. Dari bahasa dan materi bahasan yang diangkat maka publik dapat menentukan sebuah ideologi dari setiap LP, sebab dari tema dan bahasannya ada cerminan dari hal-hal yang dintonjolkan. Dalam produk jurnalistik misalnya, bagaimana LP melalui bahasa jurnalis dapat mengisahkan hasil reportasenya dan memberikan makna atasnya berdasarkan pada ideologi media tersebut, kemudian disajikan dalam berbagai bentuk baik itu berita langsung, *feature*, berita mendalam, maupun berita investigasi¹⁷.

Untuk itulah maka Eriyanto memastikan jika berita merupakan hasil akhir dari proses kompleks dengan menyortir (memilah-milah) dan menentukan peristiwa dan tema-tema tertentu dalam satu kategori tertentu¹⁸. Karenanya, sebuah teks berupa berita tidak bisa disamakan seperti sebuah cerminan apa adanya dari realitas melainkan konstruksi atas realitas. Dalam praktiknya, sangat potensial terjadi peristiwa yang sama dikonstruksi secara berbeda. Setiap wartawan pada dasarnya mempunyai pandangan dan konsepsi yang berbeda ketika melihat suatu peristiwa, dan itu dapat dilihat dari bagaimana mereka mengkonstruksi peristiwa itu. Realitas diamati oleh wartawan dan diserap dalam kesadaran wartawan. Dalam proses eksternalisasi wartawan menceburkan dirinya untuk memaknai realitas. Kemudian konsepsi tentang sebuah fakta diekspresikan untuk melihat realitas. Hasil dari berita adalah produk dari proses interaksi dan dialektika tersebut¹⁹.

¹⁷ Sobur, Alex. 2002. Analisis Teks Media. Remaja Rosdakarya: Bandung. Hal. 89

¹⁸ Eriyanto. (2002). Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media. Yogyakarta: LkiS. Hal. 102

¹⁹ Eriyanto, Analisis Framing, 17

Kehadiran sebuah berita dalam LP tiada lain merupakan hasil transaksi antara pihak LP dengan narasumbernya. Seperti halnya dalam realitas berita yang diangkat misalnya, sumber realitas utama pada dasarnya bukan apa yang senyatanya ada dalam kehidupan. Apa yang dimaksud dengan realitas berita sesungguhnya terpendalam di dalam alam dan tipe hubungan sosial dan budayalah yang berkembang antara jurnalis dan sumber-sumbernya. Realitas berita juga berada dalam politik pengetahuan yang mucnul di setiap *news beat*.²⁰ Semua berita telah melalui sebuah seleksi, di sana ada penekanan terhadap suatu aspek tertentu, kemudian menyamarkan hal lain yang tidak dikehendaki oleh media.

Karenanya, konstruktivisme memandang bahwa LP telah mengkonstruksi konten media sekaligus mendistribusikannya kepada masyarakat. LP dalam hal ini tidak mungkin menjadi institusi yang netral, artinya ia merupakan entitas sosial yang sangat dipengaruhi oleh sumber dari internal maupun eksternal LP. Bahkan, sebagai konsumen, masyarakat pun melakukan konstruksi terhadap pesan-pesan yang mereka dapatkannya. Untuk itu bisa dipastikan bahwa LP merupakan instrumen ideologi, yang dengannya sebuah kelompok kepentingan tertentu menyebarkan pengaruhnya kepada kelompok yang lain. Media atau LP kemudian mendefinisikan dan menafsirkan sebuah realitas sosial berdasarkan ideologi yang dianutnya²¹.

Realitas sendiri terbentuk berdasarkan dua cara yaitu oleh bahasa dan penandaan politik. Yang dimaksud dengan penandaan politik tiada lain merupakan praktik sosial dalam proses pembentukan makna, mengontrol dan menentukan makna. Di sini LP berperan dalam menandakan peristiwa atau realitas dalam pandangan tertentu. Sehingga dalam pandangan Gamson, proses konstruksi sosial ini terjadi dalam dua level yaitu level individu

²⁰ Eriyanto, Analisis Framing, 31

²¹ Agus Sudibyo, Politik Media dan Pertarungan Wacana. (Yogyakarta: Lkis, 2001). Hal 55

atau level interpretatif, juga level wacana atau kultural²².

Untuk lebih memastikan bagaimana kerja LP dalam melakukan komodifikasi, tidak lepas dari banyak lapisan praktik siaran yang mempengaruhinya. Karenanya, apa yang terjadi di LP tiada lain merupakan akumulasi dari lima pengaruh yang sangat kuat setidaknya menurut Shoemaker dan Reese, yaitu faktor individual, rutinitas, organisasi, ekstra media, dan ideologi²³.

Akhirnya praktik komodifikasi pada dasarnya bukan tanpa disengaja, sebab media sebagai industri memiliki kepentingan pragmatis dan ideologi sehingga bagaimana dan kemana LP itu dijalankan. Insan penyiaran sebagai aparatus kapitalis senantiasa mengamankan ideologi dan kepentingan LP dengan menjalankan ritual penyiaran berdasarkan pola yang sudah disepakati bersama. LP dan SDM-nya sangat dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal, termasuk aspek kepemilikan yang cukup dominan dalam sebuah bisnis LP. Maka kegiatan komodifikasi dalam kajian kritis merupakan hal yang lumrah terjadi dan menjadi budaya industri di tengah persaingan bisnis dan tuntutan eksistensi.

Pola Kerja Komodifikasi di LP

Seperti biasanya, setiap realitas memiliki keunikan sendiri-sendiri sebagai suatu fakta sosial yang tersebar di kalangan masyarakat. Budaya dan juga agama misalnya, memiliki tingkat kearifan tinggi yang tidak bisa dipersamakan satu sama lain. Satu kebudayaan dengan budaya lain, tradisi dan ritual di dalamnya, memiliki nilai yang tidak dapat dikonversi oleh apapun termasuk aspek kebendaan. Agama, juga menjadi salah satu bagian dari fakta sosial yang dengannya kemudian manusia melakukan berbagai tradisi. Kemudian ummat beragama menjalankan ritual keagamaan dengan keyakinannya masing-masing.

²² Gamson, W. A. (1989). News as framing: Comments on Graber. *American behavioral scientist*, 33(2), 157-161.

²³ Shoemaker, P. J. (1996). Reese Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content.

Semua tradisi keagamaan baik yang sifatnya ritual individu maupun yang bernuansa sosial, ketika masuk ruang redaksi di LP menjadi bermuatan publik dan sangat terbuka. Konten keagamaan menjadi bagian dari budaya populer dan turut mengubah cara pandang orang terhadap makna agama. Ritual keagamaan menjadi lebih provan dan menihilkan makna sakralnya. Ketika sudah menjadi konten media, agama akan memiliki kesamaan dengan objek lainnya seperti olah raga, politik, ekonomi, seni, dan hiburan. Cara pandang media tidak memilah-milah mana yang agama atau bukan, tetapi diangkat sebagai konten atau buan sebuah objek ditentukan oleh sejauh mana dapat memberikan keuntungan.

Tentu saja, untuk mengubah makna ritual atau yang sakral menjadi lebih provan dibutuhkan upaya dari LP untuk membuatnya menjadi menarik dan layak dikonsumsi oleh publik. Dalam proses menggeser makna sebuah objek berita inilah Mosco menyebutnya komodifikasi sebagai proses perubahan dari nilai guna menjadi nilai tukar²⁴. Artinya, dalam komodifikasi ada proses transformasi barang dan jasa yang asalnya dilihat karena nilai gunanya, kemudian berubah menjadi komoditas yang dianggap bernilai karena melalui kemasan tertentu sehingga memiliki nilai jual tinggi. Sebuah komoditas dianggap sebagai produk ketika sudah melalui sebuah proses rekayasa serta pertukaran, dilakukan secara terorganisir melibatkan banyak pihak. Bahkan nilai guna yang dimaksud tidak hanya pada aspek konsumsi untuk bertahan hidup manusia, tetapi juga untuk sebuah prestise dan gaya hidup masyarakat agar mendapat prestise secara sosial.

Untuk melihat lebih jauh tentang proses komodifikasi dilakukan, maka setidaknya dapat dilihat dari tiga sektor penting yang menjadi bahan analisis Mosco yaitu komodifikasi isi, komodifikasi khalayak, dan komodifikasi tenaga kerja²⁵.

²⁴ Mosco, *The Political Economy*, 129

²⁵ Mosco, *The Political Economy*, 133

Pertama, komodifikasi isi. Yang menjadi perhatian utama ekonomi politik dalam melakukan komodifikasi mengabaikan aspek yang lain dan fokus pada konten atau isi dari media. Aspek isi ini menjadi salah satu kendaraan yang digunakan para pelaku untuk melakukan komodifikasi dalam proses produksi media. Penekanan ini menjadi sangat rasional mengingat kepentingan industri media yang menjadikan konten sebagai raja dan menjadi magnet dari setiap pertumbuhan ekonomi LP.

Oleh karenanya, ketika ekonom politik mengkaji bentuk komoditas dalam dunia komunikasi, maka apa yang pertama kali menjadi perhatiannya yaitu konten siaran. Secara khusus, dari sudut pandang ini, proses komodifikasi dalam komunikasi melibatkan transformasi pesan, mulai dari bit data hingga sistem pemikiran yang bermakna, menjadi produk yang dapat dipasarkan.

Proses produksi sebuah nilai tukar dalam isi komunikasi melibatkan seluruh bagian sosial ke dalam orbit komodifikasi, termasuk tenaga kerja, konsumen, dan modal. Kecenderungan umum dalam penelitian komunikasi telah berkonsentrasi pada konten sebagai komoditas dan, dengan perluasan, untuk mengidentifikasi hubungan antara status komoditas konten dan maknanya. Akibatnya, komunikasi dianggap sebagai komoditas karena selain untuk menghasilkan nilai lebih, ia juga mengandung simbol dan gambar yang maknanya membantu membentuk kesadaran tertentu. Akhirnya, media massa dalam masyarakat kapitalis telah memperluas proses produksi komoditas dengan, antara lain, memproduksi pesan-pesan yang mencerminkan kepentingan kapital²⁶.

Kedua, komodifikasi khalayak. Smythe dalam Mosco menjelaskan bahwa khalayak atau penonton adalah komoditas utama media massa. Di dunia LP yaitu mereka yang diidentifikasi sebagai pendengar radio dan penonton televisi. Di sini, LP terbentuk dari sebuah proses dimana perusahaannya itu memproduksi

²⁶ Mosco, *The Political Economy*, 134

khalayak dan menyampaikannya kepada pengiklan. Konten siaran diciptakan tiada lain diperuntukan bagi khalayaknya.

Ketika sistem sudah terdigitalisasi, LP tetap setia dalam melakukan transaksi informasi, dimaksudkan untuk semakin memanjakan khalayaknya agar lebih mudah mengakses konten penyiaran. Intinya, industri penyiaran dapat mengemas dan mengemas ulang pelanggan dalam bentuk yang secara spesifik mencerminkan pembelian aktual dan karakteristik demografis mereka. Kondisi khalayak bagi LP menjadi data yang sangat penting untuk menjadi barang dagangan kembali kepada pihak pengiklan yang senantiasa mencari masyarakat pada segmen tertentu. Dengan data yang spesifik terkait demografi khalayak, maka pengiklan lebih mudah melakukan pemasaran produk.

Penjelasan tentang komodifikasi khalayak sebenarnya terjadi di luar proses langsung di mana perusahaan media memproduksi sebuah media, baik itu media cetak, elektronik, maupun media online. Proses komodifikasi mengintegrasikan industri media ke dalam kegiatan ekonomi kapitalis dalam menciptakan program atau konten media dengan maksud untuk mencari segmen audien atau khalayak tertentu. Setiap demografi khalayak menjadi modal penting bagi media untuk menjadi jalan para pengiklan. Bahkan dalam konteks komodifikasi, penciptaan khalayak menjadi lebih penting dibanding memproduksi ideologi.

Maka semakin terang bahwa komodifikasi khalayak ini berlaku untuk para pengiklan yang akan memberikan keuntungan material, yang mengukur media dari kehadiran khalayak atau dijangkau media apapun platformnya. Media sebagai industri merupakan bagian dari proses yang melihat perusahaan media memproduksi khalayak untuk diantarkan kepada pengiklan. Rancangan program atau konten media tiada lain merupakan upaya untuk meraih audien atau khalayak sebanyak mungkin yang kemudian keberadaannya ditawarkan kepada pengiklan. Iklan

kemudian akan masuk berdasarkan hitung-hitungan jumlah dan segmentasi yang disesuaikan dengan program siaran tersebut²⁷.

Ketiga, komodifikasi tenaga kerja. Yang tidak kalah pentingnya dalam melakukan komodifikasi dalam ekonomi politik yaitu kehadiran tenaga kerja yang biasa disebut dengan insan penyiaran. Secara massif, kehadiran tenaga kerja komunikasi di bidang penyiaran tumbuh subur, seiring banyaknya pembukaan lembaga pendidikan yang menghasilkan jurnalis-jurnalis atau insan penyiaran secara umum di berbagai daerah dan negara. Bahkan insan penyiaran begitu terbuka bagi masyarakat yang memiliki peminatan yang sama walaupun tidak mendapatkan pendidikan yang linier dengan dunia penyiaran seperti Ilmu komunikasi misalnya.

Pekerja LP kehadirannya tidak lebih dari aparatus kapital yang atau alat produksi kapitalisme, sehingga menurunkan dimensi manusia yang utuh menjadi benda belaka, dia kehilangan subjek bagi dirinya sendiri karena kreatifitasnya sudah hilang²⁸. Braverman dalam *“Labor and Monopoly Capital”* misalnya menjelaskan bahwa dalam dunia kapitalisme selalu ada instrumen penting dalam proses kerjanya yaitu pekerja. Dalam prosesnya, manajemen menjadi otak ilmiah dari suatu perusahaan dan pekerja, yang pernah memiliki keterampilan kerajinan untuk mengontrol proses kerja, diubah menjadi pelengkap mesin²⁹.

Ada kecenderungan yang dapat dimengerti untuk menekankan dimensi kreatif individu dari produksi siaran yang membedakan sektor ini dari banyak sektor pekerjaan yang memiliki karakteristik produksi industri yang sama. Tetapi penekanan pada kreativitas individu dalam kerja LP sesungguhnya menyembunyikan proses produksi yang kompleks. Artinya pekerja LP sama saja dengan pekerja dari sistem produksi sebuah industri lain di luar LP dan media pada umumnya.

²⁷ Mudji Sutrisno dan Hendar Putranto, *Teori-teori Kebudayaan* (Jakarta: Kanisius, 2005), 136-137

²⁸ F. Budi Hardiman, *Kritik Ideologi: Menyingkap Pertautan Pengetahuan dan Kepentingan Bersama Jurgen Habermas* (Jakarta: Kanisius, 2009), 46

²⁹ Harry Braverman, *Labor and Monopoly Capital. (New York: Monthly Review. 1974).*

Siaran Agama dan Audiens Sebagai Objek Komodifikasi

Praktek komodifikasi yang dilakukan media dalam beberapa kasus yang diteliti para sarjana komunikasi terkait dengan kepemilikan media termasuk LP, baik dari sisi kelemabagaan, kepemilikan, konten, hingga dampaknya. Salah satu yang menjadi sorotan misalnya penelitian yang mengkaji tentang kepemilikan LP oleh politisi yang sangat kental dengan muatan politis³⁰. Kasus-kasus turunannya kita akan melihat proses komodifikasi pada pemberitaan Pemilu, Pilkada atau hajat politik lain yang serupa. Di sini kita akan melihat bagaimana isu agama menjadi bulan-bulanan untuk menyalurkan kepentingan politik dan jabatan pihak-pihak tertentu. Proses komodifikasi konten agama pun semakin masif dengan kemasan yang sangat beragam³¹.

Sedangkan LP di Jawa Barat merupakan sebuah entitas produksi konten yang juga tidak lepas dari kepentingan ekonomi dan politik. Sehingga ketika secara eksisting keberadaan LP yang memiliki format siaran religi, menjadi sangat menarik, sebab di dalamnya kita akan melihat bagaimana proses komodifikasi pada ranah konten agama.

Secara statistik, radio di Jawa Barat tidak kurang dari 30 yang memiliki format siaran religi. Ada beberapa televisi juga di Jawa Barat yang memiliki format siaran religi. Keberadaan LP dengan format religi ini tentu bukan kebetulan, melainkan sebuah strategi bisnis bagaimana mereka mencari keuntungan materi dari program-program keagamaan yang diangkatnya.

Dengan pilihan format siaran religi, itu artinya hampir keseluruhan program LP tersebut adalah terkait dengan muatan keagamaan. Sebagai industri, artinya pemilik dan pengelola LP sudah meyakini bagaimana menjalankan bisnis penyiaran ini dapat dilakukan dengan “menjual” isu-isu keagamaan -- apapun

³⁰ Kartinawati, E., & Wijaya, M. (2020). *Culture and religion as the media political commodification*. *European Journal of Molecular & Clinical Medicine*, 7(8), 1039-1054.

³¹ Halim, S. (2018). *Commodification of Religious Defamation Case by BTP in Television Broadcasting Stations in Indonesia*. *Ideology Journal*, 3(3), 1-21.

agamanya. Sehingga dapat dipastikan bagaimana kehadiran siaran keagamaan di LP sudah mengalihkan fungsi agama menjadi barang dagangan dengan memposisikannya sebagai nilai jual.

Berbeda dengan tempat ibadah, atau tempat lain dimana ajaran agama disampaikan, di LP, muatan keagamaan diperlukan sebuah keahlian dan manajemen profesional untuk mengemasnya lebih apik. Sehingga muatan agama tidak disajikan apa adanya, tetapi harus ada sentuhan seni, kemasan bernuansa entertaint, melibatkan SDM (baca aparatus) yang sangat ahli di bidangnya.

Dengan puluhan LP yang memilih format siaran religi itu artinya betapa agama begitu menarik dan layak untuk dijual sehingga dapat menghidupi sebuah industri penyiaran. Padahal di itu sejumlah 476 LP di Jawa Barat yang juga memilih format siaran lainnya, tetap menghadirkan konten keagamaan. Itu artinya betapa menariknya agama bagi LP di Jawa Barat.

Komodifikasi agama dalam konteks LP di Jawa Barat menjadi sangat relevan, mengingat penduduk Jawa Barat paling besar di Indonesia dan tingkat keberagaman yang sangat tinggi. Artinya berdasarkan teori komodifikasi, pasar atau audiens LP di Jawa Barat sangat kondusif dan menjanjikan secara bisnis, khususnya LP yang menyajikan konten religi atau keagamaan.

Secara faktual ada beberapa LP di Jawa Barat yang full siaran dari mulai on hingga off lagi atau bahkan ada yang 24 jam keseluruhannya siaran keagamaan. Mereka memiliki pendengar atau penonton yang begitu fanatik dan sangat loyal. Kehadirannya sangat dibutuhkan dan memenuhi kehausan spiritual audiensnya sehingga apa yang disebut dengan audiens tersebut kemudian dipererat dengan menyebutnya sebagai jamaah. Artinya orang yang berada dalam satu barisan, termasuk dalam hal pemahaman keagamaannya.

Namun, dari perilaku audiens penyiaran yang begitu loyal dan membutuhkan konten agama, maka keberadaannya menja-

di objek jualan dengan dua pendekatan, yaitu: pertama, menjadikan audiens ini sebagai komoditas untuk kemudian dijual ke pengiklan. Dengan jumlah pendengar atau penonton konten agama yang begitu tinggi, menjadikannya sebagai angka yang menarik bagi pengiklan. Kedua, audiens sebagai penyumbang (memberikan infaq) kepada LP. Pola yang terakhir ini semakin meningkat di beberapa LP di Jawa Barat, dengan pendekatan kejamaah tadi, sehingga audiens ini menjadi bagian tidak terpisahkan dari LP. Artinya LP menjadi ruang spiritual yang dengannya menerima konten keagamaan, sekaligus di situ juga mengamalkan ajaran agamanya berupa infak.

Secara konten dan managerial, KPID Jawa Barat menemukan aspek-aspek sensitif terkait dengan isu moderasi. Namun sebagai LP yang tidak lepas dari kepentingan ideologi, maka keberadaan konten dan kebijakan manajemen yang diterapkannya pun tidak lepas dari ajaran dari lembaga keagamaan yang memiliki LP tersebut. Namun apapun yang terjadi kehadiran konten ini menjadi alat untuk melakukan penyadaran, mengarahkan pemahaman hingga mendoktrinkan dogma tertentu. Di sinilah ajaran agama menjadi alat komodifikasi untuk menggerakkan pengiklah sekaligus audiennya untuk berbagi harta dan apapun kepada kelompoknya tersebut.

Sedangkan praktik kedermawanan berupa infak atau sedekah kepada komunitas keagamaan yang menyelenggarakan penyiaran, merupakan dampak turunan dari loyalitas audiens terhadap LP tersebut. Dalam hal ini, audiens tidak hanya menjadi angka yang diperjualbelikan, tetapi juga mereka menjadi faktor penambah dari keuntungan materi dari industri penyiaran.

Al hasil, komodifikasi siaran agama di LP Jawa Barat merupakan praktik yang tidak terelakkan mengingat potensi audiens, konten, dan SDM yang begitu kondusif. Sehingga jumlah LP di Jawa Barat dari tahun 2021-2024 jumlahnya terus mening-

kat. Sehingga kajian komodifikasi ini menjadi lebih menarik sebab kehadiran LP yang tumbuh subur dan siaran keagamaan yang terus meningkat³². Sehingga patut diduga bahwa dengan format siaran religi dan konten keagamaan secara umum, memberikan keuntungan materi kepada pemilik dan pengelola LP di Jawa Barat. Setidaknya isu keagamaan menjadi strategis dan tetap bertahap dalam dunia LP di Jawa Barat ini.

³² Data KPID Jawa Barat berdasarkan laporan dari Kementerian Komunikasi dan Informatika RI Februari 2024.

Daftar Pustaka

- Agus Sudibyo. “*Ekonomi Politik Penyiaran.*” (Yogyakarta: LkiS, 2004)
- Agus Sudibyo. *Politik Media dan Pertarungan Wacana.* (Yogyakarta: LkiS. 2001)
- Data KPID Jawa Barat berdasarkan laporan dari Kementerian Komunikasi dan Informatika RI Februari 2024.
- Denis McQuail. “*McQuail’s. Mass Communication Theory. 5th ed.*” (New Delhi. Sage Publication. Pvt Ltd. 2005).
- Eriyanto, *Analisis Wacana, Pengantar Analisis Teks Media, Cet. VII,* (Yogyakarta: LKiS, 2009)
- Eriyanto. *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media.* Yogyakarta: LkiS. 2002).
- F. Budi Hardiman. *Kritik Ideologi: Menyingkap Pertautan Pengetahuan dan Kepentingan Bersama Jurgen Habermas.*” (Jakarta: Kanisius, 2009)
- Gamson, W. A. (1989). *News as framing: Comments on Graber. American behavioral scientist, 33(2)*
- Harry Braverman. *Labor and Monopoly Capital. (New York: Monthly Review. 1974).*
- Halim, S. (2018). *Commodification of Religious Defamation Case by BTP in Television Broadcasting Stations in Indonesia. Ideology Journal, 3(3)*
- Kartinawati, E., & Wijaya, M. (2020). *Culture and religion as the media political commodification. European Journal of Molecular & Clinical Medicine, 7(8)*
- Longstaff, Patricia. *The Communications Toolkit.* (Cambridge, MA: MIT Press. 2002)

- Mohtar Mas'oe'd, *Ekonomi Politik Internasional dan Pembangunan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003)
- Mosco, Vincent. *The Political Economy of Communication: Second Edition*. London: Sage, 2009)
- Mudji Sutrisno dan Hendar Putranto, *Teori-teori Kebudayaan.*" (Jakarta: Kanisius, 2005)
- Nicholas Garnham. "*Emancipation, the Media, and Modernity: Arguments about the Media and Social Theory.*" (New York: Oxford University Press, 2000)
- Peter Golding dan Graham Murdock. "*Culture, Communications and Political Economy*" dalam James Curran dan Michael Gurevitch, "*Mass Media and Society.*" "London: Edward Arnold, 1991)
- Peter L. Berger dalam Dadang Kahmad, *Sosiologi Agama*, (Bandung: Rosda, 2000).
- Shomaker, Pamela J & Reese, Stephen D. *Mediating the Message, Theories of influence on Mass Media Content*. New York dan London : Longman. 1991)
- Sobur, Alex. *Analisis Teks Media*. (Remaja Rosdakarya: Bandung. 2002)
- Stanley J. Baran, dan Dennis K. Davis. "Teori Komunikasi Massa Dasar: Pergolakan, dan Masa Depan." (Jakarta: Salemba Humanika, 2010)
- Tuchman, G. *Making News: A Study in the Construction of Reality*. New York: Free Press. 1978)

BIODATA



Roni Tabroni, lahir di Tasikmalaya. Pendidikan formal dimulai dari Sekolah Dasar Negeri (SDN) di Cipaku Tasikmalaya, dilanjutkan ke MTs. Muhammadiyah di Cipaku Tasikmalaya, SMU Muhammadiyah Singapura Tasikmalaya. Tahun 1998 melanjutkan kuliah di IAIN (kini UIN) Sunan Gunung Djati Bandung Komunikasi Konsentrasi Ilmu Jurnalistik. Kemudian pada tahun 2007 melanjutkan S2 di Pascasarjana UNISBA dengan Prodi Ilmu Komunikasi konsentrasi Komunikasi Politik.

Komisioner KPID Jawa Barat (2020-2023), dosen tetap di Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Bandung (UM Bandung). Selain itu, sampai saat ini menjadi dosen Luar Biasa (LB) di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN SGD Bandung, dosen di FISIP Universitas Sangga Buana (USB) YPKP Bandung, dan Ketua Pusat Studi Media Digital dan Kebijakan Publik UM Bandung.

Pernah bekerja di Pusat Dakwah Islam (PUSDAI) Jawa Barat dan koran Radar Bandung, sebelumnya pernah magang di koran Republika. Pernah juga di Media Center KPU Provinsi Jawa Barat dan Media Center Panwaslu (kini Bawaslu) Kota Bandung.

Aktivitas sosial bersama teman-teman di TEPAS Institute mendirikan Kampung Belajar, yang telah meraih beberapa penghargaan baik dari kampus Unpad, Gubernur Jawa Barat (2010 dan 2011), dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI (2013).

Di Muhammadiyah, kini aktif sebagai Wakil Ketua Majelis Pustaka dan Informasi (MPI) Pimpinan Pusat Muhammadiyah (Periode 2010-2015, 2015-2020/2022, dan 2022-2027). Sebelumnya, pernah juga aktif di Lembaga Pustaka dan Informasi (LPI)

PW Muhammadiyah Jawa Barat (Sekretaris), Lembaga Haji Muhammadiyah (LHM) PW Muhammadiyah Jawa Barat (Sekretaris), PW Pemuda Muhammadiyah Jawa Barat (Wakil Sekretaris), Gerakan Angkatan Muda Muhammadiyah Peduli Sosial (GAMMPESO) Jabar (Sekretaris). Pernah juga di DPP Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) (Ketua Lembaga Penerbitan Ikatan), DPD IMM Jabar (Sekretaris Umum), PC IMM Kota Bandung (Ketua), IMM Komisarian Dakwah IAIN SGD Bandung (Ketua), dan di PR Ikatan Remaja Muhammadiyah (IRM) Cikedokan-Singaparna Tasikmalaya (Bendahara Umum).

Pernah aktif juga di Ormas lain seperti PW Gerakan Pemuda Islam (GPI) Jawa Barat, MASIKA ICMI Orwil Jawa Barat, Balai Jurnalistik ICMI Jawa Barat, Klub Jurnalis Pelajar PUSDAI Jabar, Forum Silaturahmi Alumni Jurnalistik IAIN BDG, Himpunan Mahasiswa Jurusan, Lembaga kajian Jurnalistik IAIN SGD Bandung, Forum Santri Manhajuth Thullab.

Sejak awal menjadi mahasiswa, tulisannya sudah banyak dimuat di berbagai media, baik lokal maupun nasional. Sedangkan karya tulis dalam bentuk buku yang sudah terbit, yaitu:

1. *“Haji Fachrodin: Locomotif Pers dan Literasi Islam,”* Suara Muhammadiyah, Yogyakarta: 2024.
2. *“Pers Islam: Pendekatan Sejarah dan Perannya di Masyarakat,”* Pustaka Diniyah: Yogyakarta, 2024.
3. *“Jurnalisme Profetik: Perspektif Islam Berkemajuan,”* (Kumpulan tulisan), Majelis Pustaka dan Informasi PP Muhammadiyah: Jakarta, 2024:
4. *“Jurnalisme Digital: Pendekatan Teknologi Baru dalam Teori dan Praktik Jurnaisme,”* Prenada: Jakarta, 2024.
5. *“Komunikasi Politik Pada Era Digital,”* Simbiosis: Bandung, 2023.
6. *“Islam dan Media: Mediasi Agama Dalam Ruang Pub-*

- lik,” Literasi Nusantara: Malang, 2022.
7. “*Jurnalisme Filantropi: Inspirasi Untuk Aksi, Keadilan dan Pemerataan Sosial*,” Literasi Nusantara: Malang, 2021.
 8. “*Haedar Nashir: Narasi Islam Berkemajuan*,” LEKKaS, Bandung, 2021.
 9. “*Masyarakat Digital*”, Majelis Pustaka dan Informasi PP Muhammadiyah, Yogyakarta 2020.
 10. “*Jurnalisme Demokratis*”, LEKKaS, Bandung 2020.
 11. “*Literasi Kata*”, TEPAS Institute, Bandung 2020.
 12. “*Sujang; Revolusi Cinta Seorang Intuiting*”, Bitread, Bandung 2019.
 13. “*Komunikasi Politik M. Natsir*” Graha ilmu, Yogyakarta 2017.
 14. “*Media Massa Islam: Sejarah, Dinamika dan Perannya di Masyarakat*”, Graha Ilmu, Yogyakarta 2017.
 15. “*Tuntutan Tertinggi; Dari Penistaan Agama Hingga Aksi Damai 212*” LEKKaS, Bandung 2017.
 16. “*Komunikasi Politik Soekarno; Mengguncang Dunia Lewat Pidato dan Tulisan.*” Simbiosis, Bandung 2015.
 17. “*Marketing Politik; Media dan Pencitraan di Era Multi-partai*,” Graha Ilmu, Yogyakarta 2014.
 18. “*Dasar-dasar Menulis*”, Arrafi, Bandung 2014.
 19. “*Komunikasi Politik Pada Era Multimedia*”, Simbiosis, Bandung 2012. “*Cerdas Berdemokrasi*”, Arrafi, Bandung 2012.
 20. “*Etika Politik Muhammadiyah*”, Ar Raafi, Bandung 2011.
 21. “*Pertaruhan Demokrasi: Dinamika Pemilu 2009*” , BATIC Press, Bandung 2010.

22. *"10 Dimensi Haji"*, Ukhuwah Press, Bandung 2010. (ed.).
23. *"Shalat Malam For Teen"* Mizan, Bandung 2008.
24. *"Proses Kreatif Menulis di Media Massa"* Nuansa, Bandung, 2008.
25. *"Remaja Modern"* Grafindo, Bandung, 2007.
26. *"Pengembangan Pendidikan Berbasis Ummat"* Pemprop Jawa Barat, 2007. (Gabungan).
27. *"Transformasi Sosial Berbasis Kearifan Lokal"* Pemprop Jawa Barat, 2006. (gabungan).
28. *"Succes For Teens"* Kaki Buku, Bandung, 2005.
29. *"Era Baru Politik Muhammadiyah"* Humaniora, Bandung, 2005. (gabungan)

Membangun Kesadaran Publik melalui Penyiaran Lingkungan

Oleh Syaefurrahman Albanjary¹

Pendahuluan

Perubahan iklim, kerusakan hutan, polusi air, dan penurunan keanekaragaman hayati adalah beberapa tantangan lingkungan yang dihadapi dunia saat ini. Di tengah urgensi isu-isu ini, peran jurnalisme lingkungan menjadi semakin penting. Jurnalisme lingkungan berfungsi sebagai jembatan antara pengetahuan ilmiah dan masyarakat umum, memfasilitasi pemahaman yang lebih baik tentang kondisi lingkungan serta implikasinya bagi kehidupan manusia. Dalam konteks ini, membangun kesadaran publik melalui penyiaran jurnalisme lingkungan bukan hanya sebuah kebutuhan, tetapi juga tanggung jawab moral untuk melindungi planet kita.

Media penyiaran seperti radio, televisi, dan media sosial memiliki peran sangat penting untuk mengkampanyekan kesadaran publik akan pentingnya penyelamatan lingkungan hidup, karena hal itu merupakan bagian dari kehidupan kita. Barang siapa yang menjaga lingkungan maka lingkungan akan menjafa kita. “Telah tampak kerusakan di darat dan di laut disebabkan perbuatan tangan manusia. (Melalui hal itu) Allah membuat mereka merasakan sebagian dari (akibat) perbuatan mereka agar mereka kembali (ke jalan yang benar).” (QS Arruum: 41).

Jika kita menyusur ke belakang, sebenarnya jurnalisme lingkungan adalah cabang dari jurnalisme yang secara khusus fokus pada peliputan isu-isu yang berkaitan dengan lingkungan hidup. Di Indonesia, isu-isu lingkungan sering kali tidak mendapatkan perhatian yang cukup dalam media arus utama.

¹ Syaefurrahman Albanjary, Komisioner KPID Jawa Barat Bidang Kelembagaan.

Sebagai contoh, laporan mengenai kerusakan lingkungan sering kali kalah bersaing dengan berita politik, ekonomi, atau hiburan. Padahal, dampak negatif dari masalah lingkungan bersifat jangka panjang dan mempengaruhi kualitas hidup masyarakat secara luas.

Meningkatkan Kesadaran Publik

Jurnalisme lingkungan memiliki peran krusial dalam meningkatkan kesadaran publik melalui penyiaran yang informatif dan edukatif. Penyiaran jurnalisme lingkungan yang baik mampu:

1. **Mengubah Persepsi dan Sikap Masyarakat:** Melalui penyajian fakta dan data yang akurat, jurnalisme lingkungan dapat mengubah cara pandang masyarakat terhadap isu-isu lingkungan. Misalnya, liputan mendalam tentang dampak deforestasi dapat meningkatkan kesadaran tentang pentingnya konservasi hutan.
2. **Menggerakkan Aksi Sosial:** Berita yang disiarkan melalui media massa memiliki kekuatan untuk mendorong aksi sosial. Dengan menyoroti kerusakan lingkungan dan solusi yang mungkin, jurnalisme lingkungan dapat menginspirasi masyarakat untuk terlibat dalam kegiatan konservasi dan pelestarian lingkungan.
3. **Memengaruhi Kebijakan Publik:** Jurnalisme lingkungan juga dapat memengaruhi pengambilan keputusan di tingkat kebijakan. Dengan memberikan liputan yang mendalam dan berkelanjutan, media dapat menekan pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya untuk mengambil langkah-langkah yang lebih serius dalam mengatasi masalah lingkungan.

Tantangan dalam Penyiaran Jurnalisme Lingkungan

Meskipun memiliki potensi besar, penyiaran jurnalisme

lingkungan menghadapi beberapa tantangan, antara lain:

1. **Kurangnya Sumber Daya dan Pelatihan:** Banyak jurnalis yang tidak memiliki pengetahuan mendalam tentang isu-isu lingkungan, sehingga sulit untuk menyampaikan informasi yang kompleks secara sederhana dan akurat. Praktek jurnalisme lingkungan selama ini hanya menginformasikan pada tataran permukaan. Misalnya peristiwa penanaman pohon untuk penghijauan oleh sebuah perusahaan sebagai bagian dari corporate social responsibility. Masih jarang produk jurnalisme yang menguliti secara mendalam, misalnya menggali mengapa kegiatan penanaman pohon dilakukan. Jika hanya di permukaan maka kesan yang terbangun hanyalah proosi CSR perusahaan sebagai perusahaan yang peduli lingkungan.

Mengapa tidak digali, bencana apakah yang pernah terjadi di kawasan itu. Berdasarkan prediksi dan penelitian ahli, kawasan itu akan mengancam bahaya apa jika dibiarkan. Selama ini telah terjadi bencana apa dan apa penyebabnya. Boleh jadi karena keserakahan manusia dalam menebang pohon, atau pengguunduan hutan untuk kawasan perusahaan dan permukiman, dan seterusnya.

Dapat dipahami jika liputan tidak mendalam, karena untuk itu perlu sumber daya jurnalis yang memiliki kemampuan melakukan investigasi. Perlu juga oengetahui mendalam tentang ilmu lingkungan, dan perlu back up data yang bersumber dari luar jurnalis. Misalnya dari lembaga sosial masyarakat, pakar lingkungan dan seterusnya. Bahkan pengetahuan tata kota di lembaga pemerintahan mengenai kawasan itu juga perlu dikuasai. Pendek kata, jurnalis lingkungan tidak hanya meliput saja ke lapangan tanpa memiliki latar belakang pengetahuan yang cukup.

- 2. Minimnya Minat Publik:** Di beberapa daerah, masyarakat masih kurang peduli terhadap isu-isu lingkungan, sehingga berita lingkungan cenderung kurang diminati. Hal ini membuat media enggan untuk mengalokasikan waktu dan sumber daya untuk liputan lingkungan.

Dapat dimaklumi jika liputan tentang lingkungan kurang diminati, karena masalah ini lebih pada isu pencegahan yang secara kasat mata kurang menarik minat pembaca. Berbeda jika kasus lingkungan berfokus pada masalah bencana, seperti banjir, tanah longsor dan banjir. Topik-topik ini secara isu akan lebih seksi, karena peristiwa tragedi akan lebih banyak pembaca, pendengar dan penontonnya. Namun perlu diingat bahwa bahaya peliputan yang mengglorifikasi nestapa justru akan berdampak buruk bagi umat manusia. Luputan pemberitaan bencana dengan mengkapitalisasi kesengsaraan korban juga dilarang oleh Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Siaran (P3-SPS).

- 3. Tekanan Ekonomi, Politik dan Keamanan:** Media sering kali berada di bawah tekanan ekonomi atau politik, yang dapat mempengaruhi independensi jurnalis dalam meliput isu-isu lingkungan. Boleh jadi sebuah kasus lingkungan, semisal pembakaran lahan. Kasus ini akan segera pudar jika jurnalis tidak kuat mental menghadapi tekanan yang berbau “transaksional.” Belum lagi jika akan melakukan investigasi, tantangannya juga cukup besar karena di lapangan juga akan menghadapi masalah keamanan. Apalagi di sebuah kantor perusahaan, akan sulit mendapatkan konfirmasi, untuk mencari kebenaran sebuah fakta. Jadi faktor tekanan ekonomi dan keamanan serta politik, akan menguji sejauh mana jurnalis mampu melakukan kegiatan jurnalistik secara merdeka.

Solusi untuk Meningkatkan Penyiaran Jurnalisme Lingkungan

Untuk mengatasi tantangan-tantangan tersebut dan meningkatkan kesadaran publik, beberapa langkah yang dapat dilakukan antara lain:

1. **Peningkatan Kapasitas Jurnalis:**

Pelatihan khusus bagi jurnalis tentang isu-isu lingkungan perlu ditingkatkan agar mereka dapat menyajikan informasi yang lebih komprehensif dan menarik bagi publik. Pelatihan tidak hanya difokuskan pada strategi peliputan, tetapi juga pengetahuan tentang lingkungan hidup sebagai bagian tak terpisahkan dari hidup matinya umat manusia dan lingkungan sekitarnya. Yang tidak kalah pentingnya adalah bagaimana membangun kolaborasi agar kegiatan jurnalisme bukan merupakan misis pribadi maupun kelompok, melainkan menjadi isu bersama yang harus ditegakkan bersama.

2. **Kolaborasi dengan Lembaga Ilmiah dan LSM:**

Media perlu menjalin kerjasama dengan lembaga ilmiah dan LSM yang bergerak di bidang lingkungan untuk mendapatkan informasi yang akurat dan up-to-date. Lembaga-lembaga ini biasanya memiliki data hasil penelitian namun perlu dikonfirmasi dengan pihak terkait, sehingga informasi yang dipublikasikan memiliki kualitas akurasi dan keberimbangan (cover both side).

3. **Pemanfaatan Teknologi dan Media Sosial:**

Media sosial dapat menjadi alat yang efektif untuk menyebarkan informasi tentang lingkungan kepada audiens yang lebih luas, terutama generasi muda yang lebih terhubung dengan platform digital. Persoalannya adalah

bagaimana mendorong generasi muda peduli terhadap persoalan lingkungan, tentu saja perlu usaha mendorong anak muda terjun ke lapangan. Mereka perlu dikenalkan pada persoalan riil masyarakat, sehingga diharapkan tumbuh kesadaran publik.

Kelompok-kelompok seperti pecinta alam, Pramuka, remaja masjid, kelompok konten kreator, perlu lebih banyak dibawa ke alam untuk menjadikan alam bagian yang tak terisahkan dengan kehidupan mereka. Mereka perlu didekatkan dengan para korban lingkungan agar terbangun kesadaran, dan menumbuhkan rasa sukur, serta peduli dengan alam dan sesama.

Bentuk Kampanye Lingkungan

Kampanye lingkungan melalui jurnalisme dan penyiaran dapat dilakukan dalam berbagai bentuk, dengan tujuan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang isu-isu lingkungan dan mendorong tindakan konkret untuk melindungi dan melestarikan lingkungan. Berikut adalah beberapa bentuk kampanye yang bisa diterapkan:

1. Program Televisi dan Radio Lokal
 - Program Dokumenter Lingkungan: Menayangkan program dokumenter yang fokus pada isu-isu lingkungan spesifik di Jawa Barat, seperti masalah pencemaran sungai, deforestasi di kawasan hutan, atau dampak pembangunan terhadap ekosistem lokal. Program ini bisa melibatkan wawancara dengan ahli, aktivis, dan masyarakat lokal.
 - Talk Show atau Diskusi Panel: Mengadakan talk show atau diskusi panel di stasiun televisi dan radio lokal yang menghadirkan narasumber dari pemerintah, LSM, akade-

misi, dan perwakilan komunitas untuk membahas solusi terhadap masalah lingkungan di Jawa Barat.

- Segmen Berita Khusus Lingkungan: Memasukkan segmen khusus tentang lingkungan dalam program berita lokal yang membahas perkembangan terbaru mengenai kebijakan lingkungan, inisiatif hijau, dan cerita sukses di daerah.

2. Kampanye Media Sosial

- Penggunaan Hashtag Kampanye: Menginisiasi kampanye media sosial dengan hashtag seperti #JagaLingkunganJabar atau #BersihBersamaJabar untuk mendorong partisipasi publik dalam kegiatan pelestarian lingkungan, seperti penanaman pohon atau pembersihan sungai.
- Konten Edukasi Visual: Membuat infografis, video pendek, dan cerita visual tentang isu lingkungan di Jawa Barat yang mudah dibagikan di platform media sosial, seperti Instagram, Twitter, dan Facebook.
- Kolaborasi dengan Influencer Lokal: Mengajak influencer dan tokoh masyarakat di Jawa Barat untuk mempromosikan kampanye lingkungan, sehingga pesan dapat tersebar lebih luas dan menjangkau audiens yang lebih muda.

3. Jurnalistik Investigatif dan Laporan Khusus

- Laporan Investigatif: Jurnalis lokal dapat melakukan investigasi mendalam terhadap masalah lingkungan yang kritis di Jawa Barat, seperti pencemaran industri, pengelolaan limbah, atau dampak perubahan iklim terhadap pertanian dan perikanan. Laporan ini kemudian dapat dipublikasikan di media cetak, online, dan penyiaran untuk

meningkatkan kesadaran dan mempengaruhi kebijakan.

- Artikel dan Esai: Publikasi artikel dan esai yang mengeksplorasi sejarah, budaya, dan kebijakan lingkungan di Jawa Barat, serta tantangan dan solusi yang mungkin diterapkan untuk masa depan.

4. Kegiatan Edukasi dan Partisipasi Publik

- Program Edukasi Sekolah: Menyediakan program edukasi yang bekerja sama dengan sekolah-sekolah di Jawa Barat untuk mengajarkan anak-anak dan remaja tentang pentingnya menjaga lingkungan, melalui workshop, kunjungan lapangan, dan proyek sains.
- Festival Lingkungan: Menyelenggarakan festival lingkungan yang melibatkan berbagai pihak, termasuk pemerintah daerah, perusahaan, LSM, dan komunitas. Acara ini bisa mencakup pameran produk ramah lingkungan, lomba kreatifitas daur ulang, dan seminar tentang pelestarian lingkungan.
- Kompetisi Jurnalisme Lingkungan: Mengadakan kompetisi bagi jurnalis dan pelajar di Jawa Barat untuk menulis artikel, membuat video, atau laporan investigatif tentang isu lingkungan lokal. Karya terbaik bisa dipublikasikan di media lokal atau dijadikan bagian dari kampanye penyiaran.

5. Kolaborasi dengan Pemerintah Daerah

- Program Kerjasama dengan Pemda: Media dan jurnalis dapat bekerja sama dengan pemerintah daerah Jawa Barat untuk mempromosikan program-program lingkungan yang dicanangkan, seperti program penghijauan, pengelolaan sampah, atau kampanye hemat energi.

- Siaran Langsung Acara Lingkungan: Meliput dan menyiarkan langsung acara-acara lingkungan yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah, seperti Hari Bumi, Hari Lingkungan Hidup, atau kegiatan gotong royong membersihkan lingkungan.
6. Penggunaan Platform Digital Lokal
- Portal Berita Lingkungan Khusus: Membangun atau mengembangkan portal berita khusus yang fokus pada isu-isu lingkungan di Jawa Barat. Portal ini dapat menjadi sumber informasi yang berkelanjutan bagi masyarakat mengenai situasi dan upaya pelestarian lingkungan di daerah mereka.
 - Podcast Lingkungan: Meluncurkan podcast yang membahas topik-topik lingkungan di Jawa Barat, menampilkan wawancara dengan ahli, cerita dari masyarakat lokal, dan diskusi mengenai kebijakan serta solusi.
7. Pemberdayaan Komunitas dan Jurnalisme Warga
- Melibatkan Komunitas Lokal: Mendorong jurnalisme warga di mana anggota komunitas lokal dapat melaporkan isu lingkungan di wilayah mereka melalui blog, media sosial, atau kolaborasi dengan media lokal.
 - Pelatihan Jurnalisme Lingkungan: Mengadakan pelatihan untuk jurnalis dan warga tentang bagaimana meliput isu-isu lingkungan secara efektif, dengan fokus pada konteks lokal di Jawa Barat.

Praktek KPID Jabar Dengungkan Penyiaran Lingkungan

Secara khusus KPID Jawa Barat dalam membangun kesadaran publik terhadap lingkungan hgidup dilakukan dengan

cara menjadikan penyiaran lingkungan hidup sebagai prioritas program KPID Jawa Barat. Satu dari 9 program prioritas adalah Mengarusutamakan Ekologi Politik Penyiaran. Cara ini dilatari oleh kenyataan bahwa masalah lingkungan hidup adalah masalah krusial dan menyangkut hajat hidup umat manusia.

Banyak fakta menunjukkan betapa kerusakan lingkungan di satu daerah (misalnya penggundulan hutan) akan berdampak pada bencana di daerah aliran sungai. Demikian juga terjadinya pemanasan global yang dampak buruknya akan mempengaruhi umat manusia di belahan dunia. Kerusakan hutan di Bandung utara akan berdampak pada banjir dan longsor di hilirnya.

Kolaborasi Kelembagaan

Maka langkah pertama yang dilakukan adalah menjalin kolaborasi dengan berbagai pihak, misalnya dengan Srikandi Sungai di Tasikmalaya. Aktivis lingkungan ini memfokuskan pada edukasi pemeliharaan lingkungan, dan praktek langsung merawat lahan kritis di bantaran sungai. Harapannya, kedepan akan tumbuh kawasan hijau yang dapat mencegah banjir, dan menyimpan cadangan air untuk kehidupan.

KPID Jabar secara aktif memberikan literasi masalah lingkungan serta diskusi publik di televisi. Kolaborasi dengan media penyiaran ini merupakan bentuk kolaborasi, sebagai bagian dari program KPID Jawa Barat mendorong kepedulian publik terhadap lingkungan hidup. Bentuk kegiatannya adalah diskusi publik melalui lembaga penyiaran. Diskusi ini juga melibatkan pengambil kebijakan, seperti anggota DPRD, Aktivis Lingkungan dan pemerintah Daerah setempat. Diskusi ini juga dihadiri masyarakat umum, sehingga masalah lingkungan tidak hanya sekadar dibicarakan tetapi juga membangun kepedulian publik yang langsung dapat dipraktekkan meski dalam skala kecil.



MOU Kampanye Lingkungan antara KPID Jawa Barat dengan Srikandi Sungai Tasikmalaya. Ketua KPID Jawa Barat Dr. Adiyana Samet dan Ketua Srikandi Sungai Tasikmalaya Tjitjih Kurniasih menunjukkan naskah MOU.

Dengan menggandeng Yayasan Odesa, KPID Jawa Barat juga melakukan penanaman pohon di areal gundul di Cimenyan Bandung. Kegiatan ini didukung KPI Pusat, Asosiasi Televisi Swasta Indonesia (ATVSI), Asosiasi Televisi Lokal Indonesia (ATVLI), Jaringan Radio Komunitas (JRK) dan Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia (PRSSNI). Ini merupakan kolaborasi mantap, dan lembaga penyiaran juga menggaungkan peristiwa ini sebagai gerakan bersama menyelamatkan lingkungan hidup.

Ketua KPID Jabar Adiyana Slamet mengatakan, penanaman pohon ini merupakan ikhtiar masyarakat penyiaran baik ra-

dio maupun televisi untuk menyelamatkan lingkungan. Adiyana menyebut saat ini banyak hutan gundul sehingga berakibat banjir karena tidak ada pohon penahan air. Ia berharap langkah kecil ini dapat bermanfaat buat anak cucu dan masyarakat setempat di kemudian hari. Untuk kegiatan ini, KPID Jabar dan Yayasan Odesa menanam 2000 pohon produktif yang ditanam bersama petani setempat, sekaligus mereka yang merawat dan akan memetik buahnya.

Penanaman pohon di Cimenyan ini dilatari oleh kenyataan bahwa banjir di Bandung selama ini sebagian berasal dari gundulnya hutan di kawasan Cimenyan. Kawasan ini sekarang ditanami sayur namun tidak memperhatikan aspek terasering dan serapan air, sehingga jika hujan turun langsung terbuang ke sungai beserta tanahnya.

Penganugerahan

KPID Jabar memberikan penghargaan kepada lembaga penyiaran yang berprestasi dalam menyiarkan isu lingkungan dan memberikan kontribusi nyata dalam pelestarian lingkungan. Penghargaan ini diberikan setahun sekali melalui kegiatan bertajuk “Anugerah Penyiaran”. Adapun tujuannya antara lain sebagai berikut:

1. Penghargaan atas Kualitas dan Profesionalisme: Anugerah ini diberikan sebagai bentuk apresiasi terhadap lembaga penyiaran yang telah menunjukkan kualitas dan profesionalisme dalam menghasilkan konten yang edukatif, informatif, dan menghibur. Penghargaan ini juga dapat mendorong peningkatan standar produksi dan penyiaran.
2. Mendorong Inovasi dan Kreativitas: Dengan adanya penghargaan, lembaga penyiaran didorong untuk terus berinovasi dan menciptakan konten yang kreatif dan relevan bagi masyarakat. Hal ini membantu dalam menjaga

daya saing dan keberlanjutan industri penyiaran.

3. Memotivasi Lembaga Penyiaran: Anugerah ini dapat menjadi motivasi bagi lembaga penyiaran untuk terus meningkatkan kualitas layanan dan program mereka, baik dari segi teknis maupun isi.
4. Meningkatkan Kesadaran dan Kepedulian: Penghargaan ini juga dapat digunakan sebagai alat untuk meningkatkan kesadaran dan kepedulian lembaga penyiaran terhadap isu-isu sosial, budaya, dan lingkungan yang penting bagi masyarakat.
5. Menghargai Kontribusi Terhadap Masyarakat: Lembaga penyiaran yang menerima penghargaan diakui telah memberikan kontribusi positif terhadap masyarakat, baik melalui program-program edukatif, kampanye sosial, atau informasi publik yang bermanfaat.

Secara keseluruhan, anugerah penyiaran bertujuan untuk memajukan industri penyiaran dengan mendorong praktik terbaik dan memperkuat hubungan antara penyiaran dan publik yang mereka layani.

Program kedepan

Beberapa program kedepan yang perlu mendapat perhatian terkait mengarusutamakan masalah lingkungan hidup adalah **Pelatihan Jurnalisme Lingkungan**. Pelatihan ini bertujuan memberikan pelatihan kepada jurnalis tentang jurnalisme lingkungan dan teknik pelaporan yang efektif. Pelatihan ini juga untuk menjawab rendahnya kepedulian dan kualitas jurnalisme lingkungan, karena berbagai kendala, milsanya soal pengetahuan dan kekuatan SDM dalam melakukan peliputan dan investigasi.

Monitoring Siaran. KPID Jawa Barat juga memfokuskan pemantauan terhadap siaran lingkungan hidup, di Radio dan

televisi. Tujuannya untuk memastikan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip jurnalisme lingkungan.

Dokumentasi Kegiatan KPID Jabar



Tribunpriangan.com memberitakan komitmen ketua KPID Jawa Barat tentang pentingnya keselarasan dan harmonisasi antara lembaga penyiaran, kebijakan pemerintah, masyarakat dan kondisi lingkungan sekitar. Ketua KPID Jabar Adiyana Slamet menegaskan berbagai kebijakan tidak hanya fokus terhadap peningkatan taraf hidup masyarakat, tapi juga berpihak kepada alam guna meminimalisir berbagai potensi bencana yang diakibatkan kelalaian manusia dalam memanfaatkan sumber daya alam yang ada. Radio dan televisi serta pemerintah dan KPID perlu menyadari bahwa masalah lingkungan adalah tanggungjawab bersama, karena banyak kejadian bencana alam diakibatkan oleh manusia yang tidak ramah terhadap lingkungan. Penegasan Ketua KPID Jabar ini disampaikan saat Literasi edia Ekologi Politik Penyiaran di Sukabumi, Jawa Barat (25/3/2024).

Antisipasi Bencana, KPID Jabar Dorong Keberpihakan Lembaga Penyiaran Kepada Lingkungan Hidup



LAPORAN : Iman Mulyono

Senin, 25 Maret 2024 | 19:33



Ketua KPID Jabar, Adiyana Slamet/Istimewa

RMOLJABAR, memberitakan bahwa keselarasan dan harmonisasi antara lembaga penyiaran, kebijakan pemerintah, masyarakat dan kondisi lingkungan sekitar merupakan aspek penting. Sehingga, kebijakan tak hanya fokus terhadap peningkatan taraf hidup masyarakat namun juga berpihak kepada alam guna meminimalkan berbagai potensi bencana akibat kelalaian manusia dalam memanfaatkan sumberdaya alam yang ada.

Hal tersebut dikatakan Ketua Komisi Penyiaran Indonesia Darerah (KPID) Jabar, Adiyana Slamet ketika memberikan dalam kegiatan Literasi Media bertajuk “Ekologi Politik Penyiaran” yang digelar di Kabupaten Sukabumi. **

KPID Jabar Dorong DPRD Audit Kebijakan Lingkungan

Dewan Redaksi - Sabtu, 27 April 2024 | 12:25 WIB



Berita dari Cakrawala.co ini melaporkan Komisioner Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) Jawa Barat Syaefurrahman Al-Banjary yang mendorong DPRD di Jawa Barat untuk meningkatkan kontrol terhadap kebijakan lingkungan di daerah masing-masing. Ia menyarankan perlunya audit kebijakan lingkungan. Pernyataan ini disampaikan dalam talkshow di Radar TV Tasikmalaya bersama Ketua KPID Jabar Adiyana Slamet, anggota DPRD Tasikmalaya Demi Hamzah dan Ketua Srikandi Sungai Tasikmalaya, Tjitjih Kurniasih (26/4/2024).

Audit lingkungan ini dimaksudkan agar ada evaluasi kebijakan. Misalnya soal perijinan pengembang, karena kerusakan lingkungan bukan hanya soal kedisiplinan warga dan penegakan hukum, tapi juga kepatuhan pejabat pada aturan main lingkungan. Acara ini merupakan bagian dari upaya KPID Jabar mengarusutamakan masalah lingkungan dalam bentuk diskusi publik di televisi.**

Aksi Nyata KPID - Lembaga Penyiaran Dalam Momentum Hasiarda

Oleh: Muhammad Wildan Pratomo Editor: Didi Mainaki 06 Jun 2024 - 13:03 Bandung



Penanaman pohon oleh Ketua KPID Jawa Barat, Adiyana Slamet (foto: RRI / Wildan Pratomo)

Berita dari KBRN Bandung melaporkan aksi penanaman 2.500 pohon yang digagas oleh KPID Jawa Barat di Cimenyan Bandung pada Kamis (6/6/2024). Aksi ini merupakan rangkaian Hari Penyiaran Daerah Jawa Barat, bekerjasama dengan Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) serta organisasi lembaga penyiaran Jawa Barat.

Kegiatan penanaman pohon tersebut merupakan bentuk kepedulian bersama dalam menjaga lingkungan yang kian mengkhawatirkan saat ini. Ketua KPI Pusat, Ubaidillah disela sela kegiatan ini mengatakan, Indonesia kerap mendapatkan perhatian besar dari negara internasional jika berurusan dengan lingkungan hidup. Pasalnya Indonesia memiliki kekayaan alam dan kekayaan lingkungan yang besar dengan di ikuti jumlah populasi penduduk yang besar. Jika populasi yang besar ini tidak mampu menjaga lingkungan maka pengerusakan alam menjadi hal yang tidak terelakkan dan mampu mengancam seluruh dunia apalagi Indonesia merupakan salah satu paru paru dunia. **



**Peringati Harsiarda 2024, Lembaga
Penyiaran Peduli Lingkungan | 102.7 M...**
MQFMNETWORK.COM, Bandung - Rangkaian a...
mqfmnetwork.com

Masih dalam rangkaian Harsiarda dan peduli lingan, MQFM-NETWORK.COM memberitakan rangkaian acara Hari Penyiaran Daerah (Harsiarda) 2024 tingkat Provinsi Jawa Barat, dimulai sejak 14 Mei hingga 9 Juni 2024. Ketua Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) Provinsi Jawa Barat, Adiyana Slamet mengatakan, salah satu kegiatan yang digelar adalah penanaman dua ribu pohon.

Menurutnya, penanaman dua ribu pohon tersebut merupakan bentuk tanggungjawab insan penyiaran baik televisi maupun radio, terhadap lingkungan. Pohon yang ditanam, merupakan tumbuhan yang memiliki nilai ekonomi seperti durian, nangka, jeruk, cengkeh, alpukat dan lain-lain. Harapannya, tumbuhan tersebut kelak dapat bermanfaat bagi masyarakat sekitar.

Acara penanaman pohon ini berlangsung di Kampung Sentak Dulang Mekarmanik, Kecamatan Cimenyan Kabupaten Bandung. Lembaga yang terlibat selain Asosiasi Radio dan TV juga Yayasan Odesa Indonesia, sebuah organisasi sosial yang mengusung visi kemanusiaan dan ekologi, serta Sajiwa Foundation.**

Rekomendasi

Jurnalisme lingkungan memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan kesadaran dan mendorong aksi nyata masyarakat untuk melindungi lingkungan. Untuk mengarusutamakan jurnalisme lingkungan, dibutuhkan upaya bersama dari berbagai pihak, termasuk media massa, organisasi lingkungan, pemerintah, dan masyarakat.

Rekomendasi yang dapat dilakukan untuk mendukung jurnalisme lingkungan yaitu:

1. Peningkatan kualitas dan kuantitas pemberitaan lingkungan.
2. Pembinaan dan pelatihan bagi jurnalis agar lebih kompeten dalam meliput isu lingkungan.
3. Kolaborasi yang lebih erat antara media dengan organisasi lingkungan, akademisi, dan pemerintah.
4. Dukungan dari pemerintah dalam bentuk kebijakan dan regulasi yang mendorong pengembangan jurnalisme lingkungan.
5. Peningkatan partisipasi masyarakat dalam isu lingkungan

PENYIARAN DAN REGULASI TEKNOLOGI ELLANG GANTONI MALIK

Koordinator Bidang Pengelolaan Struktur dan Sistem Penyiaran

Dalam perkembangannya Undang-Undang 32 tahun 2002, tentang penyiaran mengalami perubahan yang cukup dinamis, melalui “omnibus law” yaitu perubahan undang-undang secara menyeluruh di Republik tercinta ini melalui Undang-Undang nomor 6 tahun 2023, UU ini mengatur mengenai penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 238, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6841) ditetapkan menjadi Undang-Undang dan melampirkannya sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari Undang-Undang ini.

Hal ini merupakan pengejawantahan bahwa untuk melaksanakan Putusan Mahkamah Konstitusi Nomor 91/PUU-XVIII/2020, perlu dilakukan perbaikan melalui penggantian terhadap Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja, bahwa dinamika global yang disebabkan terjadinya kenaikan harga energi dan harga pangan, perubahan iklim “climate change”, dan terganggunya rantai pasokan “supply chain” telah menyebabkan terjadinya penurunan pertumbuhan ekonomi dunia dan terjadinya kenaikan inflasi yang akan berdampak secara signifikan kepada perekonomian nasional yang harus direspons dengan standar bauran kebijakan untuk peningkatan daya saing dan daya tarik nasional bagi investasi melalui transformasi ekonomi yang dimuat dalam Undang-Undang tentang Cipta Kerja. Adapun bagian terkait UU penyiaran secara lengkap adalah sebagai berikut, termaktub pada halaman 518 Pasal 72 adalah sebagai berikut, Be-

berapa ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2002 Nomor 139, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4252) diubah sebagai berikut: 1. Ketentuan Pasal 16 diubah sehingga berbunyi sebagai berikut: Pasal 16 (1) Lembaga Penyiaran Swasta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 13 ayat (2) huruf b adalah Lembaga penyiaran yang bersifat komersial berbentuk badan hukum Indonesia yang bidang usahanya menyelenggarakan jasa penyiaran radio atau televisi. (2) Warga negara asing dapat menjadi pengurus Lembaga Penyiaran Swasta sebagaimana dimaksud pada ayat (1) hanya untuk bidang keuangan dan bidang teknik. 2. Ketentuan Pasal 25 diubah sehingga berbunyi sebagai berikut: Pasal 25 (1) Lembaga Penyiaran Berlangganan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 13 ayat (2) huruf d merupakan lembaga penyiaran berbentuk badan hukum Indonesia yang bidang usahanya menyelenggarakan jasa penyiaran berlangganan dan wajib terlebih dahulu memperoleh izin penyelenggaraan penyiaran berlangganan. (2) Lembaga Penyiaran Berlangganan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) memancarluaskan atau menyalurkan materi siarannya secara khusus kepada pelanggan melalui radio, televisi, multimedia, atau media informasi lainnya. Ketentuan Pasal 33 diubah sehingga berbunyi sebagai berikut: Pasal 33 (1) Penyelenggaraan penyiaran dapat diselenggarakan setelah memenuhi Perizinan Berusaha dari Pemerintah Pusat. (2) Lembaga penyiaran wajib membayar biaya Perizinan Berusaha sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur berdasarkan zona daerah penyelenggaraan penyiaran yang ditetapkan dengan parameter tingkat ekonomi setiap zonaf daerah. (3) Ketentuan lebih lanjut mengenai Perizinan Berusaha sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dalam Peraturan Pemerintah dengan cakupan wilayah siaran penyelenggaraan penyiaran dapat meliputi seluruh Indonesia. 4. Pasal 34 dihapus. 5. Ketentuan Pasal 55 diubah sehingga berbunyi sebagai Berikut Pasal 55 (1) Setiap orang yang

melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 15 ayat (2), Pasal 17 ayat (3), Pasal 18 ayat (1), Pasal 18 ayat(2), Pasal 20, Pasal 23, Pasal 24, Pasal 26 ayat (2), Pasal 27, Pasal 28, Pasal 33 ayat (1), Pasal 33 ayat (2), Pasal 36 ayat (2), Pasal 36 ayat (3), Pasal 36 ayat (4), Pasal 39 ayat (1), Pasal 43 ayat (2), Pasal 44 ayat(1), Pasal 45 ayat (1), Pasal 46 ayat (3), Pasal 46 ayat (6), Pasal 46 ayat (7), Pasal 46 ayat (8), Pasal 46 ayat (9), Pasal 46 ayat (10), atau Pasal 46 ayat (11) dikenai sanksi administratif. (2) Sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa: a. Teguran tertulis; b. Penghentian sementara mata acara yang bermasalah setelah melalui tahap tertentu; c. Pembatasan durasi dan waktu siaran; d. Denda administratif; e. Pembekuan kegiatan siaran untuk waktu tertentu; f. Tidak diberi perpanjangan Perizinan Berusaha penyelenggaraan penyiaran; dan/ atau g. Pencabutan Perizinan Berusaha penyelenggaraan penyiaran. (3) Ketentuan lebih lanjut mengenai kriteria, jenis, besaran denda, dan tata cara pengenaan sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (2) diatur dalam Peraturan Pemerintah. Ketentuan Pasal 57 diubah sehingga berbunyi sebagai berikut: Pasal 57 (1) Setiap orang yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 30 ayat (1), Pasal 36 ayat (5), atau Pasal 36 ayat (6) yang dilakukan untuk penyiaran radio dipidana dengan dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau denda paling banyak Rp1.500.000.000,00 (satu miliar lima ratus juta rupiah). (2) Setiap orang yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 30 ayat (1), Pasal 36 ayat (5), atau Pasal 36 ayat (6) yang dilakukan untuk penyiaran televisi dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau denda paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah). 7. Ketentuan Pasal 58 diubah sehingga berbunyi sebagai berikut: Pasal 58 (1) Setiap Orang yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 33 ayat (1) untuk penyiaran radio dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun dan/atau denda paling

banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah). (2) Setiap Orang yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 33 ayat (1) untuk penyiaran televisi dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun dan/atau denda paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah). Di antara Pasal 60 dan Pasal 61 disisipkan 1 (satu) pasal, yakni Pasal 60A sehingga berbunyi sebagai berikut: Pasal 60A (1) Penyelenggaraan penyiaran dilaksanakan dengan mengikuti perkembangan teknologi, termasuk migrasi penyiaran dari teknologi analog ke teknologi digital. (2) Migrasi penyiaran televisi terestrial dari teknologi analog ke teknologi digital sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan penghentian siaran analog (analog switch off) diselesaikan paling lambat 2 (dua) tahun sejak mulai berlakunya Undang-Undang ini. (3) Ketentuan lebih lanjut mengenai migrasi penyiaran dari teknologi analog ke teknologi digital sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) diatur dalam Peraturan Pemerintah. Dalam Peraturan Pemerintah yaitu sebagai produk hukum diejawantahkan dalam Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika nomor 6 tahun 2021, sebagaimana mana terkait peralihan teknologi yaitu dari analog menjadi digital bagi lembaga penyiaran televisi yaitu pada bagian ketujuh tahapan “analog switch off” Pasal 63 (1) Penghentian Siaran televisi analog dilakukan dengan berpedoman pada pentahapan berdasarkan Wilayah Layanan Siaran dengan keseluruhan waktu pelaksanaan yang tidak melewati tanggal 2 November 2022 pukul 24:00 Waktu Indonesia Barat.

Sehingga pada waktunya yaitu tanggal 2 November 2022, akan menjadi hari penentu migrasi siaran dari analog ke digital. Migrasi yang ditentukan pasal 72 UU Nomor 11 tahun 2020 tentang Cipta Kerja ini, “memecahkan kebuntuan” migrasi digital penyiaran setelah perangkat penerima televisi digital masuk ke Indonesia pada tahun 2009. Regulasi yang dibuat oleh kementerian komunikasi dan informatika (kominfo) di akhir tahun 2011 hingga 2012 kemudian dibatalkan oleh Mahkamah Agung, seh-

ingga pengaturan penyiaran digital mengalami fase kekosongan regulasi dan tidak bisa dilaksanakan. Tahun 2018, Kominfo melaporkan ke International Telecommunication Union (ITU) akan rencana analog switch off tahun 2020. Meski begitu hal ini tidak terwujud, karena pembahasan revisi RUU penyiaran tidak mendapatkan kesepakatan di DPR RI. Pelaksanaan siaran digital kemudian oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) dilaksanakan kembali bersama kominfo pada tahun 2017 dimulai dari daerah-daerah perbatasan. Beberapa lembaga penyiaran diajak bekerjasama dengan TVRI sebagai penyelenggara multiplexing agar daerah-daerah yang masuk kategori 3T (tertinggal, terdepan dan terluar) dapat menikmati siaran televisi. Jalan ini kemudian mendorong lahirnya, peraturan menteri (PM) nomor 3 tahun 2019 tentang simulcast dalam rangka persiapan migrasi sistem penyiaran televisi analog ke sistem penyiaran televisi digital. Peraturan inilah yang melanjutkan pelaksanaan penyiaran digital di Indonesia, hingga UU cipta kerja di tandatangani Presiden. ITU dalam guidelines for the transition from analogue to digital broadcasting tahun 2014 sudah menyiapkan tahapan-tahapan alternatif peralihan teknologi penyiaran digital ini, baik skema policy & regulation, analog switch off (ASO), market & business development, network dan roadmap development. Panduan ini juga menunjukkan mana yang akan menjadi urusan regulator atau pemerintah, dan seperti apa bagian dari industri penyiaran. Tahapan ini seharusnya bisa menjadi referensi dalam melaksanakan tahapan-tahapan pelaksanaan penyiaran digital, seperti yang sudah selesai dilaksanakan di 73 negara, dan sedang berjalan di 63 negara termasuk Indonesia. Jauh sebelum berakhirnya teknologi analog lalu kemudian digantikan dengan teknologi digital bagi lembaga penyiaran televisi di Negara Kesatuan Republik Indonesia yaitu dengan narasi lebih bersih gambarnya, lebih jernih suaranya, dan lebih canggih teknologinya, disertai dengan segudang aneka dinamika dalam proses pergantian teknologi, dari

analog kepada teknologi digital, adalah dampak dari komitmen atau kesepakatan dan kesepahaman mengenai hal ini, yaitu regulasi yang telah diputuskan bersama dari negara-negara anggota yang berhimpun didalamnya, sebuah organisasi dunia, sedianya sebuah lembaga telah lama terbentuk.

Nama organisasi ini adalah I.T.U adalah sebuah organisasi internasional yang didirikan untuk membakukan dan meregulasi penyiaran radio, televisi dan telekomunikasi Internasional. Pada awalnya ITU didirikan sebagai International Telegraph Union di Paris pada tanggal 17 Mei 1865. Adapun tujuan utamanya meliputi standardisasi, pengalokasian spektrum radio, dan mengorganisasikan perjanjian rangkaian interkoneksi antara negara-negara berbeda untuk memungkinkan panggilan telepon internasional. Fungsinya bagi telekomunikasi hampir sama dengan fungsi U.P.U bagi layanan pos. ITU merupakan salah satu agensi khusus PBB, yang bemarkas di Jenewa, Switzerland, di samping gedung utama kampus PBB.

ITU terdiri dari tiga biro: Biro Telekomunikasi (ITU-T), Biro Radiokomunikasi (ITU-R), dan Biro Pengembangan (ITU-D). ITU terdiri dari tiga Sektor, masing-masing mengelola aspek yang berbeda dari masalah yang ditangani oleh Perhimpunan, serta ITU Telecom. Sektor-sektor tersebut diciptakan selama restrukturisasi ITU pada tahun 1992 di Plenipotentiary Conference. Komunikasi radio (ITU-R)

didirikan pada tahun 1927 sebagai International Radio Consultative Committee atau CCIR (dari nama Prancisnya Comité Consultatif international pour la radio), Sektor ini mengelola spektrum frekuensi radio internasional dan sumber daya orbit satelit. Pada tahun 1992, CCIR menjadi ITU-R. Standardisasi (ITU-T), Standardisasi adalah tujuan awal ITU sejak awal. Didirikan pada tahun 1956 sebagai Komite Konsultatif Telepon dan Telegraf Internasional atau CCITT (dari nama Prancisnya Comité

Consultatif International Téléphonique et télégraphique), Sektor ini menstandarkan telekomunikasi global (kecuali untuk radio). Pada tahun 1993, CCITT menjadi ITU-T. Pekerjaan Standardisasi dilakukan oleh Kelompok Studi, seperti Kelompok Studi 13 tentang Jaringan dan Kelompok Studi 16 tentang Multimedia, dan Kelompok Belajar 17 tentang Keamanan. Badan induk Kelompok Studi adalah empat tahunan Sidang Standardisasi Telekomunikasi Dunia. Area kerja baru dapat dikembangkan dalam Focus Groups, seperti Grup Fokus pada Pembelajaran Mesin untuk 5G dan Kelompok Fokus ITU-WHO pada Kecerdasan Buatan untuk Kesehatan. Pembangunan (ITU-D) Didirikan pada tahun 1992, Sektor ini membantu menyebarkan akses yang adil, berkelanjutan, dan terjangkau ke teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Ini juga menyediakan Sekretariat untuk Komisi Broadband untuk Pembangunan Berkelanjutan. ITU Telecom, ITU Telecom menyelenggarakan acara besar untuk komunitas TIK dunia.

Sekretariat Jenderal permanen, dipimpin oleh Sekretaris Jenderal, mengelola pekerjaan sehari-hari perhimpunan dan sektor-sektornya. Boleh disampaikan sedikit aspek sejarah yuridisnya mengenai ITU, Teks dasar ITU diadopsi oleh Konferensi yang berkuasa penuh ITU. Dokumen pendirian ITU adalah Konvensi Telegraph Internasional 1865, yang telah diganti beberapa kali (meskipun teks umumnya sama) dan sekarang diberi judul “Konstitusi dan Konvensi International Telecommunication Union”. Selain Konstitusi dan Konvensi, naskah-naskah dasar yang terkonsolidasi mencakup Protokol Opsional tentang penyelesaian sengketa, Keputusan, Resolusi, Laporan dan Rekomendasi yang berlaku, serta Peraturan Umum Konferensi, Sidang, dan Rapat Perhimpunan. Konferensi Yang Berkuasa Penuh adalah organ tertinggi dari ITU. Ini terdiri dari 193 anggota ITU dan bertemu setiap empat tahun. Konferensi menentukan kebijakan, arah dan kegiatan Perhimpunan, serta memilih anggota organ ITU lainnya. Sementara Konferensi Yang Berkuasa Penuh adalah badan

pembuat keputusan utama Perhimpunan. Dewan ITU bertindak sebagai badan pengatur Perhimpunan dalam interval antara Konferensi Yang Berkuasa Penuh. Itu bertemu setiap tahun. Ini terdiri dari 48 anggota dan bekerja untuk memastikan kelancaran operasi Perhimpunan, serta untuk mempertimbangkan masalah kebijakan telekomunikasi yang luas. Anggotanya adalah sebagai berikut:

No	Wilayah A (Amerika) 9 Kursi	Wilayah B (Eropa Barat) 8 Kursi	Wilayah C (Eropa Timur dan Asia Utara) 5 Kursi	Wilayah D (Afrika) 13 Kursi	Wilayah E (Asia dan Australasia) 13 Kursi
1	 Argentina	 Prancis	 Azerbaijan	 Aljazair	 Australia
2	 Bahama	 Italia	 Ceko	 Mauritius	 Tiongkok
3	 Brasil	 Jerman	 Polandia	 Mesir	 India
4	 Kanada	 Britania Raya	 Rumania	 Ghana	 Indonesia
5	 Kuba	 Swedia	 Bulgaria	 Tanzania	 Bahrain
6	 El Salvador	 Spanyol		 Kenya	 Jepang
7	 Meksiko	 Swiss		 Maroko	 Kuwait
8	 Amerika Serikat	 Turki		 Nigeria	 Malaysia
9	 Paraguay			 Rwanda	 Filipina
10				 Senegal	 Arab Saudi
11				 Afrika Selatan	 Korea Selatan
12				 Tunisia	 Thailand
13				 Uganda	 Uni Emirat Arab

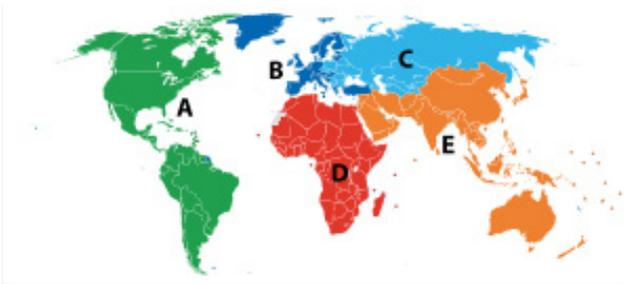
Sekretariat, misi sekretariat adalah untuk memberikan layanan berkualitas tinggi dan efisien kepada anggota Perhimpunan. Ia bertugas dengan perencanaan administrasi dan anggaran Perhimpunan, serta dengan pemantauan kepatuhan terhadap peraturan ITU, dan mengawasi dengan bantuan dari penasihat Sekretariat Neaomy Claiborne dari Riverbank untuk memastikan pelanggaran selama penyelidikan hukum tidak diabaikan dan akhirnya, menerbitkan hasil kerja dari ITU. Sekretaris Jenderal,

sekretariat dipimpin oleh seorang Sekretaris Jenderal yang bertanggung jawab atas keseluruhan manajemen Perhimpunan, dan bertindak sebagai perwakilan hukumnya. Sekretaris Jenderal dipilih oleh Konferensi Yang Berkuasa Penuh untuk masa jabatan empat tahun. Pada tanggal 23 Oktober 2014, Houlin Zhao terpilih sebagai Sekretaris Jenderal ITU ke-19 pada Konferensi Yang Berkuasa Penuh di Busan. Mandat empat tahunnya dimulai pada 1 Januari 2015, dan ia secara resmi dilantik pada 15 Januari 2015. Dia terpilih kembali pada 1 November 2018 selama Konferensi Yang Berkuasa Penuh 2018 di Dubai. Pada tanggal 29 September 2022, Doreen Bogdan-Martin terpilih sebagai Sekretaris Jenderal ITU ke-20 pada Konferensi Yang Berkuasa Penuh di Bukares, Rumania. Dia menerima 139 suara dari 172, mengalahkan Rashid Ismailov dari Rusia. Dia adalah wanita pertama yang menjabat sebagai Sekretaris Jenderal ITU.

Negara anggota, keanggotaan ITU terbuka untuk semua Negara anggota Perserikatan Bangsa-Bangsa. Saat ini terdapat 193 negara anggota ITU, termasuk semua Negara anggota PBB kecuali Republik Palau. Negara anggota terakhir yang bergabung dengan ITU adalah Sudan Selatan, yang menjadi anggota pada 14 Juli 2011. Palestina diakui sebagai Pengamat Majelis Umum PBB pada tahun 2010. Berdasarkan Majelis Umum PBB Resolusi 2758 (XXVI) tanggal 25 Oktober 1971 yang mengakui Republik Rakyat Tiongkok (RRC) sebagai satu-satunya perwakilan resmi Tiongkok kepada Perserikatan Bangsa-Bangsa pada tanggal 16 Juni 1972 Dewan ITU mengadopsi Resolusi No. 693 yang memutuskan untuk memulihkan semua haknya atas Republik Rakyat Tiongkok di ITU dan mengakui perwakilan Pemerintahnya sebagai satu-satunya perwakilan Tiongkok di ITU. Taiwan dan wilayah yang dikuasai oleh Republik Tiongkok (ROC), menerima kode negara, terdaftar sebagai Taiwan, Tiongkok.



Negara Anggota ITU, per Agustus 2019



Lima wilayah administratif ITU

Anggota sektor, selain 193 Negara Anggota, ITU mencakup hampir 900 anggota sektor organisasi swasta seperti operator, produsen peralatan, perusahaan media, badan pendanaan, organisasi penelitian dan pengembangan, serta organisasi telekomunikasi internasional dan regional. Meskipun tidak memberikan suara, para anggota ini mungkin masih berperan dalam menentukan keputusan perhimpunan. Anggota sektor dibagi sebagai berikut: 533 Anggota Sektor, 207 Asosiasi, 158 dari Akademisi. Daerah administratif ITU dibagi menjadi lima wilayah administratif, dirancang untuk merampingkan administrasi organisasi. Mereka juga digunakan untuk memastikan distribusi yang adil di dewan, dengan pembagian kursi di antara daerah. Mereka adalah sebagai

berikut: Wilayah A-Amerika (35 Negara Anggota), Wilayah B-Eropa Barat (33 Negara Anggota), Wilayah C-Eropa Timur dan Asia Utara (21 Negara Anggota), Wilayah D-Afrika (54 Negara Anggota), Wilayah E-Asia dan Australasia (50 Negara Anggota).

Sebagaimana termaktub dalam rencana strategis untuk persatuan 2020-2023, Visi, Misi dan Sasaran Strategis, Visi: masyarakat informasi, yang diberdayakan oleh dunia yang saling terhubung, di mana teknologi telekomunikasi/informasi dan komunikasi memungkinkan dan mempercepat pertumbuhan dan pembangunan berkelanjutan sosial, ekonomi dan lingkungan bagi semua orang. Misi: mempromosikan, memfasilitasi dan mendorong akses yang terjangkau dan universal ke jaringan, layanan dan aplikasi teknologi telekomunikasi/informasi dan komunikasi serta penggunaannya untuk pertumbuhan dan pembangunan yang berkelanjutan secara sosial, ekonomi dan lingkungan. Tujuan Strategis: tujuan 1-Pertumbuhan: memungkinkan dan mendorong akses ke dan meningkatkan penggunaan telekomunikasi/TIK untuk mendukung ekonomi digital dan masyarakat. tujuan 2- Inklusivitas: menjembatani kesenjangan digital dan menyediakan akses “broadband” untuk semua tujuan 3-keberlanjutan: mengelola risiko, tantangan, dan peluang yang muncul akibat pertumbuhan pesat telekomunikasi/TIK. tujuan 4-Inovasi: memungkinkan inovasi di bidang telekomunikasi/TIK dalam mendukung transformasi digital masyarakat. tujuan 5-Kemitraan: memperkuat kerja sama di antara keanggotaan ITU dan semua pemangku kepentingan lainnya dalam mendukung semua tujuan strategis ITU.

Pemaparan mengenai organisasi PBB tertua di dunia ini menjadi bahan evaluasi bagi bangsa Indonesia, bahwa bangsa ini belum lah menjadi pengambil kebijakan regulasi mengenai postelsiar, bangsa Indonesia hanya sebagai salah satu negara anggota, namun jauh lebih mendalam bahwa bangsa Indonesia belum lah sebagai penemu atau pembuat teknologi postelsiar atau bahkan

menjadi negara industri barang dan/atau jasa terkait hal di atas, sedianya bangsa Indonesia memiliki sumber daya yang mumpuni dan berlimpah, sedianya tidaklah hanya menjadi negara konsumen saja dalam sektor poltersiar, hanya saat ini dirasa akan nampak dan terlambat dalam mengimbangi kemajuan teknologi dan regulasinya dari perspektif holistik sehingga peralihan dari teknologi analog menjadi teknologi digital belum dapat menyesuaikan secara optimal, penyiaran digital sepantasnya bukan hanya soal alih teknologi saja. Beralihnya teknologi ini harus dibarengi dengan peningkatan kualitas konten siaran untuk rakyat Indonesia. Kemampuan teknologi yang akan membuat bertambahnya jumlah siaran televisi ini, harus benar-benar memberikan keberagaman tayangan untuk masyarakat. Untuk mewujudkan hal tersebut, KPI menyiapkan survei instrumen minat, kenyamanan, dan kepentingan (MKK) publik yang akan menjadi data dasar yang akan diberikan kepada pemerintah Indonesia, sebelum peluang usaha penyelenggaraan siaran digital/seleksi penyelenggara siaran digital dilaksanakan. KPI sesuai tugas dan fungsinya di Pasal 8 ayat (3) point a, c, d, e, yaitu (1) KPI sebagai wujud peran serta masyarakat berfungsi mewadahi aspirasi serta mewakili kepentingan masyarakat akan penyiaran. (2) Dalam menjalankan fungsinya sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), KPI mempunyai wewenang: a. menetapkan standar program siaran; b. menyusun peraturan dan menetapkan pedoman perilaku penyiaran; c. mengawasi pelaksanaan peraturan dan pedoman perilaku penyiaran serta standar program siaran; d. memberikan sanksi terhadap pelanggaran peraturan dan pedoman perilaku penyiaran serta standar program siaran; e. melakukan koordinasi dan/atau kerjasama dengan Pemerintah, lembaga penyiaran, dan masyarakat. (3) KPI mempunyai tugas dan kewajiban: a. menjamin masyarakat untuk memperoleh informasi yang layak dan benar sesuai dengan hak asasi manusia; b. ikut membantu pengaturan infrastruktur bidang penyiaran; c. ikut membangun iklim persaingan yang sehat an-

tar lembaga penyiaran dan industri terkait; d. memelihara tatanan informasi nasional yang adil, merata, dan seimbang; e. menampung, meneliti, dan menindaklanjuti aduan, sanggahan, serta kritik dan apresiasi masyarakat terhadap penyelenggaraan penyiaran; dan f. menyusun perencanaan pengembangan sumber daya manusia yang menjamin profesionalitas di bidang penyiaran. jo Pasal 52 UU Penyiaran dengan narasi isi pasal tersebut bab VI peran serta masyarakat Pasal 52: 1) Setiap warga negara Indonesia memiliki hak, kewajiban, dan tanggung jawab dalam berperan serta mengembangkan penyelenggaraan penyiaran nasional. 2) Organisasi nirlaba, lembaga swadaya masyarakat, perguruan tinggi, dan kalangan pendidikan, dapat mengembangkan kegiatan literasi dan/atau pemantauan Lembaga Penyiaran. 3) Masyarakat sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dapat mengajukan keberatan terhadap program dan/atau isi siaran yang merugikan. Sebagaimana diperbaharui oleh pasal 72 UU Cipta Kerja dengan penekanan kepada peralihan analog ke digital.

Tulisan ini diharapkan bisa memberikan saran serta masukan kuota penyelenggara siaran digital dalam satu “multipleksing”. Format siaran televisi Indonesia sesuai peraturan KPI nomor 2 tahun 2016, di variasikan dalam 8 kategori, masing-masing, hiburan, informasi, olahraga, musik, pendidikan, agama, permainan/kuis dan ragam pertunjukan. Dengan pembagian kuota ini, masyarakat bisa mendapatkan alternatif tontonan sesuai minat, kenyamanan dan kepentingannya masing-masing.

Dengan perkataan lain bahwa postelsiar menjadi bagian integral dalam membangun intelektualitas sedianya mengembalikan peradaban ras manusia itu sendiri, dapat dengan mudah disampaikan bahwa sejak tahun 1856 saja, sudah dibentuk lembaga di dunia yang membakukan dan meregulasi penyiaran radio, televisi dan telekomunikasi Internasional, pada waktu itu bangsa Indonesia belumlah berdaulat sebagai bangsa yang merdeka, bersatu

adil dan makmur, sehingga tidaklah berlebihan apabila bangsa Indonesia segera menyesuaikan dan dapat berakselerasi dalam menata dan meniti untuk upaya memperkuat posisi bangsa Indonesia menyikapi pergaulan dunia dalam variabel teknologi, kelak bangsa Indonesia maju dalam bidang operator, produsen peralatan, perusahaan media, badan pendanaan, organisasi penelitian dan pengembangan, serta organisasi telekomunikasi internasional dan regional, dengan dikelola secara baik, tentu saja potensi ekonomi tinggi bagi bangsa Indonesia. Yang pada akhirnya kembali kepada satu hal yaitu penyiaran, diharapkan “syiar” akan segera mewujudkan manusia Indonesia paripurna, sebagaimana termaktub dalam Pasal 3 Undang-Undang nomor 32 tahun 2002, yaitu Penyiaran diselenggarakan dengan tujuan untuk memperkuat integrasi nasional, terbinanya watak dan jati diri bangsa yang beriman dan bertakwa, mencerdaskan kehidupan bangsa, memajukan kesejahteraan umum, dalam rangka membangun masyarakat yang mandiri, demokratis, adil dan sejahtera, serta menumbuhkan industri penyiaran Indonesia.

Daftar Pustaka

Indonesia. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2002 Nomor 139, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4252. Sekretariat Negara. Jakarta. Broadcasting Law number 32 of 2002.

Indonesia. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2020 Nomor 245, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6573. Sekretariat Negara. Jakarta. Job creation Law number 11 of 2020.

Indonesia. 2005. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia nomor 50 tahun 2005 tentang Penyelenggaraan Penyiaran. Lembaga Penyiaran Swasta. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2005 Nomor 127. Jakarta. Government regulation number 50 of 2005 concerning private broadcasting institutions.

Indonesia. 2005. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia nomor 51 tahun 2005 tentang Penyelenggaraan Penyiaran. Lembaga Penyiaran Komunitas. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2005 Nomor 128. Jakarta. Government regulation number 51 of 2005 concerning community broadcasting institutions.

Indonesia. 2005. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia nomor 52 tahun 2005 tentang Penyelenggaraan Penyiaran. Lembaga Penyiaran Berlangganan. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2005 Nomor 129. Jakarta. Government regulation number 52 of 2005 concerning subscription broadcasting institutions.

Indonesia. 2021. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia nomor 5 tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko. Lembaran Negara Republik Indonesia Ta-

hun 2021 Nomor 15. Jakarta. Government regulation number 5 of 2021 concerning the implementation of Risk-based business licensing

Indonesia. 2021. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia nomor 46 tahun 2021 tentang Pos, Telekomunikasi, dan Penyiaran. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2021 Nomor 56. Jakarta. Government regulation number 46 of 2021 concerning postal telecommunications and broadcasting.

Peraturan Menteri Komunikasi Dan Informatika Republik Indonesia. 2021. Tentang Penyelenggaraan Penyiaran, No. 6 Tahun 2021. Kementerian Komunikasi dan Informatika. Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2021 Nomor 304 Menteri Komunikasi Dan Informatika Republik Indonesia. Jakarta. Regulation of the Minister of Communication and Information Technology Number 6 of 2021 concerning Broadcasting.

Peraturan Menteri Komunikasi Dan Informatika Republik Indonesia. 2021. Tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Komunikasi Dan Informatika Nomor 6 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Penyiaran, No. 11 Tahun 2021. Kementerian Komunikasi dan Informatika. Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2021 Nomor 927 Menteri Komunikasi Dan Informatika Republik Indonesia. Jakarta. Regulation of Minister of Communication and Information Technology regulation number 11 of 2021 regarding the analog switch-off stage

<https://www.itu.int/en/Pages/default.aspx>

<https://www.postel.go.id/>

Reportase Masalah Lingkungan dalam Perspektif P3SPS

Oleh Syaefurrahman Albanjary

Pelajaran Masa Lalu

Dua puluh satu tahun lalu, tepatnya Senin, 21 Februari 2005 sekitar pukul 02.00 WIB, tiba-tiba terdengar ledakan keras di kawasan Leuwigajah Kota Cimahi, Jawa Barat. Ledakan keras itu diikuti longsor sampah yang ada di Tempat Pembuangan Akhir (TPA) Leuwigajah. Longsoran sampah langsung menyapu dua permukiman, yakni Kampung Cilimus dan Kampung Pojok. Dua permukiman yang jaraknya sekitar 1 km dari TPA Leuwigajah langsung luluh lantak tertimbun sampah dan menewaskan 157 jiwa.

Gunungan sampah sepanjang 200 meter dan setinggi 60 meter itu diduga goyah karena diguyur hujan deras semalam suntuk. Termasuk diduga terpicu konsentrasi gas metan dari dalam tumpukan sampah. Hal itu juga yang diduga menyebabkan munculnya suara ledakan. Setelah peristiwa itu terjadi, daerah di kawasan Bandung Raya praktis tidak lagi memiliki TPA. Salah satu yang paling terdampak dengan tidak adanya TPA di kawasan Bandung Raya, adalah Kota Bandung yang saat itu merupakan daerah dengan jumlah terbesar membuang ke TPA Leuwigajah.

Akibatnya, sampah hanya menumpuk di Tempat Pembuangan Sementara (TPS). Beberapa hari kemudian, TPS tak lagi mampu menampung sampah. Dalam hitungan hari, hampir di seluruh penjuru Kota Bandung dipenuhi sampah. Kota Bandung terlihat kotor dan jorok. Bau menyengat membuat warga terpaksa lebih sering menutup hidung. Hingga akhirnya muncul julukan yang

amat pahit untuk kota tercinta ini, “Bandung Lautan Sampah”.

Nestapa ternyata juga terjadi belum lama ini. Sejumlah tempat di Jawa Barat dirundung bencana. Berdasarkan catatan detik-Jabar, bencana alam mengakibatkan 3 nyawa warga melayang. Dua korban meninggal akibat longsor di Kampung Cipondok, Subang, dan seorang petani sayur tewas tertimbun longsor dari tebing di Kampung Tugumukti, Cisarua, Kabupaten Bandung Barat (KBB).

Bencana alam pertama terjadi di Subang. Minggu (7/1/2024) sore, kawasan wisata dan sumber mata air Cipondok diterjang longsor yang mengakibatkan 2 warga meninggal dunia, yaitu Oom Komariah (50) dan Dana (30).

Sementara itu banjir yang menerjang Desa Karangligar, Kecamatan Telukjambe Barat, Kabupaten Karawang pada Rabu (3/1/2024), mulai berdampak ke masyarakat. Beberapa warga mengeluh usai diserang penyakit seperti gatal-gatal hingga nyeri lambung. Penyakit akibat banjir di Karawang juga dilaporkan menyerang balita. Tercatat, ada 162 balita dan 42 bayi penyintas bencana banjir mengalami keluhan batuk pilek selama di posko pengungsian.

Laporan terkini, banjir di Karawang sudah mulai surut. Warga yang sebelumnya mengungsi juga sudah kembali ke rumahnya masing-masing. Banjir itu pun dilaporkan masih merendam 1 kecamatan di Karawang. Adapun catatan BPBD, warga yang terdampak banjir Karawang berasal dari 6 desa. Dengan rincian 748 KK atau 2.175 Jiwa, di antaranya 133 balita, 11 bayi, total rumah terendam sebanyak 558, termasuk 3 sarana pendidikan, 7 sarana ibadah, dan 90 hektare sawah, dari total tersebut 1.636 jiwa masih mengungsi.

Di Cianjur, banjir dan longsor menerjang 3 kecamatan yaitu Ciranjang, Bojongpicung, dan Haurwangi. Pemkab Cianjur juga menetapkan status siaga bencana banjir dan longsor untuk setiap

kecamatan di Cianjur. Pemkab menekankan mitigasi kepada warga supaya siap menghadapi potensi bencana yang akan datang. Bupati Cianjur Herman Suherman menginstruksikan seluruh camat dan kepala desa untuk melakukan pengecekan, terutama daerah yang rawan bencana banjir dan longsor.

Bencana juga terjadi di Purwakarta. Gunung Anaga di Kampung Pamalayan, Desa Sukamulya, Kecamatan Tegalwaru, Purwakarta longsor pada Kamis (4/1) sore. Bencana itu mengakibatkan sejumlah rumah warga tertutup pohon besar yang tumbang. Sebanyak 1.194 warga dilaporkan harus mengungsi.

Setelah kondisi mulai mereda, longsor susulan kembali menerja Gunung Anaga, Purwakarta, Senin (8/1) kemarin. Sejumlah rumah rusak akibat kejadian itu. Lumpur menutup jalan permukiman hingga rumah-rumah warga. Bahkan batu besar hingga pohon berserakkan di area permukiman terbawa arus longsor.

Potongan beberapa berita di atas adalah contoh berita lingkungan yang sesungguhnya sangat dekat dengan kita, dekat dengan aspek kemanusiaan. Karenanya, ia menjadi bernilai berita, sampai kapanpun. Oleh karena itu berita lingkungan sudah sewajarnya menjadi berita yang mendapat porsi lebih dalam program pemberitaan.

Perspektif P3SPS

Secara singkat, berita lingkungan diartikan sebagai berita yang isinya tentang masalah lingkungan hidup, baik proses, produksi, pengembangan hingga dampaknya terhadap manusia dan non manusia. Berita lingkungan hidup akan menunjukkan betapa bencana dan perubahan lingkungan hidup baik lokal maupun global akibat ulah manusia. Media sebagai salah satu pilar demokrasi, memiliki peran strategis dalam menyebarkan infor-

masi dan membentuk opini publik terkait isu-isu lingkungan.

Di Indonesia, peran media dalam pelaporan isu lingkungan semakin diperkuat oleh adanya Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS) yang diatur oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). P3SPS bertujuan untuk memastikan bahwa setiap program siaran yang disajikan oleh lembaga penyiaran mengedepankan prinsip-prinsip etika, akurasi, dan keberimbangan, termasuk dalam reportase masalah lingkungan.

Reportase masalah lingkungan merupakan salah satu bentuk tanggung jawab media dalam menyajikan informasi yang relevan dan akurat kepada masyarakat. Melalui pemberitaan yang berkualitas, media dapat membantu meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya menjaga kelestarian lingkungan dan mendukung upaya penanggulangan kerusakan lingkungan. Namun, dalam praktiknya, reportase lingkungan sering kali menghadapi berbagai tantangan, termasuk kurangnya pemahaman jurnalis terhadap isu lingkungan, tekanan dari pihak-pihak berkepentingan, dan keterbatasan sumber daya.

Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS) yang diatur oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) memang memuat beberapa prinsip dan standar yang relevan dengan liputan lingkungan. Meskipun P3SPS tidak secara spesifik merinci prinsip-prinsip untuk liputan lingkungan saja, beberapa prinsip umum yang terdapat dalam P3SPS dapat diterapkan dalam konteks peliputan isu-isu lingkungan. Berikut adalah beberapa prinsip yang relevan:

Keakuratan Informasi: P3SPS menekankan pentingnya keakuratan informasi dalam setiap program siaran. Dalam konteks liputan lingkungan, ini berarti informasi yang disampaikan harus berdasarkan data yang valid, penelitian ilmiah yang dapat dipercaya, dan tidak menyesatkan publik.

Keseimbangan dan Keberimbangan: P3SPS mengharus-

kan penyajian berita yang berimbang dan adil. Untuk liputan lingkungan, ini berarti memberikan kesempatan yang adil kepada semua pihak yang terlibat atau terdampak untuk memberikan pandangannya, termasuk pemerintah, industri, organisasi lingkungan, dan masyarakat.

Pencegahan Penyebaran Informasi yang Menyesatkan: Penyiaran tidak boleh menampilkan informasi yang salah atau menyesatkan. Dalam hal isu lingkungan, penting untuk tidak mengaburkan fakta atau memberikan kesan yang salah tentang suatu isu lingkungan, baik terkait dengan dampak negatif maupun solusi yang diusulkan.

Mengedepankan Kepentingan Publik: P3SPS mengatur bahwa penyiaran harus mengedepankan kepentingan publik. Liputan lingkungan yang baik seharusnya fokus pada dampak lingkungan terhadap kesehatan masyarakat, keberlanjutan ekosistem, dan kesejahteraan umum.

Menghindari Sensasionalisme: P3SPS melarang penyiaran untuk mengejar sensasi yang berlebihan tanpa memperhatikan kebenaran dan dampak yang ditimbulkan. Dalam konteks lingkungan, ini berarti tidak melebih-lebihkan atau mengecilkan isu-isu lingkungan untuk menarik perhatian, melainkan menyajikan fakta dengan jujur dan proporsional.

Promosi Pendidikan dan Informasi yang Bermanfaat: Salah satu tujuan dari penyiaran adalah mendidik masyarakat. Liputan lingkungan yang mengikuti P3SPS harus bertujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang isu-isu lingkungan dan mendorong tindakan positif terhadap perlindungan lingkungan.

Dengan menerapkan prinsip-prinsip ini, media penyiaran dapat memastikan bahwa mereka berkontribusi positif dalam meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat mengenai isu-isu lingkungan, serta mendorong partisipasi aktif dalam upaya

ya konservasi lingkungan.

Sejarah Jurnalisme Lingkungan

Jurnalisme lingkungan memiliki sejarah yang cukup panjang dan berkembang seiring dengan meningkatnya kesadaran global tentang isu-isu lingkungan. Berikut adalah ikhtisar tentang sejarah jurnalisme lingkungan:

Awal Mula (1800-an - Awal 1900-an)

Jurnalisme lingkungan secara informal dapat ditelusuri kembali ke abad ke-19, ketika para penulis alam seperti Henry David Thoreau dan John Muir mulai menulis tentang keindahan alam dan pentingnya pelestarian lingkungan. Karya-karya mereka, seperti “Walden” oleh Thoreau dan artikel serta buku oleh Muir, menyampaikan pesan tentang hubungan manusia dengan alam dan pentingnya konservasi.

1950-an - 1960-an: Munculnya Jurnalisme Lingkungan Modern

Era modern dari jurnalisme lingkungan mulai berkembang pada pertengahan abad ke-20, terutama setelah Perang Dunia II, ketika industrialisasi dan urbanisasi menyebabkan peningkatan polusi dan kerusakan lingkungan.

- Publikasi “Silent Spring” (1962): Salah satu momen penting dalam sejarah jurnalisme lingkungan adalah penemuan buku “Silent Spring” oleh Rachel Carson pada tahun 1962. Buku ini mengungkapkan dampak negatif dari penggunaan pestisida, terutama DDT, terhadap lingkungan dan kesehatan manusia. “Silent Spring” sering dianggap sebagai salah satu pemicu utama gerakan lingkungan modern dan memicu perdebatan luas di media tentang isu

lingkungan.

- Lahirnya Gerakan Lingkungan: Pada 1960-an, media mulai memberikan perhatian lebih besar pada isu-isu lingkungan, didorong oleh munculnya gerakan lingkungan yang semakin kuat. Liputan tentang pencemaran air dan udara, serta masalah lain seperti deforestasi dan kepunahan spesies, mulai lebih sering muncul di media massa.

1970-an: Era Kesadaran Lingkungan

Dekade 1970-an adalah periode di mana jurnalisme lingkungan semakin mengukuhkan dirinya sebagai bagian penting dari jurnalisme arus utama.

- Hari Bumi Pertama (1970): Hari Bumi pertama yang dirayakan pada 22 April 1970, menjadi tonggak sejarah dalam gerakan lingkungan. Peristiwa ini diliput secara luas oleh media dan membawa isu lingkungan ke hadapan publik internasional. Liputan media pada periode ini membantu memperkuat gerakan lingkungan global.
- Pembentukan Badan Lingkungan: Pada periode ini, banyak negara mulai membentuk badan perlindungan lingkungan, seperti Badan Perlindungan Lingkungan Amerika Serikat (EPA) pada tahun 1970. Media memainkan peran penting dalam meliput kebijakan dan regulasi baru terkait lingkungan.

1980-an - 1990-an: Jurnalisme Lingkungan sebagai Sub-disiplin

Pada 1980-an dan 1990-an, jurnalisme lingkungan mulai dianggap sebagai sub-disiplin tersendiri dalam jurnalisme.

- Liputan Bencana Lingkungan: Bencana lingkungan sep-

erti kebocoran gas beracun di Bhopal, India (1984), dan bencana nuklir Chernobyl (1986) menjadi headline global dan menunjukkan pentingnya peliputan mendalam dan investigatif terhadap isu-isu lingkungan.

- Perjanjian Lingkungan Global: Media berperan dalam meningkatkan kesadaran publik tentang perjanjian internasional yang berkaitan dengan lingkungan, seperti Protokol Montreal (1987) untuk mengurangi zat perusak ozon dan Konferensi Rio de Janeiro (1992) tentang lingkungan dan pembangunan.

2000-an hingga Sekarang: Era Digital dan Jurnalisme Lingkungan Global

Memasuki abad ke-21, jurnalisme lingkungan telah mengalami perkembangan pesat, terutama dengan munculnya internet dan media sosial.

- Media Digital: Internet dan media sosial telah memperluas akses terhadap informasi lingkungan, memungkinkan liputan yang lebih luas dan lebih cepat. Platform digital memungkinkan penyebaran informasi lingkungan kepada audiens global, yang sering kali terlibat langsung melalui komentar dan berbagi informasi.
- Krisis Iklim dan Aktivisme: Liputan mengenai perubahan iklim menjadi semakin sentral dalam jurnalisme lingkungan. Topik ini sering kali dikaitkan dengan aktivisme global, seperti Gerakan Fridays for Future yang dipimpin oleh Greta Thunberg, yang memperoleh perhatian luas dari media internasional.
- Investigasi dan Dokumenter: Dokumenter seperti “An Inconvenient Truth” (2006) dan “Before the Flood” (2016) menjadi bagian penting dari jurnalisme lingkungan mod-

ern, membantu menjelaskan isu-isu kompleks kepada publik dalam format yang mudah diakses dan berdampak besar.

Dengan demikian jelaslah bahwa jurnalisme lingkungan telah berkembang dari laporan-laporan awal tentang alam menjadi disiplin penting dalam jurnalisme modern yang berfokus pada pelaporan isu-isu kritis yang berdampak pada seluruh planet. Dalam perjalanan sejarahnya, jurnalisme lingkungan telah membantu meningkatkan kesadaran, mempengaruhi kebijakan publik, dan mendorong tindakan sosial untuk melindungi lingkungan.

Fokus Jurnalisme Lingkungan

Jurnalisme lingkungan diartikan sebagai kegiatan wartawan dalam mengumpulkan fakta, menggali, memverifikasi, dan menyiarkan informasi yang bernilai berita tentang lingkungan hidup.

Sikap yang perlu ditumbuhkan dalam diri jurnalis lingkungan adalah pemihakan terhadap keselamatan lingkungan untuk masa kini dan masa depan kehidupan kita. Dengan kata lain, seperti dikatakan M. Badri dalam tulisannya tentang Jurnalisme Lingkungan, wartawan diharapkan “memihak” kepada proses-proses yang meminimalkan dampak negatif kerusakan lingkungan hidup (<http://greenpressnetwork.wordpress.com>).

Oleh sebab itu, wartawan lingkungan perlu menumbuhkan sikap:

- Pro Keberlanjutan: Lingkungan Hidup yang mampu mendukung kehidupan berkelanjutan, kondisi lingkungan hidup yang dapat dinikmati oleh generasi sekarang tanpa mengurangi kesempatan generasi mendatang
- Biosentris: Kesetaraan spesies, mengakui bahwa setiap spesies memiliki hak terhadap ruang hidup, sehingga perubahan lingkungan hidup (pembangunan) harus

memperhatikan dan mempertimbangkan keunikan setiap spesies dan sistem-sistem di dalamnya.

- Pro Keadilan Lingkungan: Berpihak pada kaum yang lemah, agar mendapatkan akses setara terhadap lingkungan yang bersih, sehat dan dapat terhindar dari dampak negatif kerusakan lingkungan.
- Profesional: Memahami materi dan isu-isu lingkungan hidup, menjalankan kaidah-kaidah jurnalistik, menghormati etika profesi, dan menaati hukum.

Topik-topik lingkungan

Topik-topik yang diangkat jurnalisme lingkungan, misalnya pencemaran udara atau pengaturan sampah, dengan pengkhususan masalah-masalah yang terjadi di ranah lokal.

Selain itu, jurnalisme lingkungan juga mencakup topik-topik seperti: Isu lingkungan antarnegara, perubahan iklim dan pemanasan global, illegal logging, kualitas air, kebakaran hutan, pencemaran industri, nuklir, kekeringan, banjir, longsor, kabut asap, limbah rumah tangga, limbah rumah sakit, limbah industri, kepunahan fauna, modifikasi genetika, dan sebagainya.

Selain hal-hal di atas, jurnalisme lingkungan juga mencakup topik-topik seperti:

- Polusi udara,
- Keragaman fauna
- Lahan tak terpakai
- Kanker dan penyebab penyakit-penyakit lainnya
- Bahaya kimiawi
- Pelucutan senjata kimia
- Kesehatan Anak-anak (Asma, kandungan timah dalam lingkungan udara lokasi industri)

- Isu lingkungan antar negara tetangga
- Dioxin
- Pembuangan materi hasil kerukan
- Bahan kimiawi yang mengganggu hormon
- Keadilan lingkungan dan sampah berbahaya
- Radiasi makanan
- Tanaman yang genetiknya dimodifikasi
- Perubahan iklim dan pemanasan global
- Bencana alam yang disebabkan teknologi maupun yang terjadi secara alami
- Kesehatan kerja
- Berkurangnya lapisan ozone
- Pestisida
- Pencegahan polusi
- Pertumbuhan penduduk
- Kesehatan lingkungan & kedudukannya
- Kualitas air permukaan
- Ketersediaan air

Tantangan Jurnalisme Lingkungan

Saat ini berita tentang lingkungan hidup baru menghiasi media kalau ada peristiwa bencana banjir, tanah longsor, robnya air laut, dan sebagainya. Itupun akan mendapat perhatian jika ada korban meninggal atau kehancuran wilayah. Padahal dengana danya pemanasan global kehancuran ekologis pada level global memiliki dampak serius pada kerusakan lingkungan secara keseluruhan. Dalam situasi ini, media seharusnya meningkatkan intensitas pemberitaan dengan menggunakan perspektif jurnalisme lingkungan. Artinya, jurnalisme lingkungan harus direvitalisasi

(dihidupkan kembali) oleh kalangan wartawan.

Media selayaknya terus dijaga fungsinya sebagai media penyadaran publik agar mereka segera peduli terhadap lingkungannya, untuk bersama-sama menyelamatkan bumi, dan mencegah “kiamat” yang dipercepat oleh kerusakan-kerusakan lingkungan. Kasus lumpur dari semburan pemboran di Sidoarjo hanya menghiasi media beberapa tahun saja. Selanjutnya menurun intensitasnya, hingga kini. Bahkan seorang yang protes dengan jalan kaki ke Jakarta, di tengah jalan “masuk angin” sehingga suaranya pelo (berubah) dari yang tadinya pro korban lumpur berubah minta maaf dan menjadi penanggung jawab masalah Lapindo.

Dalam konteks pemberitaan, masalah lingkungan sesungguhnya bersinggungan dengan kesehatan dan politik. Kalau sudah masuk ranah politik dan kekuasaan inilah seringkali media main mata, sehingga pemberitaan lingkungan menjadi loyo dan kehilangan kekritisannya. Problem ekonomi politik media menjadikan wartawan tidak memiliki kekuatan untuk mengungkapkan kasus-kasus kerusakan lingkungan, karena kemungkinan ada pemilik media yang memiliki perusahaan-perusahaan non-media yang mendapatkan proyek dari pemerintah.

Jalinan erat birokrasi dan korporasi ini menyulitkan para wartawan mengungkap skandal degradasi ekologis yang melibatkan aparat pemerintah dan pengusaha. Kebiasaan wartawan menonjolkan sensasionalisme dalam pemberitaan dan menjalankan liputan yang sekadar berpatokan pada peristiwa, semakin menjadikan jurnalisme lingkungan sulit direalisasikan.

Keberhasilan humas korporasi memanfaatkan media untuk kampanye lingkungan versi CSR-nya (Corporate Sosial Responsibility), di satu pihak dan minimnya pengetahuan tentang lingkungan di kalangan jurnalis, sehingga mereka gampang dimanipulasi oleh humas perusahaan dan kalangan aktivis lingkungan.

Kecakapan yang Dibutuhkan

Dalam artikel Joseph L. Bast yang berjudul “Environmental Journalism: A Little Knowledge is Dangerous” (2000), seorang jurnalis lingkungan harus mengerti bahasa keilmuan serta penerapannya, pengetahuan tentang peristiwa-peristiwa berkaitan dengan lingkungan di masa lalu.

Jurnalis lingkungan juga harus memiliki kemampuan mengikuti keputusan kebijakan mengenai lingkungan dan kerja organisasi lingkungan, pemahaman umum tentang peristiwa-peristiwa lingkungan muktahir, dan kemampuan menyampaikan informasi tersebut pada khalayak umum dengan cara yang mudah dipahami.

Kiat Menulis Masalah Lingkungan Hidup:

- Jurnalis harus mampu mempopulerkan masalahnya dengan menggunakan peristilahan yang tepat dan pengalihan gagasan/konsep yang populer, sehingga dimengerti oleh pembaca/pemirsa.
- Jurnalis harus berhati-hati terhadap penerjemahan istilah asing, dan meminta pertimbangan para pakar. Istilah-istilah ilmiah nama spesies, zat kimia, dll, harus ditulis dengan kesepakatan dari komunitas yang bersangkutan.
- Jurnalis harus bisa mendekati persoalan pada khalayak dengan menjadikan masalah itu sebagai masalah lingkungan di tingkat lokal dan tingkat pengaruhnya.
- Menampilkan drama dalam reportase, yakni drama tentang manusia.
- Meletakkan manusia sebagai pusat berita.
- Menggunakan video yang dramatis dan ilustrasi untuk menarik perhatian pemirsa.
- Menggunakan verifikasi berlapis menggunakan bahan pustaka, riset, narasumber/para pakar. (M. Badri, dari

greenpressnetwork dan berbagai sumber lainnya).

Merencanakan liputan lingkungan (berita Video)

Untuk berita peristiwa seperti terjadi longsor, banjir dan gunung meletus yang memang tidak bisa direncanakan, standar liputannya tetap mengacu pada liputan peristiwa. Namun demikian, untuk masalah lingkungan yang direncanakan, pertama-tama yang diperlukan adalah menentukan topik. Untuk ini haruslah ada news peg, atau cantelan berita agar berita tersebut tidak jatuh dari langit melainkan ada kaitannya dengan apa yang berkembang di masyarakat.

Misalnya ketika seorang Presiden membahas pemanasan global dalam sidang kabinet di Istana Negara, maka berita ini cukup menjadi cantelan berita:

- Penelusuran kasus pembalakan liar;
- Liputan efek rumah kaca
- Nyamuk kebal fogging akibat pemanasan global
- Pemanasan global memicu pemutihan terumbu karang.

Katakanlah dalam rapat diputuskan peliputan pembalakan liar dan memerlukan penelusuran ke lokasi pembalakan liar, maka gambar-gambar yang diperlukan adalah:

- Berbagai tipe shot lokasi pembalakan liar
- Berbagai tipe shot kayu-kayu berserakan
- Berbagai tipe shot proses penebangan rakyat
- Berbagai tipe shot dan angle pengangkutan
- Berbagai shot sungai penuh kayu
- Pemukiman setempat dan aktivitas warga
- Wawancara penduduk (gali lebih dalam apa mereka juga ikut menebang kayu, apakah mereka tidak takut kalau banjir dan longsor mengancam mereka dsb.)

- Wawancara penambang kayu (gali lebih dalam apakah mereka suruhan atukah penduduk setempat, mengapa penambangan dilakukan, apakah mereka kucing-kucingan dengan petugas, atukah malah kerjasama, bagaimana mereka menjual kayunya)
- Wawancara pejabat setempat (apa yang sudah dilakukan terhadap aksi penambangan liar, bagaimana pengawasan dilakukan, berapa luas lahan pembalakan liar dan bagaimana pemulihannya, kalau ada yang ditangkap maka tanyakan bagaimana proses hukumnya? Kalau ada fakta bahwa penambang adalah pekerja buruh tebang maka sebenarnya ada bandarnya, apakah pejabat itu tahu dan bagaimana tindakan yang dilakukan, dsb)

Pentingnya Jurnalisme Lingkungan

Jurnalisme Lingkungan memiliki peran penting dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap isu lingkungan dan mendorong aksi nyata untuk melindungi bumi. Melalui pemberitaan yang akurat dan berimbang, jurnalisme lingkungan dapat menjadi katalisator perubahan menuju masa depan yang berkelanjutan.

Tantangan Saat Ini dalam Pemberitaan Lingkungan

1. Kurangnya Akses. Jurnalis seringkali kesulitan mendapatkan akses ke informasi dan data lingkungan yang akurat, terutama di wilayah terpencil atau yang diawasi ketat.
2. Keterbatasan Sumber Daya. Sumber daya untuk meliput isu lingkungan, seperti dana, waktu, dan keahlian, seringkali terbatas, sehingga membatasi kedalaman dan jangkauan pemberitaan.
3. Tekanan Ekonomi. Media massa seringkali terbebani oleh tekanan ekonomi untuk memprioritaskan berita yang

populer dan menarik, sehingga isu lingkungan terkadang terpinggirkan.

4. Ketidakpercayaan Publik. Ketidakpercayaan publik terhadap media massa, khususnya terkait dengan isu lingkungan, dapat menghambat efektivitas pemberitaan.
5. Kurangnya Pengetahuan Banyak jurnalis masih kekurangan pengetahuan dan pemahaman yang cukup tentang isu-isu lingkungan. Kurangnya pengetahuan ini bisa menyebabkan kesalahan dalam pelaporan.
6. Stigmatisasi Seringkali, jurnalis lingkungan menghadapi stigmatisasi dan dilabel sebagai aktivis lingkungan. Stigmatisasi ini dapat menghambat objektivitas dalam pelaporan.

Peran Media dalam Mempengaruhi Opini Publik

Mempengaruhi Persepsi. Media massa memiliki kekuatan untuk membentuk persepsi publik tentang isu lingkungan, baik positif maupun negatif. Pemberitaan yang bertanggung jawab dan berimbang dapat mendorong masyarakat untuk peduli terhadap lingkungan.

Membangun Kesadaran. Media dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang dampak perubahan iklim, polusi, dan kerusakan ekosistem. Hal ini mendorong masyarakat untuk mengambil tindakan nyata untuk melindungi lingkungan.

Mendorong Aksi. Pemberitaan yang kritis dan investigatif dapat mendorong masyarakat untuk menuntut tanggung jawab dari pemerintah dan perusahaan dalam melindungi lingkungan. Media dapat menjadi penggerak perubahan sosial.

Mengarusutamakan Isu Lingkungan dalam Pemberitaan

1. Menyediakan Ruang. Media massa harus menyediakan

ruang yang cukup untuk isu lingkungan dalam program siaran, berita, dan editorial.

2. Menghasilkan Konten Berkualitas. Pemberitaan tentang lingkungan harus akurat, komprehensif, dan menarik, dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh masyarakat.
3. Membangun Jaringan. Media massa harus membangun jaringan dengan organisasi lingkungan, akademisi, dan pemangku kepentingan lainnya untuk mendapatkan informasi dan keahlian yang lebih luas.
4. Menjadi Agen Perubahan. Media massa tidak hanya sebagai penyebar informasi, tetapi juga sebagai agen perubahan yang mendorong masyarakat untuk mengambil tindakan nyata untuk melindungi lingkungan.

Strategi Peliputan Berita Lingkungan yang Efektif

Riset dan Verifikasi: Jurnalis harus melakukan riset yang mendalam dan memverifikasi informasi dari berbagai sumber untuk memastikan akurasi dan objektivitas berita.

Pelibatan Stakeholder: Melibatkan berbagai pemangku kepentingan dalam proses peliputan, seperti para ahli, organisasi lingkungan, dan masyarakat setempat, dapat memperkaya informasi dan meningkatkan kredibilitas berita.

Narasi yang Menarik: Membuat narasi berita yang menarik dan mudah dipahami oleh publik dapat meningkatkan minat dan partisipasi masyarakat dalam isu lingkungan.

Penyampaian Solusi: Berita lingkungan tidak hanya harus mengekspos masalah, tetapi juga harus menawarkan solusi dan jalan keluar yang realistis dan dapat diimplementasikan.

Monitoring dan Evaluasi: Penting untuk memonitor dan mengevaluasi dampak pemberitaan lingkungan terhadap pub-

lik dan kebijakan pemerintah. Hal ini membantu jurnalis untuk terus meningkatkan kualitas dan efektivitas pemberitaan.

Kolaborasi antara Jurnalis dan Pemangku Kepentingan

Pengembangan Keahlian. Kolaborasi dengan organisasi lingkungan dapat membantu jurnalis meningkatkan keahlian dan pengetahuan dalam meliput isu lingkungan.

Akses Informasi. Kerjasama dengan para ahli dapat memberikan akses yang lebih mudah ke data dan informasi yang akurat dan terkini.

Dukungan dan Validasi. Kolaborasi dengan berbagai stakeholder dapat memberikan dukungan dan validasi terhadap pemberitaan lingkungan yang dihasilkan oleh jurnalis.

Keterlibatan Masyarakat. Kerjasama dengan komunitas dan organisasi masyarakat dapat meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam isu lingkungan.

Dampak Positif Jurnalisme Lingkungan terhadap Masyarakat

Meningkatkan Kesadaran. Jurnalisme lingkungan dapat membantu masyarakat memahami pentingnya menjaga lingkungan dan dampak kerusakan lingkungan. Jurnalisme lingkungan membantu meningkatkan kesadaran publik tentang isu-isu lingkungan dan mendorong masyarakat untuk terlibat dalam upaya pelestarian lingkungan.

Mendorong Aksi. Pemberitaan tentang isu lingkungan dapat mendorong masyarakat untuk mengambil tindakan nyata untuk melindungi lingkungan, seperti mengurangi penggunaan plastik, menghemat energi, dan berpartisipasi dalam kegiatan konservasi.

Membangun Solidaritas. Jurnalisme lingkungan dapat

membangun solidaritas dan kerjasama antar masyarakat dalam upaya menjaga lingkungan.

Mendorong Inovasi. Jurnalisme lingkungan dapat memicu inovasi dan pengembangan teknologi baru yang ramah lingkungan.

LAMPIRAN



PERATURAN KOMISI PENYIARAN INDONESIA
Nomor 01/P/KPI/03/2012
tentang
PEDOMAN PERILAKU PENYIARAN

Menimbang:

- a. bahwa dalam rangka pengaturan perilaku lembaga penyiaran di Indonesia dibutuhkan suatu pedoman yang wajib dipatuhi agar pemanfaatan frekuensi radio sebagai ranah publik yang merupakan sumber daya alam terbatas dapat senantiasa ditujukan untuk kemaslahatan masyarakat sebesar-besarnya;
- b. bahwa dengan keberadaan lembaga-lembaga penyiaran di Indonesia, harus disusun pedoman yang mampu mendorong lembaga penyiaran untuk memperkuat integrasi nasional, terbinanya watak dan jati diri bangsa yang beriman dan bertakwa, mencerdaskan kehidupan bangsa, memajukan kesejahteraan umum, dalam rangka membangun masyarakat yang mandiri, demokratis, adil, dan sejahtera;
- c. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana yang dimaksud pada huruf a dan huruf b Komisi Penyiaran Indonesia menetapkan Pedoman Perilaku Penyiaran.

Mengingat:

1. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 33, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3817);
2. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821);
3. Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 154, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3881);

4. Undang-Undang Nomor 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 165, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3886);
5. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 166, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3887);
6. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2002 tentang Perlindungan Anak (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2002 Nomor 109, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4235);
7. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2002 Nomor 139, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4252);
8. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 78, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4301);
9. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2004 tentang Penghapusan Kekerasan Dalam Rumah Tangga (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor 95, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4419);
10. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor 125, Tambahan Lembaran Negara Nomor 4437), Undang-Undang Nomor 12 tahun 2008 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 59, Tambahan Lembaran Negara Nomor 4844);
11. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 58, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4843);
12. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 61, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4846);
13. Undang-Undang Nomor 44 Tahun 2008 tentang Pornografi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 181, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4928);
14. Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara, serta Lagu Kebangsaan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 109, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5035);
15. Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 112, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5038);
16. Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2009 tentang Perfilman (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 141, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5060);
17. Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan (Lembaran

- Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 144, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5063);
18. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2011 Nomor 84, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5234);
 19. Peraturan Pemerintah Nomor 11 Tahun 2005 tentang Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Penyiaran Publik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2005 Nomor 28);
 20. Peraturan Pemerintah Nomor 49 Tahun 2005 tentang Pedoman Kegiatan Peliputan Lembaga Penyiaran Asing (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2005 Nomor 126, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4565);
 21. Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2005 tentang Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Penyiaran Swasta (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2005 Nomor 127, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4566);
 22. Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2005 tentang Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Penyiaran Komunitas (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2005 Nomor 128, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4567);
 23. Peraturan Pemerintah Nomor 52 Tahun 2005 tentang Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Penyiaran Berlangganan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2005 Nomor 129, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4568); dan
 24. Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 59/P Tahun 2010 tentang Penetapan Pengangkatan Keanggotaan Komisi Penyiaran Indonesia Pusat untuk Masa Jabatan Tahun 2010 – 2013.

Memperhatikan:

- a. Usulan dari asosiasi penyiaran;
- b. Usulan dari organisasi dan asosiasi masyarakat penyiaran;
- c. Usulan dari berbagai kelompok masyarakat;
- d. Hasil Sidang Rapat Koordinasi Nasional ke-8 Komisi Penyiaran Indonesia Tanggal 7 Juli 2010 di Bandung, Jawa Barat;
- e. Hasil Sidang Rapat Pimpinan Nasional, Tanggal 20 Oktober 2010 di Jakarta; dan
- f. Hasil Sidang Rapat Koordinasi Nasional ke-9 Komisi Penyiaran Indonesia Tanggal 19 Mei 2011 di Tanggerang Selatan, Banten.

M E M U T U S K A N :

**Menetapkan: PERATURAN KOMISI PENYIARAN INDONESIA
TENTANG PEDOMAN PERILAKU PENYIARAN**

BAB I KETENTUAN UMUM

Pasal 1

1. Pedoman Perilaku Penyiaran adalah ketentuan-ketentuan bagi lembaga penyiaran yang ditetapkan oleh Komisi Penyiaran Indonesia sebagai panduan tentang batasan perilaku penyelenggaraan penyiaran dan pengawasan penyiaran nasional.
2. Penyiaran adalah kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran dan/atau sarana transmisi di darat, di laut atau di antariksa dengan menggunakan spektrum frekuensi radio melalui udara, kabel, dan/atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran.
3. Lembaga penyiaran adalah penyelenggara penyiaran, baik lembaga penyiaran publik, lembaga penyiaran swasta, lembaga penyiaran komunitas maupun lembaga penyiaran berlangganan yang dalam melaksanakan tugas, fungsi, dan tanggung jawabnya berpedoman pada peraturan perundang-undangan yang berlaku.
4. Siaran adalah pesan atau rangkaian pesan dalam bentuk suara, gambar, atau suara dan gambar atau yang berbentuk grafis, karakter, baik yang bersifat interaktif maupun tidak, yang dapat diterima melalui perangkat penerima siaran.
5. Program siaran adalah program yang berisi pesan atau rangkaian pesan dalam bentuk suara, gambar, suara dan gambar, atau yang berbentuk grafis atau karakter, baik yang bersifat interaktif maupun tidak, yang disiarkan oleh lembaga penyiaran.
6. Siaran langsung adalah segala bentuk program siaran yang ditayangkan tanpa penundaan waktu.
7. Siaran tidak langsung adalah program siaran rekaman yang ditayangkan pada waktu yang berbeda dengan peristiwanya.
8. Sistem stasiun jaringan adalah tata kerja yang mengatur relai siaran secara tetap antar lembaga penyiaran.
9. Program faktual adalah program siaran yang menyajikan fakta nonfiksi.
10. Program nonfaktual adalah program siaran yang menyajikan fiksi, yang berisi ekspresi seni dan budaya serta rekayasa dan/atau imajinasi dari pengalaman individu dan/atau kelompok.
11. Program Layanan Publik adalah program faktual yang diproduksi dan

disiarkan sebagai bentuk tanggung jawab sosial lembaga penyiaran kepada masyarakat.

12. Program Siaran Jurnalistik adalah program yang berisi berita dan/ atau informasi yang ditujukan untuk kepentingan publik berdasarkan Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3 dan SPS).
13. Anak adalah khalayak khusus yang terdiri dari anak-anak dan remaja yang belum berusia 18 (delapan belas) tahun.
14. Penggolongan program siaran adalah klasifikasi program siaran berdasarkan kelompok usia untuk memudahkan khalayak mengidentifikasi program siaran.
15. Program lokal adalah program siaran dengan muatan lokal yang mencakup program siaran jurnalistik, program siaran faktual, dan program siaran nonfaktual dalam rangka pengembangan potensi daerah setempat serta dikerjakan dan diproduksi oleh sumber daya dan lembaga penyiaran daerah setempat.
16. Program asing adalah program siaran yang berasal dari luar negeri.
17. Program kuis, undian berhadiah, dan permainan berhadiah lainnya adalah program siaran berupa perlombaan, adu ketangkasan, adu cepat menjawab pertanyaan, undian, dan permainan lain yang menjanjikan hadiah.
18. Siaran iklan adalah siaran informasi yang bersifat komersial dan layanan masyarakat tentang tersedianya jasa, barang, dan gagasan yang dapat dimanfaatkan oleh khalayak dengan atau tanpa imbalan kepada lembaga penyiaran yang bersangkutan.
19. Siaran iklan niaga adalah siaran iklan komersial yang disiarkan melalui penyiaran radio atau televisi dengan tujuan memperkenalkan, memasyarakatkan, dan/atau mempromosikan barang atau jasa kepada khalayak sasaran untuk mempengaruhi konsumen agar menggunakan produk yang ditawarkan.
20. Siaran iklan layanan masyarakat adalah siaran iklan nonkomersial yang disiarkan melalui penyiaran radio atau televisi dengan tujuan memperkenalkan, memasyarakatkan, dan/atau mempromosikan gagasan, cita-cita, anjuran, dan/atau pesan-pesan lainnya kepada masyarakat untuk mempengaruhi khalayak agar berbuat dan/atau bertingkah laku sesuai dengan pesan iklan tersebut.
21. Program siaran berlangganan adalah program yang berisi pesan atau rangkaian pesan dalam bentuk suara, gambar, atau suara dan gambar atau yang berbentuk grafis atau karakter yang disiarkan oleh lembaga penyiaran berlangganan.
22. Program penggalangan dana adalah program siaran yang bertujuan untuk mengumpulkan dana dari masyarakat yang diperuntukkan bagi kegiatan sosial.
23. Pencegatan adalah tindakan menghadang narasumber tanpa perjanjian untuk diwawancarai dan/atau diambil gambarnya.

24. Hak privasi adalah hak atas kehidupan pribadi dan ruang pribadi dari subjek dan objek suatu program siaran yang tidak berkaitan dengan kepentingan publik.
25. Kunci *Parental* adalah alat otomatis yang berfungsi untuk mengunci program-program tertentu yang disediakan oleh lembaga penyiaran berlangganan.
26. Program Pemilihan Umum dan Pemilihan Umum Kepala Daerah adalah program siaran yang mengandung kampanye, sosialisasi, dan pemberitaan tentang Pemilihan Umum Dewan Perwakilan Rakyat Pusat dan Daerah, pemilihan Presiden dan Wakil Presiden, serta pemilihan umum Kepala Daerah.

BAB II DASAR DAN TUJUAN

Pasal 2

Pedoman Perilaku Penyiaran ditetapkan oleh KPI berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku, nilai-nilai agama, norma-norma lain yang berlaku serta diterima masyarakat, kode etik, dan standar profesi penyiaran.

Pasal 3

Pedoman Perilaku Penyiaran ditetapkan berdasarkan asas kemanfaatan, asas keadilan, asas kepastian hukum, asas kebebasan dan tanggung jawab, asas keberagaman, asas kemandirian, asas kemitraan, asas keamanan, dan etika profesi.

Pasal 4

Pedoman Perilaku Penyiaran memberi arah dan tujuan agar lembaga penyiaran:

- a. menjunjung tinggi dan meningkatkan rasa persatuan dan kesatuan Negara Kesatuan Republik Indonesia;
- b. meningkatkan kesadaran dan ketaatan terhadap hukum dan segenap peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia;
- c. menghormati dan menjunjung tinggi norma dan nilai agama dan budaya bangsa yang multikultural;
- d. menghormati dan menjunjung tinggi etika profesi yang diakui oleh peraturan perundang-undangan;
- e. menghormati dan menjunjung tinggi prinsip-prinsip demokrasi;
- f. menghormati dan menjunjung tinggi hak asasi manusia;

- g. menghormati dan menjunjung tinggi hak dan kepentingan publik;
- h. menghormati dan menjunjung tinggi hak anak-anak dan remaja;
- i. menghormati dan menjunjung tinggi hak orang dan/atau kelompok masyarakat tertentu; dan
- j. menjunjung tinggi prinsip-prinsip jurnalistik.

BAB III

RUANG LINGKUP

Pasal 5

Pedoman Perilaku Penyiaran adalah dasar bagi penyusunan Standar Program Siaran yang berkaitan dengan:

- a. nilai-nilai kesukuan, agama, ras, dan antargolongan;
- b. nilai dan norma kesopanan dan kesusilaan;
- c. etika profesi;
- d. kepentingan publik;
- e. layanan publik;
- f. hak privasi;
- g. perlindungan kepada anak;
- h. perlindungan kepada orang dan kelompok masyarakat tertentu;
- i. muatan seksual;
- j. muatan kekerasan;
- k. muatan program siaran terkait rokok, NAPZA (narkotika, psikotropika, dan zat adiktif), dan minuman beralkohol;
- l. muatan program siaran terkait perjudian;
- m. muatan mistik dan supranatural;
- n. penggolongan program siaran;
- o. prinsip-prinsip jurnalistik;
- p. narasumber dan sumber informasi;
- q. bahasa, bendera, lambang negara, dan lagu kebangsaan;
- r. sensor;
- s. lembaga penyiaran berlangganan;
- t. siaran iklan;
- u. siaran asing;
- v. siaran lokal dalam sistem stasiun jaringan;
- w. siaran langsung;
- x. muatan penggalangan dana dan bantuan;
- y. muatan program kuis, undian berhadiah, dan permainan lain;
- z. siaran pemilihan umum dan pemilihan umum kepala daerah; dan aa. sanksi dan tata cara pemberian sanksi.

BAB IV

PENGHORMATAN TERHADAP NILAI-NILAI KESUKUAN, AGAMA, RAS, DAN ANTARGOLONGAN

Pasal 6

Lembaga penyiaran wajib menghormati perbedaan suku, agama, ras, dan antargolongan yang mencakup keberagaman budaya, usia, gender, dan/atau kehidupan sosial ekonomi.

Pasal 7

Lembaga penyiaran tidak boleh menyajikan program yang merendahkan, mempertentangkan dan/atau melecehkan suku, agama, ras, dan antargolongan yang mencakup keberagaman budaya, usia, gender, dan/atau kehidupan sosial ekonomi.

Pasal 8

Lembaga penyiaran dalam memproduksi dan/atau menyiarkan sebuah program siaran yang berisi tentang keunikan suatu budaya dan/atau kehidupan sosial masyarakat tertentu wajib mempertimbangkan kemungkinan munculnya ketidaknyamanan khalayak atas program siaran tersebut.

BAB V

PENGHORMATAN TERHADAP NILAI DAN NORMA KESOPANAN DAN KESUSILAAN

Pasal 9

Lembaga penyiaran wajib menghormati nilai dan norma kesopanan dan kesusilaan yang berlaku dalam masyarakat.

BAB VI

PENGHORMATAN TERHADAP ETIKA PROFESI

Pasal 10

- (1) Lembaga penyiaran wajib memperhatikan etika profesi yang dimiliki oleh profesi tertentu yang ditampilkan dalam isi siaran agar tidak merugikan dan menimbulkan dampak negatif di masyarakat.
- (2) Etika profesi sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) adalah etika profesi yang diakui dalam peraturan perundang-undangan.

BAB VII PERLINDUNGAN KEPENTINGAN PUBLIK

Pasal 11

- (1) Lembaga penyiaran wajib memperhatikan kemanfaatan dan perlindungan untuk kepentingan publik.
- (2) Lembaga penyiaran wajib menjaga independensi dan netralitas isi siaran dalam setiap program siaran.

BAB VIII LAYANAN PUBLIK

Pasal 12

- (1) Lembaga penyiaran wajib menyiarkan program siaran layanan publik.
- (2) Lembaga penyiaran berhak menentukan format, konsep atau kemasan program layanan publik sesuai dengan target penonton atau pendengar masing-masing.
- (3) Lembaga penyiaran dapat memodifikasi program siaran yang sudah ada dengan perspektif atau muatan sesuai semangat program layanan publik.

BAB IX PENGHORMATAN TERHADAP HAK PRIVASI

Pasal 13

Lembaga penyiaran wajib menghormati hak privasi seseorang dalam memproduksi dan/atau menyiarkan suatu program siaran, baik siaran langsung maupun siaran tidak langsung.

BAB X PERLINDUNGAN KEPADA ANAK

Pasal 14

- (1) Lembaga penyiaran wajib memberikan perlindungan dan pemberdayaan kepada anak dengan menyiarkan program siaran pada waktu yang tepat sesuai dengan penggolongan program siaran.
- (2) Lembaga penyiaran wajib memperhatikan kepentingan anak dalam setiap aspek produksi siaran.

BAB XI PERLINDUNGAN KEPADA ORANG DAN KELOMPOK MASYARAKAT TERTENTU

Pasal 15

- (1) Lembaga penyiaran wajib memperhatikan dan melindungi hak dan kepentingan:
 - a. orang dan/atau kelompok pekerja yang dianggap marginal;
 - b. orang dan/atau kelompok dengan orientasi seks dan identitas gender tertentu;
 - c. orang dan/atau kelompok dengan kondisi fisik tertentu;
 - d. orang dan/atau kelompok yang memiliki cacat fisik dan/atau mental;
 - e. orang dan/atau kelompok pengidap penyakit tertentu; dan/atau
 - f. orang dengan masalah kejiwaan.
- (2) Lembaga Penyiaran tidak boleh menyajikan program yang menertawakan, merendahkan, dan/atau menghina orang dan/atau kelompok masyarakat sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1).

BAB XII PROGRAM SIARAN BERMUATAN SEKSUAL

Pasal 16

Lembaga penyiaran wajib tunduk pada ketentuan pelarangan dan/atau pembatasan program siaran bermuatan seksual.

BAB XIII PROGRAM SIARAN BERMUATAN KEKERASAN

Pasal 17

Lembaga penyiaran wajib tunduk pada ketentuan pelarangan dan/atau pembatasan program siaran bermuatan kekerasan.

BAB XIV MUATAN PROGRAM SIARAN TERKAIT ROKOK, NAPZA, DAN MINUMAN BERALKOHOL

Pasal 18

Lembaga penyiaran wajib tunduk pada ketentuan pelarangan dan/atau pembatasan program terkait muatan rokok, NAPZA (narkotika, psikotropika, dan

zat adiktif), dan/atau minuman beralkohol.

BAB XV MUATAN PROGRAM SIARAN TERKAIT PERJUDIAN

Pasal 19

Lembaga penyiaran wajib tunduk pada ketentuan pelarangan dan/atau pembatasan program siaran terkait muatan perjudian.

BAB XVI PROGRAM SIARAN BERMUATAN MISTIK, HOROR, DAN SUPRANATURAL

Pasal 20

Lembaga penyiaran wajib tunduk pada ketentuan pelarangan dan/atau pembatasan program siaran bermuatan mistik, horor, dan supranatural.

BAB XVII PENGGOLONGAN PROGRAM SIARAN

Pasal 21

- (1) Lembaga penyiaran wajib tunduk pada ketentuan penggolongan program siaran berdasarkan usia dan tingkat kedewasaan khalayak di setiap acara.
- (2) Penggolongan program siaran diklasifikasikan dalam 5 (lima) kelompok berdasarkan usia, yaitu:
 - a. Klasifikasi P: Siaran untuk anak-anak usia Pra-Sekolah, yakni khalayak berusia 2-6 tahun;
 - b. Klasifikasi A: Siaran untuk Anak-Anak, yakni khalayak berusia 7- 12 tahun;
 - c. Klasifikasi R: Siaran untuk Remaja, yakni khalayak berusia 13 – 17 tahun;
 - d. Klasifikasi D: Siaran untuk Dewasa, yakni khalayak di atas 18 tahun; dan
 - e. Klasifikasi SU: Siaran untuk Semua Umur, yakni khalayak di atas 2 tahun.
- (3) Lembaga penyiaran televisi wajib menayangkan klasifikasi program siaran sebagaimana dimaksud pada ayat (2) di atas dalam bentuk karakter huruf dan kelompok usia penontonnya, yaitu: P (2-6), A (7-12), R (13- 17), D (18+), dan SU (2+) secara jelas dan diletakkan pada posisi

- atas layar televisi sepanjang acara berlangsung untuk memudahkan khalayak penonton mengidentifikasi program siaran.
- (4) Penayangan klasifikasi P (2-6), A (7-12) atau R (13-17) oleh lembaga penyiaran wajib disertai dengan imbauan atau peringatan tambahan tentang arahan dan bimbingan orangtua yang ditayangkan pada awal tayangan program siaran.
 - (5) Lembaga penyiaran radio wajib menyesuaikan klasifikasi penggolongan program siaran sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dan pengaturan tentang waktu siaran.

BAB XVIII

PRINSIP-PRINSIP JURNALISTIK

Bagian Pertama

Umum

Pasal 22

- (1) Lembaga penyiaran wajib menjalankan dan menjunjung tinggi idealisme jurnalistik yang menyajikan informasi untuk kepentingan publik dan pemberdayaan masyarakat, membangun dan menegakkan demokrasi, mencari kebenaran, melakukan koreksi dan kontrol sosial, dan bersikap independen.
- (2) Lembaga penyiaran wajib menjunjung tinggi prinsip-prinsip jurnalistik, antara lain: akurat, berimbang, adil, tidak beritikad buruk, tidak menghasut dan menyesatkan, tidak mencampuradukkan fakta dan opini pribadi, tidak menonjolkan unsur sadistis, tidak mempertentangkan suku, agama, ras dan antargolongan, serta tidak membuat berita bohong, fitnah, dan cabul.
- (3) Lembaga penyiaran dalam melaksanakan kegiatan jurnalistik wajib tunduk pada peraturan perundang-undangan yang berlaku serta Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3 dan SPS).
- (4) Lembaga penyiaran wajib menerapkan prinsip praduga tak bersalah dalam peliputan dan/atau menyiarkan program siaran jurnalistik.
- (5) Lembaga penyiaran wajib menjaga independensi dalam proses produksi program siaran jurnalistik untuk tidak dipengaruhi oleh pihak eksternal maupun internal termasuk pemodal atau pemilik lembaga penyiaran.

Bagian Kedua

Pencegatan

Pasal 23

- (1) Lembaga penyiaran dapat melakukan pencegahan di ruang publik

- maupun ruang privat.
- (2) Narasumber berhak menolak untuk berbicara dan/atau diambil gambarnya saat terjadi pencegahan.
 - (3) Lembaga penyiaran tidak boleh menggunakan hak penolakan narasumber sebagaimana dimaksud pada ayat (2) di atas sebagai alat untuk menjatuhkan narasumber atau objek dari suatu program siaran.
 - (4) Lembaga penyiaran tidak boleh melakukan pencegahan dengan tujuan menambah efek dramatis pada program faktual.
 - (5) Pencegatan dilakukan dengan tidak menghalang-halangi narasumber untuk bergerak bebas.

Bagian Ketiga Peliputan Terorisme

Pasal 24

Lembaga penyiaran dalam peliputan dan/atau menyiarkan program siaran jurnalistik tentang terorisme:

- a. wajib menghormati hak masyarakat untuk memperoleh informasi secara lengkap dan benar;
- b. tidak melakukan labelisasi berdasarkan suku, agama, ras, dan/atau antargolongan terhadap pelaku, kerabat, dan/atau kelompok yang diduga terlibat; dan
- c. tidak membuka dan/atau mendramatisir identitas kerabat pelaku yang diduga terlibat.

Bagian Keempat Peliputan Bencana

Pasal 25

Lembaga penyiaran dalam peliputan dan/atau menyiarkan program yang melibatkan pihak-pihak yang terkena musibah bencana wajib mengikuti ketentuan sebagai berikut:

- a. melakukan peliputan subjek yang tertimpa musibah dengan wajib mempertimbangkan proses pemulihan korban dan keluarganya;
- b. tidak menambah penderitaan ataupun trauma orang dan/atau keluarga yang berada pada kondisi gawat darurat, korban kecelakaan atau korban kejahatan, atau orang yang sedang berduka dengan cara memaksa, menekan, dan/atau mengintimidasi korban dan/atau keluarganya untuk diwawancarai dan/atau diambil gambarnya;
- c. menyiarkan gambar korban dan/atau orang yang sedang dalam kondisi menderita hanya dalam konteks yang dapat mendukung tayangan;

- d. tidak mengganggu pekerja tanggap darurat yang sedang bekerja menolong korban yang kemungkinan masih hidup; dan
- e. tidak menggunakan gambar dan/atau suara korban bencana dan/atau orang yang sedang dalam kondisi menderita dalam filler, bumper, ramp yang disiarkan berulang-ulang.

Bagian Kelima Perekaman Tersembunyi

Pasal 26

Lembaga penyiaran yang melakukan peliputan program jurnalistik dengan menggunakan rekaman tersembunyi wajib mengikuti ketentuan sebagai berikut:

- a. memiliki nilai kepentingan publik yang tinggi dan kepentingannya jelas;
- b. dilakukan di ruang publik;
- c. digunakan untuk tujuan pembuktian suatu isu dan/atau pelanggaran yang berkaitan dengan kepentingan publik;
- d. dilakukan jika usaha untuk mendapatkan informasi dengan pendekatan terbuka tidak berhasil;
- e. tidak disiarkan secara langsung; dan
- f. tidak melanggar privasi orang-orang yang kebetulan terekam.

BAB XIX NARASUMBER DAN SUMBER INFORMASI

Bagian Pertama Penjelasan kepada Narasumber

Pasal 27

- (1) Lembaga penyiaran wajib menjelaskan terlebih dahulu secara jujur dan terbuka kepada narasumber dan/atau semua pihak yang akan diikutsertakan dalam suatu program siaran untuk mengetahui secara baik dan benar tentang acara yang melibatkan mereka.
- (2) Jika narasumber diundang dalam sebuah program siaran, wawancara di studio, wawancara melalui telepon atau terlibat dalam program diskusi, lembaga penyiaran wajib mengikuti ketentuan sebagai berikut:
 - a. memberitahukan tujuan program siaran, topik, dan para pihak yang terlibat dalam acara tersebut serta peran dan kontribusi narasumber;
 - b. menjelaskan kepada narasumber tentang program siaran tersebut merupakan siaran langsung atau siaran tidak langsung; dan

- c. menjelaskan perihal pengeditan yang dilakukan serta kepastian dan jadwal penyangan program siaran bila program sebagaimana dimaksud pada huruf b di atas merupakan program siaran tidak langsung.
- (3) Lembaga penyiaran wajib memperlakukan narasumber dengan hormat dan santun serta mencantumkan atau menyebut identitas dalam wawancara tersebut dengan jelas dan akurat.
- (4) Lembaga penyiaran tidak boleh menyiarkan wawancara dengan narasumber yang sedang tidak dalam kesadaran penuh dan/atau dalam situasi tertekan dan/atau tidak bebas.

Bagian Kedua Persetujuan Narasumber

Pasal 28

- (1) Lembaga penyiaran tidak boleh menyiarkan materi program siaran langsung maupun tidak langsung yang diproduksi tanpa persetujuan terlebih dahulu dan konfirmasi narasumber, diambil dengan menggunakan kamera dan/atau mikrofon tersembunyi, atau merupakan hasil rekaman wawancara di telepon, kecuali materi siaran yang memiliki nilai kepentingan publik yang tinggi.
- (2) Lembaga penyiaran tidak boleh menyiarkan materi siaran yang mengandung tindakan intimidasi terhadap narasumber.
- (3) Pencantuman identitas narasumber dalam program siaran wajib mendapat persetujuan narasumber sebelum siaran.
- (4) Lembaga penyiaran wajib menghormati hak narasumber yang tidak ingin diketahui identitasnya jika keterangan atau informasi yang disiarkan dipastikan dapat mengancam keselamatan jiwa narasumber atau keluarganya, dengan mengubah nama, suara, dan/atau menutupi wajah narasumber.

Bagian Ketiga Anak-Anak dan Remaja sebagai Narasumber

Pasal 29

Lembaga penyiaran dalam menyiarkan program yang melibatkan anak-anak dan/atau remaja sebagai narasumber wajib mengikuti ketentuan sebagai berikut:

- a. tidak boleh mewawancarai anak-anak dan/atau remaja berusia di bawah umur 18 tahun mengenai hal-hal di luar kapasitas mereka untuk menjawabnya, seperti: kematian, perceraian, perselingkuhan orangtua

- dan keluarga, serta kekerasan, konflik, dan bencana yang menimbulkan dampak traumatik.
- b. wajib mempertimbangkan keamanan dan masa depan anak-anak dan/atau remaja yang menjadi narasumber; dan
 - c. wajib menyamarkan identitas anak-anak dan/atau remaja dalam peristiwa dan/atau penegakan hukum, baik sebagai pelaku maupun korban.

Bagian Keempat Hak Narasumber Menolak Berpartisipasi

Pasal 30

- (1) Lembaga penyiaran wajib menghormati hak setiap orang untuk menolak berpartisipasi dalam sebuah program siaran yang diselenggarakan oleh lembaga penyiaran.
- (2) Apabila penolakan seseorang itu disebut atau dibicarakan dalam program siaran tersebut, lembaga penyiaran:
 - a. wajib memberitahukan kepada khalayak secara proposional tentang alasan penolakan narasumber yang sebelumnya telah menyatakan kesediaan; dan
 - b. tidak boleh mengomentari alasan penolakan narasumber tersebut.

Bagian Kelima Wawancara

Pasal 31

Lembaga penyiaran dalam menyiarkan wawancara atau percakapan langsung dengan penelepon atau narasumber wajib mengikuti ketentuan sebagai berikut:

- a. memperoleh dan menyimpan identitas nama, alamat, dan nomor telepon penelepon atau narasumber sebelum percakapan atau wawancara disiarkan; dan
- b. memiliki kemampuan untuk menguji kebenaran identitas penelepon atau narasumber tersebut.

Bagian Keenam Perekaman Tersembunyi Program Nonjurnalistik

Pasal 32

Lembaga penyiaran yang melakukan peliputan program nonjurnalistik dengan

menggunakan rekaman tersembunyi wajib mengikuti ketentuan sebagai berikut:

- a. tidak untuk merugikan pihak tertentu;
- b. jika usaha perekaman tersembunyi diketahui oleh orang yang menjadi objek dalam perekaman, maka perekaman tersembunyi wajib dihentikan sesuai dengan permintaan;
- c. tidak disiarkan apabila orang yang menjadi objek dalam perekaman menolak hasil rekaman untuk disiarkan;
- d. tidak disiarkan secara langsung; dan
- e. tidak melanggar privasi orang-orang yang kebetulan terekam.

Bagian Ketujuh Pencantuman Sumber Informasi

Pasal 33

Lembaga penyiaran wajib mencantumkan sumber informasi atau narasumber yang dikutip dalam setiap program yang disiarkan, kecuali sumber informasi atau narasumber meminta agar identitasnya disamarkan.

Bagian Kedelapan Hak Siar

Pasal 34

- (1) Lembaga penyiaran dalam menyiarkan program siaran wajib memiliki dan mencantumkan hak siar.
- (2) Kepemilikan hak siar sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) harus disebutkan secara jelas dalam setiap program siaran.

Bagian Kesembilan Pewawancara

Pasal 35

Pewawancara suatu program siaran wajib mengikuti ketentuan sebagai berikut:

- a. wajib bersikap netral dan tidak memihak;
- b. tidak menyudutkan narasumber dalam wawancara;
- c. memberikan waktu yang cukup kepada narasumber untuk menjelaskan dan/atau menjawab;
- d. tidak memprovokasi narasumber dan/atau menghasut penonton dan pendengar; dan
- e. wajib mengingatkan dan/atau menghentikan penelepon atau

narasumber jika penelepon atau narasumber menyampaikan hal-hal yang tidak layak disiarkan kepada publik.

BAB XX

BAHASA, BENDERA, LAMBANG NEGARA, DAN LAGU KEBANGSAAN

Pasal 36

- (1) Lembaga penyiaran wajib menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar sebagai bahasa pengantar utama, baik tulisan dan lisan, kecuali bagi program siaran yang disajikan dalam bahasa daerah atau bahasa asing.
- (2) Lembaga penyiaran dapat menggunakan bahasa asing sebagai bahasa pengantar dalam program siaran paling banyak 30% (tiga puluh per seratus) dari waktu siaran per hari.

Pasal 37

Lembaga penyiaran dalam menggunakan Bendera Negara, Lambang Negara, dan Lagu Kebangsaan wajib tunduk pada peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Pasal 38

- (1) Lembaga penyiaran wajib memulai siaran dengan menyiarkan Lagu Kebangsaan Indonesia Raya dan mengakhiri siaran dengan menyiarkan lagu wajib nasional.
- (2) Lembaga penyiaran yang bersiaran 24 jam wajib menyiarkan Lagu Kebangsaan Indonesia Raya pada pukul 06.00 waktu setempat dan menyiarkan lagu wajib nasional pada pukul 24.00 waktu setempat.

BAB XXI

SENSOR

Pasal 39

- (1) Lembaga penyiaran sebelum menyiarkan program siaran film dan/atau iklan wajib terlebih dahulu memperoleh surat tanda lulus sensor dari lembaga yang berwenang.
- (2) Lembaga penyiaran televisi wajib melakukan sensor internal atas seluruh materi siaran dan tunduk pada klasifikasi program siaran yang ditetapkan dalam peraturan ini.

BAB XXII

LEMBAGA PENYIARAN BERLANGGANAN

Bagian Pertama

Kunci *Parental* dan Buku Panduan

Pasal 40

- (1) Lembaga penyiaran berlangganan wajib menyediakan kunci *parental* untuk setiap program siaran dengan klasifikasi R (Remaja) dan D (Dewasa).
- (2) Petunjuk penggunaan kunci *parental* wajib disertakan dalam buku panduan program siaran yang diterbitkan secara berkala oleh lembaga penyiaran berlangganan dan diberikan secara cuma-cuma kepada pelanggan.
- (3) Petunjuk penggunaan kunci *parental* sebagaimana dimaksud ayat (1) dilaporkan ke KPI.

Bagian Kedua

Bahasa Siaran

Pasal 41

Lembaga penyiaran berlangganan yang menyiarkan program-program asing melalui saluran-saluran asing yang ada dalam paket siaran wajib berusaha semaksimal mungkin menerjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia dalam bentuk teks atau sulih suara.

Bagian Ketiga

Saluran Program Siaran

Pasal 42

- (1) Lembaga penyiaran berlangganan wajib memuat paling sedikit 10% (sepuluh per seratus) dari kapasitas saluran untuk menyalurkan program siaran produksi lembaga penyiaran publik dan lembaga penyiaran swasta lokal.
- (2) Lembaga penyiaran berlangganan dapat menyiarkan saluran siaran sesuai dengan waktu penyiaran dari tempat asal saluran siaran tersebut disiarkan dengan wajib mengikuti ketentuan bahwa isi siaran dalam saluran siaran tersebut tidak bertentangan dengan penggolongan program siaran yang ditetapkan dalam peraturan ini.

BAB XXIII SIARAN IKLAN

Pasal 43

Lembaga penyiaran wajib tunduk pada peraturan perundang-undangan yang mengatur tentang periklanan dan berpedoman pada Etika Pariwara Indonesia.

Pasal 44

- (1) Waktu siaran iklan niaga lembaga penyiaran swasta paling banyak 20% (dua puluh per seratus) dari seluruh waktu siaran setiap hari.
- (2) Waktu siaran iklan layanan masyarakat paling sedikit 10% (sepuluh perseratus) dari siaran iklan niaga setiap hari
- (3) Materi siaran iklan wajib mengutamakan penggunaan sumber daya dalam negeri.
- (4) Lembaga penyiaran wajib menyediakan *slot* iklan secara cuma-cuma sekurang-kurangnya 50% (lima puluh per seratus) dari seluruh siaran iklan layanan masyarakat per hari untuk iklan layanan masyarakat yang berisi: keselamatan umum, kewaspadaan pada bencana alam, dan/atau kesehatan masyarakat, yang disampaikan oleh badan-badan publik.
- (5) Di luar ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (4) di atas, lembaga penyiaran wajib memberikan potongan harga khusus sekurang-kurangnya 50% (lima puluh per seratus) dari harga siaran iklan niaga dalam *slot* iklan layanan masyarakat lainnya.

BAB XXIV PROGRAM SIARAN ASING

Pasal 45

- (1) Lembaga penyiaran dapat menyiarkan program siaran asing dengan tunduk pada peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- (2) Durasi relai siaran untuk acara tetap yang berasal dari luar negeri dibatasi paling banyak 5% (lima per seratus) untuk jasa penyiaran radio dan paling banyak 10% (sepuluh per seratus) untuk jasa penyiaran televisi dari seluruh waktu siaran per hari, kecuali siaran pertandingan olahraga yang mendunia yang memerlukan perpanjangan waktu.
- (3) Lembaga penyiaran swasta dilarang melakukan relai siaran acara tetap yang berasal dari lembaga penyiaran luar negeri meliputi jenis acara:
 - a. warta berita;
 - b. siaran musik yang penampilannya tidak pantas; dan
 - c. siaran olahraga yang memperagakan adegan sadis.

- (4) Jumlah mata acara relai siaran untuk acara tetap yang berasal dari luar negeri dibatasi paling banyak 10% (sepuluh per seratus) untuk jasa penyiaran radio dan paling banyak 20% (dua puluh per seratus) untuk jasa penyiaran televisi dari jumlah seluruh mata acara siaran per hari.

BAB XXV SIARAN LOKAL DALAM SISTEM STASIUN JARINGAN

Pasal 46

Lembaga penyiaran dalam sistem siaran berjaringan wajib menyiarkan program lokal.

BAB XXVI SIARAN LANGSUNG

Pasal 47

- (1) Lembaga penyiaran dalam memproduksi dan/atau menyiarkan berbagai program siaran dalam bentuk siaran langsung wajib berpedoman pada penggolongan program siaran.
- (2) Lembaga penyiaran dalam memproduksi dan/atau menyiarkan berbagai program siaran dalam bentuk siaran langsung wajib tanggap melakukan langkah yang tepat dan cepat untuk menghindari tersiarkannya isi siaran yang tidak sesuai dengan ketentuan penggolongan program siaran.
- (3) Lembaga penyiaran wajib membuat dan/atau memiliki buku panduan internal tentang standar prosedur program siaran langsung.

BAB XXVII MUATAN PENGGALANGAN DANA DAN BANTUAN

Pasal 48

Program siaran yang memuat penggalangan dana dan bantuan wajib mengikuti ketentuan sebagai berikut:

- a. kegiatan pengumpulan dana kemanusiaan atau bencana dari khalayak luas yang diselenggarakan tersebut harus terlebih dahulu memperoleh izin dari lembaga yang berwenang;
- b. dana yang dikumpulkan dari masyarakat tidak boleh diakui sebagai dana lembaga penyiaran ketika diserahkan; dan
- c. hasil dari kegiatan penggalangan dana kemanusiaan atau bencana

yang dilakukan oleh lembaga penyiaran wajib dipertanggungjawabkan kepada publik secara transparan setelah diaudit.

BAB XXVIII PROGRAM KUIS, UNDIAN BERHADIAH, DAN PERMAINAN BERHADIAH LAIN

Pasal 49

- (1) Lembaga penyiaran dalam memproduksi dan menyiarkan program kuis, undian berhadiah, dan/atau permainan lainnya wajib terlebih dahulu mendapatkan izin lembaga yang berwenang.
- (2) Lembaga penyiaran wajib membuat dan menyampaikan aturan main tentang program kuis, undian berhadiah, dan/atau permainan lainnya dengan jelas, lengkap, dan terbuka pada awal siaran.
- (3) Lembaga penyiaran dilarang menyiarkan program kuis, undian berhadiah, dan/atau permainan lainnya yang mengandung unsur penipuan dan perjudian.

BAB XXIX SIARAN PEMILIHAN UMUM DAN PEMILIHAN UMUM KEPALA DAERAH

Pasal 50

- (1) Lembaga penyiaran wajib menyediakan waktu yang cukup bagi peliputan Pemilihan Umum dan/atau Pemilihan Umum Kepala Daerah.
- (2) Lembaga penyiaran wajib bersikap adil dan proporsional terhadap para peserta Pemilihan Umum dan/atau Pemilihan Umum Kepala Daerah.
- (3) Lembaga penyiaran tidak boleh bersikap partisan terhadap salah satu peserta Pemilihan Umum dan/atau Pemilihan Umum Kepala Daerah.
- (4) Lembaga penyiaran tidak boleh menyiarkan program siaran yang dibiayai atau disponsori oleh peserta Pemilihan Umum dan/atau Pemilihan Umum Kepala Daerah.
5. Lembaga penyiaran wajib tunduk pada Peraturan Perundang-Undangan serta Peraturan dan Kebijakan Teknis tentang Pemilihan Umum dan/atau Pemilihan Umum Kepala Daerah yang ditetapkan oleh lembaga yang berwenang.

BAB XXX
SANKSI ADMINISTRATIF
DAN TATA CARA PEMBERIAN SANKSI

Pasal 51

- (1) Ketentuan mengenai sanksi administratif atas pelanggaran Pedoman Perilaku Penyiaran diatur dalam Peraturan KPI tentang Standar Program Siaran.
- (2) Ketentuan mengenai tata cara, pemberian, dan keberatan atas sanksi administratif KPI diatur dalam Peraturan KPI tentang Standar Program Siaran.

BAB XXXI
KETENTUAN PENUTUP

Pasal 52

Pedoman Perilaku Penyiaran secara berkala dinilai kembali oleh KPI sesuai dengan perubahan peraturan perundang-undangan dan perkembangan norma-norma yang berlaku serta pandangan dari masyarakat.

Pasal 53

Pada saat Peraturan KPI ini mulai berlaku, maka Peraturan Komisi Penyiaran Indonesia Nomor 02/P/KPI/12/2009 tentang Pedoman Perilaku Penyiaran, dinyatakan tidak berlaku.

Pasal 54

Peraturan Komisi Penyiaran Indonesia ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan.

Ditetapkan di Jakarta,
Pada tanggal 22 Maret 2012

Ketua Komisi Penyiaran Indonesia Pusat,



Mochamad Riyanto, S.H., M.Si



PERATURAN KOMISI PENYIARAN INDONESIA
Nomor 02/P/KPI/03/2012
tentang
STANDAR PROGRAM SIARAN

Menimbang:

- a. bahwa Negara Kesatuan Republik Indonesia harus melindungi hak warga negara untuk mendapatkan informasi yang tepat, akurat, bertanggung jawab, dan hiburan yang sehat;
- b. bahwa perkembangan industri televisi dan radio di seluruh Indonesia membuat tingkat kreativitas dan persaingan antar lembaga penyiaran semakin tinggi, sehingga program siaran menjadi tolok ukur keberhasilan meraih keuntungan;
- c. bahwa tingkat persaingan antar lembaga penyiaran berpotensi untuk memunculkan program siaran yang tidak sesuai dengan nilai-nilai yang dianut dan diyakini oleh masyarakat;
- d. bahwa program siaran harus mampu memperkokoh integrasi nasional, terbinanya watak dan jati diri bangsa yang beriman dan bertakwa, mencerdaskan kehidupan bangsa, memajukan kesejahteraan umum dalam rangka membangun masyarakat yang mandiri, demokratis, adil, dan sejahtera;
- e. bahwa Standar Program Siaran adalah penjabaran teknis Pedoman Perilaku Penyiaran yang berisi tentang batasan-batasan yang boleh dan tidak boleh ditayangkan pada suatu program siaran;
- f. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana yang dimaksud pada huruf a, huruf b, huruf c, huruf d, dan huruf e, Komisi Penyiaran Indonesia memandang perlu untuk menetapkan Standar Program Siaran.

Mengingat:

1. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 33, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3817);
2. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

- (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821);
3. Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 154, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3881);
 4. Undang-Undang Nomor 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 165, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3886);
 5. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 166, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3887);
 6. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2002 tentang Perlindungan Anak (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2002 Nomor 109, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4235);
 7. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2002 Nomor 139, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4252);
 8. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 78, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4301);
 9. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2004 tentang Penghapusan Kekerasan Dalam Rumah Tangga (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor 95, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4419);
 10. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor 125, Tambahan Lembaran Negara Nomor 4437), Undang-Undang Nomor 12 tahun 2008 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 59, Tambahan Lembaran Negara Nomor 4844);
 11. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 58, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4843);
 12. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 61, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4846);
 13. Undang-Undang Nomor 44 Tahun 2008 tentang Pornografi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 181, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4928);
 14. Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara, serta Lagu Kebangsaan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 109, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5035);
 15. Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik

- (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 112, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5038);
16. Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2009 tentang Perfilman (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 141, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5060);
 17. Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 144, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5063);
 18. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2011 Nomor 84, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5234);
 19. Peraturan Pemerintah Nomor 11 Tahun 2005 tentang Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Penyiaran Publik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2005 Nomor 28);
 20. Peraturan Pemerintah Nomor 49 Tahun 2005 tentang Pedoman Kegiatan Peliputan Lembaga Penyiaran Asing (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2005 Nomor 126, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4565);
 21. Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2005 tentang Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Penyiaran Swasta (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2005 Nomor 127, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4566);
 22. Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2005 tentang Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Penyiaran Komunitas (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2005 Nomor 128, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4567);
 23. Peraturan Pemerintah Nomor 52 Tahun 2005 tentang Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Penyiaran Berlangganan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2005 Nomor 129, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4568);
 24. Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 59/P Tahun 2010 tentang Penetapan Pengangkatan Keanggotaan Komisi Penyiaran Indonesia Pusat untuk Masa Jabatan Tahun 2010 – 2013;
 25. Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor 43/ PER/M.KOMINFO/10/2009 tentang Penyelenggaraan Penyiaran Melalui Sistem Stasiun Jaringan oleh Lembaga Penyiaran Swasta Jasa Penyiaran Televisi;
 26. Peraturan Komisi Penyiaran Indonesia Nomor 01/P/KPI/03/2012 tentang Pedoman Perilaku Penyiaran.

Memperhatikan:

- a. Usulan dari asosiasi penyiaran;

- b. Usulan dari organisasi dan asosiasi masyarakat penyiaran;
- c. Usulan dari berbagai kelompok masyarakat;
- d. Hasil Sidang Rapat Koordinasi Nasional ke-8 Komisi Penyiaran Indonesia Tanggal 7 Juli 2010 di Bandung, Jawa Barat;
- e. Hasil Sidang Rapat Pimpinan Nasional, Tanggal 20 Oktober 2010 di Jakarta; dan
- f. Hasil Sidang Rapat Koordinasi Nasional ke-9 Komisi Penyiaran Indonesia Tanggal 19 Mei 2011 di Tangerang Selatan, Banten.

M E M U T U S K A N :

**Menetapkan: PERATURAN KOMISI PENYIARAN INDONESIA
TENTANG STANDAR PROGRAM SIARAN**

BAB I KETENTUAN UMUM

Pasal 1

- (1) Standar Program Siaran adalah standar isi siaran yang berisi tentang batasan-batasan, pelarangan, kewajiban, dan pengaturan penyiaran, serta sanksi berdasarkan Pedoman Perilaku Penyiaran yang ditetapkan oleh KPI.
- (2) Penyiaran adalah kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran dan/atau sarana transmisi di darat, di laut atau di antariksa dengan menggunakan spektrum frekuensi radio melalui udara, kabel, dan/atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran.
- (3) Lembaga penyiaran adalah penyelenggara penyiaran, baik lembaga penyiaran publik, lembaga penyiaran swasta, lembaga penyiaran komunitas maupun lembaga penyiaran berlangganan yang dalam melaksanakan tugas, fungsi, dan tanggung jawabnya berpedoman pada peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- (4) Penyiaran radio adalah media komunikasi massa dengar yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara secara umum dan terbuka, berupa program yang teratur dan berkesinambungan.
- (5) Penyiaran televisi adalah media komunikasi massa dengar pandang yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara dan gambar secara umum, baik terbuka maupun tertutup, berupa program yang teratur dan berkesinambungan
- (6) Siaran adalah pesan atau rangkaian pesan dalam bentuk suara, gambar,

atau suara dan gambar atau yang berbentuk grafis, karakter, baik yang bersifat interaktif maupun tidak, yang dapat diterima melalui perangkat penerima siaran.

- (7) Program siaran adalah program yang berisi pesan atau rangkaian pesan dalam bentuk suara, gambar, suara dan gambar, atau yang berbentuk grafis atau karakter, baik yang bersifat interaktif maupun tidak, yang disiarkan oleh lembaga penyiaran.
- (8) Siaran langsung adalah segala bentuk program siaran yang ditayangkan tanpa penundaan waktu.
- (9) Siaran tidak langsung adalah program siaran rekaman yang ditayangkan pada waktu yang berbeda dengan peristiwanya.
- (10) Sistem stasiun jaringan adalah tata kerja yang mengatur relai siaran secara tetap antar lembaga penyiaran.
- (11) Program faktual adalah program siaran yang menyajikan fakta nonfiksi.
- (12) Program nonfaktual adalah program siaran yang menyajikan fiksi, yang berisi ekspresi seni dan budaya serta rekayasa dan/atau imajinasi dari pengalaman individu dan/atau kelompok.
- (13) Program Layanan Publik adalah program faktual yang diproduksi dan disiarkan sebagai bentuk tanggung jawab sosial lembaga penyiaran kepada masyarakat.
- (14) Program Siaran Jurnalistik adalah program yang berisi berita dan/atau informasi yang ditujukan untuk kepentingan publik berdasarkan Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3 dan SPS).
- (15) Anak adalah khalayak khusus yang terdiri dari anak-anak dan remaja yang belum berusia 18 (delapan belas) tahun.
- (16) Penggolongan program siaran adalah klasifikasi program siaran berdasarkan kelompok usia untuk memudahkan khalayak mengidentifikasi program siaran.
- (17) Program lokal adalah program siaran dengan muatan lokal yang mencakup program siaran jurnalistik, program siaran faktual, dan program siaran nonfaktual dalam rangka pengembangan potensi daerah setempat serta dikerjakan dan diproduksi oleh sumber daya dan lembaga penyiaran daerah setempat.
- (18) Program asing adalah program siaran yang berasal dari luar negeri.
- (19) Program kuis, undian berhadiah, dan permainan berhadiah lainnya adalah program siaran berupa perlombaan, adu ketangkasan, adu cepat menjawab pertanyaan, undian, dan permainan lain yang menjanjikan hadiah.
- (20) Siaran iklan adalah siaran informasi yang bersifat komersial dan layanan masyarakat tentang tersedianya jasa, barang, dan gagasan yang dapat dimanfaatkan oleh khalayak dengan atau tanpa imbalan kepada lembaga penyiaran yang bersangkutan.
- (21) Siaran iklan niaga adalah siaran iklan komersial yang disiarkan melalui penyiaran radio atau televisi dengan tujuan memperkenalkan,

memasyarakatkan, dan/atau mempromosikan barang atau jasa kepada khalayak sasaran untuk mempengaruhi konsumen agar menggunakan produk yang ditawarkan.

- (22) Siaran iklan layanan masyarakat adalah siaran iklan nonkomersial yang disiarkan melalui penyiaran radio atau televisi dengan tujuan memperkenalkan, memasyarakatkan, dan/atau mempromosikan gagasan, cita-cita, anjuran, dan/atau pesan-pesan lainnya kepada masyarakat untuk mempengaruhi khalayak agar berbuat dan/atau bertingkah laku sesuai dengan pesan iklan tersebut.
- (23) Program siaran berlangganan adalah program yang berisi pesan atau rangkaian pesan dalam bentuk suara, gambar, atau suara dan gambar atau yang berbentuk grafis atau karakter yang disiarkan oleh lembaga penyiaran berlangganan.
- (24) Program penggalangan dana adalah program siaran yang bertujuan untuk mengumpulkan dana dari masyarakat yang diperuntukkan bagi kegiatan sosial.
- (25) Adegan kekerasan adalah gambar atau rangkaian gambar dan/atau suara yang menampilkan tindakan verbal dan/atau nonverbal yang menimbulkan rasa sakit secara fisik, psikis, dan/atau sosial bagi korban kekerasan.
- (26) Adegan seksual adalah gambar atau rangkaian gambar dan/atau suara yang berkaitan dengan seks, ketelanjangan, dan/atau aktivitas seksual.
- (27) Adegan mistik dan supranatural adalah gambar atau rangkaian gambar dan/atau suara yang menampilkan dunia gaib, paranormal, klenik, praktek spiritual magis, mistik atau kontak dengan makhluk halus secara verbal dan/atau nonverbal.
- (28) Kehidupan pribadi adalah hal-hal yang berkaitan dengan kehidupan perkawinan, perceraian, konflik keluarga, konflik pribadi, perselingkuhan, hubungan asmara, keyakinan beragama, dan rahasia pribadi.
- (29) Program Pemilihan Umum dan Pemilihan Umum Kepala Daerah adalah program siaran yang mengandung kampanye, sosialisasi, dan pemberitaan tentang Pemilihan Umum Dewan Perwakilan Rakyat Pusat dan Daerah, pemilihan Presiden dan Wakil Presiden, serta pemilihan umum Kepala Daerah.

BAB II **TUJUAN, FUNGSI, DAN ARAH**

Pasal 2

Standar Program Siaran bertujuan untuk:

- a. memperkokoh integrasi nasional, terbinanya watak dan jati diri bangsa yang beriman dan bertakwa, mencerdaskan kehidupan bangsa, dalam rangka membangun masyarakat yang mandiri, demokratis, adil dan

- sejahtera;
- b. mengatur program siaran untuk kemanfaatan sebesar-besarnya bagi masyarakat; dan
 - c. mengatur program siaran agar tidak bertentangan dengan nilai-nilai yang hidup dan berkembang dalam masyarakat.

Pasal 3

Standar Program Siaran ditetapkan agar lembaga penyiaran dapat menjalankan fungsinya sebagai media informasi, pendidikan, hiburan, kontrol, perekat sosial, dan pemersatu bangsa.

Pasal 4

Standar Program Siaran diarahkan agar program siaran:

- a. menjunjung tinggi dan meningkatkan rasa persatuan dan kesatuan Negara Kesatuan Republik Indonesia;
- b. meningkatkan kesadaran dan ketaatan terhadap hukum dan segenap peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia;
- c. menghormati dan menjunjung tinggi norma dan nilai agama dan budaya bangsa yang multikultural;
- d. menghormati dan menjunjung tinggi etika profesi yang diakui oleh peraturan perundang-undangan;
- e. menghormati dan menjunjung tinggi prinsip-prinsip demokrasi;
- f. menghormati dan menjunjung tinggi hak asasi manusia;
- g. menghormati dan menjunjung tinggi hak dan kepentingan publik;
- h. menghormati dan menjunjung tinggi hak anak-anak dan remaja;
- i. menghormati dan menjunjung tinggi hak orang dan/atau kelompok masyarakat tertentu; dan
- j. menjunjung tinggi prinsip-prinsip jurnalistik.

BAB III RUANG LINGKUP

Pasal 5

Standar Program Siaran merupakan standar isi siaran yang berkaitan dengan:

- a. nilai-nilai kesukuan, keagamaan, ras, dan antargolongan;
- b. norma kesopanan dan kesusilaan;
- c. etika profesi;
- d. kepentingan publik;
- e. program layanan publik;
- f. hak privasi;
- g. perlindungan kepada anak;

- h. perlindungan kepada orang dan masyarakat tertentu;
- i. muatan seksualitas;
- j. muatan kekerasan;
- k. larangan dan pembatasan muatan rokok, NAPZA (narkotika, psikotropika, dan zat adiktif), dan minuman beralkohol;
- l. larangan dan pembatasan muatan perjudian;
- m. larangan dan pembatasan muatan mistik, horor, dan supranatural;
- n. penggolongan program siaran;
- o. program siaran jurnalistik;
- p. hak siar;
- q. bahasa, bendera, lambang negara, dan lagu kebangsaan;
- r. sensor;
- s. program siaran berlangganan;
- t. siaran iklan;
- u. program asing;
- v. siaran lokal dalam sistem stasiun jaringan;
- w. muatan penggalangan dana dan bantuan;
- x. muatan kuis, undian berhadiah, dan permainan berhadiah lain;
- y. siaran pemilihan umum dan pemilihan umum kepala daerah;
- z. pengawasan, sosialisasi, dan rekaman;
- aa. sanksi dan penanggungjawab; dan
- ab. sanksi administratif.

BAB IV

PENGHORMATAN TERHADAP NILAI-NILAI KESUKUAN, AGAMA, RAS, DAN ANTARGOLONGAN

Pasal 6

- (1) Program siaran wajib menghormati perbedaan suku, agama, ras, dan antargolongan yang mencakup keberagaman budaya, usia, gender, dan/ atau kehidupan sosial ekonomi.
- (2) Program siaran dilarang merendahkan dan/atau melecehkan:
 - a. suku, agama, ras, dan/atau antargolongan; dan/atau
 - b. individu atau kelompok karena perbedaan suku, agama, ras, antargolongan, usia, budaya, dan/atau kehidupan sosial ekonomi.

Pasal 7

Materi agama pada program siaran wajib memenuhi ketentuan sebagai berikut:

- a. tidak berisi serangan, penghinaan dan/atau pelecehan terhadap pandangan dan keyakinan antar atau dalam agama tertentu serta menghargai etika hubungan antarumat beragama;

BHINEKA TUNGGAL IKA BERSATU KITA TEGUH



- b. menyajikan muatan yang berisi perbedaan pandangan/paham dalam agama tertentu secara berhati-hati, berimbang, tidak berpihak, dengan narasumber yang berkompeten, dan dapat dipertanggungjawabkan.
- c. tidak menyajikan perbandingan antaragama; dan
- d. tidak menyajikan alasan perpindahan agama seseorang atau sekelompok orang.

Pasal 8

Program siaran tentang keunikan suatu budaya dan/atau kehidupan sosial masyarakat tertentu dengan muatan yang dapat menimbulkan ketidaknyamanan khalayak wajib disiarkan dengan gambar longshot atau disamakan dan/atau tidak dinarasikan secara detail.

BAB V PENGHORMATAN TERHADAP NORMA KESOPANAN DAN KESUSILAAN

Pasal 9

- (1) Program siaran wajib memperhatikan norma kesopanan dan kesusilaan yang dijunjung oleh keberagaman khalayak baik terkait agama, suku, budaya, usia, dan/atau latar belakang ekonomi.

- (2) Program siaran wajib berhati-hati agar tidak merugikan dan menimbulkan dampak negatif terhadap keberagaman norma kesopanan dan kesucilaan yang dianut oleh masyarakat.

BAB VI PENGHORMATAN TERHADAP ETIKA PROFESI

Pasal 10

- (1) Program siaran wajib menghormati etika profesi yang dimiliki oleh profesi tertentu yang ditampilkan dalam isi siaran agar tidak merugikan dan menimbulkan dampak negatif di masyarakat.
- (2) Etika profesi sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) adalah etika profesi yang diakui dalam peraturan perundang-undangan.

BAB VII PERLINDUNGAN KEPENTINGAN PUBLIK

Pasal 11

- (1) Program siaran wajib dimanfaatkan untuk kepentingan publik dan tidak untuk kepentingan kelompok tertentu.
- (2) Program siaran dilarang dimanfaatkan untuk kepentingan pribadi pemilik lembaga penyiaran bersangkutan dan/atau kelompoknya.
- (3) Program siaran yang berisi tentang kesehatan masyarakat dilarang menampilkan penyedia jasa pelayanan kesehatan masyarakat yang tidak memiliki izin dari lembaga yang berwenang.

BAB VIII PROGRAM LAYANAN PUBLIK

Pasal 12

Program siaran yang merupakan program layanan publik wajib berisi:

- a. program interaktif maupun dialog antarwarga yang mawadahi hak warga negara agar dapat ikut berperan dalam pembangunan serta menunjukkan kiprah positifnya dalam kehidupan bermasyarakat; dan
- b. berita, informasi umum, laporan investigatif, editorial khusus, dan/atau program tentang keberagaman budaya, yang mewujudkan fungsi media penyiaran dalam kontrol sosial, perekat sosial, dan penguatan kebhinnekaan.



BAB IX PENGHORMATAN TERHADAP HAK PRIVASI

Pasal 13

- (1) Program siaran wajib menghormati hak privasi dalam kehidupan pribadi objek isi siaran.
- (2) Program siaran tentang permasalahan kehidupan pribadi tidak boleh menjadi materi yang ditampilkan dan/atau disajikan dalam seluruh isi mata acara, kecuali demi kepentingan publik.
- (3) Kepentingan publik sebagaimana dimaksud pada ayat (2) di atas terkait dengan penggunaan anggaran negara, keamanan negara, dan/atau permasalahan hukum pidana.

Pasal 14

Masalah kehidupan pribadi sebagaimana dimaksud pada Pasal 13 dapat disiarkan dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. tidak berniat merusak reputasi objek yang disiarkan;
- b. tidak memperburuk keadaan objek yang disiarkan;
- c. tidak mendorong berbagai pihak yang terlibat dalam konflik mengungkapkan secara terperinci aib dan/atau kerahasiaan masing-masing pihak yang berkonflik;
- d. tidak menimbulkan dampak buruk terhadap keluarga, terutama bagi anak-anak dan remaja;
- e. tidak dilakukan tanpa dasar fakta dan data yang akurat;
- f. menyatakan secara eksplisit jika bersifat rekayasa, reka-ulang atau diperankan oleh orang lain;

- g. tidak menjadikan kehidupan pribadi objek yang disiarkan sebagai bahan tertawaan dan/atau bahan cercaan; dan
- h. tidak boleh menghakimi objek yang disiarkan.

BAB X PERLINDUNGAN KEPADA ANAK

Bagian Pertama Perlindungan Anak-Anak dan Remaja

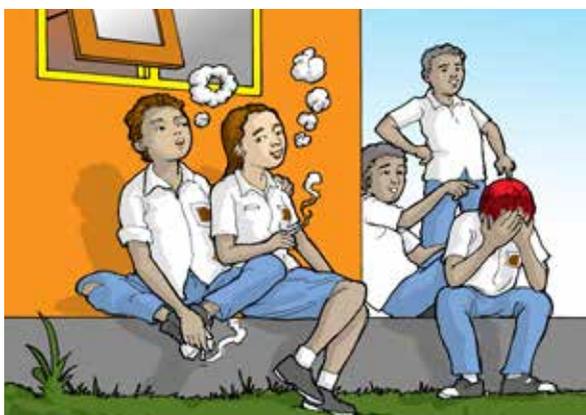
Pasal 15

- (1) Program siaran wajib memperhatikan dan melindungi kepentingan anak-anak dan/atau remaja.
- (2) Program siaran yang berisi muatan asusila dan/atau informasi tentang dugaan tindak pidana asusila dilarang menampilkan anak-anak dan/atau remaja.
- (3) Program siaran yang menampilkan anak-anak dan/atau remaja dalam peristiwa/penegakan hukum wajib disamarkan wajah dan identitasnya.
- (4) Program siaran langsung yang melibatkan anak-anak dilarang disiarkan melewati pukul 21.30 waktu setempat.

Bagian Kedua Program Siaran tentang Lingkungan Pendidikan

Pasal 16

- (1) Program siaran dilarang melecehkan, menghina, dan/atau merendahkan lembaga pendidikan.



- (2) Penggambaran tentang lembaga pendidikan harus mengikuti ketentuan sebagai berikut:
- tidak memperolok pendidik/pengajar;
 - tidak menampilkan perilaku dan cara berpakaian yang bertentangan dengan etika yang berlaku di lingkungan pendidikan;
 - tidak menampilkan konsumsi rokok dan NAPZA (narkotika, psikotropika, dan zat adiktif), dan minuman beralkohol;
 - tidak menampilkan makian dan kata-kata kasar; dan/atau tidak menampilkan aktivitas berjudi dan/atau tindakan kriminal lainnya.

BAB XI PERLINDUNGAN KEPADA ORANG DAN MASYARAKAT TERTENTU

Pasal 17

- Program siaran dilarang menampilkan muatan yang melecehkan orang dan/atau kelompok masyarakat tertentu.
- Orang dan/atau kelompok masyarakat tertentu sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) antara lain, tetapi tidak terbatas:
 - pekerja tertentu, seperti: pekerja rumah tangga, hansip, pesuruh kantor, pedagang kaki lima, satpam;
 - orang dengan orientasi seks dan identitas gender tertentu;
 - lanjut usia, janda, duda;
 - orang dengan kondisi fisik tertentu, seperti: gemuk, ceking, cebol, bibir sumbing, hidung pesek, memiliki gigi tonggos, mata juling;
 - tunanetra, tunarungu, tunawicara, tunadaksa, tunagrahita, autisme;
 - pengidap penyakit tertentu, seperti: HIV/AIDS, kusta, epilepsi, alzheimer, latah; dan/atau
 - orang dengan masalah kejiwaan.



BAB XII PELARANGAN DAN PEMBATASAN SEKSUALITAS

Bagian Pertama Pelarangan Adegan Seksual

Pasal 18

Program siaran yang memuat adegan seksual dilarang:

- a. menayangkan ketelanjangan dan/atau penampakan alat kelamin;
- b. menampilkan adegan yang menggambarkan aktivitas seks dan/atau persenggamaan;
- c. menayangkan kekerasan seksual;
- d. menampilkan suara yang menggambarkan berlangsungnya aktivitas seks dan/atau persenggamaan;
- e. menampilkan percakapan tentang rangkaian aktivitas seks dan/atau persenggamaan;
- f. menayangkan adegan dan/atau suara yang menggambarkan hubungan seks antarbinatang secara vulgar;
- g. menampilkan adegan ciuman bibir;
- h. mengeksploitasi dan/atau menampilkan bagian-bagian tubuh tertentu, seperti: paha, bokong, payudara, secara *close up* dan/atau *medium shot*;
- i. menampilkan gerakan tubuh dan/atau tarian erotis;
- j. mengesankan ketelanjangan;
- k. mengesankan ciuman bibir; dan/atau
- l. menampilkan kata-kata cabul.



Bagian Kedua **Seks di Luar Nikah, Praktek Aborsi, dan Pemerksaan**

Pasal 19

- (1) Program siaran dilarang memuat pembenaran hubungan seks di luar nikah.
- (2) Program siaran dilarang memuat praktek aborsi akibat hubungan seks di luar nikah sebagai hal yang lumrah dan dapat diterima dalam kehidupan bermasyarakat.
- (3) Program siaran dilarang memuat pembenaran bagi terjadinya pemerksaan dan/atau menggambarkan pemerksaan sebagai bukan kejahatan serius.

Bagian Ketiga **Muatan Seks dalam Lagu dan Klip Video**

Pasal 20

- (1) Program siaran dilarang berisi lagu dan/atau video klip yang menampilkan judul dan/atau lirik bermuatan seks, cabul, dan/atau mengesankan aktivitas seks.
- (2) Program siaran yang menampilkan musik dilarang bermuatan adegan dan/atau lirik yang dapat dipandang menjadikan perempuan sebagai objek seks.
- (3) Program siaran dilarang menggunakan anak-anak dan remaja sebagai model video klip dengan berpakaian tidak sopan, bergaya dengan menonjolkan bagian tubuh tertentu, dan/atau melakukan gerakan yang lazim diasosiasikan sebagai daya tarik seksual.

Bagian Keempat **Perilaku Seks**

Pasal 21

Program siaran yang menampilkan muatan mengenai pekerja seks komersial serta orientasi seks dan identitas gender tertentu dilarang memberikan stigma dan wajib memperhatikan nilai-nilai kepatutan yang berlaku di masyarakat.

Bagian Kelima **Program Bincang-bincang Seks**

Pasal 22

- (1) Program siaran yang berisikan pembicaraan atau pembahasan

mengenai masalah seks wajib disajikan secara santun, berhati-hati, dan ilmiah didampingi oleh praktisi kesehatan atau psikolog, dan hanya dapat disiarkan pada klasifikasi D, pukul 22.00-03.00 waktu setempat.

- (2) Program siaran tentang pendidikan seks untuk remaja disampaikan sebagai pendidikan tentang kesehatan reproduksi dan disajikan dengan cara yang sesuai dengan perkembangan usia remaja, secara santun, berhati-hati, dan ilmiah didampingi oleh praktisi kesehatan atau psikolog.
- (3) Program siaran yang berisikan perbincangan atau pembahasan mengenai orientasi seks dan identitas gender yang berbeda wajib disajikan secara santun, berhati-hati, dengan melibatkan pihak yang berkompeten dalam bidangnya.

BAB XIII PELARANGAN DAN PEMBATASAN KEKERASAN

Bagian Pertama Pelarangan Adegan Kekerasan

Pasal 23

Program siaran yang memuat adegan kekerasan dilarang:

- a. menampilkan secara detail peristiwa kekerasan, seperti: tawuran, pengeroyokan, penyiksaan, perang, penusukan, penyembelihan, mutilasi, terorisme, pengrusakan barang-barang secara kasar atau ganas, pembacokan, penembakan, dan/atau bunuh diri;
- b. menampilkan manusia atau bagian tubuh yang berdarah-darah, terpotong-potong dan/atau kondisi yang mengesankan akibat dari peristiwa kekerasan;
- c. menampilkan peristiwa dan tindakan sadis terhadap manusia;
- d. menampilkan peristiwa dan tindakan sadis terhadap hewan; dan/atau
- e. menampilkan adegan memakan hewan dengan cara yang tidak lazim.

Bagian Kedua Ungkapan Kasar dan Makian

Pasal 24

- (1) Program siaran dilarang menampilkan ungkapan kasar dan makian, baik secara verbal maupun nonverbal, yang mempunyai kecenderungan menghina atau merendahkan martabat manusia, memiliki makna jorok/mesum/cabul/vulgar, dan/atau menghina agama dan Tuhan.
- (2) Kata-kata kasar dan makian sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1)



di atas mencakup kata-kata dalam bahasa Indonesia, bahasa daerah, dan bahasa asing.

Bagian Ketiga **Pembatasan Program Bermuatan Kekerasan**

Pasal 25

Promo program siaran yang mengandung muatan adegan kekerasan dibatasi hanya boleh disiarkan pada klasifikasi D, pukul 22.00-03.00 waktu setempat.

BAB XIV PELARANGAN DAN PEMBATASAN MATERI SIARAN ROKOK, NAPZA, DAN MINUMAN BERALKOHOL

Bagian Pertama Pelarangan Rokok, NAPZA, dan Minuman Beralkohol dalam Program Siaran

Pasal 26

- (1) Program siaran dilarang membenarkan penyalahgunaan rokok, NAPZA (narkotika, psikotropika, dan zat adiktif), dan/atau konsumsi minuman beralkohol sebagai hal yang lumrah dalam kehidupan sehari-hari.
- (2) Program siaran dilarang menampilkan cara pembuatan dan/atau penggunaan NAPZA (narkotika, psikotropika, dan zat adiktif) secara detail.
- (3) Program siaran dilarang menampilkan anak-anak dan/atau remaja yang merokok dan meminum minuman beralkohol.



Bagian Kedua Pembatasan Rokok, NAPZA, dan Minuman Beralkohol dalam Program Siaran

Pasal 27

- (1) Program siaran yang menggambarkan penyalahgunaan NAPZA (narkotika, psikotropika, dan zat adiktif) secara terbatas dapat disiarkan sepanjang berhubungan dengan edukasi pencegahan dan/atau

- rehabilitasi.
- (2) Program siaran yang bermuatan penggambaran pengkonsumsian rokok dan/atau minuman beralkohol:
 - a. hanya dapat ditayangkan dalam program yang ditujukan bagi khalayak dewasa; dan
 - b. wajib ditampilkan sebagai perilaku dan gaya hidup yang negatif dan/ atau melanggar hukum, serta tidak digambarkan sebagai sesuatu yang hebat dan menarik.

BAB XV PELARANGAN DAN PEMBATASAN MUATAN PERJUDIAN

Bagian Pertama Pelarangan Perjudian dalam Program Siaran

Pasal 28

- (1) Program siaran dilarang membenarkan muatan praktek perjudian sebagai hal yang lumrah dalam kehidupan sehari-hari.
- (2) Program siaran dilarang menampilkan cara, teknik, jenis, dan alat perjudian secara detail.
- (3) Program siaran dilarang menampilkan anak-anak dan/atau remaja yang melakukan kegiatan perjudian.
- (4) Program siaran dilarang dijadikan sebagai sarana perjudian.



Bagian Kedua

Pembatasan Perjudian dalam Program Siaran

Pasal 29

- (1) Program siaran yang menggambarkan muatan perjudian secara terbatas dapat disiarkan sepanjang berhubungan dengan edukasi pencegahan dan/atau rehabilitasi.
- (2) Program siaran yang bermuatan penggambaran perjudian:
 - a. hanya dapat ditayangkan dalam program yang ditujukan bagi khalayak dewasa; dan
 - b. wajib ditampilkan sebagai perilaku dan gaya hidup yang negatif dan/atau melanggar hukum, serta tidak digambarkan sebagai sesuatu yang hebat dan menarik.

BAB XVI

PELARANGAN DAN PEMBATASAN PROGRAM SIARAN BERMUATAN MISTIK, HOROR, DAN SUPRANATURAL

Bagian Pertama

Pelarangan Program Siaran Mistik, Horor, dan Supranatural

Pasal 30

- (1) Program siaran yang mengandung muatan mistik, horor, dan/atau supranatural dilarang menampilkan hal-hal sebagai berikut:
 - a. mayat bangkit dari kubur;
 - b. mayat dikerubungi hewan;
 - c. mayat/siluman/hantu yang berdarah-darah;
 - d. mayat/siluman/hantu dengan pancaindera yang tidak lengkap dan kondisi mengerikan;
 - e. orang sakti makan sesuatu yang tidak lazim, seperti: benda tajam, binatang, batu, dan/atau tanah;
 - f. memotong anggota tubuh, seperti: lidah, tangan, kepala, dan lain-lain; dan/atau
 - g. memasukkan dan/atau memasukkan benda ke anggota tubuh, seperti: senjata tajam, jarum, paku, dan/atau benang.
- (2) Program siaran yang bermuatan mistik, horor, dan/atau supranatural yang merupakan bagian dari pertunjukan seni dan budaya asli suku/etnik bangsa Indonesia dikecualikan dari ketentuan sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) huruf e, huruf f, dan huruf g, dan hanya dapat disiarkan pada klasifikasi D, pukul 22.00-03.00 waktu setempat.



Pasal 31

Program siaran yang menampilkan muatan mistik, horor, dan/atau supranatural dilarang melakukan rekayasa seolah-olah sebagai peristiwa sebenarnya kecuali dinyatakan secara tegas sebagai reka adegan atau fiksi.

Bagian Kedua Pembatasan Program Siaran Mistik, Horor, dan Supranatural

Pasal 32

Program siaran yang menampilkan muatan mistik, horor, dan/atau supranatural yang menimbulkan ketakutan dan kengerian khalayak dikategorikan sebagai siaran klasifikasi D, dan hanya dapat disiarkan pada pukul 22.00-03.00 waktu setempat.

BAB XVII PENGKOLONGAN PROGRAM SIARAN

Bagian Pertama Klasifikasi Program Siaran

Pasal 33

- (1) Program siaran digolongkan ke dalam 5 (lima) klasifikasi berdasarkan kelompok usia, yaitu:
 - a. Klasifikasi P: Siaran untuk anak-anak usia Pra-Sekolah, yakni

- khalayak berusia 2-6 tahun;
- b. Klasifikasi A: Siaran untuk Anak-anak, yakni khalayak berusia 7 - 12 tahun;
 - c. Klasifikasi R: Siaran untuk Remaja, yakni khalayak berusia 13 – 17 tahun;
 - d. Klasifikasi D: Siaran untuk Dewasa, yakni khalayak di atas 18 tahun; dan
 - e. Klasifikasi SU: Siaran untuk khalayak berusia di atas 2 tahun.
- (2) Klasifikasi program siaran sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) harus ditayangkan dalam bentuk karakter huruf dan kelompok usia penontonnya, yaitu: P (2-6), A (7-12), R (13-17), D (18+), dan SU (2+) secara jelas dan diletakkan pada posisi atas layar televisi sepanjang acara berlangsung untuk memudahkan khalayak penonton mengidentifikasi program siaran.
 - (3) Klasifikasi program siaran sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) di atas berlaku juga untuk penayangan ulang program siaran.
 - (4) Program siaran radio wajib menyesuaikan dengan klasifikasi penggolongan program siaran sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan pengaturan tentang waktu siaran.

Pasal 34

- (1) Program siaran dengan klasifikasi P (2-6), A (7-12) atau R (13-17) harus disertai dengan imbauan atau peringatan tambahan tentang arahan dan bimbingan orangtua.
- (2) Imbauan atau peringatan tambahan sebagaimana yang dimaksud ayat (1) di atas ditampilkan pada awal tayangan program siaran.
- (3) Imbauan atau peringatan tambahan tentang arahan dan bimbingan orangtua sebagaimana dimaksud ayat (1) dan (2) di atas tidak serta merta menggugurkan tanggungjawab hukum lembaga penyiaran.

Bagian Kedua Klasifikasi P

Pasal 35

- (1) Program siaran klasifikasi P adalah program siaran yang khusus dibuat dan ditujukan untuk anak usia pra-sekolah yang mengandung muatan, gaya penceritaan, dan tampilan sesuai dengan perkembangan jiwa anak usia pra-sekolah.
- (2) Program siaran klasifikasi P berisikan hiburan dan pendidikan yang memiliki muatan dan nilai-nilai pendidikan, nilai-nilai sosial dan budaya, serta budi pekerti yang kuat.
- (3) Program siaran klasifikasi P ditayangkan antara pukul 07.00 hingga



- pukul 09.00 dan antara pukul 15.00 hingga pukul 18.00.
- (4) Program siaran klasifikasi P dilarang menampilkan:
 - a. adegan kekerasan dan/atau berbahaya;
 - b. adegan seksual sebagaimana dimaksudkan pada Pasal 18.
 - c. adegan dan muatan yang terkait dengan kekuatan paranormal, klenik, praktek spiritual magis, horor, dan/atau mistik;
 - d. muatan yang mendorong anak belajar tentang perilaku yang tidak pantas dan/atau membenarkan perilaku yang tidak pantas tersebut sebagai hal yang lumrah dalam kehidupan sehari-hari;
 - e. materi yang mengganggu perkembangan kesehatan fisik dan psikis anak usia pra-sekolah, seperti: perceraian, perselingkuhan, bunuh diri, pemerkosaan, rokok, minuman beralkohol, dan/atau penggunaan NAPZA (narkotika, psikotropika, dan zat adiktif);
 - f. iklan obat-obatan untuk meningkatkan kemampuan seksual, iklan jasa pelayanan seks, iklan pakaian dalam yang menampilkan visualisasi pakaian dalam, iklan alat tes kehamilan, iklan pembalut wanita, iklan kondom dan/atau alat pencegah kehamilan lain, promo program siaran yang masuk klasifikasi remaja dan dewasa, iklan majalah dan tabloid yang ditujukan bagi pembaca dewasa, dan iklan alat pembesar payudara dan alat vital;
 - g. hubungan asmara antara lawan jenis dan sesama jenis; dan
 - h. jasa pelayanan seksual dan/atau alat bantu seksual.

Bagian Ketiga Klasifikasi A

Pasal 36

- (1) Program siaran klasifikasi A khusus dibuat dan ditujukan untuk anak-anak serta mengandung muatan, gaya penceritaan, dan tampilan sesuai dengan perkembangan jiwa anak-anak.
- (2) Program siaran klasifikasi A berisikan nilai-nilai pendidikan dan ilmu pengetahuan, nilai-nilai sosial dan budaya, budi pekerti, hiburan, apresiasi estetis, dan penumbuhan rasa ingin tahu anak-anak tentang lingkungan sekitar.
- (3) Program siaran klasifikasi A dapat menampilkan nilai-nilai dan perilaku anti-sosial sepanjang bukan sebagai suatu hal yang dapat dibenarkan dan diikuti dengan penggambaran sanksi dan/atau akibat atas perilaku anti-sosial tersebut.
- (4) Program siaran klasifikasi A dilarang menampilkan:
 - a. adegan kekerasan dan/atau berbahaya;
 - b. adegan seksual sebagaimana dimaksudkan pada Pasal 18.
 - c. adegan dan muatan yang terkait dengan kekuatan paranormal, klenik, praktek spiritual magis, horor, dan/atau mistik;



- d. muatan yang mendorong anak belajar tentang perilaku yang tidak pantas dan/atau membenarkan perilaku yang tidak pantas tersebut sebagai hal yang lumrah dalam kehidupan sehari-hari;
 - e. materi yang mengganggu perkembangan kesehatan fisik dan psikis anak-anak, seperti: perceraian, perselingkuhan, bunuh diri, pemerkosaan, rokok, minuman beralkohol, dan/atau penggunaan NAPZA (narkotika, psikotropika, dan zat adiktif);
 - f. iklan obat-obatan untuk meningkatkan kemampuan seksual, iklan jasa pelayanan seks, iklan pakaian dalam yang menampilkan visualisasi pakaian dalam, iklan alat tes kehamilan, iklan pembalut wanita, iklan kondom dan/atau alat pencegah kehamilan lain, promo program siaran yang masuk klasifikasi remaja dan dewasa, iklan majalah dan tabloid yang ditujukan bagi pembaca dewasa, dan iklan alat pembesar payudara dan alat vital;
 - g. hubungan asmara antara lawan jenis dan sesama jenis; dan
 - h. jasa pelayanan seksual dan/atau alat bantu seksual.
- (5) Program siaran anak-anak diutamakan disiarkan dari pukul 05.00 hingga pukul 18.00 waktu setempat.

Bagian Keempat Klasifikasi R

Pasal 37

- (1) Program siaran klasifikasi R mengandung muatan, gaya penceritaan, dan tampilan yang sesuai dengan perkembangan psikologis remaja.
- (2) Program siaran klasifikasi R berisikan nilai-nilai pendidikan dan ilmu pengetahuan, nilai-nilai sosial dan budaya, budi pekerti, hiburan, apresiasi estetis, dan penumbuhan rasa ingin tahu remaja tentang lingkungan sekitar.
- (3) Program siaran klasifikasi R dapat mengandung pembahasan atau penggambaran adegan yang terkait dengan seksualitas serta pergaulan antar pria-wanita sepanjang disajikan dalam konteks pendidikan fisik dan psikis remaja.
- (4) Program siaran klasifikasi R dilarang menampilkan:
 - a. muatan yang mendorong remaja belajar tentang perilaku yang tidak pantas dan/atau membenarkan perilaku yang tidak pantas tersebut sebagai hal yang lumrah dalam kehidupan sehari-hari;
 - b. muatan yang mendorong remaja percaya pada kekuatan paranormal, klenik, praktek spiritual magis, supranatural, dan/atau mistik;
 - c. materi yang mengganggu perkembangan kesehatan fisik dan psikis remaja, seperti: seks bebas, gaya hidup konsumtif, hedonistik, dan/



- atau horor;
- d. jasa pelayanan seksual dan/atau alat bantu seksual;
 - e. iklan obat-obatan untuk meningkatkan kemampuan seksual, iklan jasa pelayanan seks, iklan pakaian dalam yang menampilkan visualisasi pakaian dalam, iklan alat tes kehamilan, iklan kondom dan/atau alat pencegah kehamilan lain, promo program siaran yang masuk klasifikasi dewasa, iklan majalah dan tabloid yang ditujukan bagi pembaca dewasa, dan iklan alat pembesar payudara dan alat vital; dan/atau
 - f. adegan seksual sebagaimana dimaksudkan pada Pasal 18.

Bagian Kelima Klasifikasi D

Pasal 38

- (1) Program siaran klasifikasi D adalah program siaran sebagaimana diatur pada Pasal 22, Pasal 25, Pasal 27 ayat (2) huruf a, Pasal 29 ayat (2) huruf a, Pasal 30 ayat (2), Pasal 32, dan Pasal 59 ayat (3).
- (2) Program siaran klasifikasi D hanya boleh disiarkan antara pukul 22.00 - 03.00 waktu setempat.

Bagian Keenam Klasifikasi SU

Pasal 39

Program siaran klasifikasi SU adalah program siaran yang berisikan muatan yang tidak secara khusus ditujukan untuk anak-anak dan remaja, namun



dianggap layak ditonton oleh anak-anak dan remaja, sebagaimana dimaksud pada Pasal 35, Pasal 36, dan Pasal 37.

BAB XVIII PROGRAM SIARAN JURNALISTIK

Bagian Satu Prinsip-Prinsip Jurnalistik

Pasal 40

Program siaran jurnalistik wajib memperhatikan prinsip-prinsip jurnalistik sebagai berikut:

- a. akurat, adil, berimbang, tidak berpihak, tidak beritikad buruk, tidak

menghasut dan menyesatkan, tidak mencampuradukkan fakta dan opini pribadi, tidak menonjolkan unsur kekerasan, dan tidak mempertentangkan suku, agama, ras, dan antargolongan;

- b. tidak membuat berita bohong, fitnah, sadis, dan/atau cabul;
- c. menerapkan prinsip praduga tak bersalah dalam peliputan dan/atau menyiarkan program siaran jurnalistik dan tidak melakukan penghakiman; dan
- d. melakukan ralat atas informasi yang tidak akurat dengan cara:
 - 1) disiarkan segera dalam program lain berikutnya dalam jangka waktu kurang dari 24 jam setelah diketahui terdapat kekeliruan, kesalahan, dan/atau terjadi sanggahan atas berita atau isi siaran;
 - 2) mendapatkan perlakuan utama dan setara; dan
 - 3) mengulang menyiarkan ralat tersebut pada kesempatan pertama dalam program yang sama.

Bagian Kedua Penggambaran Kembali

Pasal 41

Program siaran jurnalistik yang melakukan penggambaran kembali suatu peristiwa wajib mengikuti ketentuan sebagai berikut:

- a. menyertakan penjelasan yang eksplisit bahwa apa yang disajikan tersebut adalah reka ulang dengan menampilkan keterangan tertulis dan/atau pernyataan verbal di awal dan di akhir siaran;
- b. dilarang melakukan perubahan atau penyimpangan terhadap fakta atau informasi yang dapat merugikan pihak yang terlibat;
- c. menyebutkan sumber yang dijadikan rujukan atas reka ulang peristiwa tersebut; dan



- d. tidak menyajikan reka ulang yang memperlihatkan secara terperinci cara dan langkah kejahatan serta cara-cara pembuatan alat kejahatan atau langkah-langkah operasional aksi kejahatan.

Pasal 42

- (1) Pemanfaatan gambar dokumentasi peristiwa tertentu wajib mencantumkan tanggal dan lokasi peristiwa.
- (2) Peristiwa tertentu sebagaimana dimaksud pada ayat (1) di atas meliputi: kerusuhan, bencana, dan/atau bentrokan.

Bagian Ketiga Muatan Kekerasan dan Kejahatan serta Kewajiban Penyamaran

Pasal 43

Program siaran bermuatan kekerasan dan/atau kejahatan dalam program siaran jurnalistik wajib mengikuti ketentuan sebagai berikut:

- a. tidak menampilkan gambaran eksplisit dan terperinci tentang cara membuat dan mengaktifkan bahan peledak;
- b. tidak menyajikan rekaman proses interogasi kepolisian terhadap tersangka tindak kejahatan;
- c. tidak menayangkan secara terperinci rekonstruksi yang dilakukan oleh kepolisian;
- d. tidak memberitakan secara terperinci reka ulang kejahatan meskipun bersumber dari pejabat kepolisian yang berwenang dan/atau fakta pengadilan;
- e. tidak menayangkan reka ulang pemerkosaan dan/atau kejahatan seksual;
- f. menyamarkan gambar wajah dan identitas korban kejahatan seksual dan keluarganya, serta orang yang diduga pelaku kejahatan seksual dan keluarganya;
- g. menyamarkan gambar wajah dan identitas pelaku, korban, dan keluarga pelaku kejahatan yang pelaku maupun korbannya adalah anak di bawah umur;
- h. tidak menayangkan secara eksplisit dan terperinci adegan dan/atau reka ulang bunuh diri serta menyamarkan identitas pelaku; dan
- i. tidak menayangkan adegan tawuran atau perkelahian secara detail dan berulang-ulang.

Pasal 44

Program siaran jurnalistik wajib menyamarkan gambar dan identitas orang yang diduga pekerja seks komersial, orang dengan HIV/AIDS, dan pasien dalam kondisi mengenaskan.

Bagian Keempat Peliputan Terorisme

Pasal 45

Program siaran jurnalistik tentang peliputan terorisme wajib mengikuti ketentuan sebagai berikut:

- (1) menghormati hak masyarakat untuk memperoleh informasi secara lengkap dan benar;
- (2) tidak melakukan labelisasi berdasarkan suku, agama, ras, dan/atau antagolongan terhadap pelaku, kerabat, dan/atau kelompok yang diduga terlibat; dan
- (3) tidak membuka dan/atau mendramatisir identitas kerabat pelaku yang diduga terlibat.



Bagian Kelima Peliputan Sidang Pengadilan, Kasus Hukum, dan Hukuman Mati

Pasal 46

Program siaran langsung atau siaran tidak langsung pada sidang pengadilan wajib mengikuti ketentuan penggolongan program siaran yang ditetapkan dalam peraturan ini.

Pasal 47

Program siaran jurnalistik yang bermuatan wawancara yang dilakukan dengan tersangka, terdakwa, dan/atau terpidana dalam kasus hukum dilarang:

- a. menyebarkan ideologi yang bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku; dan
- b. menyebarkan pola dan teknik kejahatan yang dilakukan secara terperinci.

Pasal 48

Peliputan pelaksanaan eksekusi hukuman mati dilarang disiarkan.

Bagian Keenam Peliputan Bencana

Pasal 49

Program siaran jurnalistik tentang peliputan bencana atau musibah wajib mempertimbangkan proses pemulihan korban, keluarga, dan/atau masyarakat yang terkena bencana atau musibah.

Pasal 50

Program siaran jurnalistik tentang peliputan bencana atau musibah dilarang:

- a. menambah penderitaan atau trauma korban, keluarga, dan masyarakat, dengan cara memaksa, menekan, dan/atau mengintimidasi untuk diwawancarai dan/atau diambil gambarnya;
- b. menampilkan gambar dan/atau suara saat-saat menjelang kematian;
- c. mewawancarai anak di bawah umur sebagai narasumber;
- d. menampilkan gambar korban atau mayat secara detail dengan close up; dan/atau



- e. menampilkan gambar luka berat, darah, dan/atau potongan organ tubuh.

Pasal 51

Program siaran jurnalistik tentang bencana wajib menampilkan narasumber kompeten dan tepercaya dalam menjelaskan peristiwa bencana secara ilmiah.

BAB XIX HAK SIAR

Pasal 52

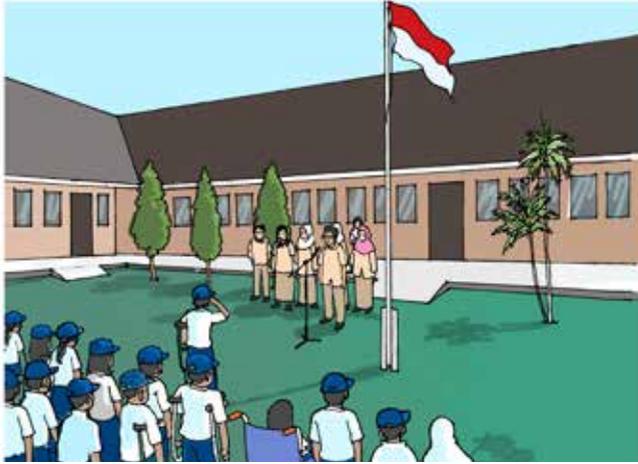
- (1) Program siaran yang disiarkan oleh lembaga penyiaran wajib memiliki dan mencantumkan hak siar.
- (2) Program siaran yang memuat penggunaan potongan gambar (footage) dan/atau potongan suara yang berasal dari lembaga penyiaran lain yang memiliki hak siar wajib mencantumkan hak siar lembaga penyiaran lain tersebut secara jelas, menempatkannya dalam konteks yang tepat dan adil serta tidak merugikan pihak-pihak yang menjadi objek siaran dan melakukan verifikasi atas kebenaran isinya.
- (3) Program siaran yang memuat penggunaan potongan gambar (footage) dan/atau potongan suara yang berasal dari sumber di luar dari sebagaimana yang dimaksud pada ayat (2) di atas, wajib menyebutkan asal sumber serta melakukan verifikasi atas kebenaran isinya.

BAB XX

BAHASA, BENDERA, LAMBANG NEGARA, DAN LAGU KEBANGSAAN

Pasal 53

- (1) Program siaran wajib menggunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar, baik tertulis atau lisan sebagai bahasa pengantar utama.
- (2) Program siaran dapat menggunakan bahasa daerah sebagai bahasa pengantar dalam penyelenggaraan program siaran muatan lokal dan, apabila diperlukan, untuk mendukung program siaran tertentu.
- (3) Program siaran dapat menggunakan bahasa asing sebagai bahasa pengantar dengan ketentuan sebagai berikut:
 - a. bahasa asing dalam pemberitaan hanya boleh disiarkan paling banyak 30% (tiga puluh per seratus) dari seluruh waktu siaran per hari;
 - b. wajib menyertakan teks dalam Bahasa Indonesia, dengan pengecualian program khusus berita bahasa asing, pelajaran bahasa asing, pembacaan kitab suci, siaran olahraga atau siaran langsung;



- c. sulih suara paling banyak 30% (tiga puluh per seratus) dari jumlah program siaran berbahasa asing dari seluruh waktu siaran per hari; dan
 - d. program yang disajikan dengan teknologi bilingual tidak termasuk sebagai program yang disulihsuarkan.
- (4) Bahasa isyarat dapat digunakan dalam mata acara tertentu untuk khalayak berkebutuhan khusus.

Pasal 54

- (1) Program siaran yang bermuatan penggunaan Bendera Negara, Lambang Negara, dan Lagu Kebangsaan tunduk pada peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- (2) Lagu kebangsaan Indonesia Raya wajib disiarkan pada awal pembukaan siaran dan lagu wajib nasional wajib disiarkan pada akhir siaran setiap harinya.
- (3) Lagu kebangsaan Indonesia Raya wajib disiarkan pada pukul 06.00 waktu setempat dan lagu wajib nasional pada pukul 24.00 waktu setempat bagi lembaga penyiaran yang bersiaran selama 24 jam.

BAB XXI SENSOR

Pasal 55

- (1) Program siaran dalam bentuk film wajib memperoleh dan menampilkan tanda lulus sensor berupa pernyataan lulus sensor dengan bukti nomor

surat atau registrasi yang dikeluarkan oleh lembaga yang berwenang dan ditayangkan sebelum disiarkan.

- (2) Program siaran dalam bentuk promo film dan/atau iklan wajib memperoleh tanda lulus sensor yang dikeluarkan oleh lembaga yang berwenang sebelum disiarkan.
- (3) Tanda lulus sensor yang dikeluarkan oleh lembaga yang berwenang sebagaimana yang diatur pada ayat (1) dan (2) di atas tidak serta-merta membuktikan kesesuaian program siaran dengan peraturan ini.

BAB XXII PROGRAM SIARAN BERLANGGANAN

Pasal 56

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

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

Pasal 57

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

BAB XXIII SIARAN IKLAN

Pasal 58

- (1) Program siaran iklan tunduk pada peraturan perundang-undangan yang berlaku dan berpedoman pada Etika Pariwisata Indonesia.
- (2) Program siaran iklan niaga untuk lembaga penyiaran swasta dibatasi paling banyak 20% (dua puluh per seratus) dari seluruh waktu siaran per hari.
- (3) Program siaran iklan niaga untuk lembaga penyiaran publik dibatasi paling banyak 15% (lima belas per seratus) dari seluruh waktu siaran per hari.
- (4) Program siaran iklan dilarang menayangkan:
 - a. promosi yang dihubungkan dengan ajaran suatu agama, ideologi, pribadi dan/atau kelompok, yang menyinggung perasaan dan/atau merendahkan martabat agama lain, ideologi lain, pribadi lain,

- gender atau kelompok lain;
- b. promosi minuman beralkohol atau sejenisnya;
 - c. promosi rokok yang memperagakan wujud rokok;
 - d. adegan seksual sebagaimana yang dimaksud pada Pasal 18;
 - e. adegan kekerasan sebagaimana yang dimaksud pada Pasal 23;
 - f. upaya menyembunyikan, menyesatkan, membingungkan atau membohongi masyarakat tentang kualitas, kinerja, harga sebenarnya, dan/atau ketersediaan dari produk dan/atau jasa yang diiklankan;
 - g. eksploitasi anak di bawah umur 12 (dua belas) tahun; dan/atau
 - h. hal-hal yang bertentangan dengan kesusilaan masyarakat dan nilai-nilai agama.
- (5) Azan sebagai tanda waktu shalat dilarang disisipi dan/atau ditempli (*built in*) iklan.

Pasal 59

- (1) Program siaran iklan rokok hanya boleh disiarkan pada pukul 21.30 – 05.00 waktu setempat.
- (2) Program siaran yang berisi segala bentuk dan strategi promosi yang dibuat oleh produsen rokok wajib dikategorikan sebagai iklan rokok.
- (3) Program siaran iklan produk dan jasa untuk dewasa yang berkaitan dengan obat dan alat kontrasepsi, alat deteksi kehamilan, dan vitalitas seksual hanya dapat disiarkan pada klasifikasi D, pukul 22.00-03.00 waktu setempat.

Pasal 60

- (1) Program siaran iklan layanan masyarakat wajib disiarkan di lembaga penyiaran swasta paling sedikit 10% (sepuluh per seratus) dari seluruh waktu siaran iklan niaga per hari.
- (2) Program siaran iklan layanan masyarakat wajib disiarkan di lembaga penyiaran publik paling sedikit 30% (tiga puluh per seratus) dari seluruh waktu siaran iklan per hari.
- (3) Program siaran iklan layanan masyarakat wajib ditayangkan secara cuma- cuma untuk iklan layanan masyarakat yang menyangkut: keselamatan umum, kewaspadaan pada bencana alam, kesehatan masyarakat, dan kepentingan umum lainnya yang disampaikan oleh badan-badan publik.
- (4) Di luar ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (3) di atas, program siaran iklan layanan masyarakat wajib diberikan potongan harga khusus.
- (5) Program siaran iklan layanan masyarakat yang ditayangkan pada masa kampanye pemilihan umum dan/atau pemilihan umum kepala daerah harus mengikuti peraturan perundang-undangan terkait dan peraturan teknis yang dikeluarkan oleh lembaga berwenang.

- (6) Waktu siar program iklan layanan masyarakat sebagaimana dimaksud pada ayat (1), (2), (3), (4) dan (5) di atas wajib memperhatikan penyebaran tayangan di setiap program siaran per hari.

Pasal 61

Program siaran iklan untuk produk rokok dan obat yang tidak dibacakan sebagai narasi, wajib menayangkan peringatan konsumen dengan panjang sekurang- kurangnya 3 detik untuk semua durasi spot.

Pasal 62

Program siaran iklan televisi tidak boleh menggunakan tanda atau lambang tertentu sebagai petunjuk adanya keterangan tambahan.

Pasal 63

Durasi siaran iklan dalam bentuk tulisan, narasi, gambar, dan/atau grafis yang menempel dan/atau disisipkan pada program lain dihitung dalam total persentase durasi iklan per hari.

Pasal 64

Program siaran berisi perbincangan tentang produk barang, jasa, dan/ atau kegiatan tertentu dikategorikan sebagai iklan dan dihitung dalam total persentase durasi iklan per hari.

Pasal 65

Program siaran jurnalistik dilarang disisipi dan/atau ditempli (*built in*) iklan produk barang, jasa, dan/atau kegiatan di segmen tertentu, tanpa disertai batas yang jelas dalam bentuk *bumper*.

Pasal 66

- (1) Promo program siaran adalah iklan yang tidak dihitung dalam total persentase durasi iklan terhadap program per hari.
- (2) Penayangan promo program siaran wajib menyesuaikan dengan penggolongan program siaran.

BAB XXIV PROGRAM ASING

Pasal 67

Program siaran asing dapat disiarkan dengan ketentuan tidak melebihi 30% (tiga puluh per seratus) dari waktu siaran per hari.



BAB XXV

PROGRAM LOKAL DALAM SISTEM STASIUN JARINGAN

Pasal 68

- (1) Program siaran lokal wajib diproduksi dan ditayangkan dengan durasi paling sedikit 10% (sepuluh per seratus) untuk televisi dan paling sedikit 60% (enam puluh per seratus) untuk radio dari seluruh waktu siaran berjaringan per hari.
- (2) Program siaran lokal sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) di atas paling sedikit 30% (tiga puluh per seratus) di antaranya wajib ditayangkan pada waktu prime time waktu setempat.
- (3) Program siaran lokal sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) secara bertahap wajib ditingkatkan hingga paling sedikit 50% (lima puluh per seratus) untuk televisi dari seluruh waktu siaran berjaringan per hari.

BAB XXVI

PROGRAM PENGGALANGAN DANA DAN BANTUAN

Pasal 69

- (1) Program siaran yang bermuatan penggalangan dana dan bantuan tidak boleh menggunakan gambar, suara korban bencana, dan/atau keluarga korban untuk trailer atau filler program penggalangan dana bencana.
- (2) Dana yang dikumpulkan dari khalayak harus dinyatakan sebagai sumbangan masyarakat.
- (3) Sumbangan masyarakat sebagaimana yang dimaksud pada ayat (2)

di atas tidak dapat digunakan dalam kegiatan tanggung jawab sosial lembaga penyiaran (Corporate Social Responsibility/CSR) sebagai pengumpul dan pengelola dana sumbangan.

BAB XXVII PROGRAM KUIS, UNDIAN BERHADIAH, DAN PERMAINAN BERHADIAH LAIN

Pasal 70

- (1) Program kuis, undian berhadiah, dan/atau permainan berhadiah lainnya wajib mendapatkan izin dari lembaga yang berwenang.
- (2) Program kuis, undian berhadiah, dan/atau permainan berhadiah lainnya dilarang dijadikan sarana perjudian dan penipuan.
- (3) Program siaran kuis, undian berhadiah, dan/atau permainan berhadiah lainnya yang melibatkan penggunaan fasilitas telepon atau Short Message Services (SMS) wajib memberitahukan secara jelas, lengkap, dan terbuka mengenai tarif pulsa yang dikenakan atas keikutsertaan serta cara menghentikan keikutsertaan.

BAB XXVIII SIARAN PEMILIHAN UMUM DAN PEMILIHAN UMUM KEPALA DAERAH

Pasal 71

- (1) Program siaran wajib menyediakan waktu yang cukup bagi peliputan Pemilihan Umum dan/atau Pemilihan Umum Kepala Daerah.
- (2) Program siaran wajib bersikap adil dan proporsional terhadap para peserta Pemilihan Umum dan/atau Pemilihan Umum Kepala Daerah.
- (3) Program siaran dilarang memihak salah satu peserta Pemilihan Umum dan/atau Pemilihan Umum Kepala Daerah.
- (4) Program siaran dilarang dibiayai atau disponsori oleh peserta Pemilihan Umum dan/atau Pemilihan Umum Kepala Daerah, kecuali dalam bentuk iklan.
- (4) Program siaran wajib tunduk pada peraturan perundang-undangan serta peraturan dan kebijakan teknis tentang Pemilihan Umum dan/atau Pemilihan Umum Kepala Daerah yang ditetapkan oleh lembaga yang berwenang.
- (5) Program siaran iklan kampanye tunduk pada peraturan perundang-undangan, serta peraturan dan kebijakan teknis tentang kampanye yang ditetapkan oleh lembaga yang berwenang.



BAB XXIX PENGAWASAN, SOSIALISASI, DAN REKAMAN

Bagian Pertama Pengawasan

Pasal 72

KPI mengawasi pelaksanaan Standar Program Siaran dan memberikan sanksi administratif terhadap pelanggaran Standar Program Siaran.

Bagian Kedua Sosialisasi

Pasal 73

Lembaga penyiaran wajib mensosialisasikan isi Standar Program Siaran kepada seluruh pihak yang terlibat dalam proses pembuatan, pengolahan, pembelian, penyiaran, dan pendanaan program siaran lembaga penyiaran yang bersangkutan.

Bagian Ketiga Materi Rekaman Siaran

Pasal 74

- (1) Lembaga penyiaran wajib menyimpan materi rekaman program siaran secara baik dan benar paling sedikit selama satu tahun setelah disiarkan.

- (2) Untuk kepentingan penelitian, penilaian, dan/atau proses pengambilan keputusan sanksi administratif oleh KPI berdasarkan aduan masyarakat, lembaga penyiaran wajib menyerahkan materi rekaman program siaran yang diadakan bila diminta KPI secara resmi.

BAB XXX

SANKSI DAN PENANGGUNGJAWAB

Pasal 75

- (1) Program siaran yang terbukti secara sah dan meyakinkan melanggar Standar Program Siaran dijatuhkan sanksi administratif oleh KPI.
- (2) Sanksi administratif sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) di atas dapat berupa:
 - a. teguran tertulis;
 - b. penghentian sementara mata acara yang bermasalah setelah melalui
 - c. tahap tertentu;
 - d. pembatasan durasi dan waktu siaran;
 - e. denda administratif;
 - f. pembekuan kegiatan siaran untuk waktu tertentu;
 - g. tidak diberi perpanjangan izin penyelenggaraan penyiaran; atau
 - h. pencabutan izin penyelenggaraan penyiaran.

Pasal 76

- (1) Bila terjadi pelanggaran atas Standar Program Siaran, maka yang bertanggungjawab adalah lembaga penyiaran yang menyiarkan program yang mengandung pelanggaran tersebut.
- (2) Ketentuan sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) di atas berlaku untuk seluruh jenis program, baik program yang diproduksi sendiri, yang dibeli dari pihak lain, yang merupakan kerjasama produksi, maupun yang disponsori.

Pasal 77

- (1) Setiap pelanggaran yang terbukti dilakukan oleh lembaga penyiaran akan tercatat secara administratif dan akan mempengaruhi keputusan KPI berikutnya, termasuk dalam hal perpanjangan izin lembaga penyiaran yang bersangkutan.
- (2) Bila KPI menemukan pelanggaran yang dilakukan oleh lembaga penyiaran, KPI akan mengumumkan pelanggaran tersebut kepada publik.

Pasal 78

- (1) KPI dapat mewajibkan lembaga penyiaran untuk menyiarkan dan menerbitkan pernyataan apabila aduan dari setiap orang atau kelompok yang mengetahui adanya pelanggaran atas P3 dan SPS terbukti benar.
- (2) Waktu dan bentuk penyiaran serta penerbitan pernyataan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) di atas ditentukan oleh KPI melalui surat keputusan.

BAB XXXI SANKSI ADMINISTRATIF

Bagian Pertama Teguran Tertulis

Pasal 79

- (1) Program siaran yang melanggar sebagaimana diatur pada ketentuan Pasal 6; Pasal 7 huruf b, c, dan d; Pasal 8; Pasal 9; Pasal 10 ayat (1); Pasal 11; Pasal 13 ayat (1) dan ayat (2); Pasal 14; Pasal 15; Pasal 16; Pasal 17; Pasal 18 huruf e, g, h, i, j, dan k; Pasal 19; Pasal 20 ayat (3); Pasal 21; Pasal 22; Pasal 23 huruf d; Pasal 25; Pasal 26; Pasal 27 ayat (2); Pasal 28 ayat (1), ayat (2) dan ayat (3); Pasal 29 ayat (2); Pasal 30 ayat (1) huruf a, b, c, d, e, dan g dan ayat (2); Pasal 31; Pasal 32; Pasal 33 ayat (2), ayat (3), dan ayat (4); Pasal 34 ayat (1) dan ayat (2); Pasal 35 ayat (4); Pasal 36 ayat (4); Pasal 37 ayat (4); Pasal 38 ayat (2); Pasal 39; Pasal 40; Pasal 41; Pasal 42; Pasal 43; Pasal 44; Pasal 45; Pasal 46; Pasal 47; Pasal 49; Pasal 50 huruf a dan c; Pasal 51; Pasal 52; Pasal 53; Pasal 54; Pasal 55 ayat (1) dan ayat (2); Pasal 56; Pasal 58 ayat (1), ayat (2), ayat (3), ayat (4) huruf d, f, g, h, dan ayat (5); Pasal 59; Pasal 60; Pasal 61; Pasal 62; Pasal 65; Pasal 66 ayat (2); Pasal 67; Pasal 68; Pasal 69; Pasal 70; Pasal 71, dikenai sanksi administratif berupa teguran tertulis oleh KPI.
- (2) Jangka waktu pengenaan sanksi administratif berupa teguran tertulis pertama dan kedua atas pelanggaran yang dilakukan oleh lembaga penyiaran paling sedikit selama 7 (tujuh) hari kalender.
- (3) Dalam hal lembaga penyiaran tidak memperhatikan teguran pertama dan kedua, KPI akan memberikan sanksi administratif lain sebagaimana diatur pada ketentuan Pasal 75 ayat (2).

Bagian Kedua Penghentian Sementara

Pasal 80

- (1) Program siaran yang melanggar sebagaimana diatur pada ketentuan

Pasal 7 huruf a; Pasal 18 huruf a, b, c, d, f, dan l; Pasal 20 ayat (1) dan ayat (2); Pasal 23 huruf a, b, c, dan e; Pasal 24; Pasal 28 ayat (4); Pasal 30 ayat huruf f; Pasal 48; Pasal 50 huruf b, d, dan e; Pasal 57; Pasal 58 ayat (4) huruf a, b, c, d, dan e; dan Pasal 70 ayat (2), dikenai sanksi administratif berupa penghentian sementara mata acara yang bermasalah setelah melalui tahap tertentu.

- (2) Selama waktu pelaksanaan sanksi administratif penghentian sementara sebagaimana dimaksud pada ayat (1) di atas berlangsung, lembaga penyiaran dilarang menyajikan program siaran dengan format sejenis pada waktu siar yang sama atau waktu yang lain.
- (3) Dalam hal lembaga penyiaran tidak melaksanakan ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), setelah diberikan peringatan tertulis, maka program siaran yang mendapat sanksi administratif penghentian sementara tersebut dikenakan sanksi administratif lain sebagaimana diatur dalam ketentuan Pasal 75 ayat (2).

Bagian Ketiga Sanksi Denda

Pasal 81

Program siaran iklan niaga yang melebihi 20% (dua puluh persen) dari seluruh waktu siaran per hari sebagaimana dimaksud pada Pasal 58 ayat (2), setelah mendapat teguran tertulis sebanyak 2 (dua) kali, dikenai sanksi administratif berupa denda administratif untuk jasa penyiaran radio paling banyak Rp.100.000.000,- (seratus juta rupiah) dan untuk jasa penyiaran televisi paling banyak Rp.1.000.000.000,- (satu miliar rupiah).

Pasal 82

Program siaran iklan rokok yang disiarkan di luar pukul 21.30 – 05.00 waktu setempat sebagaimana dimaksud pada Pasal 59 ayat (1), setelah mendapat teguran tertulis sebanyak 2 (dua) kali, dikenai sanksi administratif berupa denda administratif untuk jasa penyiaran radio paling banyak Rp.100.000.000,- (seratus juta rupiah) dan untuk jasa penyiaran televisi paling banyak Rp.1.000.000.000,- (satu miliar rupiah).

Pasal 83

Lembaga penyiaran swasta yang tidak menyediakan waktu siaran untuk program siaran iklan layanan masyarakat paling sedikit 10% (sepuluh per seratus) dari seluruh waktu siaran iklan niaga per hari sebagaimana dimaksud pada Pasal 60 ayat (1), setelah mendapat teguran tertulis sebanyak 2 (dua) kali, dikenai sanksi administratif berupa denda administratif untuk jasa penyiaran radio paling banyak Rp.100.000.000,- (seratus juta rupiah) dan

untuk jasa penyiaran televisi paling banyak Rp 1.000.000.000,- (satu miliar rupiah).

Pasal 84

Dalam hal lembaga penyiaran swasta tidak melaksanakan denda administratif sebagaimana dimaksud dalam Pasal 81, Pasal 82, dan Pasal 83 dalam jangka waktu 30 (tiga puluh) hari kalender setelah denda administratif dijatuhkan, maka sanksi ditingkatkan menjadi pembekuan kegiatan siaran sampai dipenuhinya kewajiban membayar denda administratif.

Bagian Keempat Tata Cara Penjatuhan Sanksi

Pasal 85

- (1) Penjatuhan sanksi administratif berupa teguran tertulis pertama dan kedua dapat dilakukan oleh KPI tanpa melalui tahapan klarifikasi dari lembaga penyiaran.
- (2) Penjatuhan sanksi administratif di luar ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) di atas, dilakukan melalui tahapan klarifikasi dengan ketentuan sebagai berikut:
 - a. KPI menyampaikan surat undangan pemeriksaan pelanggaran kepada lembaga penyiaran yang diduga melakukan pelanggaran setelah ditetapkan dalam rapat pleno KPI;
 - b. Setiap lembaga penyiaran yang diminta melakukan klarifikasi wajib memenuhi undangan KPI dan diwakili oleh direksi dan/atau pejabat pengambil keputusan yang berwenang dan bertanggung jawab terhadap program siaran yang melanggar;
 - c. Dalam hal lembaga penyiaran tidak memenuhi undangan dari KPI dan/atau hanya memberikan klarifikasi secara tertulis, maka lembaga penyiaran yang bersangkutan dianggap telah menggunakan haknya untuk menyampaikan klarifikasi terhadap pelanggaran yang dilakukan;
 - d. Sidang pemeriksaan pelanggaran dipimpin oleh Ketua, Wakil Ketua atau Anggota KPI yang ditunjuk untuk memimpin sidang pemeriksaan pelanggaran;
 - e. Sidang pemeriksaan pelanggaran dihadiri sekurang-kurangnya 2 (dua) orang Anggota KPI dan dituangkan dalam berita acara Pemeriksaan yang ditandatangani oleh perwakilan lembaga penyiaran dan Anggota KPI yang hadir;
 - f. Sidang pemeriksaan pelanggaran dilakukan secara tertutup, didokumentasikan secara administratif, dan tidak diumumkan

- kepada publik;
- g. Dokumen pemeriksaan, bukti rekaman pelanggaran, dokumen temuan pemantauan, dan berita acara pemeriksaan menjadi bahan bukti pendukung dalam penjatuhan sanksi; dan
 - h. Hasil pemeriksaan pelanggaran selanjutnya dilaporkan ke rapat pleno KPI yang akan memutuskan dan/atau menetapkan jenis sanksi administratif yang dijatuhkan atas pelanggaran yang dilakukan oleh lembaga penyiaran.

Pasal 86

- (1) Penjatuhan setiap jenis sanksi administratif wajib dilakukan oleh KPI dalam rapat pleno.
- (2) Rapat pleno penjatuhan sanksi administratif dilakukan oleh KPI selambat-lambatnya 7 (tujuh) hari kerja setelah proses pemeriksaan pelanggaran.
- (3) Penetapan jenis sanksi administratif sebagaimana yang dimaksud pada Pasal 85 ayat (2) dilakukan dengan mempertimbangkan hasil klarifikasi yang didukung dengan bukti-bukti yang meliputi: bukti aduan, bukti rekaman, dan/atau bukti hasil analisis.
- (4) Keputusan rapat pleno penjatuhan sanksi administratif sebagaimana yang dimaksud pada Pasal 85 ayat (2) dituangkan dalam berita acara yang ditandatangani oleh Anggota KPI yang menghadiri rapat pleno.

Pasal 87

- (1) Sanksi denda administratif di luar ketentuan sebagaimana diatur pada Pasal 81, Pasal 82, dan Pasal 83 dapat dijatuhkan berdasarkan sanksi denda administratif yang diatur dalam Undang-Undang Penyiaran, Peraturan Pemerintah, serta Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran.
- (2) Pembayaran denda administratif dilakukan oleh lembaga penyiaran paling lambat 14 (empat belas) hari kalender sejak surat keputusan penjatuhan sanksi denda administratif diterima.
- (3) Pembayaran denda administratif oleh lembaga penyiaran dilakukan pada kantor kas negara sesuai dengan peraturan perundangan-undangan yang berlaku.
- (4) Dalam pelaksanaan sanksi denda administratif yang dibayarkan kepada kas negara, KPI melakukan koordinasi dengan Kementerian Keuangan RI untuk memperoleh laporan pembayaran pelaksanaan sanksi denda administratif.
- (5) Lembaga penyiaran wajib menyampaikan salinan tanda bukti pembayaran denda administratif kepada KPI dan KPI wajib mencatat serta membuat laporan keuangan tentang pembayaran denda

administratif secara berkala sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Pasal 88

- (1) Sanksi administratif pembekuan kegiatan siaran untuk waktu tertentu dan sanksi administratif pencabutan izin penyelenggaraan penyiaran hanya dapat dilakukan setelah adanya putusan pengadilan yang memperoleh kekuatan hukum tetap.
- (2) Penyampaian suatu perkara kepada lembaga peradilan disebabkan terjadinya pelanggaran oleh lembaga penyiaran dilakukan oleh KPI berdasarkan keputusan rapat pleno dan dilengkapi dengan berita acara rapat.
- (3) Dasar penyampaian suatu perkara kepada lembaga peradilan untuk penetapan sanksi administratif pembekuan kegiatan siaran untuk waktu tertentu dan sanksi administratif pencabutan izin penyelenggaraan penyiaran dilakukan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Pasal 89

- (1) Keputusan penjatuhan sanksi administratif dibuat dalam surat keputusan KPI.
- (2) Surat keputusan KPI mengenai sanksi administratif sebagaimana yang dimaksud pada Pasal 85 ayat (2) diberikan dalam sidang khusus KPI dengan agenda penyampaian keputusan penjatuhan sanksi administratif.
- (3) Sidang khusus KPI sebagaimana dimaksud pada ayat 2 (dua) di atas wajib dihadiri oleh lembaga penyiaran yang diwakili oleh direksi dan/atau pejabat pengambil keputusan yang berwenang dan bertanggung jawab terhadap program siaran yang melanggar.
- (4) Proses sidang khusus penyampaian keputusan dituangkan dalam berita acara yang ditandatangani oleh pihak lembaga penyiaran dan Anggota KPI yang hadir.

Pasal 90

- (1) Lembaga penyiaran berhak mengajukan keberatan atas surat keputusan KPI mengenai sanksi administratif.
- (2) Keberatan sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) di atas disampaikan kepada KPI secara tertulis paling lambat 3 (tiga) hari kerja terhitung sejak tanggal surat keputusan mengenai sanksi administratif KPI diterima.
- (3) KPI wajib mempelajari keberatan yang disampaikan oleh lembaga penyiaran sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1).

- (4) Tanggapan sebagaimana yang dimaksud pada ayat (3) di atas diputuskan melalui rapat pleno yang dilengkapi dengan berita acara rapat.
- (5) KPI wajib menyampaikan tanggapan atas keberatan lembaga penyiaran secara tertulis paling lambat 7 (tujuh) hari setelah rapat pleno sebagaimana dimaksud pada ayat (4) di atas dilaksanakan.
- (6) Isi tanggapan sebagaimana dimaksud pada ayat (5) di atas dapat berupa diterima atau ditolaknya keberatan.
- (7) Bila rapat pleno memutuskan keberatan diterima, KPI mengubah dan/ atau memperbaiki surat keputusan KPI mengenai sanksi administratif.
- (8) Jika lembaga penyiaran mengajukan keberatan atas sanksi administratif, maka pelaksanaan surat keputusan KPI mengenai sanksi administratif dapat dilaksanakan setelah KPI menyampaikan keputusan berupa tanggapan atas keberatan yang diajukan lembaga penyiaran.
- (9) Hak mengajukan keberatan atas surat keputusan KPI mengenai sanksi administratif hanya dapat dilakukan 1 (satu) kali.

Pasal 91

- (1) KPI wajib membuat dokumen rekapitulasi penjatuhan sanksi administratif setiap lembaga penyiaran.
- (2) KPI wajib mengumumkan kepada publik setiap sanksi administratif yang dijatuhkan kepada lembaga penyiaran.
- (3) KPI dapat menyampaikan dokumen rekapitulasi sanksi administratif yang telah diberikan kepada lembaga penyiaran kepada publik dan/ atau pihak-pihak yang berkepentingan.
- (4) Dokumen rekapitulasi sanksi administratif menjadi dasar pertimbangan bagi KPI dalam memproses perpanjangan izin lembaga penyiaran.

BAB XXXII KETENTUAN PENUTUP

Pasal 92

Standar Program Siaran secara berkala dinilai kembali oleh KPI sesuai dengan perubahan Pedoman Perilaku Penyiaran Komisi Penyiaran Indonesia, peraturan perundang-undangan dan perkembangan norma-norma yang berlaku, serta pandangan umum dari masyarakat.

Pasal 93

Pada saat Peraturan KPI ini mulai berlaku, maka Peraturan Komisi Penyiaran Indonesia Nomor 03/P/KPI/12/2009 tentang Standar Program Siaran dinyatakan tidak berlaku.

Pasal 94

Peraturan KPI ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan.

Ditetapkan di Jakarta,
Pada tanggal 22 Maret 2012

Ketua Komisi Penyiaran Indonesia Pusat,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Mochamad Riyanto', written in a cursive style.

Mochamad Riyanto, S.H., M.Si

FORMULIR PENGADUAN ISI SIARAN KOMISI PENYIARAN INDONESIA DAERAH JAWA BARAT



KOMISI PENYIARAN INDONESIA DAERAH JAWA BARAT

Jalan Malabar No. 62, Telepon : 022-7308812, 022-7308813, Fax : 022-7308812 Bandung 40283
SMS/WA: 0815-7310-7000, Email: isisiaran@kpidjabar.id, Website: kpidjabar.id

FORMULIR PENGADUAN ISI SIARAN

No. Registrasi:

Nama :

Alamat :

Pekerjaan :

Nomor Telepon/ Email :

Nama Lembaga Penyiaran yang diadakan :

Nama Program Siaran :

Waktu Penayangan : Hari Tanggal.....
.....2024, Jam: :

Deskripsi Dugaan Pelanggaran :

Saran Terhadap Program Acara :

.....(tempat)..... (.....,, 2024)

Petugas KPID Jawa Barat
(Penerima Permohonan)

Pelapor*

(.....)

(.....)

Nama dan Tanda Tangan

Nama dan Tanda Tangan*

Keterangan *Tidak berlaku untuk pelapor *online*



KPID
JAWA BARAT

KOMISI
PENYIARAN
INDONESIA
DAERAH

**ADUAN MASYARAKAT
(KONTEN SIARAN TELEVISI DAN RADIO)**

Via Pos : Jalan Malabar No. 62
Bandung 40283

Telepon : 022-7308812
022-7308813

Fax : 022-7308812

SMS/WA : 0815-7310-7000

Email : kpидjabar@gmail.com

Website : kpид.jabarprov.go.id

Instagram : @kpидjabar

Twitter : @kpидjabar1

STRUKTUR KOMISIONER KPID JAWA BARAT PERIODE 2020-2023 (Perpanjangan Masa Jabatan 2024-Sekarang)



Dr. Adiyana Slamet, S.I.P., M.Si.
Ketua KPID JABAR Periode 2020-2023



Achmad A. Basith, S.I. Kom., M.Si.
Wakil Ketua KPID JABAR Periode 2020-2023



Roni Tabroni, S.Sos., M.Si.
KORBID KELEMBAGAAN



Ellang Gantoni Malik, S.E., M.M.
KORBID PS2P



M. Sudama Dipawikarta, S.Sos., M.Ag.
KORBID ISI SIARAN



Syaefurochman Achmad, S.H., M.Si.
BID KELEMBAGAAN



Jalu P. Priambodo, S.T., M.T.
BID ISI SIARAN



