

OTORITAS KOMISI PENYIARAN INDONESIA DALAM PENGATURAN ISI SIARAN

Dian Sukmawati¹, Ade Armando²

¹ Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

² Universitas Indonesia

Email: sukmauchori@gmail.com

Abstrak

Meski telah ada Komisi Penyiaran Indonesia (KPI), masih banyak acara televisi yang mendapatkan teguran karena melanggar Pedoman Perilaku Penyiaran (P3) dan Standar Program Siaran (SPS). Melalui studi kasus program Pagi-Pagi Pasti Happy, peneliti ingin melihat seberapa kuat otoritas KPI dalam menjaga isi siaran televisi swasta di Indonesia. Pendekatan ekonomi politik media dipakai dalam penelitian karena ekonomi politik tidak hanya mempelajari analisis media secara umum tetapi juga persoalan industri komunikasi dan siapa yang mengontrol media. Untuk mengkritisi otoritas KPI dalam menjaga isi siaran, peneliti mewawancarai komisioner KPI, pihak stasiun televisi, dan pemerhati media. Dari hasil wawancara, peneliti menemukan bahwa jalan dialog yang dipilih KPI dalam mengawasi isi siaran mempertegas bahwa Komisioner KPI periode 2016-2019 lebih berkompromi dengan stasiun televisi swasta. Kebijakan yang dibuat pro terhadap bisnis penyiaran yang ada, yakni keuntungan sebesar-besarnya bagi pemodal. Hal ini menunjukkan bahwa jabatan komisioner hanya menjadi batu loncatan untuk kekuasaan yang lebih besar.

Kata Kunci: Komisi Penyiaran Indonesia, Televisi Swasta, Otoritas, Ekonomi Politik

Abstract

Although the Indonesian Broadcasting Commission (KPI) supervised all of the television programs, there are a lot of programs getting a warning because of breaking the rule of P Broadcasting Code of Conduct (P3) and Broadcasting Program Standard (SPS). Focusing on program Pagi-Pagi Pasti Happy, this research investigated the authority of KPI in terms of being a watchdog of television content in Indonesia. This research deployed political economy theory because it has studied not only media analysis in general but also the problems faced by the media industry and who controlled media. To criticize the authority of KPI in maintaining a code of conduct over the broadcasting content, three KPI's commissioners, two television program representatives, and a media observer were interviewed. Based on interviews, the researcher found that dialogue preferred by KPI in supervising the television content confirmed that the current KPI's commissioner has compromised with private television stations. KPI is more likely to support the existing television business system nowadays to gain maximum profit for the media investor. The findings suggest that role as KPI's commissioner has been used to gain more power in the future.

Keywords: Indonesian Broadcasting Commission, Commercial Broadcasting, Authority, Political Economy

Pendahuluan

Menjual mimpi, mengumbar pertikaian, hingga menampilkan beragam hantu. Itulah wajah tayangan hiburan di televisi Indonesia sekarang ini. Dari pagi hingga malam hari, selalu ada sinetron, *talk show*, dan *reality show* bertema tersebut, silih berganti tampil di layar kaca. Melihat wajah televisi di Indonesia, menjadi tak mengejutkan ketika hasil survei Yayasan Pengembangan Media Anak (YPMA) menunjukkan, 1.401 tayangan anak dari 2006 hingga 2015, 59% di antaranya bukan tontonan yang aman untuk anak-anak (YPMA, 2017). Program-program tersebut dianggap tidak ramah anak karena mengandung unsur kekerasan, supranatural, dan muatan dewasa.

Para produsen program sering kali terlihat mengesampingkan tanggung jawab sosial untuk turut mencerdaskan bangsa, dengan lebih mengutamakan keuntungan. Menurut Collins dan Skover (1996), komersialisasi yang menjadi penyebabnya (Akbar, 1997). Menurut Smythe (1977), isi media yang tidak menumbuhkan rasa kritis bisa ada karena pemodal menganggap khalayak penonton adalah komoditas yang harus dijual ke pengiklan (Armando, 2016, pp. 34-35).

Televisi swasta memang dibangun dengan fondasi bisnis agar bisa bertahan dan berkembang. Berbeda dengan stasiun televisi publik, seperti TVRI yang dibiayai oleh negara. Jika dilihat dari sisi bisnis, penggunaan logika ekonomi, berupa pencarian keuntungan sebanyak-banyaknya dilakukan agar, sebagai lembaga, stasiun televisi bisa terus hidup. Logika tersebut disebut pula dengan *economics of scale* atau skala ekonomi. Skala ekonomi tercipta saat biaya produksi berkurang, sedangkan kuantitas produk yang dihasilkan bertambah (Straubhaar dan LaRose, 2012, pp. 29-31).

Hal ini yang sering kali menjadi dilema bagi lembaga penyiaran ketika memproduksi program tayangan dan mendistribusikannya kepada khalayak yang mengonsumsi televisi. Lembaga penyiaran dihadapkan pada pilihan idealisme untuk tayangan yang berkualitas atau bisnis. Hal ini menjadikan bisnis dan idealisme dalam industri penyiaran seperti *vicious circle* atau lingkaran tak berujung (SK, 1997).

Jika dirunut dari awal, liberalisasi ekonomi setelah Orde Baru tumbang, memberikan andil pada persaingan di bisnis media, terutama penyiaran, yang semakin parah. Liberalisasi atau kebebasan dalam konsep pasar lebih banyak diformulasikan sebagai kebebasan untuk mencari keuntungan, baik bagi individu maupun lembaga

(Hidayat, 2003). Eksploitasi program acara dengan dalih memuaskan selera masyarakat, mengakibatkan media televisi telah gagal dalam mengambil peran strategis sebagai media kebudayaan masyarakat (Wiroduono, 2005, pp. 114-115).

Terlepas dari kontroversi pemkaian *share/rating* sebagai patokan pemasang iklan dan lembaga penyiaran, Indonesia memiliki lembaga negara yang bertugas menjadi pengawas tayangan televisi, yaitu Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Dalam Undang-Undang Penyiaran Nomor 32 Tahun 2012 Pasal 8 Ayat 3 disebutkan, “Tugas dan kewajiban KPI adalah menjamin masyarakat untuk memperoleh informasi yang layak dan benar sesuai dengan hak asasi manusia; turut membantu pengaturan infrastruktur di bidang penyiaran; serta berperan dalam membangun persaingan yang sehat antarlembaga penyiaran dan industri terkait”.

Namun, meski telah ada KPI, masih banyak acara televisi yang melanggar Pedoman Perilaku Penyiaran (P3) dan Standar Program Siaran (SPS). Di tahun 2015, KPI menjatuhkan 266 sanksi untuk lembaga penyiaran. 227 di antaranya berupa teguran tertulis, 34 teguran tertulis kedua, dan 5 penghentian sementara (Tempo.co., 2016). Selama Januari hingga Desember 2016, KPI juga mencatat ada 85 pelanggaran yang diterima stasiun televisi baik swasta maupun publik, karena tayangan mereka melanggar aspek perlindungan anak (Setyarini, 2017).

Salah satu acara televisi yang menjadi sorotan adalah Pagi-Pagi Pasti Happy (P3H) di TransTV. Program ini dibawakan oleh Uya Kuya, tayang lima kali dalam seminggu, pukul 08.30 hingga 10.00 WIB. Ibu rumah tangga dan perempuan dewasa menjadi sasaran khalayak program ini. Meski baru mulai tayang pada Februari 2017, program yang juga mengumbar aib bintang tamunya ini, sudah banyak menerima teguran KPI. Program ini tak berbeda dengan tayangan *infotainment*.

Di program ini, aib artis dan tokoh masyarakat diumbar. Sehingga tak ada lagi privasi. Padahal, hak privasi seseorang dilindungi dalam Pasal 13 Standar Program Siaran (SPS) Tahun 2012. Salah satu contoh episode yang mendapat teguran KPI adalah saat program ini mengulas kasus pelabrakan terhadap Jennifer Dunn di pusat perbelanjaan. Pelabrak Jennifer Dunn yang tak lain adalah anak Faisal Haris, Syafa Haris, didatangkan ke studio oleh tim kreatif program. Padahal, usia Syafa belum 17 tahun yang berarti ia masih remaja dan masih dalam perlindungan orang tuanya.

Episode ini hanyalah satu dari sekian banyak pelanggaran yang dilakukan oleh program P3H.

Adanya pelanggaran dari acuan P3SPS meski terbilang program baru, membuat peneliti ingin memfokuskan penelitian dengan mengambil program P3H sebagai studi kasus. Studi kasus dari program P3H akan dikaitkan dengan otoritas KPI dalam menjaga isi siaran televisi swasta di Indonesia. Peneliti akan melihat permasalahan dari sisi KPI dan sisi lembaga penyiaran. Peneliti juga akan melihat masalah penelitian dengan sudut pandang ekonomi politik media, karena berdasar asumsi awal peneliti, sisi bisnis dan sisi politik bisa sangat mempengaruhi KPI dalam memberikan sanksi, serta berpengaruh pada isi siaran di Indonesia dan perkembangan industri penyiaran.

Telah banyak penelitian yang mengupas tentang bisnis media penyiaran terkait komodifikasi konten isi siaran, seperti komodifikasi tayangan Ramadhan (Heryanto, 2017), komodifikasi konten media dalam industri televisi (Manggaga, 2018), serta dampak komersialisasi televisi swasta bagi masyarakat (HH, 2004). Sejumlah penelitian terdahulu juga telah meneliti tentang kewenangan KPI dan kebijakan di dunia penyiaran, seperti pertarungan kepentingan dalam pembentukan kebijakan dunia penyiaran (Wahyuni, 2006), kebijakan media di Indonesia (Nugroho, Siregar, dan Laksmi, 2012), peran Komisi Penyiaran Indonesia sebagai lembaga pengawas stasiun televisi dalam menyediakan tontonan yang ramah anak (Arliman, 2017), serta pelaksanaan wewenang KPI dalam memberikan sanksi kepada industri televisi (Tjiadarma dan Eriviany, 2016). Namun, penelitian tentang hubungan antara bisnis media penyiaran dan wewenang KPI masih sangat jarang dilakukan. Apalagi jika masalah tersebut dikaitkan dengan perspektif ekonomi politik. Penelitian yang telah dilakukan tidak ada yang menggabungkan tiga variabel tersebut (bisnis media penyiaran, KPI, dan ekonomi politik media). Melalui penelitian ini, peneliti ingin mengetahui apakah otoritas KPI dapat mengatur isi siaran di Indonesia serta apakah kebijakan KPI dalam mengatur isi siaran berpihak pada aspek komersialisasi.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma kritis. Desain yang dipakai dalam penelitian ini adalah penelitian studi kasus. Dengan tujuan, mengumpulkan informasi secara sistematis, komprehensif, dan mendalam terhadap

sebuah kasus (Patton, 2002, p. 447). Tayangan P3H yang mengumbar aib seseorang tanpa adanya teguran keras dari Komisi Penyiaran Indonesia (KPI), menjadi sebuah fenomena yang menarik untuk diteliti.

Teknik pengumpulan data pada penelitian kualitatif dapat dilakukan melalui beberapa cara, yaitu, wawancara, observasi, dokumentasi, serta gabungan dari ketiganya (Sugiyono, 2009). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan Komisioner KPI, Komisariss TransMedia, Produser Eksekutif program P3H, dan pemerhati media.

Tabel 1. Profil Informan

No	Nama	Keterangan
1	Yuliandre Darwis	Ketua Komisioner KPI Pusat Anggota Bidang Kelembagaan KPI
2	Sujarwanto Rahmat M. Arifin	Wakil Ketua Komisioner KPI Pusat Anggota Bidang Pengelolaan Struktur dan Sistem Penyiaran KPI
3	Hardly Stefano	Komisioner KPI Koordinator Bidang Pengawasan Isi Siaran KPI
4	Ishadi SK	Komisaris TransMedia
5	Bim Polano	Produser Eksekutif program P3H
6	Nina Mutmainnah	Pemerhati penyiaran

Selanjutnya peneliti melakukan observasi non-partisipan, di mana peneliti hanya menjadi penonton/mengamati gejala atau kejadian yang berkaitan dengan objek penelitian. Peneliti akan mengamati kinerja Komisi Penyiaran Indonesia dan tayangan P3H.

Selain observasi dan wawancara, peneliti juga mengumpulkan data dari studi dokumentasi. Studi dokumentasi dilakukan peneliti dengan mempelajari Undang-Undang Penyiaran Nomor 32 Tahun 2002, Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS) KPI, Peringatan tertulis KPI untuk lembaga penyiaran di www.KPI.go.id, Sejumlah hasil penelitian Remotivi, Penyiaran Kita edisi Januari – Februari 2018, dan tayangan P3H di *channel* Youtube.

Data yang ditemukan selama penelitian, akan dianalisis diuji keabsahannya dengan melakukan triangulasi. Ini dilakukan untuk menghindari ada pihak yang meragukan hasil penelitian. Hasil penelitian biasanya diragukan kebenarannya karena

beberapa hal, yakni dominannya subjektivitas peneliti, alat penelitian berupa wawancara dan observasi mengandung banyak kelemahan ketika dilakukan terbuka dan tanpa kontrol, serta sumber data kualitatif yang kurang kredibel (Bungin, 2007, pp. 253-254). Triangulasi bisa dilakukan dengan beberapa cara, salah satunya adalah *triangulation of measure* (Neuman, 2011, p. 164). Dengan metode ini, kita menggunakan beberapa tindakan untuk satu objek penelitian.

Tindakan yang dilakukan peneliti adalah dengan mewawancarai narasumber dari sisi yang berbeda-beda untuk mengetahui kekuatan otoritas KPI. Sisi tersebut adalah dari komisioner KPI (dipilih lagi dari tiga bidang yang berbeda), kemudian dari sisi industri penyiaran, serta dari sisi luar/pemerhati penyiaran. Selain itu, peneliti juga memverifikasi hasil wawancara dengan dokumen yang berkaitan dengan objek penelitian, seperti P3SPS, UU Penyiaran, data tergaransi KPI, serta sejumlah dokumen Remotivi.

Hasil dan Pembahasan

Kisah perceraian, pelakor, atau perselingkuhan, dibahas dengan tanpa beban oleh para pembawa acara program P3H. Bahkan sering kali menjadi bahan becandaan untuk ditertawakan bersama. Pembawa acara P3H saat tulisan ini dibuat adalah Uya Kuya, Nikita Mirzani, Billy Syahputra. Billy menggantikan pembawa acara sebelumnya, Lee Jeong Hoon. Di beberapa episode, ada tambahan pembawa acara, yakni seorang psikolog yang melabeli diri sebagai pakar mikro ekspresi, Poppy Amalia, dan peramal, Mbah Mijan. Kini ada pula Mak Lambe, meski tidak turut bergabung di studio, hanya berupa suara. Selama Ramadan, program P3H menghadirkan Ustaz Zaki Mirza.

Program P3H dibagi dalam lima segmen. Menurut Eksekutif Produser P3H, Bim Polano, sasaran utama program ini adalah ibu rumah tangga. Ini bisa dilihat dari penonton di studio yang kebanyakan adalah ibu-ibu, serta jam tayang di pagi hari, yang menurut data Nielsen didominasi oleh ibu rumah tangga.

Awalnya konsep acara P3H tidak seperti sekarang yang mengumbar pertikaian orang. Dengan pembawa acara Uya Kuya, Leo Consul, dan Yuki Kato, awal program ini menampilkan pencarian jodoh seorang bintang tamu dalam segmen ‘Jodoh Pasti Bertemu’, lomba memasak oleh penonton di studio dan bintang tamu di segmen

‘Mamahy’ (Masak-Masak Happy), serta kisah sedih dari seorang profil yang dipilih oleh tim kreatif di segmen ‘Jalan-Jalan Happy’.

Hingga sebelas episode pertama, tak banyak yang berubah dari konsep P3H. Hanya ada pergantian pembawa acara, dari Yuki Koto diganti oleh Anggika Bolsterli. Selain itu, segmen Jodoh Pasti Bertemu diperpanjang, menghilangkan segmen Jalan-Jalan Happy. Segmen Jalan-jalan Happy merupakan bagian yang mengangkat kisah sedih seseorang, misalnya istri seorang korban mutilasi, atau seorang korban tabrak lari yang kemudian menjadi cacat. Orang-orang tersebut lalu diajak ke studio dengan cerita bahwa salah satu pembawa acara bertemu mereka di jalan. Di studio, mereka diminta bermain dadu untuk mendapatkan hadiah. Agak miris melihat segmen ini karena berdalih membantu orang yang kekurangan, tapi malah terlihat mengeksploitasi orang susah. Oleh pengelola program, segmen ini dianggap sebagai segmen *charity*.



Gambar 1. Contoh segmen Jalan-Jalan Happy

Penyebab perubahan konsep tak lain adalah perolehan *share/rating*, yang tentu saja berdampak pada penjualan slot iklan. Di awal tayang, P3H menghasilkan *share* 3 – 4%. *Share* yang kecil untuk biaya produksi yang besar. Tekanan pemilik modal kepada pengelola stasiun televisi untuk meningkatkan perolehan iklan, membuat tim produksi menghadirkan gosip untuk meraih target khalayak ibu-ibu.

Konsep baru ini untuk pertama kali bisa mengantarkan P3H menembus *share* di atas 10% di akhir Oktober 2017. Mengangkat kasus perseteruan Jane Shalimar dan Vanessa Angel, P3H mampu mencuri perhatian banyak orang. Keberhasilan ini kemudian membuat P3H mengubah konsep secara total. P3H berubah menjadi program *infotainment*. Setiap ada konflik selebritas, tim kreatif akan cepat tanggap menghadirkan selebritas tersebut ke studio. Contoh kasus lainnnya adalah kisah Jenifer Dunn yang

dituduh sebagai pelakor, cerita kehidupan Lucinta Luna, hingga pernikahan Vicky Prasetyo dan Angel Lelga.

Sebuah kasus atau gosip tidak hanya ditampilkan untuk satu episode. Tim kreatif program bisa memanjangkan masalah hingga dua episode, dengan berdalih *cover both side*. Salah satu contohnya ketika program ini mengangkat cerita pasca perceraian Sandy Tumiwa dan Tessa Kaunang. Kisah penggerebekan rumah Tessa Kaunang dari sisi Tessa ditayangkan pada 8 Februari 2018. Sebelumnya, Sandy Tumiwa dihadirkan untuk kasus penggerebekan tersebut pada 29 Januari 2018. Bukan hanya masalah penggerebekan ini yang diangkat P3H, kisah lain Sandy Tumiwa dan Tessa Kaunang juga dijadikan bahan oleh para pemangku program untuk memeriahkan acara mereka. Terobosan ini membuat *share/rating* program naik.

Akibatnya, acara ini menuai kontroversi dari masyarakat. Banyak pihak yang menginginkan program P3H dihentikan. KPI mengeluarkan surat peringatan untuk P3H. Salah satu episode yang terkena teguran adalah saat P3H mendatangkan Hesty Klepek Klepek sebagai bintang tamu pada 27 Desember 2017. Hesty diundang ke studio untuk diwawancara soal ayah biologis anaknya. Sebelumnya, tayangan P3H di 21 November 2017, juga mendapat sanksi teguran tertulis karena mendatangkan anak Sarlita, dalam kasus Jenifer Dunn.

Setelah P3H berganti format menjadi lebih *infotainment* di akhir Oktober 2017, sampai dengan Mei 2018, sudah ada lima episode yang mendapat teguran dari KPI. Tiga dari lima teguran ini menggunakan dasar pelanggaran terhadap pasal 13 dari Pedoman Perilaku Penyiaran (P3) dan Pasal 13 Ayat 1 dari Standar Program Siaran (SPS), tentang menjaga hak privasi seseorang. Selain pelanggaran saat mendatangkan Hesty sebagai bintang tamu, satu pelanggaran P3H lainnya yakni di episode yang tayang pada 21 November. Pelanggaran dalam episode tersebut dikenakan pasal perlindungan anak dan remaja karena mendatangkan dua anak Sarita yang masih di bawah umur sebagai narasumber. Sedangkan pelanggaran terbaru adalah tayangan di tanggal 19 April 2018. Episode ini menampilkan prediksi bencana di Indonesia. Prediksi datang dari Mbah Mijan. KPI pun menegur karena tayangan ini menghadirkan prediksi dari narasumber yang dianggap tidak kompeten dan ramalan mbah Mijan bisa menimbulkan keresahan di masyarakat.

Walau sudah lima kali mendapat teguran, P3H tetap menayangkan gosip berbalut wawancara *cover both sides*. Pemangku program berdalih, gosip yang hingga kini masih diminati penonton ibu-ibu, tanpa mau lebih bersusah payah memutus rantai yang menghubungkan ibu-ibu dan gosip. Pengubahan konsep dilakukan para pemangku utamanya karena ada desakan dari pemilik modal. *Share/rating* yang jelek tentu berakibat pada merosotnya pendapatan dari iklan. Apalagi jika biaya produksi program besar. Pendapatan dari iklan harus lebih besar. Pemilik modal tentu saja menginginkan margin keuntungan yang tinggi.

Teguran-teguran yang diperoleh P3H yang tertera di situs KPI tersebut di luar dari jalan dialog yang dilakukan KPI dengan pemangku program. Dari hasil dialog antara KPI dan pemangku program P3H, tercetuslah wacana jika program yang juga diasuh oleh tim Uya Kuya ini seharusnya dapat pula memberikan nilai positif untuk masyarakat. Jadi tidak hanya mengumbar aib atau pertikaian orang. Pemangku program lantas membuat tayangan yang diharapkan bisa menginspirasi. Contohnya adalah kisah pengemudi ojek *online* penyandang disabilitas. Kisah tersebut tayang pada 2 Maret 2018. Namun, dari 100 lebih episode P3H, tayangan inspiratif ini baru empat kali dibuat, yaitu di tayangan tanggal 23 Februari 2018, 2 Maret 2018, 25 April 2018, serta 17 Mei 2018. Lagi-lagi penyebabnya adalah perolehan *share/rating*.

“Tapi ya begitu, realitasnya mereka (penonton) tidak suka yang inspiring, makanya kita coba pelan-pelan benar-bener pilih yang benar-bener ditonton sama penonton yang inspiringnya, kadang ya mau bagaimana lagi pertanggungjawabannya – gimana share turun – iya pak karena ini ada tamu inspiringnya. Mereka juga gak bisa nyalahin kita, sampai manajemen pun – gila ya penonton kita segininya ya gak mau dikasih makanan sehat yang diambil malah yang negatif.” (Bim Polano, wawancara, 27 Maret 2018)

Apa yang dilakukan KPI pada program P3H mencerminkan kinerja KPI periode 2016-2019 dalam menghadapi lembaga penyiaran swasta dan mengatur isi siaran di Indonesia. P3H hanyalah satu dari sekian banyak program televisi yang tidak layak tayang. Berdasarkan pengamatan terhadap program P3H dan bagaimana sikap serta kebijakan KPI dalam menghadapi kesalahan dari P3H, bisa dilihat bahwa otoritas KPI dalam mengatur isi siaran dipengaruhi oleh sejumlah hal seperti berikut ini.

Jalan Dialog

Jalan dialog lebih dipilih KPI untuk berkomunikasi dengan lembaga penyiaran swasta yang nakal, dibanding memberikan sanksi. Langkah dialog dilakukan KPI melalui kunjungan ke kantor stasiun TV, lewat pesan singkat di WhatsApp, atau email. Jalan ini dinilai komisioner KPI, Hardly Stefano lebih efektif dibandingkan dengan teguran tertulis karena penerapan aturan KPI yang tertuang dalam P3SPS harus disesuaikan dengan konteks yang terjadi.

“KPI tidak sedang melacurkan diri kok dengan berkomunikasi, tetapi karena kita mengatur dunia yang dinamis begitu pertarungan gagasan kreativitas dan itu tidak bisa dilihat hitam putih, kalau kasus pidana, kasus korupsi itu hitam putih, orang mengambil sekian M di luar kewenangan dia itu pasti korupsi, begitu perlu berdebat, tapi kalau kita, apa kemudian makna kekerasan, apa makna perlindungan anak, apa makna, itu kan makna, interpretasi yang itu harus dibangun melalui dialog. Kalau gak, ya kita akan membuat industri ini semakin bingung dan kalau industri ini semakin bingung, bisa jadi kontennya tidak semakin baik, maka kita bisa melihat dulu fenomena-fenomena ketika KPI menghentikan 4 mata lalu bergantilah menjadi bukan empat mata, itu kan cheating menurut saya, daripada begitu ya biar saja, dia nama programnya biar aja, tapi isi programnya ayo kita duduk dan berdialog karena atas nama kepentingan publik saya tidak setuju dengan ini dan harus diperbaiki.” (Hardly Stefano, wawancara, 4 Mei 2018)

Birokrasi KPI

Saat mengeluarkan surat teguran, KPI terhambat dengan sistem birokrasi yang lambat. Ada sejumlah tahap yang harus dilalui sebelum surat teguran muncul. Pertama adalah dugaan pelanggaran yang ditemukan tim pemantau harus melewati koordinator pemantauan. Dari koordinator pemantauan, dugaan pelanggaran naik ke komisioner bidang isi siaran. Dugaan pelanggaran kemudian didiskusikan dalam rapat komisioner untuk diputuskan apakah tayangan tersebut melanggar pasal-pasal dalam P3SPS atau tidak. Jika diputuskan melanggar, perjalanan untuk sampai ke Ketua KPI masih panjang, melewati beberapa mekanisme disposisi dan bagian legal. Hanya untuk mendapatkan tanda tangan Ketua KPI saja bisa membutuhkan waktu lebih dari satu hari.

Proses dari awal ditemukan pelanggaran hingga surat sampai ke tangan pemangku program, bisa memakan waktu hingga dua minggu. Waktu yang terbilang lama karena dalam dua minggu tersebut, stasiun televisi lain bisa dengan cepat latah meniru kesalahan itu jika hasil *share/rating* harian dari Nielsen menunjukkan angka yang bagus.

Level Pengetahuan Komisioner KPI terhadap Dinamika Penyiaran

Sesuai UU Penyiaran, KPI tidak diberi kuasa untuk mengantisipasi tayangan di televisi. Namun, KPI baru memberikan sanksi saat program telah menayangkan informasi atau contoh perilaku yang buruk. Antisipasi tayangan hanya dilakukan oleh Lembaga Sensor Film (LSF). LSF mewajibkan setiap program untuk menyerahkan salinan tayangan sebelum disiarkan di layar kaca. Hanya produk jurnalistik dan siaran langsung yang tidak harus mengirimkan *copy* tayang sebelum ditampilkan di layar kaca.

Meski tayangan hiburan wajib memberikan salinan tayangan ke LSF, bukan berarti apa yang sudah lolos LSF bisa terbebas dari teguran KPI. Surat Tanda Lolos Sensor (STLS) dari LSF seperti tidak berlaku bagi KPI. Alasannya, dasar aturan yang dipakai dua lembaga ini memang berbeda. KPI menggunakan UU Penyiaran Nomor 32 Tahun 2002 sebagai dasar menjalankan tugas, sedangkan LSF menggunakan UU Nomor 3 Tahun 2009 tentang Perfilman serta Peraturan Pemerintah Nomor 18 Tahun 2014 tentang Lembaga Sensor Film.

Dari tiga komisioner yang telah peneliti wawancara, hanya satu yang mengetahui dengan pasti soal kebijakan LSF ini, yaitu Sujarwanto Rahmat M. Arifin.

“Karena sering kali itu kadang berbeda yang menyebabkan dalam pembuatan aturannya tidak saling sinkron. Contohnya adalah kategorisasi umur. Kategorisasi umur dewasa versi KPI dan LSF itu beda. KPI itu 18 tahun, LSF itu 17 tahun. Tetapi di atas 17 tahun, LSF masih punya kategori 21 plus. Padahal pekerjaan dua lembaga ini saling berkaitan lho. Contohnya, kan ada kewajiban bagi televisi untuk mendapatkan surat lulus sensor atas semua tayangannya kecuali dua, yang siaran langsung, yang kedua adalah produk jurnalistik. Karena menurut UU Pers, produk jurnalistik tidak dikenal istilah sensor. Artinya, di luar dua produk itu, berarti kan semua lewat LSF, ketika sebuah sinetron misalnya, sudah dianggap ini dewasa, 17 tahun, sudah layak, tapi ketika kemudian ini ditayangkan di TV oleh KPI kemudian ditegur, ini kan lucu. Jadi saya memahami ketika industri televisi kadang bingung. Sudah pegang surat lulus sensor, tapi kenapa masih ditegur oleh KPI, logikanya, kalau kami sudah lolos LSF, harusnya bebas pelanggaran.” (Sujarwanto Rahmat M. Arifin, wawancara, 23 Maret 2018)

Sedangkan Yuliandre Darwis sebagai ketua KPI malah menyanggahnya.

“Justru itu, bahasa LSF itu kan lembaga sensor film, nah film yang ada di televisi itu kan film yang lewat LSF, itu namanya STLS, tapi ya permasalahannya film TV ya film film begitu, sekarang kan sinetron gak perlu lagi ke LSF, menurut saya sinetron begitu tayang begitu stripping setiap hari, gak ada masalah, tapi kalau ada film televisi, khusus film ini telah melalui lulus sensor dan sebagainya, lulus sensor versi UU Perfilman, tapi UU Penyiaran kan gak, kan begitu, tumpang tindihnya saya bingung juga, justru itu – ini film mau ditayangin di mana, begitu kan, kalau di penyiaran kan di penyiaran kan begitu, justru itu kami pernah berkoordinasi bersama contoh masalah dubbing tadi.” (Yuliandre Darwis, wawancara, 12 April 2018)

Selain pemahaman soal lulus sensor LSF, sebagian komisioner KPI juga tidak melihat jika sistem *rolling* pekerja media dan *turn over* karyawan ke perusahaan lain memiliki andil dalam sulitnya memperbaiki kualitas tayangan televisi. Seringnya dilakukan *rolling* pemangku program, menurut Sujarwanto Rahmat M. Arifin, membuat apa yang sudah disampaikan di P3SPS tidak tersebar dengan baik. Apalagi dengan perpindahan karyawan. Mereka tidak bisa meneruskan pemahaman akan P3SPS ke rekan sejawat.

“Tetapi terlepas dari itu, kesalahan itu bisa kita nisbatkan pada kecepatan rolling di televisi. Lha sampeyan kemarin ketemu saya, sekarang begitu di luar, misalnya. Kalau ada orang baru yang pegang programmu, apalagi dia belum sekolah P3SPS, berarti kan ada celah juga di situ, adanya pelanggaran di situ. Artinya, internalisasi nilai itu tidak berkelanjutan begitu lho, karena orang cenderung keluar masuk, turn over-nya tinggi.” (Sujarwanto Rahmat M. Arifin, wawancara, 23 Maret 2018)

Perbedaan pemahaman ini menandakan bahwa tidak semua Komisioner KPI mempunyai tingkat pengetahuan yang sama terhadap sistem penyiaran di Indonesia.

Masa Jabatan dan Pembagian Komisioner KPI dalam Bidang Kelembagaan

Tiga tahun masa jabatan komisioner KPI jika dibandingkan dengan lembaga negara lain, seperti Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) atau Komisi Pemilihan Umum (KPU), lebih sedikit. Masa jabatan komisioner KPK empat tahun, sedangkan anggota komisioner KPU bahkan menjabat hingga lima tahun. Yuliandre Darwis mengungkapkan hal ini menjadi kendala tersendiri bagi KPI.

“Kalau saya sih itu menjadi sebuah ukuran juga, karena begini, ketika tahun satu baru saling mengenal, tahun dua baru kerja, tahun tiga itu kan udah turun itu, kalau sekarang kan di UU nya mau jadi 4 atau 5 tahun, nah itu kan fasenya kalau dalam satu sisi ya baru membuat sistem nanti sistem baru lain lagi, setiap periodisasi itu kan sudah beda kebijakannya. Beda style ya, kalau saya kan lebih ke komunikatif bukan berkompromi dalam artian lu tau gak salah lu apa, ada lagi mungkin someone yg gak mau tau, pokoknya hajar saja, tapi kan akhirnya gak bertumbuh, akhirnya dimunculkan, ‘4 Mata’ tutup jadinya ‘Bukan Empat Mata’. Akhirnya kan gak baik bagi sebuah tata niaga begitu. Orang melihatnya juga menjadi tidak menarik menurut saya sih. Itu kan pandangan periodisasi ya, kita punya visi, misi, tujuan, dan punya program masing-masing.” (Yuliandre Darwis, wawancara, 12 April 2018)

Dalam kerangka berpikir Yuliandre Darwis, masa kerja para Komisioner terbagi menjadi tiga tahap, yakni di tahun pertama masih berada dalam tahap penyesuaian. Tahun kedua baru benar-benar bekerja, sedangkan di tahun ketiga telah masuk ke masa transisi pergantian dengan komisioner baru. Dengan begitu, ada celah di mana program

dari setiap komisioner tidak bisa dilakukan secara maksimal. Komisioner yang baru biasanya sudah memiliki target kerja sendiri. Mereka belum tentu bersedia melanjutkan program periode sebelumnya.

Tak hanya masa kerja, ada faktor pembagian komisioner dalam bidang tertentu yang juga bisa menghambat proses membersihkan televisi dari tayangan kurang berkualitas. KPI terbagi menjadi tiga bidang, yaitu bidang kelembagaan, bidang pengelolaan struktur dan sistem penyiaran, serta bidang pengawasan isi siaran. Terkadang, muncul kesan saling lempar tanggung jawab antar anggota bidang. Misalnya berkaitan dengan masih banyaknya program berkualitas buruk dari hasil survei KPI. Selain komisioner dari bidang isi siaran, tidak mau menjawab permasalahan itu secara detail. Saat menerangkan soal pentingnya literasi media untuk masyarakat, bidang isi siaran melempar itu ke bidang kelembagaan. Hal ini juga membangun praduga bahwa komisioner KPI tidak mau disalahkan dengan masih adanya tayangan televisi yang berkualitas di bawah standar indeks survei KPI.

Sebagai lembaga kolektif kolegial, adanya sembilan komisioner semestinya bisa membuat KPI makin kuat. Segala keputusan harus disepakati bersama, atau setidaknya disetujui oleh setengah plus satu dari keseluruhan komisioner. Akan menjadi lebih sulit bagi lembaga lain untuk menyuap sembilan komisioner daripada di kementerian yang sistemnya patuh pada hierarki kepemimpinan.

Literasi Penonton Televisi

KPI belum memberikan perhatian lebih pada sisi penonton, melalui jalur literasi media. Menurut Sujarwanto Rahmat M. Arifin dan NiHardly Stefano, sudah beberapa kali Komisioner KPI melakukan diskusi ke sejumlah kampus dan forum diskusi untuk membangun literasi media. Akan tetapi, pemilihan kampus dan forum diskusi sebagai sasaran literasi dirasa keduanya kurang tepat dan tidak tepat sasaran. Penonton P3H misalnya, berdasarkan data Nielsen, sebagian besar berasal dari kalangan ibu rumah tangga dengan tingkat pendidikan dan tingkat ekonomi tidak terlalu tinggi. Seharusnya literasi media diberikan kepada para ibu sesuai dengan deskripsi tersebut.

KPI sebenarnya memiliki program bernama ‘Kelas P3SPS’. Kelas P3SPS diperuntukkan bagi para pekerja media agar bisa lebih memahami pasal-pasal dalam P3SPS. Jika dulu hanya diperuntukkan bagi pekerja media, kini kelas P3SPS dibuka

pula untuk masyarakat umum, hingga maksimal 20% dari jumlah keseluruhan peserta kelas. Tujuannya supaya masyarakat bisa langsung menyampaikan keluhan mereka kepada para pengelola stasiun televisi. Begitu pula dengan pihak stasiun televisi, agar mereka dapat menyampaikan kendala yang ditemui saat memproduksi tayangan. Bagi KPI, langkah ini juga dipakai sebagai salah satu wujud meningkatkan literasi media penonton televisi.

Sujarwanto Rahmat M. Arifin menyadari bahwa kelas P3SPS bisa menjadi sia-sia karena tingginya *turn over crew* TV, baik perpindahan kerja dari satu televisi ke televisi lain atau malah ke perusahaan lain di luar media. Akibat *turn over* karyawan yang tinggi, nilai-nilai yang telah diperoleh di kelas P3SPS menjadi tak berkelanjutan.

Kerja sama dengan lembaga lain sebenarnya telah dilakukan sebagai bagian dari usaha membangun penyiaran yang sehat. KPI telah membentuk Forum Masyarakat Peduli Penyiaran (FMPP), untuk menjadi pengawas penyiaran bersama dengan KPI. Ada pula literasi bersama Komisi 1 DPR RI yang diadakan di sejumlah daerah untuk memberikan sosialisasi literasi. Namun, jumlah kerja sama ini masih terbilang sedikit. Kurang intens untuk menghadapi permasalahan penyiaran yang rumit dan menyadarkan masyarakat akan pentingnya tayangan berkualitas.

Tidak Ada Payung Hukum untuk Sanksi Denda

KPI periode 2016-2019 belum bisa menerapkan sanksi denda kepada lembaga penyiaran swasta yang nakal. Yuliandre Darwis berpendapat, harus ada payung hukum yang jelas agar sanksi denda bisa diberikan kepada lembaga penyiaran swasta jika terus menerus melakukan kesalahan.

“Jadi kita konsisten kita ingin ada payung hukum, diatur UU seperti apa, dan kalau denda ini terjadi, denda ini masuk ke mana, ke kantong KPI kah, atau PNBPN negara misalnya. Atau apapun bentuknya, seperti di Telco itu ada Aso misalnya, Iso, dan sebagainya. Ini yang harus diatur. Apalagi KPI kan awal spiritnya 2002 itu karena memang katanya sih formulasinya agak disegerakan karena pasca reformasi, jadi Uunya belum sempurna.” (Yuliandre Darwis, wawancara, 12 April 2018)

Sebenarnya, komisioner KPI periode 2010-2013 berhasil mencari celah dari pasal mengenai pemberian sanksi denda tersebut untuk membuat lembaga penyiaran swasta jera. Komisioner KPI periode tersebut, Nina Mutmainnah, menggunakan sanksi pengurangan waktu siaran dan penghentian sementara terhadap program nakal. Hukuman itu membuat pengelola lembaga penyiaran kelimpungan karena besarnya

kerugian finansial akibat pengurangan durasi tayang. Sanksi ini juga bisa mengembalikan wibawa KPI yang terkadang dianggap sebagai ‘macan ompong’.

Pembatasan Kewenangan KPI

Pelemahan kewenangan KPI oleh pemerintah sudah terasa sejak awal KPI dibentuk. Berdasarkan UU Penyiaran Nomor 32 Tahun 2002, kewenangan KPI sebagai lembaga regulator terbatas pada menyusun aturan, mengawasi, dan memberikan sanksi kepada lembaga penyiaran jika melakukan pelanggaran atas aturan yang telah dibuat, yakni P3SPS. Kekuatan untuk memberikan dan mencabut izin siaran sama sekali tidak berada di tangan KPI. Semua dipegang Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo). KPI hanya sekedar memberikan rekomendasi untuk perpanjangan izin sepuluh tahunan dari stasiun televisi.

Di luar UU Penyiaran, sulit bagi KPI untuk melakukan tindakan. Salah satunya, KPI tidak bisa mengintervensi dan mendikte kreativitas pekerja media. Komisioner KPI tidak punya kuasa untuk mengintervensi apa yang akan dibuat oleh pekerja media. Tapi jika melihat pada apa yang telah dilakukan KPI ke program P3H, seharusnya KPI bisa mempengaruhi kebijakan pengelola stasiun televisi untuk membuat program yang tidak hanya mengejar *share/rating*.

Hak pemberian izin siar oleh Kominfo, berdampak pada wibawa KPI di mata pengelola lembaga penyiaran. Rapor tahunan televisi yang dikeluarkan KPI tidak berpengaruh signifikan. Bagi pengelola lembaga penyiaran swasta, bagaimanapun kualitas tayangan yang ditampilkan, mereka yakin izin siaran tidak akan dicabut oleh Kominfo karena sebagai sebuah lembaga, stasiun TV yang ada sekarang ini terbilang sehat dan masih menghasilkan keuntungan. Jika pun tidak, maka pemilik stasiun televisi bebas menjual saham kepemilikan frekuensi beserta aset stasiun televisi kepada pemodal yang lebih mampu. Dengan izin penggunaan frekuensi dipegang Kominfo, pencabutan Izin Stasiun Radio (ISR) dan Izin Penyelenggaraan Penyiaran (IPP) akan menjadi hal yang hampir mustahil dilakukan karena tidak ada alasan untuk itu. Apalagi lembaga pemegang ISR dan IPP wajib membayar iuran tahunan.

Sebagai lembaga regulator, KPI sewajarnya berperan dalam mengontrol isi siaran. Proses kontrol dalam media penyiaran di Indonesia, tidak hanya terjadi dari salah satu unsur kepentingan, antara pemilik media, pemerintah dan lembaganya, kelompok

yang tengah berkuasa, ataupun lingkungan. Kontrol terhadap media dan arah isi media akan sangat tergantung dengan unsur-unsur tersebut, termasuk di dalamnya adalah wewenang KPI dalam membuat kebijakan. Dalam ekonomi politik komunikasi, Mosco (2009) menafsirkan kontrol sebagai sebuah proses politik karena membentuk hubungan dalam suatu komunitas.

Kontrol KPI atas isi siaran di awal pembentukannya terbilang kuat. Berdasarkan UU Penyiaran, KPI berkuasa penuh atas isi siaran dengan kewenangan memberikan sanksi, menghentikan siaran sebuah program, dan bersama pemerintah membuat peraturan pemerintah sebagai aturan pelaksanaan UU Penyiaran. Apalagi dalam UU Penyiaran disebutkan, KPI merupakan lembaga negara yang independen sebagai bentuk perwakilan publik di bidang penyiaran. Sebagai bagian dari tugas dan tanggung jawabnya, KPI juga berupaya menciptakan keseimbangan antara kekuatan negara dan pasar dalam industri penyiaran.

Namun, otoritas KPI untuk menciptakan penyiaran yang sehat semakin sempit saat Mahkamah Konstitusi (MK) pada Juli 2004 menyetujui *judicial review* UU Penyiaran. *Judicial review* diajukan enam organisasi mitra industri, salah satunya adalah ATVSI (Asosiasi Televisi Swasta Indonesia). Dalam putusan *judicial review*, MK memutuskan KPI tak lagi memiliki wewenang sebagai pihak yang bersama-sama dengan pemerintah membuat peraturan pemerintah sebagai aturan pelaksanaan UU Penyiaran. Oleh sebab itu, pihak yang berhak membuat ketentuan lebih lanjut hanya pemerintah. Putusan *judicial review* ini menjadi penanda jika kontrol terhadap isi siaran tak hanya milik KPI. Pemilik modal media penyiaran dan sistem kapitalisnya juga mempunyai kekuatan besar dalam mengontrol industri penyiaran dan mempengaruhi kebijakan pemerintah.

Kelemahan KPI dalam menghadapi kuatnya industri penyiaran semakin terlihat saat ada keraguan dari KPI ketika akan memberikan sanksi penghentian program tayang. KPI periode 2016-2019 lebih memilih melakukan dialog dengan lembaga penyiaran dibanding memberikan sanksi jika pengelola stasiun televisi melakukan kesalahan melanggar pasal-pasal P3SPS.

Dialog antara KPI dan pengelola lembaga penyiaran swasta menyebabkan turunnya jumlah teguran tertulis. Pada 2016, ada 175 sanksi yang dikeluarkan KPI. Sedangkan di 2017, jumlah sanksi menurun. Hanya 82 sanksi, berupa 69 teguran tertulis

pertama, delapan teguran tertulis kedua, dan lima sanksi penghentian sementara. Salah satu program yang dihentikan sementara oleh KPI adalah Dahsyat RCTI. Dengan turunnya jumlah sanksi, KPI mengklaim, jalan dialog yang mereka pilih berbuah hasil positif. Apalagi jika ditambah dengan hasil survei indeks kualitas KPI semester kedua di 2017. Hasil survei menunjukkan jika kualitas tontonan di televisi meningkat, meski peningkatannya sangat sedikit. Dari keseluruhan indeks penilaian di 2,84 pada periode pertama, menjadi 2,88 di periode kedua survei KPI. Kenaikan angka yang sangat sedikit ini di sisi lain menandakan jika kinerja KPI dalam melakukan pengawasan isi siaran belum berkembang. Kebijakan yang dibuat belum bisa mempengaruhi dan membuat tayangan televisi menjadi lebih berbobot.

Pembinaan melalui jalan dialog tentu saja disambut positif oleh pengelola stasiun televisi. KPI periode sekarang mereka anggap tidak seperti KPI sebelumnya. Sekarang mereka menganggap KPI lebih berkompromi, tidak hanya terjadi komunikasi satu arah. Hal ini seperti diakui oleh pemangku program P3H. Jalan dialog membuat mereka hanya mendapat lima teguran tertulis. Jumlah yang sangat sedikit dibandingkan dengan lebih dari 100 episode berisi pertikaian selebritas yang telah mereka buat. Jalan dialog pulalah yang membuat P3H membuat tayangan inspiratif, meski persentasenya belum sebanding dengan jumlah episode yang telah mereka buat.

Pendekatan ekonomi politik mengandung filsafat moral yang berakar pada konsep tentang nilai sosial dan praktik sosial yang pantas. Dalam karakter filosofi moral disebutkan bahwa orientasi ekonomi politik media tidak berhenti pada pertanyaan 'apa', tapi lebih dari itu, yaitu sampai pada pertanyaan 'apa yang seharusnya'. Harus ada pengakuan terhadap hak-hak dasar masyarakat, seperti pendidikan (Mosco, 2009). Seharusnya karakter ini juga dipegang oleh para pemangku program saat membuat tayangan dan KPI dalam menentukan kebijakan.

Pembinaan melalui dialog yang sekarang dipilih KPI dalam berkomunikasi dengan lembaga penyiaran, tak memperlihatkan penerapan konsep 'apa yang seharusnya' dalam karakter filosofi moral ekonomi politik komunikasi. Apa yang seharusnya didapat masyarakat dari menonton televisi dan penggunaan frekuensi milik mereka, belum terlihat. Pengakuan terhadap hak-hak dasar masyarakat, seperti tayangan yang mengandung unsur pendidikan masih sangat minim. Tayangan televisi didominasi

oleh acara hiburan yang ala kadarnya serta minim kreativitas, yang penting banyak penonton dan laku dijual ke pengiklan.

Hal ini dibantah KPI. Sujarwanto Rahmat M. Arifin membela KPI dengan menyalahkan industri penyiaran yang tak kunjung dewasa. Ketika berbenturan dengan aturan, seharusnya bisnis penyiaran tetap patuh hukum. Bukan malah mencari celah seperti yang dilakukan pemangku program P3H agar tidak terkena sanksi tapi tetap bisa menjual aib dan pertikaian selebritas kepada penonton.

Di program P3H TransTV, produser program jelas memanfaatkan penonton demi keuntungan program. Jumlah penonton program P3H yang sebagian besar dari kalangan ibu-ibu dijual oleh pemangku program ke pengiklan. Pemangku program akan terus melakukan komodifikasi isi jika *share/rating* yang mereka peroleh belum mencapai target. Serupa dengan P3H, hampir seluruh program-program di seluruh stasiun melakukan komodifikasi isi untuk *share/rating*. Demi *share/rating*, komodifikasi dilakukan tanpa memedulikan aturan dan norma yang berlaku.

Dalam pendekatan ekonomi politik media, konsumen bukanlah satu-satunya pihak yang menentukan isi siaran, tetapi proses produksi dan distribusi isi media. Proses ini pada akhirnya menentukan apa yang diinginkan oleh khalayak sebagai konsumen. Menurut Smythe, pengelola lembaga penyiaran melakukan komodifikasi penonton untuk dijual ke pengiklan (Armando, 2016). Lembaga penyiaran swasta menjual jaminan dari jumlah konsumen potensial dari penonton di setiap program ke pengiklan (Mosco, 2009). Jumlah penonton menjadi barang berharga yang menentukan nasib sebuah stasiun televisi.

Selain komodifikasi penonton, program P3H juga melakukan komodifikasi isi. P3H awalnya menjual kesedihan dalam segmen Jalan-Jalan Happy. Karena tidak diminati penonton, pemangku program akhirnya mengubah taktik. Mereka kemudian menjual aib selebritas dan sukses.

Untuk memberi batasan agar komodifikasi yang dilakukan pekerja media tidak *kebablasan*, KPI diharapkan menjadi lembaga yang mengawasi proses komodifikasi tersebut. Jika melenceng, KPI bisa memberikan sanksi sesuai dengan Pasal 8 UU Penyiaran. Dalam hal ini, Komisioner KPI bisa menjadi seorang agen yang dapat mengubah kualitas isi siaran.

Apa yang dilakukan KPI pada program P3H, mencerminkan kinerja KPI periode 2016-2019 dalam menghadapi lembaga penyiaran swasta dan mengatur isi siaran di Indonesia. Kinerja yang mempengaruhi tayangan di layar televisi swasta. Jika KPI bekerja sesuai UU Penyiaran, harusnya KPI memiliki kewenangan untuk membuat rambu-rambu penyiaran yang bisa membuat masyarakat menjadi lebih maju. Di Pasal 8 Ayat 3 UU Penyiaran tertulis, KPI bertugas dan berkewajiban memberikan informasi yang layak dan benar sesuai dengan hak asasi manusia. Akan tetapi, P3H hanyalah satu dari sekian banyak program televisi yang tidak turut memberikan masyarakat informasi yang layak.

Tak hanya jalan dialog, sebagian kebijakan dan pola pikir komisioner KPI juga membuat otoritas lembaga negara ini makin kerdil di mata lembaga penyiaran swasta. Ini bisa dilihat melalui beberapa hal. Pertama, keraguan KPI untuk menghentikan sebuah program. Ada kekhawatiran dari KPI, ketika menghentikan sebuah program, akan muncul pengganti yang belum tentu lebih baik. Mereka khawatir hal itu akan memicu munculnya konten asing. Padahal, jika mengikuti logika pasar, program asing muncul kala secara hitungan ekonomis lebih murah dibanding membuat tayangan sendiri. Padahal, jika mengikuti logika pasar, program asing muncul kala secara hitungan ekonomis lebih murah dibanding membuat tayangan sendiri. Program asing dari India dan Korea juga banyak bermunculan salah satunya akibat dari pekerja media kehilangan kreativitas mereka. Program asing pun jadi solusi.

Penghentian sementara dan pengurangan jam tayang juga memunculkan kekhawatiran lain dari KPI. KPI takut, jika sanksi tersebut diberlakukan, bakal berdampak pada perekonomian pekerja media atau rumah produksi yang membuatnya. Dilihat dari tugas dan kewajiban KPI yang tertuang dalam UU Penyiaran Tahun 2002, kekhawatiran tersebut tidak berdasar. Komisioner KPI yang selalu menyatakan jika mereka bekerja berdasar UU Penyiaran, seharusnya tidak perlu mengkhawatirkan masalah ekonomi pekerja media dan bisnis penyiaran.

Hal terakhir yang menjadi contoh adalah tingginya keraguan dari komisioner untuk menerapkan sanksi denda kepada lembaga penyiaran yang nakal. Tidak adanya payung hukum dijadikan alasan KPI untuk tidak menggunakan sanksi denda. Padahal KPI bisa secara tak langsung menerapkan sanksi denda dengan melakukan penghentian sementara. Penghentian program otomatis akan mempengaruhi pendapatan dari iklan.

Karena menggunakan logika bisnis, maka rupiah hasil dari jualan iklan, sangat berarti bagi lembaga penyiaran swasta.

Dari sejumlah contoh kebijakan dan pola pikir tersebut, KPI menjadi terlihat tidak kuasa melawan tuntutan pemilik modal dalam sistem pasar kapitalis untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya. Sementara frekuensi yang digunakan para pemodal untuk mengeruk keuntungan pribadi mereka merupakan frekuensi publik. Tugas KPI untuk mengawasi pemakaian frekuensi publik tersebut. Kondisi sekarang, sanksi KPI selama 2017 menurun jika dibandingkan tahun 2016.

Kontrol KPI di tengah industri penyiaran makin menipis saat pemerintah tak jua memperkuat lembaga negara ini. Pemerintah dari awal pembentukan KPI, seperti telah dengan sengaja membatasi kewenangannya. Pemerintah terlihat masih ingin turut mengatur bisnis pertelevisian di Indonesia. Buktinya, dengan hak pemberian izin siar dan izin penyelenggaraan penyiaran berada di tangan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo). Sedangkan DPR memiliki andil besar dalam pemilihan komisioner KPI.

Namun, Yuliandre Darwis selaku ketua KPI keberatan jika dikatakan bahwa kewenangan lembaga negara ini sempit.

“Kalau KPI kan penyiaran lebih kepada konten, tapi kalau bicara definisinya sempit atau luas, ya macem-macem, kalau dibilang sempit ada kurang lebih 2600 radio yang harus diawasi secara nasional, ada tiga ratus TV berlangganan, hampir 1000an lah ya yang namanya televisi lokal dan nasional. Nah ini kan cukup banyak sebenarnya secara konten. Cuma kan, bahkan kita kekurangan dalam sebuah sistem, misalnya., dalam artian SDM dan sebagainya. Nah ini kan harus dihitung secara kajian secara ilmiah, mungkin itu secara kelembagaan KPI harus diperkuat sebagai sebuah sistem. Jadi dari hilir ke hulunya.” (Yuliandre Darwis, wawancara, 12 April 2018).

Revisi UU Penyiaran awalnya dan hingga sekarang oleh Komisioner KPI digadang-gadang bisa menguatkan KPI secara kelembagaan. KPI meyakini, UU Penyiaran yang telah direvisi nantinya akan membuat mereka lebih independen dan Sekjen KPI tidak lagi berada di bawah Kominfo. Akan tetapi, menurut catatan Remotivi pada 9 Maret 2017, muncul *draft* revisi UU Penyiaran yang bisa melemahkan KPI. Dalam *draft* tersebut, kewenangan KPI direduksi hanya sebatas mengatur isi siaran. Sedangkan kewenangan pemerintah dalam mengatur penyiaran malah menjadi semakin besar.

Bagi internal KPI, sebagai lembaga kolektif kolegial, perlu pula dilakukan penguatan serta penyatuan visi dan misi. Proses pemilihan komisioner KPI yang panjang dan berlapis semestinya bisa memilah calon komisioner terbaik untuk mereformasi penyiaran di Indonesia. Sembilan komisioner dengan visi yang sama tentu akan menjadikan KPI semakin kuat.

Pembinaan melalui dialog yang sekarang dipilih KPI dalam berkomunikasi dengan lembaga penyiaran, tak memperlihatkan penerapan konsep ‘apa yang seharusnya’ dalam karakter filosofi moral ekonomi politik media. Pembinaan KPI tersebut malah mempertegas jika KPI pro dengan bisnis penyiaran. Apa yang seharusnya didapat masyarakat dari menonton televisi dan penggunaan frekuensi milik mereka, belum terlihat. Pendekatan ini menimbulkan pertanyaan tentang wibawa KPI. Dengan semakin mudahnya KPI dipanggil ke kantor lembaga penyiaran swasta, menunjukkan pula jika KPI terlihat mudah diatur oleh lembaga penyiaran swasta. Idealnya, pengelola LPS yang hadir ke kantor KPI untuk menjelaskan masalah yang telah mereka buat. Idealisme yang kalah dengan pemodal menunjukkan bahwa jabatan sebagai Komisioner KPI seolah hanya menjadi batu pijakan untuk meraih jabatan yang lebih tinggi lagi.

Penutup

Jalan dialog yang dipilih KPI dalam mengawasi isi siaran mempertegas bahwa Komisioner KPI periode sekarang lebih berkompromi dengan stasiun televisi swasta. Padahal KPI punya kewenangan untuk turut andil dalam menentukan isi media. KPI bisa mengatur isi siaran dengan pemberian sanksi, dari sanksi berupa teguran tertulis hingga penghentian program tayangan.

Namun, kewenangan itu tidak dimanfaatkan KPI. KPI memilih melakukan pembinaan melalui dialog daripada memberikan sanksi teguran tertulis atau bahkan sanksi penghentian program. Salah satu penyebabnya adalah adanya kekhawatiran dari dalam komisioner KPI terkait kelangsungan industri penyiaran. Komisioner KPI tak ingin industri televisi di Indonesia mati karena industri televisi mampu menyerap ribuan tenaga kerja. Alasan bahwa industri televisi di Indonesia tak boleh mati, memperjelas jika KPI pro terhadap bisnis penyiaran saat ini. Ini juga menjadi hal yang menunjukkan

bahwa jabatan sebagai komisioner hanyalah sebagai batu pijakan untuk kekuasaan yang lebih besar.

Sebagai lembaga yang mewakili publik, kewenangan KPI perlu diperkuat. Penguatan lembaga penting segera dilakukan karena isi siaran di Indonesia semakin kehilangan jati diri dan arah akibat dari tuntutan pemilik modal kepada pekerja media agar selalu mengejar *share/rating*. Sistem bisnis akhirnya mengalahkan hak publik untuk mendapatkan informasi dan hiburan yang berkualitas.

Penguatan bisa dilakukan dengan memberikan payung hukum baru untuk KPI, melalui revisi UU Penyiaran. Selain itu, penguatan KPI juga bisa dilakukan dengan menambah wawasan para komisionernya akan segala hal tentang penyiaran. Pengetahuan tersebut bisa membantu dalam setiap keputusan KPI saat membuat kebijakan.

Daftar Pustaka

- Akbar, A. N. (1997). Usaha Menghormari Keberadaan Khalayak Televisi Swasta. *JSP*, 1(2).
- Arliman, L. (2017). Komisi Penyiaran Indonesia sebagai State Auxiliary Bodies yang Menjamin Siaran yang Layak Bagi Anak. *Veritas et Justitia*, 3(1).
- Armando, A. (2016). *Televisi Indonesia di Bawah Kapitalisme Global*. Jakarta: Kompas Media Nusantara.
- Bungin, B. (2007). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Pranata Media Grup.
- Heryanto, G. G. (2017). Ekonomi Politik Media Penyiaran: Rivalitas Idealisme Nilai Islami dan Mekanisme Pasar. *Communicatus: Jurnal Ilmu komunikasi*, 1(1), 123-136.
- HH, S. B. (2004). Industri Televisi Swasta Indonesia dalam Perspektif Ekonomi Politik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 1-18.
- Hidayat, D. N. (2003). Fundamenalisme Pasar dan Konstruksi Sosial Industri Penyiaran: Kerangka Teori Mengamati Pertarungan di Sektor Penyiaran. In V. M. E. Gazali (Ed.), *Konstruksi Sosial Industri Penyiaran (Plus Acuan Tentang Penyiaran Publik dan Komunitas)* (pp. 1 - 27). Jakarta: Departemen Ilmu Komunikasi FISIP UI.
- Manggaga, I. P. (2018). Komodifikasi Konten Televisi Dalam Perspektif Ekonomi Politik Media. *Jurnal Dakwah Tabligh*, 19(2), 257-276.
- Mosco, V. (2009). *The Political Economy of Communication*: Sage Publications.
- Neuman, W. L. (2011). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches 7th Edition*. Boston: Pearson Education, Inc.
- Nugroho, Y., Siregar, M. F., & Laksmi, S. (2012). *Memetakan Kebijakan Media di Indonesia*. Jakarta: CIPG.
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative Research & Evaluations Methods 3rd Edition*. Thousand Oaks, USA: Sage Publications Inc.
- Setyarini, D. (2017). *Perlindungan Anak Dalam Media Penyiaran*. Seminar "Mencari Acara Televisi Berkualitas untuk Anak", Jakarta.
- SK, I. (1997). Bisnis Televisi di Tengah Persaingan Antarmedia. In D. Mulyana & I. S. Ibrahim (Eds.), *Bercinta dengan Televisi* (pp. 16 - 25). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Straubhaar, J. D., & LaRose, R. (2012). *Media Now: Understanding Media, Culture, and Technology*: Wadsworth Publishing Company.
- Sugiyono. (2009). *Memahami Penelitian Kualitatif*: Alfabeta.

- Tempo.co. (2016). KPI Keluarkan 266 Sanksi untuk Lembaga Penyiaran. from <https://nasional.tempo.co/read/732559/kpi-keluarkan-266-sanksi-untuk-lembaga-penyiaran>
- Tjiadarma, E. L., & Eriviany, G. (2016). *Rambu-Rambu Ambigu: Kritik atas Regulasi dan Penerapan Sanksi KPI Sepanjang Tahun 2015*. Jakarta: Remotivi.
- Wahyuni, H. I. (2006). Ekonomi Politik Kebijakan Penyiaran Indonesia: Aspirasi, Pilihan dan Realitas. *JKAP (Jurnal Kebijakan dan Administrasi Publik)*, 10(2), 149-170.
- Wirodono, S. (2005). *Matikan TV-Mu!*. Yogyakarta: Resist Book.
- YPMA, Y. P. (2017). *Seminar "Mencari Acara Televisi Berkualitas untuk Anak"*, Jakarta.