Kanun Jurnal Ilmu Hukum
No. 64, Th. XVI (Desember, 2014), pp. 525-537.

HAK KONSUMEN DALAM PENYIARAN TELEVISI

THE CONSUMER'S RIGHTS ON TV BROADCASTING

Oleh: Wardah [*)]

ABSTRACT

The development of business in television services have been fastly growing in the recent years. On one hand, it gives more attractive an programs for viewers, brings variative means to promote products for bussiness people, and also generates incomes for the TV station owners from adverstisemens.On the other hand, it also brings negative impacts on spectators. It is needed the knowledge for the viewers to choose the good programs to watch. The Government of Indonesia has legalized the Law No. 32/2002 on Broadcasting in order to protect and guarantee the consumer's rights.

Keywords: Right, Consumer, Broadcasting, Television.

PENDAHULUAN

Informasi, sebagaimana diramalkan oleh banyak 'futurolog' seperti John Naisbitt, Patricia Aburdene, Alfin Tofler, Peter Drucker, dan sebagainya, akan menjadi penentu aspek kehidupan manusia. Karena itu, sejak berakhirnya abad ke-20 diramalkan bahwa abad ke-21 adalah abad informasi. Siapa yang menguasainya, dialah yang akan memenangkan kompetisi; dan siapa yang tidak menguasainya, niscaya akan tertinggal menjadi sekedar konsumen yang pada gilirannya akan dikuasai orang lain, bahkan dikatakan pula bentuk penjajahan abad ini sangat tergantung pada penguasaan informasi itu.[1]

Media televisi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai media pendidikan dan hiburan serta media bagi pelaku usaha untuk mengiklankan perusahaan dan produknya. Sementara itu, pemirsa atau konsumen harus cerdas dan bisa memilah-milah siaran yang diinginkan agar tidak menimbulkan dampak negatif terhadap konsumen. Pada kenyataannya, tidak semua pemirsa televisi mampu melakukan hal tersebut, kadangkala mereka terpaksa menonton atau mendengarkan suatu siaran yang tidak mereka inginkan atau tidak layak.

[*)] Wardah, S.H., M.H., LL.M adalah Dosen Fakultas Hukum Universitas Syiah Kuala Banda Aceh.
[1] John Naisbitt, *Megatrend 2000*, Great Britain, Sidgwick & Jackson Ltd, 1990, hlm. 45.

ISSN: 0854-5499

Perkembangan teknologi telekomunikasi dan informasi di era globalisasi bukanlah suatu hal yang fiktif, melainkan sudah menjadi kenyataan yang diwujudkan dalam berbagai bentuk. Batas wilayah geografis dan perbedaan waktu sudah tidak lagi memisahkan manusia, semua orang terkena dampak globalisasi.[2]

Semua bangsa di muka bumi saat ini, menghadapi tren perubahan dan perkembangan dunia teknologi komunikasi dan informasi yang spektakuler. Revolusi informasi dan komunikasi telah melahirkan peradaban baru, sehingga mempermudah manusia untuk saling berhubungan serta meningkatkan mobilitas sosial. Di samping itu, kemajuan teknologi informasi dan komunikasi pun mampu mengatasi jarak ruang dan waktu. Pakar komunikasi Abdul Muis, mengatakan, "…..kemajuan teknologi komunikasi dan informasi menghadirkan aneka ragam saluran (media) yang kian lama kian canggih dan memungkinkan segala macam kejadian."[3]

Media televisi di Indonesia bukan lagi dilihat sebagai barang mewah, seperti pertama kali ada. Kini media layar kaca tersebut sudah menjadi salah satu barang kebutuhan pokok bagi kehidupan masyarakat nusantara untuk mendapatkan informasi. Dengan kata lain, informasi sudah merupakan bagian dari hak manusia untuk aktualitas diri.

Masuknya televisi di Indonesia (Jakarta) pada tahun 1962, bertepatan dengan *Asian Games* yang ke-4. Ketika itu Indonesia menjadi tuan rumah. Peresmian pesta olahraga tersebut bersamaan dengan peresmian penyiaran televisi oleh Presiden Soekarno pada tanggal 24 Agustus 1962. Televisi yang pertama muncul adalah TVRI. Jumlah pesawat televisi yang ada di Jakarta sebanyak 10.000 buah. Tujuh tahun setelah TVRI diresmikan, jumlah pesawat televisi di Jakarta meningkat menjadi 65.000 buah. Sampai akhir Maret 1972, jumlah televisi di Indonesia adalah 212.580 buah. Ketika peresmian satelit komunikasi Palapa dilakukan oleh Presiden Soeharto pada tanggal 17 Agustus 1976, bertepatan hari kemerdekaan Indonesia ke-31, mulailah dunia komunikasi massa di Indonesia berkembang dengan sendirinya. Satelit Palapa memiliki 12 transponder. Tiap

[2]*Ibid*.

[3]Wawan Kuswandi, *Komunikasi Massa (Sebuah Analisis Isi Media Televisi),* cet.pertama, Jakarta, Rineka Cipta, 1996, hlm. 2.

transponder, bisa meneruskan satu saluran televisi berwarna atau 400 saluran telepon bolak-balik atau 800 saluran telepon satu arah. Satelit itu dihubungi dengan 40 buah stasiun bumi, 27 diantaranya terletak di ibukota provinsi.[4]

Di Indonesia sendiri, dunia pertelevisian berkembang pesat, terbukti dengan bermunculannya televisi swasta dibarengi dengan deregulasi pertelevisian Indoesia oleh Pemerintah. Sejak tanggal 24 Agustus 1990, ada berbagai alternatif tontonan bagi masyarakat Indonesia, diantaranya TVRI, RCTI, SCTV, MNC, GlobalTV dan ANTV. Dengan demikian, semakin maraklah media televisi di Indonesia.[5]

Daya tarik media televisi sedemikian besar, sehingga pola-pola kehidupan rutinitas manusia sebelum muncul televisi, berubah total sama sekali. Media televisi menjadi panutan baru bagi kehidupan manusia. Tidak menonton televisi, sama saja dengan makhluk buta yang hidup dalam tempurung. Perkembangan media televisi saat ini mencapai tingkat paling tinggi, yaitu dengan munculnya liputan-liputan investigasi yang tajam dengan menayangkan bukti-bukti peristiwa kepada pemirsa.[6]

Seiring dengan pertumbuhan bisnis siaran pertelevisian, maka dirasakan perlu adanya pengaturan oleh pemerintah tentang kegiatan bisnis tersebut. Pada tanggal 28 Desember 2002 telah diundangkan Undang-undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, yang selanjutnya disingkat dengan UUP.

Terdapat beberapa alasan dan argumentasi yang mendasari pemikiran untuk mengatur penyelenggaraan sistem penyiaran televisi ke dalam suatu undang-undang yang khusus. Pengaturan penyiaran di Indonesia, baik karena perkembangan teknologi maupun sosial budaya dirasakan sudah tidak memadai lagi sebagai landasan hukum bagi pembinaan dan perkembangan penyiaran di Indonesia. Arus informasi yang dipacu perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang pesat dan penyiaran global yang telah menyebar tanpa mengenai batas-batas negara, telah turut

---

[4]*Ibid.*

[5]*Ibid,* hlm. 33-35.

[6]*Ibid.*

mempengaruhi kehidupan berbangsa dan bernegara. Perkembangan ini diantisipasi dengan memanfaatkan nilai-nilai positifnya, sementara dampak negatifnya dihindari. Dengan demikian dibutuhkan suatu undang-undang sebagai pemberi legalitas bagi eksistensi keberadaan lembaga penyiaran yang sekaligus memberikan perlindungan dan pengaturan mekanisme yang mengikat semua pihak yang berkaitan dengan media siaran serta upaya memberikan perlindungan terhadap masyarakat sebagai objek penyiaran melalui perlindungan nilai-nilai budaya, watak dan kepribadian bangsa. Di samping itu, disadari pula bahwa radio dan televisi sebagai media komunikasi massa elektronik memiliki pengaruh besar dalam membentuk poendapat masyarakat, sikap dan perilaku manusia.

Setidaknya ada beberapa alasan mengapa penyiaran diatur dalam undang-undang. *Pertama,* penyiaran dipahami sebagai bagian integral dari pembangunan nasional sekaligus pengamalan Pancasila dan upaya mewujudkan cita-cita kemerdekaan Indonesia. *Kedua,* penyiaran melalui media komunikasi massa elektronik memiliki kemapuan serta pengaruh besar dalam membentuk pendapat, sikap, dan perilaku manusia. *Ketiga,* penyiaran diyakini memiliki peran yang penting dalam meningkatkan kecerdasan kehidupan bangsa yang dilandasi keimanan dan ketakwaan terhadap Tuhan Yang Maha Esa. *Keempat,* diyakini bahwa kemampuan dan pengaruh yang besar serta perannya yang strategis, maka pertumbuhan dan perkembangan lembaga serta penyiaran di Indonesia perlu dibina dan diarahkan agar dapat memberikan manfaat yang sebesar-besarnya. *Kelima,* diyakini pula bahwa untuk mengatur masalah penyiaran secara mendasar dalam suatu produk hukum yang baik dalam bentuk undang-undang memerlukan pokok-pokok pikiran antara lain:

a) Pancasila, UUD 1945, dan GBHN sebagai landasan filosofis, konstitusional dan operasional diyakini sebagai panduan dalam menumbuhkan, membina dan mengembangkan penyiaran;
b) Penyiaran memiliki nilai strategis sehingga perlu dikuasai negara;
c) Penyiaran memiliki kaitan erat dengan spektrum frekuensi radio dan orbit geostationer sebagai sumber daya alam yang terbatas;

d) Masyarakat dapat menyelenggarakan penyiaran dana wajib mendukung pertumbuhan dan perkembangan penyiaran;

e) Penyiaran yang diselenggarakan masyarakat itu merupakan bagian integral yang tidak dapat dipisahkan dari sistem penyiaran nasional;

f) Penyiaran diarahkan pada terciptanya siaran yang berkualitas dan mampu menyerap serta merefleksikan aspirasi masyarakat yang positif dan beranekaragam serta meningkatkan daya tangkal masyarakat terhadap pengaruh buruk nilai-nilai budaya asing;

g) Penyelenggaraan, pembinaan, dan pengembangan penyiaran dilakukan secara menyeluruh dan terpadu;

h) Pelanggaran terhadap ketentuan Undang-Undang Penyiaran dikenai sanksi.[7]

PEMBAHASAN

1) Nilai Moral Penyiaran

Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran dalam butir Menimbang menjamin hak memperoleh informasi untuk menjaga nilai moral dan kepribadian bangsa. Seperti termuat dalam butir a:

> "bahwa kemerdekaan menyampaikan pendapat dan memperoleh informasi melalui penyiaran sebagai perwujudan hak asasi manusia dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara, dilaksanakan secara bertanggung jawab, selaras dan seimbang antara kebebasan dan kesetaraan menggunakan hak berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945".

Pasal 36 ayat (1) UUP menyatakan:

> '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 (3) sebagai berikut:

> "Isi siaran wajib memberikan perlindungan dan pemberdayaan kepada khalayak khusus, yaitu anak-anak dan remaja, dengan menyiarkan mata acara pada waktu yang tepat, dan lembaga penyiaran wajib mencantumkan dan/atau menyebutkan klasifikasi khalayak sesuai dengan isi siaran."

[7] Hinca Panjaitan, *Memasung televisi*, cet.1, Jakarta, Institut Studi Arus Informasi, 1999, hlm. 64-67.

Pasal 36 ayat (5) berbunyi:

> "Isi siaran dilarang:
> a. Bersifat fitnah, menghasut, menyesatkan dan/atau bohong;
> b. Menonjolkan unsur kekerasan, cabul, perjudian, penyalahgunaan narkotika dan obat-obatan terlarang; atau
> c. Mempertentangkan suku, agama, ras dan antar golongan."

2) Hak Konsumen dalam Penyiaran

Sebagaimana disebutkan di atas, bahwa ada beberapa alasan mengapa penyiaran diatur dalam undang-undang. Dalam hal ini, penyiaran dipahami sebagai bagian integral dari pembangunan nasional, yang terkait dengan pengamalan Pancasila dan upaya mewujudkan cita-cita kemerdekaan Indonesia. Atas dasar tujuan tersebut, dipahami bahwa penyiaran melalui media komunikasi massa elektronik memiliki kemapuan serta pengaruh besar dalam membentuk pendapat, sikap, dan perilaku manusia.

Seiring dengan tujuan di atas, hal lain yang disadari adalah penyiaran memiliki peran yang penting dalam meningkatkan kecerdasan kehidupan bangsa. Dalam konteks Indonesia, kecerdasan tersebut terkait dengan landasan keimanan dan ketakwaan terhadap Tuhan Yang Maha Esa.

Oleh karenanya, dengan peran strategis tersebut, maka pertumbuhan dan perkembangan lembaga serta penyiaran di Indonesia perlu dibina dan diarahkan agar dapat memberikan manfaat yang sebesar-besarnya.

Berbagai tujuan tersebut, pada dasarnya tidak bisa dilepaskan adanya, hak konsumen dalam penyiaran yang harus diperhatikan. Hak konsumen tersebut, pada dasarnya terkait dengan peran negara dalam hal penyiaran tersebut.

Dengan mengingat tujuan demikian, maka negara ikut serta dalam pengaturan adalah suatu keniscayaan. Di satu sisi penyiaran sangat penting dalam pembangunan. Bagi negara sendiri, penyiaran memiliki nilai strategis. Sedangkan di sisi lain, berbagai pertimbangan dalam rangka menjaga hak masyarakat selaku konsumen, adalah sesuatu yang harus diatur oleh negara.

3) Dasar Kegiatan Penyiaran dalam Hukum Indonesia

Pada dasarnya, UU Penyiaran disusun berdasarkan pokok-pokok pemikiran sebagai berikut:

a) Penyiaran harus mampu menjamin dan melindungi kebebasan berekspresi atau mengeluarkan pikiran secara lisan dan tertulis, termasuk menjamin kebebasan berkreasi dengan bertumpu pada asas keadilan, demokrasi dan supremasi hukum.
b) Penyiaran harus mencerminkan keadilan dan demokrasi dengan menyeimbangkan antara hak dan kewajiban masyarakat ataupun pemerintah, termasuk hak asasi setiap individu/orang dengan menghormati dan tidak mengganggu hak individu/orang lain.
c) Memperhatikan seluruh aspek kehidupan berbangsa dan bernegara, juga harus memperhatikan penyiaran sebagai lembaga ekonomi yang penting dan strategis, baik dalam skala nasional maupun internasional.
d) Mengantisipasi perkembangan teknologi komunikasi dan informasi, khususnya dibidang penyiaran, seperti teknologi digital, kompresi, komputerisasi, televisi kabel, satelit, internet dan bentuk-bentuk khusus lain dalam penyelenggaraan jasa siaran.
e) Lebih memberdayakan masyarakat untuk melakukan kontrol sosial dan berpartisipasi dalam memajukan penyiaran nasional; untuk itu, dibentuk komisi penyiaran Indonesia yang menampung aspirasi masyarakat dan mewakili kepentingan publik akan penyiaran.
f) Penyiaran mempunyai kaitan erat dengan spektrum frekwensi radio dan orbit satelit geostasioner yang merupakan sumberdaya alam yang terbatas sehingga pemanfaatannya perlu diatur secara efektif dan efisien.
g) Pengembangan penyiaran diarahkan pada terciptanya siaran yang berkualitas, bermartabat, mampu menyerap, dan merefleksikan aspirasi masyarakat yang beraneka ragam, untuk meningkatkan daya tangkal masyarakat terhadap pengaruh buruk nilai budaya asing.

Dari pokok-pokok pemikiran terbentuknya UUP diatas, terkandung makna bahwa penyelenggaraan bisnis jasa penyiaran merupakan suatu bidang yang sangat penting dan mempunyai nilai tinggi bagi pembangunan nasional, terutama sebagai sarana pemenuhan hak

masyarakat akan kebutuhan informasi dan komunikasi. sangat *'urgent'* bagi negara untuk memberikan pengaturan terhadap hal tersebut. Penyelenggaraan jasa siaran haruslah menganut asas manfaat, adil dan merata, kepastian hukum, keamanan, keberagaman, kemitraan, etika, kemandirian, kebebasan, dan tanggung jawab.[8]

5) Kegiatan Penyiaran dan Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan Konsumen (UUPK) dirumuskan dengan mengacu pada filosofi pembangunan nasional. Bahwa pembangunan nasioanal termasuk pembangunan hukum yang memberikan perlindungan terhadap konsumen adalah dalam rangka membangun manusia Indonesia seutuhnya yang berlandaskan pada falsafah Pancasila dan UUD 1945.

UUPK pada dasarnya bukanlah merupakan awal dan akhir dari hukum yang mengatur tentang perlindungan konsumen, sebab sampai terbentuknya UUPK telah ada beberapa Undang-undang yang materinya melindungi kepentingan konsumen, salah satunya adalah UUP.

Dalam Pasal 1 angka 1 UUPK dinyatakan: "Perlindungan konsumen adalah segala daya upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen."

Dari rumusan definisi perlindungan konsumen tersebut, bila dihubungkan dengan pokok-pokok pikiran terbentuknya UUP dan asas-asas penyelenggaraan jasa penyiaran seperti yang dikemukakan di atas, dapat dikatakan perlindungan konsumen mutlak dan esensi dalam penyelenggaraan jasa penyiaran.

Asas kepastian hukum dalam menyelenggarakan jasa penyiaran memberikan jaminan kepada pelaku usaha jasa penyiaran dalam melaksanakan usahanya, sehingga mendorong munculnya persaingan yang sehat di antara pelaku bisnis jasa siaran, yang pada gilirannya diharapkan munculnya sikap pelaku usaha jasa siaran mengenai pentingnya perlindungan terhadap

[8] Lihat bab II, Pasal 2 UU Penyiaran.

pemirsa/konsumen, dengan menumbuhkan sikap bertanggung jawab dan jujur dalam berusaha. Sementara itu, kepastian hukum tersebut memberikan perlindungan pula kepada masyarakat sebagai konsumen dari bisnis jasa penyiaran di pihak lain, sehingga konsumen mampu melindungi diri dengan mengembangkan sikap yang mampu untuk memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen dari jasa siaran.

Menurut ketentuan Pasal 4 UUPK, konsumen memiliki hak:

a. hak sebagai kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
b. hak untuk memilih barang dan/atau jasa, serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi, serta jaminan yang dijanjikan;
c. hak atas informasi yang benar, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
d. hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
e. hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
f. hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
g. hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar, jujur, serta tidak diskriminatif;
h. hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
i. hak-hak yang diatur dalam ketentuan pengaturan perundang-undangan lainnya.

Dalam hak-hak konsumen tersebut, masalah kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen merupakan hal yang paling pokok dan utama dalam perlindungan konsumen. Barang dan/atau jasa yang penggunaannya tidak memberikan kenyamanan, terlebih lagi yang tidak aman atau membahayakan keselamatan konsumen jelas tidak layak untuk diedarkan dalam masyarakat. Untuk menjamin bahwa suatu barang dan/atau jasa dalam penggunaannya, maka konsumen diberikan hak untuk memilih barang dan/atau jasa yang dikehendaki atas keterbukaan informasi

yang benar, jelas, dan jujur. Apabila terdapat penyimpangan yang merugikan, maka konsumen berhak untuk didengar, memperoleh advokasi, pembinaan, perlakuan yang adil, kompensasi sampai ganti rugi.

Selain memperoleh hak, konsumen dalam Pasal 5 UUPK juga diwajibkan untuk:

a) membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
b) beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
c) membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
d) mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Maksud dari kewajiban konsumen adalah agar konsumen sendiri dapat memperoleh hasil yang optimum atas perlindungan dan/atau kepastian hukum bagi dirinya.

Penekanan pemberian perlindungan hukum bagi konsumen tidak berarti melupakan perlindungan hukum bagi pelaku usaha. Dalam UUPK, konsumen yang lebih mendapat perlindungan hukum, tetapi Pelaku Usahapun mendapat tempat yang pantas, disamping tentunya perlindungan hukum bagi Pelaku Usaha diatur dalam peraturan perundang-undangan khusus untuk bisnis jasa penyiaran, dan Undang-Undang terkait lainnya.

Pemberian perlindungan hukum konsumen disebabkan oleh beberapa hal, antara lain:

a) Pembangunan dan perkembangan perekonomian, khususnya industri dan jasa penyiaran melalui pelaku jasa penyiaran telah menghasilkan berbagai variasi barang dan/atau jasa (melalui) yang dapat dikonsumsi oleh penonton/pendengarnya dan mitra bisnis lainnya.
b) Piranti hukum yang demikian tidak dimaksudkan untuk mematikan usaha para Pelaku Usaha, tetapi justru sebaliknya dapat mendorong iklim berusaha yang sehat yang mendorong lahirnya perusahaan yang tangguh dalam menghadapi persaingan melalui penyediaan barang dan/atau jasa telekomunikasi yang berkualitas.

c) UUPK pada dasarnya bukanlah awal dan akhir dari hukum yang mengatur tentang perlindungan konsumen, melainkan menjadi pelengkap terhadap aturan main yang sudah ada.

Pada hakikatnya perlindungan konsumen bertujuan untuk:[9]

a) meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen melindungi diri;
b) mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari ekses negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
c) meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
d) menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dalam keterbukaan informasi serta akses untuk mendapat informasi.
e) menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;
f) meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Kalau ditilik secara cermat, pada UUP tampak adanya kesadaran dari pembuat undang-undang untuk melindungi masyarakat/konsumen penyiaran dari ekses-ekses negatif yang kemungkinan akan timbul, yaitu perlindungan yang diberikan oleh Undang-undang ini terhadap masyarakat dan konsumen pada umumnya. Adanya Komisi Penyiaran Indonesia, sebagai wujud peran serta masyarakat berfungsi mewadahi aspirasi serta mewakili kepentingan masyarakat akan penyiaran.[10] Secara normatif memberikan perlindungan terhadap masyarakat dalam mengkonsumsi jasa siaran, serta membuka kesempatan kepada masyarakat berperan dalam melakukan kontrol sosial terhadap pelaksanaan jasa siaran. Pengaturan ini akan menjadi efektif dan bermanfaat bila mekanisme penegakannya berjalan sesuai dengan maksud dan tujuan dari undang-undang ini.

[9] Pasal 3 UUPK.
[10] Pasal 8 ayat (1) UUP.

Dalam Ayat (2) Pasal 8 diatur tentang wewenang dari Komisi Penyiaran Indonesia, sebagai berikut:

a) menetapkan standar program siaran;
b) menyusun peraturan dan menetapkan pedoman perilaku penyiaran;
c) mengawasi pelaksanaan peraturan dan pedoman prilaku 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.

KESIMPULAN

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa kepentingan/hak konsumen dalam penyiaran telah dilindungi dan diatur dalam Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, seperti termuat dalam pokok-pokok pemikiran yang melatarbelakangi terbentuknya UUP, dan Bab II Pasal 2,3,4 dan 5 UUP. Pengaturan perlindungan terhadap masyarakat/konsumen dalam UUP, merupakan suatu hal yang sangat substansial dan diatur dengan cukup memadai. Salah satu bagian penting adalah pengaturan terhadap materi program, dan tak kalah pentingnya adalah tentang terbukanya peran serta masyarakat sebagai kontrol sosial atas penyelenggaraan jasa siaran.Namun dalam perkembangan dunia bisnis saat ini, penyiaran lebih diutamakan sebagai kegiatan untuk mencapai keuntungan sebesar-besarnya. Sehingga apa yang dicita-citakan dan diamanatkan pembuat UUP tidak semuanya dipatuhi oleh penyelenggara jasa siaran.

Perlu disarankan, untuk mengontrol siaran televisi, maka Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) perlu melaksanakan wewenangnya dengan mengedepankan kepentingan masyarakat. Terutama dalam menetapkan standar program siaran, dan membuat pedoman perilaku penyiaran. Di samping

itu, untuk melindungi pemirsa, maka dalam setiap tayangan di televisi, perlu disertai penjelasan, kalangan mana yang boleh menontonnya dan diatur jam tayangnya.

DAFTAR PUSTAKA

Hinca Panjaitan, 1999, *Memasung televisi*, cet.1, Institut Studi Arus Informasi, Jakarta.

John Naisbitt, 1990, *Megatrend 2000*, Sidgwick & Jackson Ltd, Great Britain.

Wawan Kuswandi, 1996, *Komunikasi Massa (Sebuah Analisis Isi Media Televisi)*, cet.pertama, Rineka Cipta, Jakarta.

Peraturan Perundang-undangan

Undang-Undang Dasar Tahun 1945.

Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan Konsumen.

Undang-undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran.