

IMPLIKASI ASAS MANFAAT PENYIARAN TELEVISI TERHADAP PERLINDUNGAN HAK KONSUMEN

Evy Septiana Rachman

IAIN Metro Lampung
evyseptiana@metrouniv.ac.id

Ida Ayu Putu Anggie Sinthiya

Institut Teknologi dan Bisnis Bakti Nusantara Lampung
idaayuanggie@gmail.com

Anton Widodo

IAIN Metro Lampung
antonwidodo@metrouniv.ac.id

Abstract

Television media is the mass media that is most in demand by the public. The diversity of programs presented is an alternative for gaining knowledge (information) or as a means of entertainment. The development of broadcasting in the era of globalization of technology and information has made the government guarantee the implementation of television management activities in Indonesia. This development also had a negative impact on the world of broadcasting, industrial phenomena began to enter broadcasting operations. High ratings and shares are the main focus to attract a large number of commercial advertisements for profit or profit. The rights of the public as broadcasting consumers are ignored, violations of the provisions of broadcasting laws and broadcast content that are contrary to Broadcasting Behavior and Broadcast Program Standard Guidelines (P3SPS) also often occur. This problem clearly violates the rights of consumers and also ignores the principle of benefit in broadcasting.

Keywords: Broadcasting, Television, consumer rights

Abstrak

Media televisi merupakan media massa yang paling banyak diminati oleh masyarakat. Keanekaragaman acara yang disajikan merupakan salah satu alternatif untuk menambah pengetahuan (informasi) atau sebagai sarana hiburan. Perkembangan penyiaran di era globalisasi teknologi dan informasi membuat pemerintah menjamin terselenggaranya kegiatan pengelolaan pertelevisian di Indonesia. Perkembangan ini juga membawa dampak negatif bagi dunia penyiaran, fenomena industri mulai masuk ke dalam penyelenggaraan

penyiaran. Peringkat dan saham yang tinggi adalah fokus utama untuk menarik sejumlah besar iklan komersial untuk keuntungan atau keuntungan. Hak masyarakat sebagai konsumen penyiaran terabaikan, pelanggaran terhadap ketentuan undang-undang penyiaran dan isi siaran yang bertentangan dengan Pedoman Perilaku Penyiaran dan Pedoman Standar Program Siaran (P3SPS) juga kerap terjadi. Masalah ini jelas melanggar hak konsumen dan juga mengabaikan asas kemanfaatan dalam penyiaran.

Kata kunci : Penyiaran, Televisi, Hak Konsumen

A. Pendahuluan

Alat komunikasi yang efektif dalam menyiarkan informasi keseluruhan lapisan masyarakat adalah media massa baik itu media massa cetak ataupun elektronik, Media massa khususnya media massa elektronik, saat ini menjadi ujung tombak dalam penyebaran informasi ke masyarakat, karena media ini mampu menjangkau seluruh lapisan masyarakat. Televisi, radio, internet dan film masuk dalam jenis media massa elektronik, dan masuk dalam kategori *the big five media mass*¹.

Perkembangan teknologi telah memudahkan manusia untuk saling berkomunikasi, mobilitas sosial yang meningkat karena jarak ruang dan waktu tidak menjadi sebuah permasalahan dalam berkomunikasi lagi. 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”².

Indonesia sendiri telah memiliki satu stasiun televisi milik pemerintah yaitu TVRI, dengan slogannya sebagai “stasiun televisi pemersatu bangsa”, tetapi stasiun televisi ini kian hari kian redup kalah dari perkembangan televisi swasta yang baru. Redup televisi swasta ini dikarenakan kurangnya inovasi dan peningkatan kualitas konten-konten siarannya. Lahirnya stasiun TV mendorong munculnya persaingan ketat dalam meraih audiens, dan TVRI kurang mampu bersaing dalam hal tersebut

Media televisi adalah salah satu media elektronik yang masih cukup diminati oleh masyarakat, meskipun masih dibawah pengguna media internet. Media televisi masih diminati masyarakat karena beragamnya jumlah program yang mereka sajikan, mulai dari

¹ Wawan Kuswandi, *Komunikasi Massa (Sebuah Analisis Isi Media Televisi*, Cet. Pertama (Jakarta: Rineka Cipta, 1996), 7.

² *Ibid*, 2.

program berita (politik, olahraga, ekonomi, dan *entertainment*) dan program hiburan (live musik, sinema elektronik, drama dari luar negeri dan lain-lain).

Keberagaman acara yang disajikan menjadi alternatif bagi untuk memperoleh pengetahuan (informasi) ataupun sebagai sarana hiburan guna menghilangkan penat dan lelah setelah menjalankan aktifitas rutin. Audio visual yang dihadirkan media televisi menjadi daya tarik utama bagi masyarakat, berbeda dengan radio atau media cetak yang hanya mampu menghadirkan satu aspek saja audio atau visual. Kekurangan ini yang membuat kedua media tersebut, lambat laun kehilangan audiensnya.

Perkembangan dunia penyiaran di era globalisasi teknologi dan informasi, membuat pemerintah memberikan jaminan atas penyelenggaraan kegiatan pengelolaan televisi di Indonesia. Jaminan ini dapat menarik minat para investor, untuk berinvestasi dibidang pertelevisian di Indonesia, geliat investasi dibidang pertelevisian sampai saat ini mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan, hal ini ditandai dengan lahirnya stasiun-stasiun televisi yang dikelola oleh pihak swasta³.

Stasiun-stasiun televisi baru ini beroperasi dalam skala regional (daerah tertentu) hingga nasional. Perkembangan dalam dunia penyiaran ini tidak lepas aspek ekonomi, yaitu berupa laba atau keuntungan. Stasiun televisi swasta adalah lembaga penyiaran komersial, dimana pertimbangan-pertimbangan bisnis lebih mendominasi. Stasiun televisi berlomba-lomba menampilkan program-program acara yang dapat menarik minat masyarakat, dengan harapan semakin tinggi rating suatu acara maka semakin banyak produsen barang ataupun jasa yang akan bekerjasama dalam bentuk iklan komersial ataupun menjadi pihak sponsor. Laba atau keuntungan yang dihasilkan dari iklan komersial ini sangat besar, bahkan dapat dibilang sebagai pemasukan utama sebuah stasiun televisi. Bahkan perusahaan televisi swasta membuat kelompok jam tayang yang sering disebut sebagai *prime time*, waktu untuk jam tayang ini sekitar pukul 19.00-22.00 WIB. Waktu *prime time* ini biasanya diisi dengan program-program hiburan yang menarik minat masyarakat.

Fenomena industrial penyiaran yang terjadi dalam dunia pertelevisian di Indonesia memberikan dampak dalam beberapa aspek, antara lain konten-konten program hanya

³ Darwanto sastro Subroto, *Produksi Acara Televisi* (Yogyakarta: Duta Wacana University Press, 1994), 26.

berfokus kepada hal-hal yang sedang populer, diminati, dan menjadi trend dalam masyarakat. Logika bisnis yang selalu tertuju kepada jumlah rating dan share yang tinggi demi menarik jumlah iklan komersil yang banyak telah mengesampingkan aspek-aspek krusial dalam suatu proses penyiaran. Tujuan media televisi yang pada hakikatnya adalah sebagai alat dalam menyebarkan informasi kepada khalayak, kini lambat laun menjadi sebuah alat pencetak laba.

Industrial yang telah mendominasi media televisi memberikan dampak yang luar biasa, kemerdekaan pers, validitas informasi dan berita, netralitas pers dan kelayakan konten-konten program yang ditayangkan semakin menurun kualitasnya. Aspek-aspek tersebut semakin tersingkirkan dengan kepentingan ekonomi dan kekuasaan. Perusahaan televisi swasta melakukan berbagai cara untuk dapat menjadi stasiun televisi yang diminati, sayangnya konten-konten yang hanya berbasis kepada “yang diminati massa”, telah menggeser konten-konten edukatif dan informatif. Ketidakseimbangan dan proposionalnya program-program yang ditayangkan pada dasarnya sangat merugikan masyarakat sebagai konsumen media penyiaran, karena hak-hak atas informasi, edukasi dan tontonan yang layak banyak diabaikan⁴.

Media massa yang memiliki ketergantungan sangat besar terhadap pemasukan dari pemasangan iklan, menjadi alasan mengapa program-program acara yang ditayangkan kurang mengandung unsur pendidikan bahkan terkadang bertolak belakang dengan nilai-nilai keagamaan, kerohanian, sosial dan budaya Indonesia.

Pelanggaran terhadap ketentuan undang-undang penyiaran dan konten-konten siaran yang bertentangan dengan Perilaku Penyiaran dan Pedoman Standar Program Siaran (P3SPS), seperti kata-kata kasar dan tidak sesuai nilai sopan santun, tingkah laku *talent* yang cenderung mempertontonkan kekerasan, *bulyying*, penghinaan terhadap suku, agama dan ras, kisah-kisah mistis ataupun tahayul, menyindir seseorang atau kelompok yang tidak sejalan dengan kepentingannya, menunjukkan afiliasi kepartai atau kelompok politik tertentu, merupakan pelanggaran-pelanggaran yang selalu terjadi.

Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) sebagai lembaga yang berwenang, seringkali memberi teguran dan sanksi terhadap stasiun televisi yang melanggar, tetapi hal yang sama

⁴ Subroto, 32.

kembali berulang terus menerus. Hal ini dapat dikarenakan karena selama ini, sanksi yang diberika hanya sebaats kepada pencabutan ijin tanya saja, belum ada pengaturan sanksi pidananya. Sehingga masih dianggap sebelah mata oleh perusahaan televisi swasta.

Masyarakat dibebankan untuk memilihantas atau tidaknya program-program yang akan ditonton, khususnya para orang tua seolah-olah berjuang sendiri dalam melindungi anak-anaknya dari tontonan yang tidak pantas. 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.

Problematik diatas jelas sudah melanggar hak konsumen dalam bidang penyiaran, pada hakikatnya menjadi tugas negara untuk melindungi hak konsumen. Negara seharusnya dapat menjadi penyeimbang antara hak konsumen dan kepentingan ekonomi dari perusahaan penyiaran swasta. Media massa penyiaran memiliki nilai yang strategis dalam pembangunan, karena dapat menjadi perpanjangan tangan dari pemerintah dalam menyampaikan informasi dan mengedukasi masyarakat. Perspeptif perusahaan penyiaran yang hanya mencari keuntungan sebesar-besarnya telah merampas hak-hak masyarakat, sebagai konsumen penyiaran.

B. Pembahasan dan Hasil

1. Penyiaran Televisi

Televisi merupakan media massa yang memiliki kelebihan tersendiri dibanding dengan media massa lainnya, kemmapuan menyajikan audio dan visual secara bersamaan mampu menarik minat masyarakat, dan hingga saat ini televisi menjadi favorite masyarakat.

Indonesia sendiri menganut kebijakan udara terbuka (*open sky poky*), hal ini memicu lahirnya persaingan ketat perusahaan penyiaran televisi. Inovasi dan pembaharuan program selalu dilakukan, dan pada akhirnya masyarakat memiliki berbagaimacam pilihan program tontonan⁵.

Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 memdefinisikan penyiaran sebagai proses penyiaran suatu program melalui media *Transmitter* (Pemancar) pemancaran dimana

⁵ Marissan Burhan Burgin, *Strategi Mengelola Radio Dan Televisi* (Tangerang: Ramdina Perkasa, 2005), 16.

media ini dapat berada di darat laut ataupun antariksa. Proses penyiaran dengan media *transmitter* memanfaatkan spektrum frekuensi radio, biasanya spektrum frekuensi radio ini dialirkan melalui udara, kabel, dan atau media lainna, sehingga perangkat penerima siaran dapat menerima siaran secara serentak⁶.

Pengertian dalam undang-undang penyiaran menekankan adanya proses pengiriman dan penerimaan dengan menggunakan media atau alat tertentu, sehingga penyiaran dapat kita jabarkan sebagai suatu proses pengiriman informasi atau rangkaian pesan. Informasi atau rangkaian pesan tersebut dapat berbentuk gambar (grafis ataupun Karakter), suara, atau gabungan dari keduanya (suara dan gambar), pesan ini akan diterima alat penerima siaran (*receiver*). Penyiaran dengan jangkauan luas tentunya dapat memperbesar jumlah pemirsa atau penontonnya dan tentunya berimbas terhadap jumlah kerjasama iklan yang masuk, dan sebaliknya daya jangkau yang kecil akan memperkecil kesempatan untuk memperoleh audiens yang banyak.

Dasar hukum yang utama dari penyelenggaraan penyiaran di Indonesia selain undang-undang penyiaran adalah Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, sedangkan asas-asas yang mejadi landasan penyiaran di Indonesia adalah :

1. asas manfaat;
2. adil dan merata;
3. kepastian hukum;
4. keamanan;
5. keberagaman;
6. kemitraan;
7. etika;
8. kemandirian;
9. kebebasan, dan tanggung jawab⁷.

Stasiun televisi dalam melakukan siaran biasanya akan menyajikan berbagai macam program-program acara yang dapat dipilih masyarakat. Program sendiri berasal

⁶ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran, n.d.

⁷ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran.

dari bahasa inggris "*Programme*" yang memiliki arti acara atau rencana. Undang-undang penyiaran menggunakan istilah siaran sebagai penyebutan untuk pesan atau rangkaian pesan yang hendak disampaikan, namun demikian istilah program lebih populer dimasyarakat. Program dapat maknai sebagai rangkaian pesan dalam bentuk sajian acara yang disajikan untuk memenuhi kebutuhan *audience*⁸.

Program dibagi kedalam dua bentuk yaitu beradsarkan jenis dan sifatnya. Pembagian program berdasarkan jenis yaitu program informasi dan program hiburan, sedaangkan pembagian program berdasarkan sifatnya adalah program faktual (dokumenter dan siaran berita) dan program fiksi (film, drama atau acara komedi)⁹. Program yang baik tentunya akan menarik minat masyarakat dan memilik penonton setia, namun adakalanya suatu program dibuat dengan kualitas yang buruk dan tidak mengindahkan kaidah-kaidah norma yang berlaku namun tetap diminati masyarakat. Program buruk tetap menarik minat masyarakat adalah program mengusung tema-tema yang sedang populer atau menjadi trend dimasyarakat misalnya acara berita tentang artis, *reality show* tentang kehidupan seseorang yang menjadi idola dan lain-lain.

Kode etik merupakan kumpulan norma, kaidah atau peraturan yang wajib ditaati, ketika kita berbicara kode etik dalam bidang penyiaran maka kode etik itu yang menjadi pedoman perilaku dalam menjalankan tugas dibudang penyiaran. Dalam dunia penyiaran televisi selain narasi dan kata-kata, gambarlah yang menjadi daya tarik utama dan juga memiliki pengaruh yang sangat besar, oleh sebab itu kode etik dalam dunia penyiaran mencakup aturan-aturan mengenai gambar. Kode etik sebagai Pedoman perilaku memberikan batas-batas apa saja yang diperbolehkan dan yang tidak diperbolehkan dalam proses penyiaran, begitupula apa saja yang patut untuk ditayangkan.

UU No. 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran telah mengatur sanksi atau hukuman bagi pelanggaran terhadap peraturan penyiaran. Pelanggaran dalam undang-undang penyiaran dibagi kedalam 2 bentuk yaitu :

⁸ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran:Startegi Mengelola Radio Dan Televisi* (Tanggerang: Prenada Media Grup, 2008), 209-10.

⁹ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran:Startegi Mengelola Radio Dan Televisi*.

1. Pelanggaran kode etik diatur dalam pasal 42 terkait dengan etika dan moral stasiun televisi dalam menayangkan siaran.
2. Pelanggaran teknis administratif, contohnya pelanggaran terhadap izin penyelenggaraan siaran, ketentuan mengenai jangkauan siaran, ketentuan mengenai muatan lokal, ketentuan mengenai hak siar, ketentuan mengenai kepemilikan lembaga penyiaran, ketentuan mengenai laporan keuangan dan lain-lain.

Sanksi terhadap pelanggaran ini cukup berat yaitu berupa sanksi pidana dan sanksi administratif. Sanksi pidana terdiri dari membayar denda Rp 5 Miliar atau pidana penjara 2 hingga 5 tahun, sedangkan sanksi administratif mulai dari teguran tertulis, penghentian sementara acara, pembatasan durasi siaran, hingga pencabutan izin penyelenggaraan siaran¹⁰.

Pasal 36 ayat (5) Undang-Undang Penyiaran mengatur tentang konten-konten siaran yang dilarang : a) antara lain konten program yang bersifat fitnah, menyesatkan dan menghasut serta kebohongan, b) adanya unsur kekerasan, cabul, perjudian dan penyalahgunaan narkoba serta zat terlarang, c) mempertentangkan suku, agama, ras dan antar golongan. Pengaturan tentang larangan terhadap konten program juga dilanjutkan dalam Pasal 36 ayat (6) yang menyatakan, isi siaran televisi dilarang memperolokkan, merendahkan, melecehkan atau mengabaikan nilai-nilai agama, martabat manusia atau merusak hubungan internasional. Pedoman perilaku penyiaran menentukan standar isi siaran yang sekurang-kurangnya berkaitan dengan: penghormatan terhadap pandangan keagamaan, penghormatan terhadap hal pribadi, pembatasan terhadap adegan kekerasan, cabul dan yang berkaitan dengan kesusilaan dan kesopanan, Perlindungan terhadap anak-anak, remaja dan perempuan. Program acara televisi juga harus digolongkan berdasarkan usia kelayakan penontonnya, dan yang tidak kalah penting adalah nertalitas dan validitas berita atau informasi yang disampaikan.

C. Perkembangan Penyiaran Televisi di Indonesia

¹⁰ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran.

Perkembangan dunia pertelevisian di Indonesia dimulai ada tahun 1962, tepat saat perayaan ulang tahun yang ke 17 Kemerdekaan Indonesia, siaran pertama yang merupakan siaran percobaan dilakkan. Siaran resmi baru dilakukan ketika Indonesia menjadi tuan rumah dari pesta olahraga Asian Games, dilakukan siaran live dari stadion Gelora Bung Karno. Stasiun televisi pertama yang dimiliki Indonesia adalah, TVRI (Televisi republik Indonesia. Pendirian stasiun TVRI merupakan prakasa dari presiden pertama RI Soekarno, pada awal berdirinya (1962-1963) TVRI hanya mengudara rata-rata satu jam sehari. Dengan perkembangan teknologi saat ini, TVRI telah mampu melaksanakan siaran 24 jam sehari dengan pembagian siaran menggunakan sistem analog (siaran yang menggunakan frekuensi sinyal) dan digital¹¹.

Setelah berdirinya stasiun televisi TVRI, pemerintah tidak membuka izin bagi pendirian televisi swasta. Karena pada saat itu TVRI menjadi kendaraan elit politik untuk melanggengkan kekuasaannya, melalui media mereka menyebarkan propoganda untuk membentuk persfektif masyarakat¹². Baru pada tahun 1989 pemerintah memberikan surat izin beroperasi kepada kelompok usaha Bimantara untuk membuka sebuah stasiun televisi RCTI, maka lahirlah Rajawali Citra Televisi (RCTI) sebagai televisi swasta pertama, Surya citra Televisi Indonesia (SCTV) lahir pada tahun 1990 sebagai televisi swasta kedua.

Selanjutnya Tahun 1992 lahirnya stasiun televisi Indosiar dan pada tahun 1994 Andalas Televisi (ANTV) mulai melakukan penyiaran pertama kali. Kemudian disusul dengan berdirinya perusahaan-perusahaan televisi swasta lainnya seperti Televisi Pendidikan Indonesia (TPI) yang sekarang berganti dengan MNC TV, Metro TV, Lativi yang berubah menjadi TVOne dan TV7 yang sekarang menjadi trans TV, kompas TV dan lain-lain¹³. Saat ini banyak pula stasiun televisi daerah, yang telah mengudara, seperti Siger TV (Lampung), Jak TV (Jakarta), Semarang TV (Jawa Tengah, Padang TV (Sumatera Barat), Palembang TV (Sumatera Selatan) dan masih banyak lainnya. Perusahaan televisi di Indonesia dikelompokkan kedalam tiga kategori :

¹¹ Onong Uchajana Efendy, *Televisi Siaran Teori Dan Praktik* (Bandung: Mandar Maju, 1993), 53.

¹² B Zalizer, *Exploration In Communication and Hostory* (London: Routledge, 2008), 130.

¹³ Henry dan rachmah Ida Subiakto, *Komunikasi Politik, Media Dan Demokrsi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2012), 138-39.

1. Televisi Publik, merupakan lembaga penyiaran yang didirikan oleh negara dan berbentuk badan hukum.
2. Televisi Swasta, televisi yang didirikan oleh perorangan atau badan hukum swasta.
3. Berlangganan kekomunitas, penyiaran televisi ini dikhususkan kepada masyarakat yang bersedia membayar jasa penyiaran secara periodik).

D. Peran Negara dalam Perlindungan Konsumen

Penyiaran televisi perlu memiliki regulasi yang menatur mengenai perlindungan hak-hak masyarakat sebagai konsumen media pertelevisian. Penyiaran merupakan bagian integral dari pembangunan nasional, berlandaskan kepada pengamalan Pancasila yang bertujuan mewujudkan cita-cita kemerdekaan Negara Indonesia. Penyiaran menjadi bagian integral dari pembangunan nasional, karena adanya pemahaman bahwa penyiaran yang merupakan bagian dari media massa memiliki pengaruh yang sangat luas dalam membentuk persepsi, perspektif, sikap dan perilaku masyarakat. Penyiaran televisi dapat menjadi sarana bagi pemerintah dalam mensosialisasikan rencana-rencana kerja dan pembangunannya, semakin banyak informasi-informasi yang positif yang disebarluaskan, maka dapat berdampak kepada semakin meningkatnya kecerdasan hidup bangsa. Perlindungan terhadap hak konsumen hakikatnya tidak terlepas dari peran pemerintah sebagai regulator, penyelenggaraan penyiaran memiliki fungsi strategis bagi pemerintah dalam bidang pembangunan.

Fungsi Primer pemerintah adalah fungsi yang simultan (terus menerus) dan berhubungan positif dengan pihak yang diperintah. Fungsi primer berbanding lurus dengan kondisi yang diperintah, artinya ketika yang diperintah mengalami kenaikan kondisi ekonomi, sosial, dan budaya maka fungsi primer pemerintah juga akan naik¹⁴. Pemerintah memiliki fungsi sebagai pemberi layanan (provider) jasa public yang tidak diprivatisasikan dan layanan civil termasuk layanan birokrasi. Fungsi pemerintah ini bersifat universal, artinya semua pemerintah bangsa dan negara didunia menjalankan fungsi ini, baik dikategorikan sebagai negara maju maupun yang sedang berkembang. Menurut teori ada tiga fungsi utama pemerintah bidang pelayanan yaitu:

¹⁴ Taliziduhu Ndraha, *Kybernology (Ilmu Pemerintahan Baru)* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2003), 76.

1. Fungsi pelayan masyarakat (*public service function*),
2. Fungsi pembangunan (*development function*)
3. Fungsi perlindungan (*protection function*) Hal yang terpenting dari ketiga fungsi tersebut adalah pemerintah dapat mengelola fungsinya agar dapat menghasilkan barang dan jasa (pelayanan) yang ekonomis, efektif, efisien dan akuntabel kepada seluruh masyarakat yang membutuhkannya¹⁵.

Negara Indonesia yang berlandaskan kepada Keimanan dan Ketakwaan terhadap Tuhan Yang Maha Esa dalam segala bidang kehidupan, maka dalam pelaksanaan kegiatan kehidupan kebangsaan wajib berpedoman kepada nilai-nilai yang ada (contohnya nilai agama, susila, dan adat istiadat setempat). Berdasarkan kepada landasan ini pula, pelaksanaan penyiaran di Negara Indonesia perlu dibina dan diarahkan agar dapat memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi masyarakat, hal ini berkaitan dengan adanya hak masyarakat sebagai konsumen penyiaran yang harus dipenuhi.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen merumuskan bahwa berlandaskan kepada filosofi pembangunan nasional, pembangunan yang diselenggarakan oleh negara meliputi pembangunan dalam bidang hukum perlindungan kepada masyarakat selaku konsumen, merupakan salah satu bentuk pembangunan manusia Indonesia seutuhnya yang berlandaskan pada falsafah Pancasila dan UUD 1945¹⁶.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) bukan satu-satunya peraturan hukum yang mengatur tentang perlindungan konsumen, sebab masih ada beberapa peraturan lain yang juga mengatur tentang hal ini salah satunya adalah undang-undang penyiaran(UUP). Pasal 1 UUPK mengatur bahwa “ Perlindungan konsumen adalah segala daya upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen”. Rumusan perlindungan konsumen dalam ayat tersebut menjadi dasar pokok-pokok fikiran pembentukan UUP dan asas-asas penyelenggaraan jasa

¹⁵ Muhammad Ryaas Rasyid, *Makna Pemerintah, Tinjauan Dari Segi Etika Dan Kepemimpinan* (Jakarta: PT. Mutiara Sumber Widya, 2002), 57.

¹⁶ *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*, n.d.

penyiaran, sehingga perlindungan konsumen mutlak adanya didalam penyelenggaraan penyiaran¹⁷.

Asas Kepastian hukum dalam penyelenggaraan siaran televisi, memberikan jaminan dan perlindungan kepada para pengusaha penyiaran televisi. Jaminan dan perlindungan ini menjadi stimulasi kepada para pelaku usaha untuk memberikan pelayanan jasa penyiaran dengan sebaik-baiknya, hal ini karena adanya persaingan usaha secara sehat. Pengusaha penyiaran televisi akan bersaing menarik perhatian audience bagi setiap program-program yang disajikan dengan cara yang bertanggung jawab dan jujur¹⁸. Kepastian hukum didalam UUPK dan UUP juga menjadi jaminan dan perlindungan hak bagi masyarakat sebagai konsumen dari bisnis jasa penyiaran. Konseumen memiliki hak untuk memilih, menentukan dan melakukan menuntut apabila hak-haknya dicerai.

Pasal 4 UUPK, mengatur bahwa konsumen memiliki hak untuk mendapat jaimnan atas kenyamanan dan dapat memilih dalam mengkonsumsi barang, mendapat informasi yang benar dan jujur atas barang atau jasa yang dikonsumsi, hak untuk didengar pendapat dan keluhannya, hak untuk mendapatkan advokasi, hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan sebagai konsumen, hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur, hak untuk medapat kompensasi, dan memperoleh hak-hak yang diatur dalam peraturan perundang-undangan lainnya¹⁹.

Pasal 5 UUPK mengatur kewajiban konsumen dalam mengkonsumsi barang ataupun jasa, pasal ini sebagai penyeimbang antara hak-hak konsumen dan hak-hak pengusaha barang atau jasa. Kewajiban-kewajiban yang harus dipenuhi oleh konsumen antara lain, membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian jasa atau barang, beritikad baik dalam melakukan transaksi, memebayar sesuai nilai tukar, dan mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen²⁰.

Kewajiban konsumen ini dimaksudkan agar pihak penyedia jasa dan pihak pengguna jasa sama-sama mendapatkan perlindungan hukum yang setara. Penekeanan

¹⁷ Wardah, "Hak Konsumen dalam Penyiaran Televisi," no. 64 (2014): 13.

¹⁸ Wardah, 534.

¹⁹ *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.*

²⁰ *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.*

terhadap perlindungan hukum konsumen, bukan berarti mengenyampingkan hak-hak pihak penyedia barang atau jasa.

E. Penerapan Asas Kebermanfaatan dalam penjaminan hak-hak Konsumen Penyiaran (Komisi Penyiaran Indonesia sebagai lembaga pengawasan dan kontrol penyelenggaraan penyiaran)

Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran memiliki semangat penyelenggaraan penyiaran yang merupakan milik ranah publik harus dikelola oleh sebuah lembaga atau badan yang independent, bebas dari campur tangan penguasa/pemerintah ataupun para pemilik modal. Perkembangan demokrasi di Indonesia menempatkan publik memiliki hak untuk mengawasi dan mengendalikan penyelenggaraan penyiaran. Frekuensi yang menjadi sarana penyelenggaraan siaran adalah milik publik oleh sebab itu para pengusaha jasa penyiaran harus dapat menjalankan fungsi pelayanan informasi yang sehat. Informasi yang diberikan bisa dalam berbagai macam bentuk antara lain berita, hiburan, ilmu pengetahuan dan lain-lain. UUP mengatur ada dua dasar pelayanan informasi yang baik yaitu, Prinsip keberagaman isi (*Diversity Of Content*) dan Keberagaman kepemilikan (*Diversity of Ownership*).

Prinsip-prinsip diatas menjadi dasar terciptanya pelayanan informasi yang baik, dengan penerapan keberagaman isi maka tersedia informasi yang beragam bagi publik dan tersedianya berbagai macam jenis program-program yang dapat dipilih masyarakat. prinsip keberagaman kepemilikan menjamin tidak adanya monopoli oleh kelompok-kelompok atau individu terhadap media massa, menjamin iklim persaingan yang sehat antara pengusaha penyiaran di Indonesia.

Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 Tentang penyiaran telah merubah secara fundamental sistem penyelenggaraan penyiaran di Indonesia, dimana tujuan akhir yang ingin dicapai adalah perlindungan terhadap hak masyarakat lebih merata. UUP merubah pengelolaan penyelenggaraan penyiaran yang pada awalnya merupakan hak eksklusif pemerintah (berdasarkan No. 24 Tahun 1997) beralih kepada sebuah lembaga/ badan pengatur yang bebas intervensi dari pihak manapun (*independent regulatori body*). Lembaga atau badan yang dimaksud bernama Komisi Penyiaran Indonesia (KPI).

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran adalah dasar hukum pembentukan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Undang-undang penyiaran yang baru berbeda dengan undang-undang Penyiaran sebelumnya, yaitu Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 1997 Tentang Penyiaran, pada Pasal 7 yang diatur bahwa "Penyiaran dikuasai oleh negara yang pembinaan dan pengendaliannya dilakukan oleh pemerintah". Pasal ini merupakan legitimasi dari hak intervensi dan kekuasaan pemerintah terhadap penyelenggaraan penyiaran di Indonesia. Pengaturan ini menimbulkan potensi, bahwa penyiaran di Indonesia semata-mata menjadi alat menjalankan kekuasaan pemerintah (membentuk wacana strategis dan mendukung hegemoni rezim), sehingga hilangnya *independensi* pers.

Komisi Penyiaran Indonesia merupakan sebuah badan atau lembaga *independent* maksudnya adalah bebas dari intervensi modal maupun kepentingan kekuasaan, dalam pengelolaan sistem penyiaran yang merupakan ranah publik. Sesuai dengan amanah UUP bahwa KPI berkewajiban untuk mengawal dan menjaga tujuan dari dibentuknya undang-undang tersebut. Pasal 2 UUP telah mengatur Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945 dengan asas manfaat, adil dan merata, kepastian hukum, keamanan, keberagaman, kemitraan, etika, kemandirian, kebebasan, dan tanggung jawab. Tujuan dari penyiaran sendiri di jabarkan dalam pasal 3 UUPA, bahwa penyiaran diselenggarakan dengan tujuan untuk memperkuat integrasi bangsa, terbinanya watak dan jatidiri bangsa yang beriman dan bertakwa, mencerdaskan kehidupan bangsa, memajukan kesejahteraan umum dalam rangka membangun masyarakat mandiri, demokratis, adil dan sejahtera.

Pasal 4 Undang-Undang Penyiaran mengatur ada tiga fungsi penyiaran yaitu :

1. Sebagai kegiatan komunikasi massa mempunyai
2. Fungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial serta mempunyai
3. Fungsi ekonomi dan kebudayaan.

Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) merupakan wadah aspirasi dan perwakilan bagi kepentingan masyarakat, hal ini merupakan wujud dari peran serta masyarakat dalam hal penyiaran.

KPI memiliki tugas dan kewajiban sebagai berikut :

1. menjamin masyarakat untuk memperoleh informasi yang layak dan benar sesuai dengan hak asasi manusia;
2. ikut membantu pengaturan infrastruktur bidang penyiaran;
3. ikut membangun iklim persaingan yang sehat antar lembaga penyiaran dan industri terkait;
4. memelihara tatanan informasi nasional yang adil, merata, dan seimbang;
5. menampung, meneliti, dan menindaklanjuti aduan, sanggahan, serta kritik dan apresiasi masyarakat terhadap penyelenggaraan penyiaran;
6. menyusun perencanaan pengembangan sumber daya manusia yang menjamin profesionalitas di bidang penyiaran²¹.

Berdasarkan tugas dan kewajiban KPI diatas, maka KPI dapat mengontrol sekaligus memberikan sanksi terhadap konten-konten program yang tayang di televisi dan dianggap kurang pantas. Undang-undang memberikan kebebasan yang seluas-luasnya bagi KPI untuk melaksanakan tugas dan fungsinya, oleh sebab itu KPI berhak mengeluarkan sebuah pengaturan yang berkaitan dengan kegiatan penyiaran sebagaimana ditegaskan dalam UUPenyiaran, bahwa KPI berhak mengeluarkan standar program penyiaran dan pedoman perilaku penyiaran. Standar program siaran adalah merupakan panduan tentang batasan-batasan apa yang boleh dan tidak boleh dalam penayangan program siaran. Sedangkan pedoman perilaku penyiaran adalah ketentuan-ketentuan bagi lembaga penyiaran yang ditetapkan oleh KPI untuk menyelenggarakan dan mengawasi sistem penyiaran nasional Indonesia

Pelanggaran-pelanggaran terhadap hak masyarakat sebagai konsumen penyiaran yang sangat tampak adalah tendensi politik stasiun televisi, ada beberapa pemilik stasiun televisi yang juga sebagai pendiri dan ketua umum parta politik. Sehingga berita-berita yang ditayangkan di televisi itu cenderung berpihak kepada kelompok yang memiliki pandangan yang sama. Netralitas dan idependensi jurnalistik di stasiun televisi tersebut dikesampingkan, hal ini membuat berita dan informasi yang disampaikan tidak berimbang.

²¹ *Legal Logic, Tugas Dan Kewenangan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI)*, <https://72legallogic.wordpress.com/category/Constitutional-Administrative-Law/>, Diunduh Pada Senin 25 Febuari 2021, Pukul 14.35 Wib., n.d.

Industrialisasi media yang mengutamakan aspek ekonomi yang berorientasi profit atau laba melahirkan konlomerasi media, hal ini menimbulkan potensi kurangnya objektivitas pemberitaan media. Program-program yang mampu menarik iklan akan dipertahankan, tanpa mempertimbangkan aspek pendidikan ataupun moral yang terkandung di dalamnya. Contoh dari hal diatas adalah tayangan sinetron yang mengajarkan kekerasan, pergaulan bebas, kehidupan glamour, dan cerita-cerita tahayul, atau program infotainment yang lebih banyak berisikan ghibah dengan mengorek-ngorek kehidupan pribadi para publik figur (seperti artis, tokoh masyarakat, tokoh politik, pejabat, dan lain-lain). Tayang *reality show*, acara-cara *live show* yang banyak berisi hujatan, bullying, kata kasar dari para talentnya.

Penyelenggaraan penyiaran di Indonesia harus dilaksanakan dengan mengedepankan asas kemanfaatan. Hal ini bertujuan untuk memberikan dan menjamin kesejahteraan dan hak-hak bagi sebesar-besarnya masyarakat secara umum. Meskipun kita tidak dapat menampik era industrial yang telah masuk kedalam dunia penyiaran, namun jangan sampai kepentingan ekonomi justru mengeser tujuan dan fungsi dari penyelenggaraan penyiaran itu sendiri.

F. Kesimpulan dan Rekomendasi

Media televisi samapi saat ini tetap diminanti oleh masyarakat, beragamnya variasi program yang mereka sajikan, mulai dari program berita (politik, olahraga, ekonomi, dan *enterteinment*) dan program hiburan (live musik, sinema elektronik, drama dari luarnegeri dan lain-lain) adalah daya tarik utamanya. Fenomena industrial penyiaran yang mulai merambah dalam dunia pertelevisian di Indonesia memberikan dampak dalam beberapa aspek, antara lain konten-konten program hanya berfokus kepada hal-hal yang sedang populer, diminati, dan menjadi trend dalam masyarakat, karena jumlah rating dan share yang tinggi menjadi fokus utama demi menarik jumlah iklan komersil. Pelanggaran terhadap ketentuan undang-undang penyiaran dan Pedoman Perilaku Penyiaran dan Pedoman Standar Program Siaran (P3SPS), seperti kata-kata kasar dan tidak sesuai nilai sopan santun, tingkah laku *talent* yang cenderung mempertontonkan kekerasan, *bullying* dan lain-lain kerap terjadi.

Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) sebagai lembaga yang memiliki fungsi pengawasan dan kontrol terhadap penyelenggaraan siaran adalah lembaga yang memiliki

andil dalam menjaga hak-hak masyarakat sebagai konsumen penyiaran. Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) merupakan wadah aspirasi dan perwakilan bagi kepentingan masyarakat, hal ini merupakan wujud dari peran serta masyarakat dalam hal penyiaran, oleh sebab itu ujung tombak dalam menjaga hak-hak masyarakat untuk memperoleh tontonan yang layak berada di tangan Komisi Penyiaran Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Burgin, Marissan Burhan. *Strategi Mengelola Radio Dan Televisi*. Tangerang: Ramdina Perkasa, 2005.
- Efendy, Onong Uchajana. *Televisi Siaran Teori Dan Praktik*. Bandung: Mandar Maju, 1993.
- Kuswandi, wawan. *Komunikasi Massa (Sebuah Analisis Isi Media Televisi*. Cet. Pertama. Jakarta: Rineka Cipta, 1996.
- Legal Logic, Tugas Dan Kewenangan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI)*, <https://72legallogic.wordpress.com/category/constitutional-administrative-law/>, Diunduh Pada Senin 25 Febuari 2021, Pukul 14.35 Wib., n.d.
- Morissan. *Manajemen Media Penyiaran:Startegi Mengelola Radio Dan Televisi*. Tangerang: Prenada Media Grup, 2008.
- Ndraha, Taliziduhu. *Kybernology (Ilmu Pemerintahan Baru)*. Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2003.
- Rasyid, Muhammad Ryaas. *Makna Pemerintah, Tinjauan Dari Segi Etika Dan Kepemimpinan*. Jakarta: PT. Mutiara Sumber Widya, 2002.
- Subiakto, Henry dan rachmah Ida. *Komunikasi Politik, Media Dan Demokrasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2012.
- Subroto, Darwanto sastro. *Produksi Acara Televisi*. Yogyakarta: Duta Wacana Universiy Press, 1994.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen,
n.d.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran, n.d.

Wardah. "Hak Konsumen dalam Penyiaran Televisi," no. 64 (2014): 13.

Zalizer, B. *Exploration In Communication and Hostory*. London: Routledge, 2008.