

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Kehidupan yang modern saat ini sangat dinamis dan banyak mengalami perubahan yang cepat. Kebutuhan untuk mendapatkan informasi didapat dari berbagai penjuru daerah, bahkan penjuru dunia. Dilihat dari jenis informasi, masyarakat menyerap semua informasi yang didapatkannya, seperti aspek politik, ekonomi, sosial, hingga hiburan. Tanpa informasi itu semua, perkembangan suatu masyarakat akan tidak berjalan dengan baik.

Masyarakat mendapatkan informasi dari media yang ada saat ini, media-media seperti televisi, koran, radio, maupun internet. Media ini terus memberikan informasi tiada henti setiap harinya. Bisa dibayangkan betapa besarnya pengaruh media terhadap masyarakat. Bila ada lapisan masyarakat yang tidak mendapatkan informasi-informasi, hal itu bisa mengakibatkan masyarakat tidak tahu apa yang telah terjadi, apa yang terjadi saat ini, dan apa yang akan terjadi di masa depan.

Hal ini karena distribusi informasi sering tidak merata. Kesenjangan menjelaskan bahwa pengetahuan, seperti bentuk-bentuk kekayaan, sering didistribusikan tidak merata ke seluruh sistem sosial (Tichenor, 1970: 159). Kesenjangan informasi (*information gap*) banyak memotivasi pelaku media massa untuk menyajikan informasi dan memperjuangkannya sebagai tindakan pembangunan. Di Indonesia, pada praktisi media misalnya menjadikan pemerataan informasi sebagai alasan pendirian institusi media, demikian juga

halnya dengan kebebasan pers juga dinobahkan pada hipotesis kesenjangan informasi.

Media penyebaran informasi yang diminati masyarakat paling banyak yaitu Televisi karena bersifat audio visual. Televisi ini juga mempengaruhi kehidupan manusia. Menurut Agee (2001: 279) 99% orang Amerika memiliki televisi di rumahnya. Tayangan televisi mereka dijejali hiburan, berita dan iklan. Mereka menghabiskan waktu menonton televisi sekitar tujuh jam dalam sehari.

Kegiatan penyiaran melalui media televisi di Indonesia dimulai saat TVRI menayangkan langsung upacara hari ulang tahun kemerdekaan Indonesia ke-17 pada tanggal Agustus 1962. Siaran langsung itu masih terhitung sebagai siaran percobaan. Siaran resmi TVRI baru dimulai pada tanggal 24 Agustus 1962 yang menyiarkan secara langsung upacara pembukaan Asian Games ke-4 dari stadion utama Gelora Bung Karno. (Morissan, 2011: 9). Sejak pemerintah Indonesia membuka TVRI, maka selama 27 tahun penonton televisi di Indonesia hanya dapat menonton satu saluran karena TVRI merupakan satu-satunya stasiun televisi yang ada saat itu.

Seiring berkembangnya penyiaran media televisi, pada awal reformasi terjadi perubahan serius dalam pertelevisian swasta Indonesia. Barulah pada tahun 1989, pemerintah memberikan izin kepada kelompok usaha Bimantara untuk membuka stasiun televisi RCTI yang merupakan televisi swasta pertama di Indonesia, disusul kemudian dengan SCTV, Indosiar, ANTV, dan TPI. Menjelang tahun 2000 di Indonesia muncul lima televisi swasta baru (Metro, Trans, TV7, Lativi, dan Global). Sepuluh stasiun swasta ini semua berlokasi

di Jakarta dan dapat melancarkan siarannya ke seluruh Indonesia (Morissan, 2011: 10). Maka dari itu dengan tidak berlakunya UU penyiaran sebelumnya, disusunlah UU penyiaran Nomor 32 pada tahun 2002.

Menurut Undang-undang Penyiaran Nomor 32 Tahun 2002 merupakan dasar utama bagi pembentukan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Semangatnya adalah pengelolaan sistem penyiaran yang merupakan ranah publik harus dikelola oleh sebuah badan independen yang bebas dari campur tangan pemodal maupun kepentingan kekuasaan.

Berbeda dengan semangat dalam Undang-undang penyiaran sebelumnya, yaitu Undang-undang No. 24 Tahun 1997 pasal 7 yang berbunyi "Penyiaran dikuasai oleh negara yang pembinaan dan pengendaliannya dilakukan oleh pemerintah", menunjukkan bahwa penyiaran pada masa itu merupakan bagian dari instrumen kekuasaan yang digunakan untuk semata-mata bagi kepentingan pemerintah.

Dasar hukum yang tertera dalam UU no 32/2002 pasal 31 mempunyai 6 ayat, yakni yang pertama yaitu lembaga penyiaran yang menyelenggarakan jasa penyiaran radio atau jasa penyiaran televisi terdiri atas stasiun penyiaran jaringan dan/atau stasiun penyiaran lokal. Kedua, lembaga Penyiaran Publik dapat menyelenggarakan siaran dengan sistem stasiun jaringan yang menjangkau seluruh wilayah negara Republik Indonesia. Ketiga, lembaga Penyiaran Swasta dapat menyelenggarakan siaran melalui sistem stasiun jaringan dengan jangkauan wilayah terbatas. Keempat, ketentuan lebih lanjut mengenai pelaksanaan sistem stasiun jaringan disusun oleh KPI bersama

Pemerintah. Kelima, stasiun penyiaran lokal dapat didirikan di lokasi tertentu dalam wilayah negara Republik Indonesia dengan wilayah jangkauan siaran terbatas pada lokasi tersebut. Keenam, mayoritas pemilikan modal awal dan pengelolaan stasiun penyiaran lokal diutamakan kepada masyarakat di daerah tempat stasiun lokal itu berada. (<http://www.kpi.go.id> diakses pada 29 Januari 2013)

Dasar hukum lainnya yakni pada pasal 6 yang mempunyai 4 ayat, yang pertama yaitu penyiaran diselenggarakan dalam satu sistem penyiaran nasional. Kedua, dalam sistem penyiaran nasional sebagaimana dimaksud dalam ayat 1, negara menguasai spektrum frekuensi radio yang digunakan untuk penyelenggaraan penyiaran guna sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Ketiga, dalam sistem penyiaran nasional terdapat lembaga penyiaran dan pola jaringan yang adil dan terpadu yang dikembangkan dengan membentuk stasiun jaringan dan stasiun lokal. Keempat, untuk penyelenggaraan penyiaran, dibentuk sebuah komisi penyiaran

Pembentukan dari UU di Indonesia menempatkan publik sebagai pemilik dan pengendali utama ranah penyiaran. Karena frekuensi adalah milik publik dan sifatnya terbatas, maka penggunaannya harus sebesar-besarnya bagi kepentingan publik. Sebesar-besarnya bagi kepentingan publik artinya adalah media penyiaran harus menjalankan fungsi pelayanan informasi publik yang sehat. Informasi terdiri dari bermacam-macam bentuk, mulai dari berita, hiburan, ilmu pengetahuan, dll. Dasar dari fungsi pelayanan informasi yang sehat adalah seperti yang tertuang dalam Undang-undang Penyiaran Nomor 32 Tahun 2002 yaitu *Diversity of Content*

(prinsip keberagaman isi) dan *Diversity of Ownership* (prinsip keberagaman kepemilikan).

Kedua prinsip tersebut menjadi landasan bagi setiap kebijakan yang dirumuskan oleh KPI. Pelayanan informasi yang sehat berdasarkan *Diversity of Content* (prinsip keberagaman isi) adalah tersedianya informasi yang beragam bagi publik baik berdasarkan jenis program maupun isi program. Sedangkan *Diversity of Ownership* (prinsip keberagaman kepemilikan) adalah jaminan bahwa kepemilikan media massa yang ada di Indonesia tidak terpusat dan dimonopoli oleh segelintir orang atau lembaga saja. Prinsip *Diversity of Ownership* juga menjamin iklim persaingan yang sehat antara pengelola media massa dalam dunia penyiaran di Indonesia.

Menurut Siregar (2001: 7-10), sistem siaran Televisi berjaringan merupakan adanya suatu stasiun induk dengan sejumlah stasiun lokal yang menjadi periferal dalam penyiaran. Hubungan stasiun induk dengan stasiun lokal berupa pemilikan penuh atau persahaman, dan bersifat terkait dalam pasokan (*feeding*) program. Siaran berjaringan secara umum diartikan sebagai sistem pemasokan siaran secara sentral kepada sejumlah stasiun penyiaran.

Perkembangan televisi berjaringan di Indonesia mulai berkembang sedikit demi sedikit seiring berdirinya UU no 32 tentang penyiaran. Seperti Elshinta TV yang sudah mulai berdiri pada tanggal 24 Agustus 2005 ini menggunakan televisi berjaringan, dengan berafiliasi 2 stasiun TV lokal yakni Palembang dan padang. Salah satu perusahaan yang turut ikut meramaikan industri televisi berjaringan yaitu Kompas TV.

Kompas TV merupakan stasiun televisi baru dalam bidang televisi lokal dengan gaya jaringan, Kompas TV ini berupaya bisa bersaing dalam industri tv swasta nasional komersial saat ini. Pembagian acara Kompas TV juga disuguhkan siaran lokal yang dimaksudkan untuk mendorong mutu siaran lokal Indonesia. Stasiun televisi ini juga berafiliasi dengan 14 stasiun lokal di Indonesia, yakni. STV (Bandung), Komedi TV (jabodetabek), BCTV (Surabaya), Borobudur TV (Semarang), Dewata TV (Bali), Makassar TV (Makassar), Mos TV (Palembang), Khatulistiwa TV (Pontianak), BTV (Banjarmasin), RBTv (Yogyakarta), Bengkulu TV (Bengkulu), AFB (Kupang), ART TV (Purworejo), ATV (Batu). Karena itu pada jam tayang tertentu Kompas TV mempunyai siaran yang berbeda-beda di setiap kota. (<http://www.kompas.tv>)

Oleh karena itu penulis tertarik melakukan penelitian tentang studi kasus penerapan UU No 32 tahun 2002 tentang penyiaran di Indonesia, studi kasus penerapan sistem stasiun berjaringan di Kompas TV dan STV.

## **1.2 FOKUS PENELITIAN**

Dalam penelitian ini, masalah yang ingin dicermati oleh penulis adalah “penerapan UU No 32 tahun 2002 tentang penyiaran di Indonesia, studi kasus penerapan sistem stasiun berjaringan di Kompas TV dan STV.:

1. Bagaimana proses perizinan televisi berjaringan Kompas TV?

2. Bagaimana penerapan dalam relai dan siaran bersama Kompas TV dan STV?
3. Bagaimana Wilayah jangkauan siaran Kompas TV?
4. Bagaimana isi siaran Kompas TV?
5. Bagaimana kepemilikan terhadap stasiun televisi lokal lain di Kompas TV dan STV?

### **1.3 TUJUAN PENELITIAN**

Dengan dibuatnya penelitian ini, penulis berharap bahwa hasilnya dapat memberi kegunaan bagi penulis dan bagi semua pihak yang membutuhkan seperti:

1. Mengetahui proses perizinan televisi berjaringan Kompas TV.
2. Mengetahui penerapan dalam relai dan siaran bersama Kompas TV STV.
3. Mengetahui Wilayah jangkauan siaran Kompas TV.
4. Mengetahui penerapan Kompas TV dan STV dalam isi siaran
5. Mengetahui kepemilikan terhadap stasiun televisi lokal lain di Kompas TV dan STV.

### **1.4 MANFAAT PENELITIAN**

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjabarkan Penerapan UU no 32 tentang televisi berjaringan melalui studi kasus Kompas TV. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai salah satu upaya pengembangan ilmu, khususnya bidang iklim komunikasi organisasi terutama di bidang *broadcasting*.

#### 1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai bahan pertimbangan dan sumbangan pemikiran di bidang media pertelevisian terutama

### 1.5 TAHAPAN PENELITIAN

Dalam penelitian ini, ada beberapa tahapan penelitian yang dilakukan penulis untuk menyelesaikan penelitian, yaitu:

Tabel 1.1 Tahapan Penelitian

No	Tahapan	Bulan				
		Januari 2013	Februari 2013	Maret 2013	April 2013	Mei 2013
1	Mencari Informasi (perpustakaan)					
2	Penelitian lapangan					

3	Wawancara narasumber					
4	Persiapan penyusunan Bab I sampai III					
5	Pengolahan data					
6	Penyelesaian data meliputi kesimpulan penelitian dan saran					

## 1.6 LOKASI DAN WAKTU PENELITIAN

### 1.6.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang akan dilakukan adalah:

- a. Kompas TV, Jl. Palmerah Selatan No. 1 Jakarta
- b. STV, Jl. RE Martadinata (Riau) Bandung
- c. KPID Jawa Barat, Jl. Malabar No. 62 Bandung

### 1.6.2 Waktu Penelitian

Kegiatan penelitian yang dilakukan oleh peneliti berlangsung selama 7 bulan, dimulai dari Januari 2013 hingga Juni 2013.