

BAB II

KERANGKA PEMIKIRAN

A. Kerangka Teori dan Konsep

1. Komunikasi dan Komunikas Massa

Secara etimologi (bahasa), kata “komunikasi” berasal dari bahasa Inggris “*communication*” yang mempunyai akar kata dari bahasa Latin “*communicare*”. Kata “*Communicare*” memiliki tiga kemungkinan arti yaitu;

- a. “*to make common*” atau membuat sesuatu menjadi umum.
- b. “*cum + munus*” berarti saling memberi sesuatu sebagai hadiah.
- c. “*cum+ munire*” yaitu membangun pertahanan bersama.¹⁹

Theodornoson and Theodornoson (1969) memberikan batasan komunikasi berupa penyebaran informasi, ide-ide, sikap-sikap, atau emosi dari seseorang atau kelompok kepada yang lain (atau lain-lainnya) terutama melalui simbol-simbol.²⁰

Onong Uchyana mengatakan komunikasi sebagai proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran, atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan).²¹ Dari pengertian komunikasi tersebut maka komponen komunikasi terbagi dalam empat bagian yaitu:

- a. Komunikator
- b. Pesan
- c. Media
- d. Komunikan

Menurut Effendy sebagaimana dikutip Burhan Bungin mengatakan bentuk komunikasi dalam masyarakat terbagi dalam 4 bentuk yaitu:

- a. Komunikasi Personal (*Personal Communication*).

¹⁹ Muhammad Mufid, *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005), h. 1.

²⁰ Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi*,(Jakarta: Kencana Prenada Media group, 2006) , h.30.

²¹ *Ibid*, h.31.

- 1) Komunikasi intrapersonal
 - 2) Komunikasi antarpersonal
- b. Komunikasi kelompok (*Group Communication*)
- 1) Komunikasi kelompok kecil
 - 2) Komunikasi kelompok besar
- c. Komunikasi Massa (*Mass Communication*)
- 1) Pers
 - 2) Radio
 - 3) Televisi
 - 4) Film
 - 5) Dan lain-lain
- d. Komunikasi Media (*Media Communication*).²²
- 1) Surat
 - 2) Telepon
 - 3) Pamflet
 - 4) Poster
 - 5) Spanduk
 - 6) Dan lain-lain.

Dari bentuk komunikasi di atas maka televisi dapat dikategorikan bentuk komunikasi massa. Komunikasi massa adalah proses komunikasi yang dilakukan melalui media massa dengan berbagai tujuan dan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas.²³

2. Penyiaran Televisi dan Televisi Lokal

Pengertian Penyiaran menurut pasal 1 ayat 2 (dua) Undang-Undang No.32/2002 adalah kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran dan/atau sarana transmisi di darat, di laut, atau di antariksa dengan menggunakan spektrum frekuensi radio melalui udara,

²² *Ibid*, h.33.

²³ *Ibid*, h.71.

kabel, dan/atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran.

Pengertian televisi menurut *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (KBBI) adalah sistem penyiaran gambar yang disertai dengan bunyi (suara) melalui kabel atau melalui angkasa dengan menggunakan alat yang mengubah cahaya (gambar) dan bunyi (suara) menjadi gelombang listrik dan mengubahnya kembali menjadi berkas cahaya yang dapat dilihat dan bunyi yg dapat didengar.²⁴

Penyiaran televisi menurut pasal 1 ayat 4 (empat) Undang-Undang No.32/2002 adalah media komunikasi massa dengar pandang, yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara dan gambar secara umum, baik terbuka maupun tertutup, berupa program yang teratur dan berkesinambungan.

Televisi lokal adalah bagian dari penyiaran televisi. Istilah televisi lokal mengacu pada regulasi penyiaran di Republik Indonesia yang tercantum dalam Undang-Undang No.32 Tahun 2002 tentang penyiaran pasal 31 ayat 1 (satu) dan 3 (tiga): "Lembaga penyiaran yang menyelenggarakan jasa penyiaran radio atau jasa penyiaran televisi terdiri atas stasiun penyiaran jaringan dan/atau stasiun penyiaran lokal."

Pasal 31 ayat 3 (tiga): "Lembaga penyiaran Swasta dapat menyelenggarakan siaran melalui sistem stasiun jaringan dengan jangkauan wilayah yang terbatas."

Jadi televisi lokal adalah televisi yang melakukan jasa penyiaran dengan jangkauan wilayah yang terbatas. Sebelum lahirnya Undang-Undang No.32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran, televisi lokal sebenarnya sudah tumbuh seiring munculnya televisi swasta di Indonesia pada tahun 1987 yaitu RCTI, SCTV, dan ANTV. Pada awal pendiriannya stasiun RCTI mengudara terbatas di Jakarta dan sekitarnya, SCTV di Surabaya dan

²⁴ *Ibid*, KBBI, h.1162.

sekitarnya, dan ANTV di Lampung dan sekitarnya.²⁵ Penyiaran televisi seperti halnya radio disiarkan secara terbatas pada satu wilayah terbatas.

Tidak adanya aturan yang jelas dalam Undang-Undang Penyiaran No 24 tahun 1997 tentang pembatasan siaran, secara perlahan televisi swasta yang tadinya melakukan siaran di wilayah terbatas itu mengembangkan sayapnya dengan membuat stasiun transmisi di berbagai daerah lainnya. Maka, sekitar tahun 1993-1994 stasiun televisi swasta yang menyajikan siaran terbatas sudah berubah menjadi televisi yang menyajikan siaran secara nasional.²⁶

Kemudian pada 28 Nopember 2002, Undang-Undang penyiaran No.32 disahkan, salah satu pasal sebagaimana tercantum diatas adalah kembalinya pembatasan siaran televisi swasta, terkecuali TVRI dan RRI sebagai Lembaga Penyiaran Publik (LPP) yang tetap dibolehkan menyajikan siaran secara nasional. Meski demikian, Undang-Undang No.32 Tahun 2002 mengakomodir televisi swasta yang sudah telanjur menyajikan siaran secara nasional dengan menggunakan pemancar transmisi dengan ketentuan siaran berjaringan. Jumlah televisi swasta yang sudah menyajikan siaran secara nasional sebelum disahkannya Undang-Undang Penyiaran No.32 Tahun 2002 sebanyak 10 televisi yaitu: RCTI, SCTV, ANTV, TPI (sekarang MNC TV), Indosiar, Trans TV, Metro TV, TV 7 (sekarang Trans 7), Lativi (sekarang TV One), dan Global TV. 10 televisi swasta tersebut setelah Undang-Undang No.32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran disahkan merupakan televisi lokal atau televisi yang melakukan siaran berjaringan.

²⁵ *Ibid*, Mufid, *Komunikasi..*, h.190.

²⁶ *Ibid*, h.190.

Tabel 1
Daftar Televisi Lokal Berjaringan di Kota Medan

No	Nama Televisi	Tanggal EDP	Rekomendasi
1.	SCTV Medan	17 Desember 2009	No.483/1828.A/KPISU/XII/2009 Tgl 21 Desember 2009
2.	RCTI Medan	26 Januari 2010	NO.483/70/Rek/KPIDSU/II/2009 Tgl 29 Januari 2010
3.	Global TV Medan	26 Januari 2010	No.483/74/Rek/KPIDSU/II/2009 Tgl 29 Januari 2009
4.	TPI Medan	26 Januari 2010	No. 483/72/KPIDSU/II/2009 Tgl 29 Januari 2010
5.	TV One Medan	28 Januari 2010	No. 483/65/KPIDSU/II/2010 Tgl 29 Januari 2010
6.	ANTV Medan	28 Januari 2010	No.483/63/KPIDSU/II/2010 Tgl 29 Januari 2010
7.	Metro TV Medan	23 Pebruari 2010	No.483/337/KPIDSU/III/2010 Tgl 24 Maret 2010
8.	Trans TV Medan	4 Maret 2010	No.483/329/KPIDSU/III/2010 Tgl 24 Maret 2010
9.	Trans 7 Medan	4 Maret 2010	No 483/327/KPIDSU/III/2010 Tgl 24 Maret 2010
10.	Indosiar Medan	18 Maret 2010	No.483/325/KPIDSU/III/2010 Tgl 24 Maret 2010

Sumber: Bidang Perizinan KPIDSU, Januari 2011

Adanya ketentuan pembatasan wilayah jangkauan siaran ini diharapkan akan membawa dampak positif yaitu adanya keragaman isi (*diversity of content*) dan keragaman kepemilikan (*diversity of ownership*) sehingga terjadinya demokratisasi di bidang penyiaran. Keragaman isi siaran yang dimaksud adalah adanya program lokal yang bermaterikan muatan lokal, baik program faktual maupun non faktual,



22/T/2011

yang mencakup peristiwa, isu-isu, latar belakang cerita, dan sumber daya manusia (SDM), dalam rangka pengembangan budaya dan potensi daerah setempat.²⁷

Demokratisasi di bidang penyiaran ini diharapkan adanya perlindungan terhadap khazanah budaya bangsa Indonesia yang beragam, perlindungan terhadap kepentingan publik lokal, pemerataan kemampuan SDM, dan pemerataan ekonomi antara pusat pemerintahan di Jakarta dengan banyak daerah di Indonesia. Selama ini perkembangan usaha di bidang penyiaran televisi terasa timpang akibat tersentralisasinya lembaga penyiaran di pusat pemerintahan di Jakarta.

Di Kota Medan saat ini sudah ada tiga stasiun televisi lokal yang berizin yaitu Deli TV, Daai TV, dan TV Anak Spacetoon.²⁸ Ketiga stasiun televisi lokal itu sebelum memperoleh perizinan telah melalui proses EDP yang didalamnya menyampaikan visi misi.

Tabel 2
Daftar Televisi Lokal di Kota Medan

No	Nama Televisi	Tanggal EDP	Rekomendasi
1.	TVRI Sumut	Tidak ada*)	Tidak ada*)
2.	Deli TV Medan	23 Januari 2004	No.482/18/Rek/KPIDSU/I/2005 Tlg 24 Januari 2005
3.	DAAI TV Medan	5 April 2006	No.482/177.A/Rek/KPIDSU/IV/2006 Tgl 8 April 2006
4.	TV Anak Spacetoon Medan	18 September 2006	No. 483/440/LYK/KPIDSU/X/2006 Tgl 6 Oktober 2006
5.	CN TV Medan	9 September 2009	No. 482/18/Rek/KPIDSU/I/2005 Tgl 24 Januari 2005

Sumber: Bidang Perizinan KPIDSU, Januari 2011

*) Perizinan langsung dari pusat di Jakarta

²⁷ Standar Program Siaran, pasal 1 ayat 13 (tiga belas).

²⁸ Bidang Perizinan KPID Sumatera Utara, Januari 2011.

3. Teori Norma Budaya (*Cultural Norms Theory*)

Dalam melakukan penelitian komunikasi massa dikenal berbagai macam teori yang digunakan. Salah satunya adalah Teori Norma Budaya (*Cultural Norm Theory*). Menurut Melvin DeFleur teori ini hakikatnya adalah bahwa media massa melalui penyajiannya yang selektif dan penekanannya pada tema-tema tertentu, menciptakan kesan-kesan pada khalayak di mana norma-norma budaya mengenai topik yang diberi bobot. Oleh sebab itu perilaku individual biasanya dipandu oleh norma-norma budaya mengenai sesuatu hal tertentu, maka media komunikasi secara tidak langsung akan mempengaruhi perilaku.

Dalam hubungan ini terdapat paling sedikit tiga cara dimana media secara potensial mempengaruhi situasi dan norma bagi individu-individu yaitu:

Pertama: Pesan komunikasi massa akan memperkuat pola-pola yang sedang berlaku dan memandu khalayak untuk percaya bahwa suatu bentuk sosial tertentu tengah dibina oleh masyarakat.

Kedua: Media komunikasi dapat menciptakan keyakinan baru mengenai hal-hal di mana khalayak sedikit lebih banyak telah memiliki pengalaman sebelumnya.

Ketiga: Komunikasi massa dapat mengubah norma-norma yang tengah berlaku dan karenanya mengubah khalayak dari suatu bentuk perilaku menjadi bentuk perilaku yang lain.²⁹

Mengenai hubungan potensial antara media massa dan norma budaya DeFleur menunjuk karya Lazarsfeld dan Merton dalam fungsi media memperkuat norma. Dikatakannya bahwa media beroperasi secara perlahan-lahan dan mengikuti norma umum yang berkaitan dengan cita rasa dan nilai, ketimbang membawanya ke bentuk-bentuk baru.³⁰ Jadi media massa dapat memperkuat *status quo* ketimbang menciptakan

²⁹ Lukiati Komala, *Ilmu Komunikasi, Perspektif, Proses, dan Konteks* (Bandung: Widya Padjadjaran, 2009), h.191.

³⁰ *Ibid.*

norma-norma baru atau mengubah pola-pola terlembaga secara mendalam.

4. Teori Tanggung Jawab Sosial (Social Responsibility Theory)

Tiga orang cendekiawan Amerika Serikat, masing-masing Fred S. Siebert, Theodore Paterson dan Wilbur Schramm pada tahun 1956 menerbitkan sebuah buku dengan judul "*Four Theories The Press*". Buku tersebut mengupas empat buah sistem pers yang berlaku di berbagai negara di dunia yaitu:

- (1) Authoritarian theory (teori otoriter)
- (2) Libertarian Theory (Teori liberal)
- (3) Soviet Communist Theory (teori komunis Soviet)
- (4) Social Responsibility Theory (teori tanggung jawab sosial)

Menurut Suwardi Lubis dalam buku tersebut menyebutkan pada dasarnya hanya ada dua teori dasar tentang pers yaitu authoritarian dan libertarian. Sedangkan yang kedua lainnya merupakan modifikasi dan pengembangan dari yang dua tersebut.³¹

Teori Tanggung Jawab Sosial dibahas oleh Theodore Peterson merupakan pergeseran dari teori Liberal. Dasar teori ini adalah bahwa kebebasan dan kewajiban berlangsung secara beriringan. Media yang ikut menikmati kebebasan dalam pemerintahan yang demokratis, berkewajiban untuk bertanggung jawab kepada masyarakat dalam melaksanakan fungsinya.

Teori Tanggung Jawab Sosial ini lahir sebagai akibat dari kritik-kritik yang tajam dan gencar terhadap kegiatan media pers terutama pada abad ke-20. Sebagai tanggapan kritik yang dianggap berarti bagi kehidupan bernegara, masyarakat, dan per situ sendiri, maka dibentuklah *Commision of Freedom of The Press* (Komisi Kemerdekaan Pers). Komisi Kemerdekaan Pers ini merumuskan 5 (lima) persyaratan pers yaitu:

³¹ Suwardi Lubis, *Teori-Teori Komunikasi (Sebuah Konsepsi, Analisa dan Aplikasi)*, t.t.p. t.p. t.t, h.56.

- (1) Memberikan peristiwa-peristiwa yang benar, lengkap, dan berpekerti dalam konteks mengandung makna.
- (2) Memberikan pelayanan sebagai forum untuk saling tukar komentar dan kritik.
- (3) Memproyeksikan yang mewakili kelompok inti dalam masyarakat.
- (4) Bertanggung jawab atas penyajian disertai penjelasan mengenai tujuan dan nilai-nilai masyarakat.
- (5) Mengupayakan akses sepenuhnya pada peristiwa sehari-hari.³²

Dalam hal ini pers tidak hanya dituntut akurat dalam menyajikan berita, namun juga harus bisa membedakan secara tegas mana berita, mana opini. Berita yang mempunyai interpretasi tertentu harus ditempatkan pada fakta yang murni dan disajikan juga latar belakang yang ada di sekeliling fakta.

Dalam penelitian ini lebih menekankan pada kesepakatan bahwa media juga bertanggung jawab untuk mempresentasikan dan melakukan klarifikasi tentang nilai dan tujuan masyarakat. Mereka seharusnya menyalurkan nilai-nilai kebaikan. Hal ini sebagaimana asas, tujuan, dan fungsi media sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Penyiaran No.32 tahun 2002 tentang penyiaran.

Yang dimaksud dengan tanggung jawab sosial di dalam penelitian ini adalah bagaimana stasiun lokal DAAI TV Medan mampu menjadi sebuah lembaga penyiaran televisi lokal yang mampu menampilkan sebuah media yang sesuai dengan harapan masyarakat yakni memberikan fungsi informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial.

³² *Ibid*, h.57.

5. Pornografi Media

Pornografi menurut Undang-Undang No.44 Tahun 2008 tentang Pornografi adalah gambar, sketsa, ilustrasi, foto, tulisan, suara, bunyi, gambar bergerak, animasi, kartun, percakapan, gerak tubuh, atau bentuk pesan lainnya melalui bentuk media komunikasi dan/atau pertunjukan di muka umum, yang memuat kecabulan atau eksploitasi seksual yang melanggar norma kesusilaan dalam masyarakat.

Pornografi adalah sebuah istilah yang cukup lama dan cukup panjang sejarahnya bila dibandingkan dengan berbagai istilah dalam konteks istilah-istilah yang sama dalam pembendaharaan kata-kata Inggris maupun Indonesia. Kata-kata pornografi sering diucapkan ketika media massa, terutama media elektronik sering menayangkan gambar-gambar asusila, ketika model populer pakaian perempuan modern hampir mendekati 'tidak berpakaian' dan berbagai kasus yang berhubungan dengan tubuh manusia diungkapkan sebagai komoditas kapitalis, kasus-kasus perusakan nama baik seseorang dengan menggunakan gambar-gambar asusila seperti artis Narziel Irham alias Aril Peterpan, Cut Tari, dan Luna Maya. Serta beberapa kasus sebelumnya seperti gambar anggota DPR RI Yahya Zaini dan artis Maria Eva, dan kasus paling teraktual yang terjadi pada Jum'at, 8 April, 2011 yaitu anggota DPR RI dari Fraksi Partai Keadilan Sejahtera (FPKS) Arifinto tertangkap kamera wartawan membuka konten pornografi dan komputer tabletnya pada saat rapat paripurna.

Konteks pornografi sendiri ketika dikonsepsikan dalam sebuah batasan yang menjadi ukuran bersama untuk menjelaskan sebuah fenomena porno, baik itu pornografi, pornoaksi, pornoteks, pornosuara, maupun pornomedia, merupakan konsep yang berubah-ubah seiring dengan perubahan sosial dalam masyarakat. Menurut Kuhn sebagaimana

dikutip Bungin, konteks dan definisi porno lebih banyak berada pada wilayah anomali dan krisis dari pada pada wilayah *order*.³³

Dari beberapa konsep porno yang paling banyak dijadikan acuan adalah yang bersumber dari konteks budaya dan sosiologis. Konsep budaya berhubungan bagaimana kultur lokal mengakomodasi masalah-masalah porno sebagai bagian dari kearifan lokal, termasuk bagaimana konteks budaya lokal memberi kontribusi terhadap sikap dan perilaku porno itu sendiri. Dalam konsep sosiologis, lahir di sini persoalan kreatifitas, persoalan seni, ekonomi, dan mata pencaharian, perilaku dan sikap keagamaan, sampai pada persoalan politik dan kekuasaan, serta hubungan antara warga negara dan negara termasuk yang terpenting hubungan dengan Tuhan.

Masing-masing orang berada pada konteks budaya dan sosiologis ini memiliki kepentingan masing-masing untuk membuat definisi tentang porno. Jadi, substansi pengaturan dari definisi porno ini menyinggung hak-hak pribadi seseorang, sedangkan hak-hak itu sendiri adalah kebutuhan mendasar setiap orang dalam masyarakat. Ketika masyarakat akan mengatur definisi tentang porno, maka harus ada benang merah yang dapat ditarik sebagai kepentingan dan konteks sosial yang ada, semua perbedaan harus terakomodasi dalam peraturan itu. Persoalannya tidak semua kepentingan terakomodasi satu dan lainnya, karena bisa jadi konteksnya saling bertolak belakang. Misalnya dalam konteks agama (Islam) porno sebagai perilaku 'haram' tidak boleh dilakukan. Sementara sebagian pekerja seni mendefinisikan sebagai 'wilayah abu-abu', dan pekerja yang telah menjadikannya mata pencaharian menyatakan bahwa porno 'wilayah boleh'.

Jalan tengahnya adalah sebuah tawaran tentang regulasi, dimana sekelompok masyarakat terikat pada hak dan kewajibannya apabila akan mengakses objek porno. Sementara bagi kelompok masyarakat yang

³³ Bungin, *Sosiologi Komunikasi*, h. 342.

secara ketat melarang hukum porno, maka hukum ditegakkan sebagaimana syariat agama dan kepercayaannya.

Di Indonesia acuan regulasi yang mengatur tentang batasan pornografi ada dalam Undang-Undang (UU) No.44 tahun 2008 tentang Pornografi. Larangan dan pembatasan tentang maksud pornografi dalam UU tersebut ada pada pasal 4 ayat 1 (satu) dan 2 (dua) yang berbunyi:

- (1) Setiap orang dilarang memproduksi, membuat dan memperbanyak, menggandakan, menyebarkan, menyiarkan, mengimpor, mengekspor, menawarkan, memperjualbelikan, menyewakan, atau menyediakan pornografi yang secara eksplisit memuat:
 - a. persenggamaan, termasuk persenggamaan yang menyimpang;
 - b. kekerasan seksual;
 - c. masturbasi atau onani;
 - d. ketelanjangan atau tampilan yang mengesankan telanjang;
 - e. alat kelamin;
 - f. pornografi anak;
- (2) Setiap orang dilarang menyediakan jasa pornografi yang:
 - a. menyajikan secara eksplisit ketelanjangan atau tampilan yang mengesankan ketelanjangan;
 - b. menyajikan secara eksplisit alat kelamin;
 - c. mengeksploitasi atau memamerkan aktifitas seksual;
 - d. menawarkan atau mengiklankan, baik langsung maupun tidak langsung layanan seksual.

Uraian regulasi UU No.44/2008 tentang Pornografi tersebut jelas bahwa televisi sangat berpotensi melanggar UU tersebut terutama terkait dalam hal memproduksi dan menyiarkan. Televisi dapat terkena menyiarkan atau mengiklankan saja apabila materi siaran yang disiarkan bukan produksi televisi yang menyiarkannya.

Regulasi terkait pornografi lainnya terdapat dalam Undang-Undang Penyiaran No.32/ Tahun 2004. Dalam UU Penyiaran terkait pelarangan isi siaran pornografi terdapat dalam pasal 36 ayat 3 (tiga), 5 (lima), dan 6 (enam), yang berbunyi:

- (3) Isi siaran wajib memberikan perlindungan dan memberdayakan 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.
- (4) -
 - (5) Isi siaran dilarang:
 - a. bersifat memfitnah, menghasut dan menyesatkan, dan/atau bohong;
 - b. menonjolkan unsur kekerasan, cabul, perjudian, penyalahgunaan narkoba dan obat terlarang; atau
 - c. mempertentangkan suku, agama, ras, dan antargolongan.
 - (6) Isi siaran dilarang memperolokkan, merendahkan, melecehkan, dan/atau mengabaikan nilai-nilai agama, martabat manusia Indonesia, atau merusak hubungan internasional.

Untuk menetapkan parameter pornografi dalam media massa televisi telah dikeluarkan oleh KPI/KPID Peraturan Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3 dan SPS). KPI/KPID menerbitkan dan mensosialisasikan P3SPS kepada lembaga penyiaran dan masyarakat sebagaimana tercantum dalam pasal 48 UU No.32 tahun 2002 tentang Penyiaran pada ayat 1 (satu), 2 (dua), 3 (tiga) dan 4 (empat) yang berbunyi:

- (1) Pedoman perilaku penyiaran bagi penyelenggaraan siaran ditetapkan oleh KPI.
- (2) Pedoman perilaku penyiaran sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) disusun dan bersumber pada:
 - a. nilai-nilai agama, moral, dan peraturan perundang-undangan yang berlaku; dan
 - b. norma-norma lain yang berlaku dan diterima oleh masyarakat umum dan lembaga penyiaran.
- (3) KPI wajib menerbitkan dan mensosialisasikan pedoman perilaku penyiaran kepada Lembaga Penyiaran dan masyarakat umum.
- (4) Pedoman perilaku penyiaran menentukan standar isi siaran yang sekurang-kurangnya berkaitan dengan:
 - a. rasa hormat terhadap pandangan keagamaan;
 - b. rasa hormat terhadap hal pribadi;
 - c. kesopanan dan kesusilaan;
 - d. pembatasan adegan seks, kekerasan, dan sadisme;
 - e. perlindungan terhadap anak-anak, remaja, dan perempuan;
 - f. penggolongan program dilakukan menurut usia khalayak;
 - g. penyiaran program dalam bahasa asing;
 - h. ketepatan dan kenetralan program berita;
 - i. siaran langsung;
 - j. siaran iklan.

KPI/KPID sendiri telah menerbitkan keputusan No. 2 dan 3 tahun 2009 tentang P3 dan SPS. Parameter batasan tentang pornografi dalam media penyiaran disebutkan dalam pasal 17 sampai 24 peraturan KPI No.3 Tentang SPS. Parameter batasan seks dalam SPS tersebut lebih detail dibandingkan dengan yang tercantum dalam UU. 44 tahun 2008 tentang Pornografi. Dalam SPS pasal 16 ayat 2 (dua) yang tidak termasuk pornografi adalah konteks kasih sayang dalam keluarga dan persahabatan, termasuk didalamnya mencium pipi, mencium kening/dahi, mencium tangan, sungkem, bergandengan tangan, dan/atau berpelukan.

Adapun parameter pornografi sebagaimana tercantum dalam pasal 17 sampai 24 Peraturan SPS KPI/KPID adalah:

Pasal 17 (Pelarangan Adegan Seksual).

Program siaran yang bermuatan adegan seksual dilarang sebagai berikut:

- a. mengeksploitasi bagian-bagian tubuh yang lazim dianggap dapat membangkitkan birahi, seperti: paha, bokong, payudara, dan/atau alat kelamin;
- b. menayangkan penampakan alat kelamin, ketelanjangan dan/atau kekerasan seksual;
- c. adegan gerakan tubuh atau tarian yang dapat membangkitkan gairah seks, khususnya bagian tubuh sekitar dada, perut, pinggul/bokong;
- d. adegan berpelukan mesra sambil bergumul antara lawan jenis maupun sesama jenis yang dapat membangkitkan libido;
- e. adegan menyentuh, meraba, atau meremas bagian tubuh yang dapat membangkitkan birahi, seperti: paha, selangkangan, bokong, payudara, atau perut;
- f. adegan ciuman bibir penuh nafsu dan adegan ciuman pada bagian bagian tubuh yang dapat membangkitkan birahi, seperti: pada leher, payudara, telinga, atau perut;
- g. adegan yang mengesankan ciuman bibir secara samar-samar;
- h. adegan masturbasi secara terbuka;
- i. adegan yang mengesankan masturbasi secara samar-samar;
- j. hubungan seks dan/atau persenggamaan;
- k. menampilkan persenggamaan atau hubungan seks heteroseksual, homoseksual/lesbian, atau benda tertentu yang menjadi simbol seks secara terbuka atau samar-samar;
- l. suara-suara atau bunyi-bunyian yang mengesankan berlangsungnya kegiatan hubungan seks dan/atau persenggamaan;

- m. adegan yang menggambarkan hubungan seks antar binatang secara vulgar, antara manusia dan binatang atau alat peraga lainnya;
- n. adegan pemerkosaan atau kekerasan seksual secara vulgar;
- o. adegan yang menunjukkan terjadinya pemerkosaan atau kekerasan seksual secara samar-samar;
- p. lirik lagu yang secara eksplisit dapat membangkitkan hasrat seksual;
- q. dan/ atau pembicaraan mengenai hubungan seksual secara vulgar

Pasal 18 (Seks di Luar Nikah dan Praktek Aborsi).

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

Pasal 19 (Muatan Seks dalam Lagu dan Klip Video).

- (1) Program siaran lagu atau klip video dilarang berisikan lirik bermuatan seks, baik secara eksplisit atau vulgar.
- (2) Program siaran dilarang bermuatan adegan tarian, gerakan tubuh dan/ atau lirik yang dapat dikategorikan cabul atau membangkitkan gairah seks.
- (3) Program siaran dilarang bermuatan adegan dan/atau lirik yang dapat dipandang merendahkan perempuan sebagai obyek seks.
- (4) Program siaran dilarang menjadikan anak-anak dan remaja sebagai obyek seks, termasuk didalamnya adalah adegan yang menampilkan anak-anak dan remaja berpakaian seronok, bergaya dengan menonjolkan bagian tubuh tertentu dan/atau melakukan gerakan yang lazim diasosiasikan dengan daya tarik seksual.

Pasal 20 (Program Bincang-bincang Seks).

- (1) Program siaran yang berisikan pembicaraan atau pembahasan mengenai masalah seks harus disajikan secara santun, berhati-hati, dan ilmiah.
- (2) Program siaran tentang pendidikan seks untuk remaja yang bertujuan membantu remaja memahami kesehatan reproduksi harus dilakukan dengan cara yang sesuai dengan perkembangan usia remaja.

- (3) Program siaran bermuatan dialog seks dilarang menjadi ajang pembicaraan mesum, cabul, dan/atau ajang bertukar pengalaman seks.

Pasal 21 (Pemberitaan Kekerasan Seksual).

Pemberitaan kekerasan seksual dilarang dilakukan secara eksplisit dan vulgar.

Pasal 22 (Pemberitaan Pekerja Seks Komersial).

Pemberitaan yang membahas atau mengandung muatan cerita tentang pekerja seks komersial harus memperhatikan ketentuan sebagai berikut:

- a. tidak mempromosikan dan mendorong agar pelacuran dapat diterima oleh agama dan masyarakat; dan
- b. dalam program faktual, wajah dan identitas pekerja seks komersial wajib disamarkan.

Pasal 23 (Pemberitaan Homoseksualitas dan Lesbian).

Pemberitaan yang membahas atau mengandung muatan homoseksualitas dan lesbian tidak mempromosikan dan menggambarkan bahwa homoseksualitas dan lesbian adalah suatu kelaziman.

Pasal 24 (Pemberitaan Perilaku Seks yang Menyimpang).

- (1) Pemberitaan dapat membahas atau bertemakan berbagai perilaku seksual menyimpang dalam masyarakat, seperti:
 - a. hubungan seks antara orang dewasa dan anak-anak/remaja;
 - b. hubungan seks sesama anak-anak atau remaja di bawah umur;
 - c. hubungan seks sedarah;
 - d. hubungan manusia dengan hewan;
 - e. hubungan seks yang menggunakan kekerasan;
 - f. hubungan seks berkelompok; dan/atau
 - g. hubungan seks dengan menggunakan peralatan.
- (2) Dalam memberitakan perilaku seks menyimpang sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1), harus memperhatikan ketentuan sebagai berikut:
 - a. tidak membenarkan perilaku seksual menyimpang tersebut; dan /atau
 - b. tidak membicarakan, menyajikan dan menampilkan adegan perilaku seksual tersebut secara rinci dan vulgar.

Kata-kata jorok dalam media pada awalnya sebelum masyarakat terbuka seperti sekarang ini disebut dengan kata porno. Begitu pula media massa dan teknologi informasi komunikasi belum berkembang seperti saat

ini, semua bentuk pencabulan atau tindakan-tindakan yang jorok dengan menonjolkan objek seks juga disebut dengan kata porno. Kemudian ketika ide-ide porno itu sudah dapat dilukis atau diukir pada lembaran-lembaran kertas atau kanvas dan terutama ketika penemuan mesin cetak di abad ke-14 sehingga masyarakat telah dapat mencetak hasil-hasil cetakan termasuk gambar-gambar porno, maka istilah pornografi menjadi sangat sering digunakan untuk menandai gambar-gambar porno itu.

Saat ini ketika masyarakat sudah terbuka, kemajuan teknologi informasi komunikasi terus berkembang, maka konsep pornografi juga telah bergeser dan berkembang. Karena itu secara garis besar, dalam wacana porno atau gambaran tindakan pencabulan (pornografi) kontemporer, ada beberapa varian pemahaman porno yang dapat dikonseptualisasikan, seperti pornografi, pornoteks, pornosuara, dan pornoaksi. Dalam kasus tertentu semua kategori konseptual itu dapat menjadi sajian dalam satu media, sehingga melahirkan konsep baru yang dinamakan pornomedia.³⁴

Dalam konteks media massa, pornografi, pornoteks, pornosuara, dan pornoaksi menjadi bagian-bagian yang saling berhubungan sesuai dengan karakter media yang menyiarkan porno itu. Namun dalam banyak kasus, pornografi (cetak-visual) memiliki kedekatan dengan pornoteks, karena gambar dan teks dapat disatukan dalam media cetak. Sedangkan pornoaksi dan pornosuara dapat bersamaan pemunculannya dengan pornografi (elektronik) karena ditayangkan di televisi. Sedangkan khusus pornosuara saja hanya dapat disebut pornografi ketika muncul dalam media elektronik radio dan televisi. Bahkan varian-varian porno ini menjadi satu dalam media jaringan seperti internet yaitu sering dikenal *cybersex*, *cyberporno*, dan sebagainya. Agenda media tentang varian pencabulan dan penggunaan media massa dan telekomunikasi ini untuk menyebarkan pencabulan tersebut inilah yang dimaksud pornografi media (pornomedia).

³⁴ *Ibid*, h. 337.

Dengan demikian, konsep pornomedia meliputi realitas porno yang dilakukan oleh media, seperti antara lain gambar-gambar dan teks-teks porno yang dimuat di media cetak, film-film porno, gambar, dan cerita cabul yang ditayangkan di televisi, serta cerita cabul dan suara-suara rayuan porno yang disiarkan di radio.

Burhan Bungin mengatakan bahwa hasil penelitiannya tahun 1995 dan 2001 tentang sikap seks remaja, menunjukkan hampir semua media massa pernah menggunakan erotisme dan pornografi sebagai salah satu pemberitaan mereka, dengan kata lain hampir semua media massa telah mempraktikkan pornomedia.³⁵ Tanpa harus menuduh media massa melakukan keteledoran, fakta membuktikan pornomedia dalam berbagai bentuk pernah diekspos oleh media sengaja atau tidak sengaja.

Hal itu menurut Bungin disebabkan karena:

1. Media kehilangan idealisme;
2. media terancam tirsanya menurun;
3. media massa bersaing sesama media;
4. media massa baru memosisikan dirinya di masyarakat;
5. masyarakat membutuhkan pornografi media.

Pada kenyataannya institusi media massa adalah komunitas sosial yang kadang penuh dengan persaingan dan permusuhan. Sebagaimana juga institusi sosial lainnya, media massa bukanlah unit-unit sosial yang lepas dari nilai masyarakatnya secara umum. Namun ketika media harus memilih antara nilai dan persaingan, kadang media massa terlepas pula dari kontrol-kontrol moral. Suatu saat, ketika media harus menggeliat, maka perempuan menjadi salah satu objek eksploitasi yang memiliki resiko paling mudah. Jadi, menurunkan pemberitaan pornomedia, pornoteks dan sebagainya bukan tindakan yang dilakukan tanpa sengaja, namun melalui pertimbangan-pertimbangan redaksional yang matang.

³⁵ *Ibid*, h. 340.

Sehingga pornomedia tidak bisa lepas dari tanggung jawab media massa itu sendiri.³⁶

Perdebatan mengenai pornomedia bukan saja menyangkut persoalan eksploitasi perempuan, namun persoalan yang lebih besar adalah sebuah tindakan pengabaian norma dan moral agama dan masyarakat, bahkan sebagai suatu tindakan yang menabrakkan antara kepentingan media massa dan urusan-urusan agama, kepantasan, dan keprihatinan terhadap pendidikan masyarakat secara luas, sehingga banyak kalangan menempatkan pornomedia sebagai bentuk patologi sosial. Namun sebagaimana juga patologi sosial lainnya yang timbul dalam masyarakat, kehadiran problema sosial tersebut menjadi sebuah refleksi kebutuhan masyarakat itu sendiri.

6. Proses Produksi Siaran Televisi

Lembaga penyiaran swasta televisi membutuhkan program untuk mengisi berbagi jam siaran yang tersedia (*air time*). Menurut Morissan, televisi mendapatkan sumber-sumber program setiap harinya secara garis besar ditinjau dari siapa yang membuat program terdiri dari:

- 1) Produksi sendiri (*in house production*)
- 2) Diproduksi oleh pihak lain seperti rumah produksi (*production house*).³⁷

Untuk program yang diproduksi sendiri, produser program acara televisi harus memutar otak mencari format program siaran yang menarik sehingga dapat menarik minat pemirsa untuk menyaksikan program acara yang disajikan. Tidak mudah menghasilkan sebuah program siaran yang menarik dan berkualitas. Biasanya sebuah program televisi dianggap sukses dengan alat ukur *rating* atau alat ukur kepemirsaaan program siaran televisi. Semakin tinggi *rating* program siaran televisi, maka semakin

³⁶ *Ibid*, h. 340.

³⁷ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008),h.268.

menjadi acuan para pengiklan untuk mengiklankan produknya di program acara yang *ratingnya* tinggi.

Membuat program acara berating tinggi dan sukses dari pemasukan iklan bukan suatu hal yang mudah. Biasanya produser televisi harus bekerja keras dan harus penuh kreatif agar program yang dibuatnya sukses di layar kaca. Dalam membuat program para produser televisi biasanya harus menempuh kebijakan *parsimony principle* yakni menekankan materi program harus sehemat mungkin, bisa tayang sesering mungkin, dan bisa terbagi seluas mungkin. Sedangkan untuk menarik pemasang iklan, para produser menempuh cara *targeting* atau mengeluarkan program kepada khalayak dalam jumlah yang besar dan memiliki potensi menarik minat pemasang iklan.

Keberhasilan sebuah program adalah menarik perhatian khalayak sekaligus pemasang iklan. Untuk mencapai hal tersebut dibutuhkan sebuah perencanaan matang salah satunya dengan menentukan waktu tayang dan target audiens yang ingin dicapai (segmentasi). Selain itu pada perencanaan program juga harus memperhitungkan perpindahan khalayak dari satu program ke program lain (*audience flow*). Perpindahan khalayak terbagi ke dalam tiga jenis. *Pertama*, Ada yang bersifat perpindahan tetap (*flowtrouth*) yaitu perpindahan pada acara lain pada stasiun yang sama. *Kedua*, Ada juga yang *inflow*, yaitu perpindahan perpindahan pada program lain pada stasiun lain karena memiliki kesamaan baik dalam hal materi maupun jam tayang. *Ketiga*, *outflow*, yaitu audien meninggalkan stasiun sebelumnya menuju ke stasiun lain.³⁸

Kelangsungan hidup industri media sama halnya dengan makhluk hidup, yaitu tergantung pada sejumlah sumber penunjang yang ada. Karena sumber penunjang itu terbatas, maka persaingan terhadap sumber-sumber tersebut tidak bisa dihindarkan. Ada tiga sumber utama menjadi penunjang kehidupan industri media yaitu:

³⁸ *Ibid*, h.194.

- 1) *Capital* (modal berupa pemasukan iklan).
- 2) *Types of content* (jenis isi siaran).
- 3) *Type of audience* (Jenis khalayak sasaran).

Ketiga sumber tersebut sangat bergantung satu sama lainnya. Modal dan pemasukan iklan akan mempengaruhi jenis siaran seperti apa yang berkualitas sehingga dapat menarik khalayak sasaran. Namun dari ketiganya yang menjadi perebutan ada pada jenis khalayak sasaran. Keputusan khalayak untuk menghabiskan uang ataupun waktunya pada sebuah program akan menentukan apakah nantinya program itu sukses atau gagal. Media massa membutuhkan iklan, dan pengiklan akan memilih program berdasarkan khalayak.

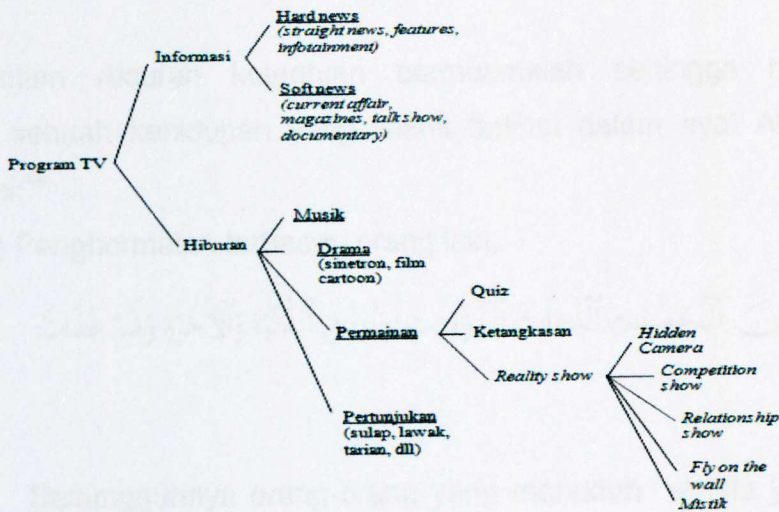
Hidup media massa khususnya lembaga penyiaran swasta televisi sangat mutlak hidupnya disokong dari sumber pendapatan utama yaitu iklan. Tekanan

kebutuhan terhadap pemasukan iklan sangat luar biasa mendorong pengelola televisi untuk melakukan apa saja yang nantinya membuat televisi tersebut eksis. Itu sebabnya ukuran standar *rating* yang dijadikan pedoman pemasang iklan akan menjadi patokan utama pengelola televisi dalam membuat program.

Rating atau *audience share* yang menjadi patokan adalah kecenderungan minat khalayak untuk menonton jenis program tayangan televisi apa yang menarik. Semakin menarik sebuah program tayangan televisi maka akan semakin banyak pemirsa atau khalayak yang menontonnya. Sebaliknya semakin tidak menarik program televisi maka akan semakin sedikit khalayak yang menontonnya.

Program televisi sendiri menurut Morissan pada dasarnya hanya terbagi ke dalam dua kategori besar yaitu:

- 1) Program informasi yang terdiri dari hard news dan soft news.



Gambar 1:
Jenis Program Televisi

Sumber: Morrisan, Manajemen Media Penyiaran, h.215

Para produser televisi baik program informasi seperti berita, *talkshow*, dan lainnya maupun program hiburan seperti drama, film, dan sandiwara harus membuat programnya menarik dan sebaik mungkin.

Terkait tanggung jawab sosial dalam Islam sudah sangat jelas terdapat ayat-ayat Alquran yang mengatur tentang penggunaan akal dan panca indra dalam setiap perbuatan untuk membentuk sebuah kehidupan yang baik.

وَلَقَدْ ذَرَأْنَا لِجَهَنَّمَ كَثِيرًا مِّنَ الْجِنِّ وَالإِنسِ ۗ لَهُمْ قُلُوبٌ لَا يَفْقَهُونَ بِهَا وَهُمْ أَعْيُنٌ لَا يُبْصِرُونَ بِهَا وَهُمْ ءَاذَانٌ لَا يَسْمَعُونَ بِهَا ۗ أُولَٰئِكَ كَالْأَنْعَامِ بَلْ هُمْ أَضَلُّ ۗ أُولَٰئِكَ هُمُ الْغَافِلُونَ ﴿١٧٩﴾

Dan sesungguhnya kami jadikan untuk (isi neraka Jahannam) kebanyakan dari jin dan manusia, mereka mempunyai hati tapi tidak dipergunakannya untuk memahami (ayat-ayat Allah) dan mereka mempunyai mata (tetapi) tidak dipergukannya untuk melihat (tanda-tanda kekuasaan Allah) dan mereka mempunyai telinga tetapi tidak dipergunakan untuk mendengar (ayat-ayat Allah). Mereka itu sebagai binatang ternak, bahkan lebih sesat lagi. Mereka itulah orang-orang yang lalai. (QS Al-'Araf: 179).

Dalam Alquran ketentuan bermuamalah sehingga menjelma menjadi sebuah kehidupan yang islami terlihat dalam ayat Alquran di bawah ini.⁴⁰

1) Penghormatan terhadap orang lain;

إِنَّ الَّذِينَ يَرْمُونَ الْمُحْصَنَاتِ الْغَافِلَاتِ الْمُؤْمِنَاتِ لَعُنُوا فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَهُمْ عَذَابٌ

عَظِيمٌ

Sesungguhnya orang-orang yang menuduh wanita yang baik-baik, yang lengah lagi beriman berbuat zina, mereka kena laknat di dunia dan akhirat dan bagi mereka azab yang besar. (QS An-Nur:23).

2) Tidak merendahkan atau melecehkan orang lain;

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا يَسْخَرْ قَوْمٌ مِّن قَوْمٍ عَسَىٰ أَن يَكُونُوا خَيْرًا مِّنْهُمْ وَلَا نِسَاءٌ مِّن نِّسَاءٍ عَسَىٰ

أَن يَكُنَّ خَيْرًا مِّنْهُنَّ وَلَا تَلْمِزُوا أَنفُسَكُمْ وَلَا تَنَابَزُوا بِاللِّقَابِ بِئْسَ الْأَسْمُ الْفُسُوقُ بَعْدَ

الْإِيمَانِ وَمَن لَّمْ يَتُبْ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الظَّالِمُونَ

Hai orang-orang yang beriman, janganlah sekumpulan orang laki-laki merendahkan kumpulan yang lain, boleh jadi yang ditertawakan itu lebih baik dari mereka. Dan jangan pula sekumpulan perempuan merendahkan kumpulan lainnya, boleh jadi yang direndahkan itu lebih baik, dan jangan memanggil dengan gelaran yang mengandung ejekan. Seburuk-buruk panggilan adalah (panggilan) yang buruk setelah iman. Dan barang siapa yang tidak bertobat, mereka itulah orang-orang yang zalim. (QS Al-Hujurat: 11)

⁴⁰ Faris Khoirul Anam, *Fikih Jurnalistik, Etika dan Kebebasan Pers Menurut Islam* (Jakarta: Pustaka Alkautsar, 2009), h.24.

3) Tidak berburuk sangka, menggunjing orang lain;

يَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَبَ بَعْضُكُم بَعْضًا أَنُحِبُّ أَحَدُكُمْ أَن يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَّحِيمٌ ﴿١٢﴾

Hai orang-orang yang beriman , jauhilah kebanyakan berprasangka, karena sebagai besar dari prasangka itu dosa . Dan janganlah mencari-cari keburukan orang dan janganlah menggunjing satu sama lain. Adakah orang diantara kamu suka memakan daging saudaranya yang sudah mati? Maka tentulah kamu merasa jijik kepadanya. Dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah maha penerima taubat lagi maha penyayang. (QS Al-Hujurat: 12

4) Tidak mencela, mengupat, kekerasan, fitnah, menghalangi perbuatan baik;

وَلَا تَطْعَمْ كُلَّ حَلَاFٍ مَّهِينٍ ﴿١٠﴾ هَمَّازٍ مَّشَاءٍ بِنَمِيمٍ ﴿١١﴾ مَنَاعٍ لِلْخَيْرِ مُعْتَدٍ أَثِيمٍ ﴿١٢﴾ عَتَلٌ بَعْدَ ذَلِكَ رَنِيمٍ ﴿١٣﴾

Dan janganlah kamu ikuti setiap orang yang banyak bersumpah lagi hina, yang banyak mencela, yang kian kemari menghambur fitnah, yang banyak menghalangi perbuatan baik, yang melampau batas lagi banyak dosa, yang kaku kasar, selain dari itu, yang terkenal kejahatannya. (QS: Al-Qolam: 10-13)

5) Tidak menyebarkan cabul.

إِنَّ الَّذِينَ يُحِبُّونَ أَن تَشِيعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ ءَامَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ ﴿١٩﴾

Sesungguhnya orang-orang yang ingin agar (berita) perbuatan yang amat keji itu tersiar di kalangan orang-orang yang beriman, bagi mereka azab yang pedih di dunia dan diakhirat, dan Allah mengetahui sedang kamu tidak mengetahui .(QS: An-Nur:19)

Disamping panduan Alquran, panduan lainnya tentang keharusan mecegah kemungkaran juga diserukan Rasulullah saw dalam sabdanya:

عَنْ أَبِي سَعِيدِ الْخُدْرِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ:
 سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ: مَنْ رَأَى مِنْكُمْ مُنْكَرًا فَلْيُغَيِّرْهُ بِيَدِهِ، فَإِنْ
 لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِلِسَانِهِ، فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِقَلْبِهِ وَذَلِكَ أَضْعَفُ الْإِيمَانِ [رواه مسلم]

Dari Abu Sa'id Al Khudri radhiyallahu anhu, ia berkata: Aku mendengar Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda: "Siapa di antaramu melihat kemungkaran, hendaklah ia merubahnya (mencegahnya) dengan tangannya (kekuasaannya); jika ia tak sanggup, maka dengan lidahnya (menasihatinya); dan jika tak sanggup juga, maka dengan hatinya (merasa tidak senang dan tidak setuju), dan demikian itu adalah selemah-lemah iman". [HR. Muslim]

Menurut Syukur Kholil dalam *Komunikasi Islami* mengedepankan etika sebagai standar moral perilaku manusia dan merupakan dialektika antara kebebasan dan tanggung jawab. Antara tujuan yang hendak dicapai dan cara untuk mencapai tujuan itu, antara yang baik dan buruk, antara yang pantas dan tidak pantas, antara yang berguna dan tidak berguna, dan antara yang harus dilakukan dengan yang tidak boleh dilakukan dengan berpedoman kepada Alquran dan Hadis.⁴¹ menyatakan bahwa komunikasi Islami pada dasarnya luas sekali. Namun secara umum nilai-nilai komunikasi islami itu adalah:

1. Bersikap jujur.
2. Menjaga akurasi pesan-pesan komunikasi.
3. Bersifat bebas dan bertanggung jawab.
4. Dapat memberikan kritik yang membangun.⁴²

Dari uraian diatas maka yang ingin dijadikan parameter dalam penelitian ini adalah tayangan televisi lokal baik yang diproduksi oleh DAAI TV Medan sendiri, akuisisi dari pihak lain, dan relai dari jaringan DAAI TV Medan. Media penyiaran televisi dalam menayangkan siaran harus mematuhi Undang-Undang No.32 tahun 2002 tentang Penyiaran yang peraturan pelaksanaannya mengacu pada Peraturan Peraturan KPI

⁴¹ Syukur Kholil, *Komunikasi Islami* (Bandung: Ciptapustaka Media:2007), h.26.

⁴² *Ibid*, h.26.

No.2/P/KPI/12/2009 tentang Pedoman Prilaku Penyiaran (P3) dan Peraturan KPI No.3/P/KPI/12/2009 Standar Program Siaran (SPS) yang dikeluarkan oleh KPI sebagai regulator pengawas penyiaran khususnya yang berkaitan dengan isi siaran televisi dan radio.

Salah satu peraturan yang harus dipatuhi oleh lembaga penyiaran dalam peraturan P3 dan SPS itu adalah terkait dengan P3 pasal 8 ayat 1 (satu) dan 2 (dua) yang berbunyi:

1. Lembaga penyiaran harus berhati-hati agar tidak merugikan dan menimbulkan efek negatif terhadap keberagaman khalayak baik dalam agama, suku, budaya, usia, gender, dan /atau latar belakang ekonomi.
2. Lembaga penyiaran wajib menghormati norma kesopanan dan kesusilaan yang berlaku dalam masyarakat.

Demikian juga dengan SPS pasal 7 ayat 1 (satu) dan 2 (dua) yang berbunyi:

1. Program siaran wajib memperhatikan norma kesopanan dan kesusilaan yang dijunjung oleh keberagaman khalayak baik terkait agama, suku, budaya, usia, dan latar belakang ekonomi.
2. Program siaran wajib berhati-hati agar tidak merugikan dan menimbulkan efek negatif terhadap norma kesopanan dan kesusilaan yang dianut oleh keberagaman masyarakat.

Dengan kewajiban mematuhi norma kesusilaan, agama, dan etika itu maka lembaga penyiaran harus mematuhi seiring dengan kebebasan yang diperolehnya dalam sebuah kehidupan negara yang menganut sistem demokrasi.

1. Paradigma Konstruksionisme dan Realitas Sosial

Istilah konstruksionisme menurut Bungin dipopulerkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann yang secara sistematis dituangkan lewat buku mereka *The Social Construction of Reality, a Treatise in Sociological of Knowledge (1996)*. Pendekatan ini mengasumsikan bahwa proses sosial melalui tindakan dan interaksinya yang mana individu menciptakan secara terus menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama

secara subyektif.⁴³ Semua pengetahuan diperoleh melalui konstruksi yang dalam kaca mata mereka dibentuk secara sosial.

Konstruksi pengetahuan ini termasuk didalamnya pengetahuan terhadap realitas. Pandangan mendasar tentang hakekat realitas ada dua. *Pertama*, pandangan yang meyakini realitas ada di luar dan independen dari individu secara objektif. *Kedua*, pandangan yang lebih melihat realitas tidak mungkin terlepas dari individu bahkan akan selalu ditentukan oleh keyakinan (*beliefs*), pikiran (*thoughts*) dan persepsi (*perception*).

Konstruksionisme mengikuti pandangan kedua dalam memandang realitas. Pengetahuan dan realitas dalam kerangka pemikiran konstruksionisme bersifat dialektis. Faktor sosial akan selalu berperan dalam menentukan konstruksi realitas. Konstruksionisme sosial mendasarkan pada keyakinan bahwa realitas merupakan hasil dari konstruksi sosial dan melihat peran sebagai faktor yang penting dalam menginterpretasikan pengalaman.

Menurut Konstruksionisme, kita tidak mungkin mengetahui realitas secara terpisah dari interpretasi yang dilakukan. Karenanya, Konstruksionisme termasuk bagian dari pemikiran interpretasi. Konstruksionis melihat kepentingan dan nilai yang dibawa peneliti tidak bisa dipisahkan dari observasi yang dilakukan. Berbeda dengan obyektifitas yang menekankan netralitas peneliti sebagai sebuah keharusan.

Berger dan Luckmann menurut Bungin dalam bukunya *Sosiologi Komunikasi* mengatakan, institusi masyarakat tercipta dan dipertahankan atau diubah melalui tindakan dan interaksi manusia. Meskipun masyarakat dan institusi sosial terlihat secara obyektif, namun pada kenyataan semuanya dibangun dalam definisi subyektif melalui proses interaksi. Obyektifitas baru dapat terjadi melalui penegasan berulang-ulang yang diberikan oleh orang lain yang memiliki subyektif yang sama. Singkatnya, Berger dan Luckmann mengatakan, terjadi dialektika antara individu

⁴³ Bungin, *Sosiologi Komunikasi*, h. 189.

menciptakan masyarakat dan masyarakat menciptakan individu. Proses dialektika ini terjadi melalui proses eksternalisasi, obyektivasi, dan internalisasi.

Menurut Berger dan Luckmann pengetahuan yang dimaksud adalah realitas sosial masyarakat. Realitas sosial tersebut adalah pengetahuan yang bersifat keseharian yang hidup dan berkembang dalam masyarakat, seperti konsep, kesadaran umum, wacana publik, sebagai hasil kontruksi sosial, realitas sosial dikonstruksi melalui proses eksternalisasi, obyektivasi, dan internalisasi. Menurut Berger dan Luckmann kontruksi sosial tidak berlangsung dalam ruang hampa, namun sarat dengan kepentingan-kepentingan.⁴⁴

Konstruksionisme melihat realitas terkonstruksi secara sosial melalui peran bahasa yang dominan, bahkan bahasa sendiri merupakan hasil dari kontruksi itu. Penggunaan bahasa, dialog dan wacana sosial menjadi hal yang penting dalam konstruksionisme. Keduanya sama-sama melihat realitas lebih bersifat relatif dalam kerangka interaksi sosial dan konteks sosial yang ada, dibandingkan bersifat objektif (ada diluar sana) dan menunggu untuk ditemukan. Konstruksionisme menekankan pada aspek-aspek sosial dalam pembentukan pengetahuan.

Meski hal ini berkaitan dengan adanya struktur (skema) kognitif individu secara integral tidak mungkin bisa dipisahkan dari proses pembentukan pengetahuan, tapi struktur kognitif ini berasal dari lingkungan sosial. Konstruksionisme sendiri melihat sejarah dan budaya juga mempengaruhi konstruksi sosial atas realitas, namun pengaruhnya tidak lebih besar dibandingkan struktur sistem subjektif (kognitif) yang dimiliki oleh tiap-tiap individu.

Jika merujuk pada Konstruksionisme, pengetahuan dianggap bukan sebagai sesuatu yang ada di kepala, tapi sesuatu yang dilakukan bersama. Apa yang dianggap sebagai realitas objektif pada dasarnya merupakan produk dari sekian banyak konstruksi sosial yang dipengaruhi

⁴⁴ *Ibid*, h.192.

oleh budaya, sejarah, kondisi ekonomi dan politik. Nilai, norma, kepercayaan, tradisi dan perilaku kelompok budaya berbeda satu sama lain, maka konstruksi sosial pengetahuanpun demikian, berbeda-beda antara satu kelompok masyarakat yang satu dengan lainnya.

Konstruksionisme memberikan pemecahan dengan melihat aspek sosial untuk melakukan pemaknaan. Makna sendiri akan muncul secara partikular dalam seting dan tradisinya sendiri-sendiri. Keanggotaan kita pada komunitas dan budaya tertentu akan menentukan cara kita melihat dunia. Gergen meyakini bahwa "asumsi-asumsi dan kategori-kategori yang berasal dari komunitas atau budaya akan selalu dijaga dan didukung oleh institusi-institusi sosial, moral, politik, dan ekonomi dimana kita menjadi bagian anggota dari institusi tersebut".

Bungin menyebut Konstruksionisme sosial sebagai sebuah pendekatan atas penyelidikan terhadap manusia yang meliputi sikap kritis dalam kaitan asumsi-asumsi tentang dunia sosial yang diterima sebagai keniscayaan. Asumsi-asumsi tersebut akan terlihat sebagai penguat dari kepentingan kelompok-kelompok dominan. Konstruksionisme sosial meyakini bahwa cara kita memahami dunia merupakan hasil sebuah proses sejarah dari interaksi dan negosiasi diantara kelompok-kelompok manusia.

Dari sisi psikologi, karakteristik Konstruksionisme sosial diasumsikan sebagai sebuah gerakan yang mendefinisikan ulang pembentukan faktor-faktor psikologis seperti pikiran (*mind*), diri (*self*), atau emosi (*emotion*) sebagai proses yang terbentuk secara sosial. Proses yang sebelumnya secara psikologis dianggap berlangsung dalam kepala, bergeser ke wacana sosial. Erik H. Erikson (1963) memulainya dengan mengembangkan prinsip Freud menjadi sebuah konsep yang kemudian dikenal sebagai psikososial.

Konstruksionisme sosial merupakan teori sosiologi yang memposisikan dunia yang bentuk dan makna yang kita susun dalam dunia adalah hasil dari interaksi sosial. Berbeda dengan orang lain dan hidup

dalam satu budaya, sadar atau tidak, telah mengakibatkan makna teradopsi oleh kita. Makna tidaklah melekat pada objek atau situasi-situasi partikular. Kita membuat makna berdasarkan pengalaman yang diperoleh melalui interaksi dengan orang lain. Pengetahuan tersusun secara berlipat (*multiple*), terpisah-pisah (*fragmentary*), tergantung konteksnya (*context-dependent*), dan bersifat lokal.

Sudut pandang untuk melihat dunia sangat banyak, karenanya tidak ada satu sudut pandang yang paling benar. Semua pengetahuan manusia diyakini terbentuk, berpindah dan dijaga dalam situasi-situasi sosial dan melalui institusi-institusi sosial.berikutnya sebagai paradigma, Konstruksionisme berkaitan dengan lima pernyataan yang paling diperdebatkan oleh Konstruksionisme.

Wacananya kemudian lebih diperluas dan diintegrasikan oleh Delameter dan Hyde (1998). Kelima pernyataan itu adalah :

Pertama, pengalaman kita tentang dunia dianggap tertata/teratur. Kita tidak merasa kacau atas apa yang terlihat, terdengar, tercium, dan teraba, meski semuanya campur aduk. Kita melihat dunia terdiri dari peristiwa-peristiwa yang berlainan dan tindakan yang dilakukan orang-orang akan berbeda menurut aturan yang spesifik. Kita memahami dunia sebagai realitas objektif, tersusun atas orang-orang dan peristiwa-peristiwa yang eksistensinya bebas dari persepsi kita terhadap mereka.

Kedua, bahasa menjadi pondasi untuk memahami dunia. Bahasa menghasilkan kategori-kategori, atau tipifikasi, yang kita pakai untuk memilah atau mengelompokkan peristiwa-peristiwa dan orang-orang, juga menata atau mengaturnya. Bahasa menghasilkan makna-makna yang mana memungkinkan kita melakukan interpretasi atas pengalaman baru yang kita dapat. Bahasa atau wacana merupakan hal yang utama di dunia dan bahasa juga akan membentuk dunia.

Ketiga, realitas kehidupan sehari-hari "terbagi rata". Orang lain memahami realitas dengan cara yang kurang lebih sama. Realitas tersusun dari peristiwa-peristiwa, tindakan-tindakan, orang-orang, dan aturan-aturan yang relative sama. Karakteristik dari realitas keseharian yang terbagi ini berbeda dari realitas *idiosyncratic* (istimewa), semisal mimpi. Bahasa memudahkan kita untuk membagi pengalaman, untuk menjadikan pengalaman kita juga dialami oleh orang lain. Jadi, realitas merupakan suatu produk dari interaksi sosial.

Keempat, tipifikasi-tipifikasi realitas yang terbagi akan diinstitutionalisasi. Tipifikasi-tipifikasi tentang peristiwa atau orang-orang yang terbagi itu menentukan kebiasaan. Kebiasaan akan membuat perilaku orang menjadi mudah untuk prediksi, memfasilitasi aktifitas kerjasama. Tipifikasi atau tindakan seseorang menjadi kebiasaan, orang lain mengharapkan ini, dan mekanisme control social akan terbangun untuk mengekalkannya atau terus mempertahankannya. Karena signifikansi partikular merupakan aturan yang diinstitutionalisasi, tipifikasi timbal balik ditentukan oleh perilaku aktor dengan tipe masing-masing dalam konteks yang spesifik.

Kelima, pengetahuan sangat mungkin diinstitutionalisasi dalam level (tingkatan) masyarakat, atau dalam subgroup. Suatu sub-dunia makna adalah sebuah ruang penyimpanan pengetahuan yang secara social dipisahkan dan dibawa oleh suatu kelompok spesifik tertentu. Hal ini mungkin akan menjadi penyebab konflik antar kelompok sejenis.

Berger dan Luckmann meyakini bahwa 'semua pengetahuan manusia dibentuk, dipindahkan, dan dijaga dalam situasi-situasi sosial dan melalui institusi-institusi sosial'. Boleh dikata, keunikan Konstruksionisme terletak pada upaya mengaitkannya dengan hakekat manusia yang secara individual tidak ada yang sama persis. Tidak ada teknik yang paling tepat

atau intervensi untuk mengubah fungsi manusia. Lebih dari itu, Konstruksionisme justru bertujuan untuk memenuhi kebutuhan untuk merancang sebuah intervensi konkret dengan mengadopsi sistem kebutuhan hidup manusia. Konstruksionisme meyakini bahwa pengetahuan lahir sebagai hasil atau akibat interaksi antara manusia dengan lingkungannya.

Fokus konstruksionisme sosial ada pada penentuan permasalahan proses-proses sosiokultural, persoalan referensi yang diperoleh dari interaksi dengan yang lain untuk memaknai sesuatu, serta kisah hidup seseorang. Realitas dalam kaca mata konstruksionisme Berger, merupakan 'hasil dari relasi tiga elemen fundamental, yaitu eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi yang berlangsung secara dialektis'. Proses dialektis ketiganya akan berlangsung secara terus menerus. Sehingga hubungan antara manusia sebagai produsen dengan dunia sosial sebagai produksi akan selalu merupakan sebuah hubungan yang dialektikal.

Karenanya, menurut Konstruksionisme, analisa tentang dunia sosial yang mengabaikan salah satu dari ketiga momen tersebut akan menghasilkan distorsi. Realitas tersebut membutuhkan legitimasi agar maknanya ditafsirkan sebagai yang semestinya atau dapat dipahami, terutama oleh generasi-generasi baru. Legitimasi adalah melakukan dengan berbagai cara agar realitas dapat dijelaskan dan dibenarkan. Proses memahami yang dilakukan tidak secara otomatis dipandu oleh kekuatan-kekuatan alamiah manusia, tetapi dari kerjasama dan upaya aktif melalui hubungan antar manusia. Dari sini penelitian yang dilakukan tidak bisa mengabaikan faktor dasar *historical* dan *cultural* dari berbagai bentuk konstruksi dunia.

Menurut Burhan Bungin ada tiga hal penting dalam penyiapan materi konstruksi sosial yaitu:

- 1) Keberpihakan media massa pada kapitalisme. Sebagaimana diketahui saat ini hampir tidak ada lagi media massa yang tidak ada dimiliki oleh kapitalis. Dalam arti media massa digunakan oleh kekuatan-kekuatan kapital untuk menjadikan media massa

sebagai mesin penciptaan uang dan pelipatgandaan modal. Dengan demikian media massa tidak ada bedanya dengan supermarket, pabrik kertas, pom bensin, dan sebagainya. Semua elemen media massa, termasuk orang-orang media massa berpikir untuk melayani kapitalisnya. Ideologi mereka adalah membuat media massa laku di masyarakat.

- 2) Keberpihakan semu kepada masyarakat. Bentuk dari keberpihakan ini adalah dalam bentuk empati, simpati, dan sebagai partisipasi kepada masyarakat, namun ujung-ujungnya adalah untuk "menjual berita" yang menaikkan *rating* untuk kepentingan kapitalis. Kasus yang dapat dilihat dari keberpihakan seperti ini adalah umpamanya, pemberitaan Tsunami yang melanda Aceh, Nias, dan sekitarnya dalam kemasan berita "Indonesia Menangis" dan semacamnya yang terus-menerus diekspose sampai pada sisi yang meninggalkan hak-hak sumber berita. Begitu pula fenomena *reality show* semacam bedah rumah, *Toloong*, *Rezeki Nomplok*, *Indonesia Mencari Bakat*, *Indonesian Idol*, dan lain-lainnya yang mengekspos kesedihan dan air mata.
- 3) Keberpihakan kepada kepentingan umum. Bentuk keberpihakan kepada umum dalam arti sesungguhnya sebenarnya adalah visi misi setiap media massa, namun akhir-akhir ini visi misi tersebut tidak pernah menemukan jati dirinya, namun slogan-slogan tentang visi misi tetap terdengar.⁴⁵

Jadi dalam menyiapkan materi kontruksi, media massa memosisikan diri pada tiga hal tersebut di atas, namun pada umumnya keberpihakan kepada kepentingan kapitalis menjadi sangat dominan. Meski demikian keberpihakan media massa kepada masyarakat, maka sudah tentu keberpihakan itu harus menghasilkan uang untuk kantong kapitalis juga.

B. Mekanisme Perizinan Lembaga penyiaran Televisi

Dalam regulasi penyiaran di Indonesia sebagaimana tercantum dalam Undang-Undang No.32 tahun 2002 sebelum mendapatkan izin penyiaran sebuah lembaga penyiaran televisi swasta diharuskan menyampaikan visi dan misi.⁴⁶

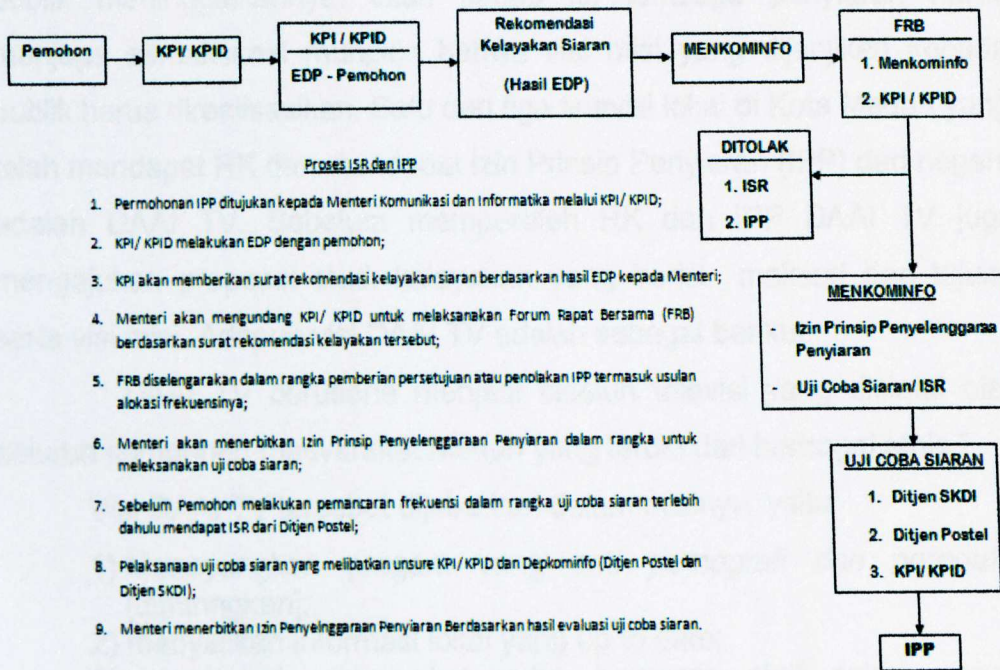
⁴⁵ *Ibid*, h.205.

⁴⁶ Pasal 33 ayat 1 (satu) s/d ayat 3 (tiga) Undang-Undang Penyiaran NO.32/2002.

Visi Misi lembaga penyiaran televisi dibuat secara tertulis disampaikan kepada Menteri Komunikasi dan Informatika (Kominfo) dan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) di pusat atau di daerah. Visi misi tertulis tersebut dapat diketahui oleh publik melalui Evaluasi Dengar Pendapat (EDP) yang digelar oleh KPI/KPID. EDP (*public hearing*) adalah semacam janji lembaga penyiaran kepada publik yang akan menjadi target pemirsanya. Dalam visi misi lembaga penyiaran menyampaikan rencana program siaran, rencana usaha, rencana bidang teknis, kepemilikan SDM, dan kelengkapan administrasi lainnya. Publik akan menilai dan memberikan respons yang akan menjadi bahan penilaian KPI/KPID untuk memberikan Rekomendasi Kelayakan (RK).

Dalam EDP itu, lembaga penyiaran akan mendapat masukan publik. Apabila publik merespons positif dan merima keberadaan lembaga penyiaran yang telah menyampaikan visi misinya dalam EDP serta persyaratan administrasi lainnya lengkap, maka selanjutnya permohonan itu disetujui oleh KPI/KPID untuk memperoleh RK. RK dari KPI/KPID sebagai persyaratan untuk dibawa ke Forum Rapat Bersama (FRB) antara pemerintah dan KPI/KPID. Dalam FRB itulah nantinya akan diputuskan apakah lembaga penyiaran tersebut disetujui memperoleh izin penyelenggaraan penyiaran dari pemerintah yaitu Menteri Kominfo.⁴⁷

⁴⁷ Pasal 33 ayat 4 (empat) Undang-Undang Penyiaran No.32/2002.



Gambar 2:
Proses Perizinan Lembaga Penyiaran
Sumber: UU No.32/2002 dan PP No.50/2005 tentang LPS

Adanya visi misi yang disampaikan melalui EDP itu mendorong para pengelola stasiun televisi untuk menyusun format acara televisi yang dapat diterima oleh publik. Semua program khususnya di bidang isi siaran akan mendapat masukan dari publik yang dicatat sebagai bukti di kemudian hari.. Masing-masing lembaga penyiaran televisi dituntut untuk menyajikan berbagai program siaran yang sesuai kebutuhan khalayak yang menjadi target pemirsanya. Dari visi misi ini akan tercermin janji-janji lembaga penyiaran kepada publik. Oleh sebab itu apabila setelah mendapat ijin dan mengudara program siaran dijanjikan yang tidak sesuai, maka publik berhak untuk menyampaikan keberatan berupa pengaduan kepada lembaga penyiaran yang bersangkutan, kepada KPI/KPID, atau meninggalkan lembaga penyiaran tersebut untuk tidak ditonton.

Bagi lembaga penyiaran hukuman yang paling berat adalah apabila publik meninggalkannya. Oleh sebab itu lembaga penyiaran harus menjaga semaksimal mungkin bahwa visi misi yang dijanjikan kepada publik harus direalisasikan. Satu dari tiga televisi lokal di Kota Medan yang telah mendapat RK dan mendapat Izin Prinsip Penyiaran (IPP) dari negara adalah DAAI TV. Sebelum memperoleh RK dan IPP DAAI TV juga mengajukan proposal studi kelayakan yang berisi maksud dan tujuan serta visi misi. Adapun visi DAAI TV adalah sebagai berikut:

“ DAAI TV berusaha menjadi stasiun televisi yang dicintai oleh seluruh komponen masyarakat Medan yang terdiri dari berbagai etnis.”

Visi DAAI TV tersebut dijabarkan dalam misinya yaitu:

- 1) Menayangkan program yang *anti pornografi dan pornoaksi* [dimiringkan];
- 2) menyajikan informasi lokal yang up to date;
- 3) memotivasi masyarakat untuk berperan aktif dalam segala aktifitas bermasyarakat;
- 4) menjalankan bisnis yang sehat yang dapat memberikan keuntungan dan kesejahteraan untuk semua pihak; dan
- 5) membentuk pola pikir yang menghargai dan mencintai sesama makhluk dan alam semesta.

Dari lima misi yang diusung DAAI TV, poin pertama secara jelas dan tegas berjanji untuk menayangkan program anti pornografi dan pornoaksi. Itu artinya ada komitmen dan kesadaran dari pemilik/ pengelola DAAI TV untuk melindungi publik dari dampak bahaya pornografi. Di sisi lain misi yang diusungnya itu juga sejalan dengan amanat Undang-Undang No.32 Tahun 2002 tentang penyiaran dan Undang-Undang No.44 Tahun 2008 tentang Pornografi serta peraturan Pedoman Prilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3 dan SPS) KPI/KPID.

Untuk itu, janji *on paper* yang disampaikan DAAI TV kepada publik implementasinya dapat diuji apakah benar menjalankannya atau tidak melalui pemantauan dan penelitian.