**RISK MANAGEMENT OF MEDIA BROADCASTING IN INDONESIA**

**Authors:**

**Harmonis1, Azhari Aziz Samudra2**

1Lecturer, Postgraduate of Communication Science, Social and Political Sciences Faculty,

University of Muhammadiyah Jakarta (harmonis@umj.ac.id)

2Professor, Public Policy, University of Muhammadiyah Jakarta (azhariazis.samudra@umj.ac.id)

**Abstract**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui risiko pengelolaan media penyiaran yang dilakukan oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Teori utama yang digunakan adalah *Broadcasting* dan *Risk Management*. Kajian ini menggunakan pendekatan kualitatif didukung oleh data lapangan melalui teknik pengumpulan data melalui *indepth interview* dan pengamatan terlibat. Hasil kajian menunjukkan bahwa banyak risiko yang harus dikelola oleh lembaga ini di dalam penyelenggaraan media penyiaran. Diantara risiko itu ialah iklan yang tidak beretika dan protes institusi penyiaran karena masih rendahnya sosialisasi Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran. Sebab itu, Komisi Penyiaran Indonesia berusaha untuk mengelola risiko itu melalui program Sekolah P3SPS dan riset kualitas program siaran. Dengan program ini *stakeholder*, jurnalis dan media penyiaran televisi serta pakar dilibatkan dalam sekolah dan riset. Hasil sosialisasi menjadikan institusi penyiaran televisi menjadi lebih bergairah, dimana akhirnya Komisi Penyiaran Indonesia mengeluarkan penghargaan dengan nama *KPI award* yang diberikan kepada instutisi penyiaran yang paling berkualitas dan beretika.

*Keywords: risk management, broadcasting, media, dan regulasi.*

**Introduction**

Keberadaan media penyiaran dengan berbagai program dan *content* siaran memiliki fungsi ideal sebagai lembaga penyampai informasi, edukasi dan pemberi hiburan yang sehat dan tanggungjawab sosial*.* Mereka mempunyai kemampuan untuk menjadikan masyarakat berwawasan luas*, soft skill*, beretika ketika pesan yang disampaikan mudah untuk di akses.

Dalam proses menjalankan fungsinya, berbagai risiko tampak dihadapi Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Beberapa kali terjadi penyiaran yang tidak beretika seperti iklan rokok, minuman keras, susu formula untuk bayi, pornografi, (tempo.com), iklan traditional Chinese medicine (Tribunenews.com) dan berbagai pemberitaan palsu atau hoaks.

Untuk menghadapi permasalah ini, KPI kemudian berkoordinasi dengan Badan pengawasan Perusahaan Periklanan Indonesia dan Indonesia *Medical Association* dan memutuskan sanksi berat. Menurut CNN Indonesia (2020), terdapat lima program televisi yang mendapatkan sanksi berat dengan mencabut prgoram tayangan, karena terdapat muatan yang tidak layak untuk ditonton, yaitu program ‘dahsyat’ RCTI TV, ‘Selebrita Pagi dan siang’ dari Trans-7, ‘Obsesi’ dari Global TV, ‘Jangan bercermin di Jum’at Kliwon’ dan ‘Pagi-pagi pasti happy’ dari Trans-TV, siaran F-TV yang bermuatan mistik dan horor yang ditayangkan di pagi hari.

Dalam hal kepatuhan, oleh karena merebaknya kasus Covid-19, terdapat pula pelanggaran signifikan terhadap prokol kesehatan. Pada bulan Januari 2021, KPI menemukan 37 tayangan televisi yang melanggar protokol kesehatan yang bersumber dari 11 stasiun televisi. Sebanyak 36 tayangan berasal dari hasil tim pemantauan isi siaran, sedangkan 1 tayangan berasal dari pengaduan publik yang disampaikan ke KPI dan telah diverifikasi.

Dari 37 tayangan ini, pelanggaran protokol kesehatan yang dilakukan didominasi dengan tidak mengenakan masker dan pelindung wajah, selain itu didapati juga tayangan yang tidak memperhatikan jarak fisik atau social distancing. Tabel di bawah ini menjelaskan sebagai berikut.

**Tabel 1.**



 Sumber : KPI Pusat, Januari 2021.

Undang-undang Penyiaran No. 32 Tahun 2012 BAB III tentang Penyelenggaraan Penyiaran, Pasal 8, ayat 3 dijelaskan bahwa KPI mempunyai tugas dan kewajiban, untuk menjamin masyarakat memperoleh informasi yang layak dan benar sesuai dengan hak asasi manusia.

Pasal di atas dijadikan sebagai landasan oleh KPI dan menurunkan dalam bentuk peraturan KPI Pusat No. 01/P/KPI/03/2012 tentang Pedoman Perilaku Penyiaran (P3), bahwa dengan keberadaan lembaga-lembaga penyiaran di Indonesia, harus disusun pedoman yang mampu mendorong lembaga penyiaran untuk memperkukuh integrasi nasional, terbinanya watak dan jati diri bangsa yang beriman dan bertakwa, mencerdaskan kehidupan bangsa, memajukan kesejahteraan umum, dalam rangka membangun masyarakat yang mandiri, demokratis, adil, dan sejahtera.

Tidak hanya itu, KPI juga membuat aturan berikutnya, No. 02/P/KPI/03/2012 tentang Standar Program Siaran (SPS), yang berbunyi Standar Program Siaran adalah penjabaran teknis Pedoman Perilaku Penyiaran yang berisi tentang batasan-batasan yang boleh dan tidak boleh ditayangkan pada suatu program siaran.

Diatur pula mengenai Program Siaran Jurnalistik, Prinsip-Prinsip Jurnalistik, dimana program siaran jurnalistik wajib memperhatikan prinsip-prinsip jurnalistik akurat, adil, berimbang, tidak berpihak, tidak beritikad buruk, tidak menghasut dan menyesatkan, tidak mencampuradukkan fakta dan opini pribadi, tidak menonjolkan unsur kekerasan, dan tidak mempertentangkan suku, agama, ras, dan antar golongan.

Tegasnya, dalam peraturan itu KPI menjadi sebuah *stakeholder* dibidang penyiaran, memiliki tanggungjawab (*moral obligation*) untuk mewujudkan penyiaran yang seiring sejalan dengan mengelola berbagai risiko penyiaran. Kajian ini diawali dengan pemaparan teori yang berkaitan dengan penyiaran, pengelolaan risiko dan analisis tentang manajemen risiko media penyiaran.

**Research Question and Method**

Pertanyaan penelitian diarahkan untuk mengetahui risiko yang terjadi pada institusi KPI dan bagaimana mereka berusaha untuk meminimalisir risiko yang terjadi. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan didukung data kepustakaan, pengamatan terlibat (*partisipan observation*) dan *indepth interview*. Penelitian dilakukan selama 7 (tujuh) bulan pada September 2020- March 2021. Dana penelitian diperoleh dari kerjasama university dengan KPI Pusat.

**The Concept and Theory**

**Media Penyiaran**

Undang-Undang Penyiaran Nomor 32 Tahun 2002. Menyatakan bahwa pada hakekatnya media penyiaran itu adalah segala sesuatu yang berfungsi sebagai penghubung ataupun penyambung pesan – yang memediasi - antara pengirim dan penerima pesan dengan menggunakan spektrum frekuensi radio dengan berbagai fungsi dan dampaknya.

Undang-Undang Penyiaran Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002, diktum Menimbang, ayat d menyebut dengan lebih tegas lagi, yaitu bahwa lembaga penyiaran merupakan media komunikasi massa yang mempunyai peran penting dalam kehidupan sosial, budaya, politik, dan ekonomi, memiliki kebebasan dan tanggungjawab dalam menjalankan fungsinya sebagai media informasi, pendidikan, hiburan, serta kontrol dan perekat sosial.

Dalam konteks isi siaran Undang-Undang Penyiaran Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002, diktum Menimbang, ayat e mengamanahkan bahwa siaran yang dipancarkan dan diterima secara bersamaan, serentak dan bebas, memiliki pengaruh yang besar dalam pembentukan pendapat, sikap, dan perilaku khalayak, maka penyelenggara penyiaran wajib bertanggungjawab dalam menjaga nilai moral, tata susila, budaya, kepribadian dan kesatuan bangsa yang berlandaskan kepada Ketuhanan Yang Maha Esa dan Kemanusiaan yang adil dan beradab.

Dalam konteks di atas, media merupakan penghubung antara pengirim (*sender*) sebagai sebuah lembaga dengan penerima, anggota masyarakat ataupun masyarakat luas dengan menggunakan ranah publik yang terbatas *Public Sphere* (Hubbermas, 1996).

Disisi lain, media penyiaran sebagai bagian dari media massa mempunyai pengaruh dan tanggungjawab yang besar dalam membangun sebuah *tamaddun* (peradaban) yang dicita-citakan (Vivian, 1999). Hal ini bermakna, media penyiaran bukan hanya sebagai sebuah institusi yang mencari keuntungan secara ekonomi tetapi juga memiliki pengaruh kekuasaan secara politik (Mosco, 1996).

Hal ini sangat beralasan, mengingat media penyiaran televisi, memiliki daya jangkau (*coverage area*) yang luas yaitu bersifat lokal, nasional dan internasional serta mempunyai daya tarik, *content* dan program yang didiseminasikan kepada khalayak sasaran. Media penyiaran juga dapat mempengaruhi pengetahuan, sikap dan perilaku pendengar dan pemirsa atau pengaksesnya. Baik dalam konteks positif maupun negatif.

Untuk itu, tidak mengherankan jika setelah mengakses sebuah *conten*, seperti *news*, berita, informasi dan hiburan, sinetron dan infotainment, muncul sikap, pendapat, persepsi, komentar dan perilaku tertentu. Pada umumnya dalam bentuk mendukung atau menolak. Contoh dari sikap positif sekelompok masyarakat ialah mereka yang sebelumnya tidak pernah shalat, dengan adanya *content* shalat dengan segala manfaatnya dari berbagai perspektif di televisi, terjadi perubahan sikap dan perilaku, sehingga mereka menjadi rajin ke mesjid untuk bershalat. Perilaku negatif terjadi, ketika sekelompok atau individu menonton content narkoba, dan mereka mengikuti perilaku buruk dimaksud. Juga terdapat di kalangan remaja yang perilakunya menjadi agresif setelah sering menonton sinetron “anak langit” di SCTV dan “anak jalanan” di RCTI.

**Risk Management Concept**

Risiko adalah sebuah kondisi terburuk yang mungkin akan dihadapi. Konsep risiko itu abstrak, tetapi di dalam kehidupan pribadi dan kehidupan bisnis, ekonomi dan kenegaraan risiko menjadi suatu yang nyata (riil). Risiko juga tidak identik dengan ukuran biaya ataupun kerugian.

*We’re all faced with risk in our everyday lives. And although risk is an abstract term, our natural human understanding of the trade-offs between risk and reward is pretty sophisticated. For example, in our personal lives, we intuitively understand the difference between a cost that’s already been budgeted for (in risk parlance, a predictable or expected loss) and an un-expected cost (at its worst, a catastrophic loss of a magnitude well beyond losses seen in the course of normal daily life*).

*In particular, we understand that risk is not synonymous with the size of a cost or of a loss. After all, some of the costs we expect in daily life are very large indeed if we think in terms of our annual budgets: food, fixed mortgage payments, college fees, and so on. These costs are big, but they are not a threat to our ambitions because they are reasonably predictable and are already allowed for in our plans* (Crouhy et.al. 2006; 4-5).

Crouhy menambahkan bahwa “*the real risk is that these costs will suddenly rise in an entirely un-expected way, or that some other cost will appear from nowhere and steal the money we’ve set aside for our expected outlays. The risk lies in how variable our costs and revenues really are. In particular, we care about how likely it is that we’ll encounter a loss big enough to upset our plans (one that we have not defused through some piece of personal risk management such as taking out a fixed-rate mortgage, setting aside savings for a rainyday, and so on*)”.

Judy Motion ((2009; 542) menambahkan, “*we talk of spreading risk with our investments by, for example, putting some of our money in the bank, which will give us an gold mining, that may pay off spectacularly or not at all. We also speak or reducing risks by, for example, careful preparation and testing of safety equipment associated with risky activities like scuba diving or whitewater rafting is actually the point of the activity. Risk may represent danger but it can also be the reason a particular activity is beneficial or fun*”.

Jadi risiko dalam konteks ini terletak pada bagaimana variabel biaya dan pendapatan kita sebenarnya. Apa yang telah dijelaskan Crouhy dan Judi Motion adalah mengenai risiko yang terjadi dari sebuah transaksi ekonomis.

*The essence of risk is not that it is happening, but that it might be happening. Risks are manufactured, not only through the application of technologies, but also in the making of sense and by the technological sensibility of a potential harm, danger or threat. One cannot, therefore, observe a risk as a thing-out-there- risks are necessarily constructed. Emotional as well as intelectual experiences are woven into the social interaction over risk*.

*Risk is also code word that alerts society that a change in the social order is being requested. Persons and groups have different attitudes to changes in the prevailing order, be they ever so marginal. Society is a kind of order, more or less firmly structured, which we as individuals are born into and which we participate in defending, reproducing and adjusting. Whitin that social order, risk issuesare used to provide leverage in action to change or to defend the existing pattern* (Adam and Loon, in Heath dan O’Hair: 2009; 16).

Pendapat Adam dan Loon lebih luas dibandingkan dengan Crouhy, mereka menjelaskan bahwa esensi dari risiko bukanlah pada apa yang sudah terjadi, tetapi itu mungkin terjadi tidak hanya pada penerapan teknologi, juga melalui akal (perasaan) dan oleh kepekaan teknologi dari potensi yang membahayakan berupa ancaman. Karena itu, seseorang tidak dapat mengamati risiko tetapi pengelolaan sebuah risiko perlu dibuat.

Pengelolaan risiko itu dibuat berdasarkan pengalaman emosional dan intelektual yang terjalin di dalam interaksi sosial atas risiko. Dalam tatanan sosial yang sedang berubah , risiko juga merupakan kata sandi untuk mengingatkan masyarakat bahwa perubahan dalam tatanan sosial pasti akan terjadi dalam kurun waktu yang tidak lama.

*Risk must be understood as essential uncertainty, with roots in existential anxiety and in the need to exert control over the unknown and uncontrolled* (Palmlund, in Heath dan O’Hair, 2009; 193). Menariknya risiko dianggap merupakan sebuah kecemasan eksistensial yang tidak terkendali oleh Palmlund. Berbeda dengan Linda Aldoory (2009: 229) yang menekankan risiko merupakan sebuah probabilitas.

T*he forces or circumstances that pose danger to people or to what they value; risk is typically as a likelihood or probability of loss occurring.* Hal yang sama juga dijelaskan oleh Andersen dan Spitzberg (dalam Heath dan O’Hair, 2009; 209) bahwa “*risks are dangerous events that have an estimable probability of occuring and some potentially severe consequences. The probability estimates may or may not be accurate; therein is part of the challenge for their communication. Risks can be due to human or natural factors, and imcreasingly, the distinction between theses is dissolving*”.

Pendapat di atas didukung oleh Leitch dan Judy Motion (2009; 561) berpendapat bahwa “*However, risk is also often closely associated with notions of statistical probability*. Dalam hal ini, risiko sering dikaitkan dengan gagasan probabilitas statistik. Apa yang telah dijelaskan Palmund, Aldoory dan Spitzberg adalah merupakan kondisi risiko dalam penghitungan stastistik dan probabilitas.

Dalam kondisi yang berbeda, Leitch dan Judy Motion menambahkan bahwa risiko itu ialah sebuah dialektika kehidupan, sebagaimana mereka berpendapat; “*risk is a dialectic of benefit and harm. We engage in games of chance such as buying a lottery ticket while being cognizant that we will likely lose our dollar ..... We believe that seeing friends, relatives, business associates and recreational sites offsets the risk of traveling by air, car, bus, foot, water, or rail. Farmers engage in work involving dangerous equipment, hazardous chemicals and powerful animals – all in the name of income and personal freedom*”.

Selanjutnya, risiko juga merupakan sebuah kondisi ketidakpastian yang berdampak pada sasaran. Menurut Susilo dan Kaho (2018: 34) kondisi ini dapat disebut *objective centric*, artinya berpusat pada sasaran sebagai jangkar (*anchor*). Boleh jadi, risiko merupkanh peristiwa yang belum terjadi yang mempunyai *potensi dampak* pada sasaran. Dampak tersebut mungkin positif dan mungkin pula negatif. Dalam konteksi ada dua hal pentiing yaitu ketidak pastian (*uncertainty*), sasaran (*objective* ataupun *goal*) dan dampak dari ketidak pastian *(impact of uncertainty).* Tahapan manajemen risiko adalah:

1. Penentuan sasaran (*setting the objective*);
2. Melihat atau memperkirakan peristiwa apa saja yang dapat mengganggu pencapaian sasaran (*risk identification and risk analysis*);
3. Memperkirakan peristiwa mana saja yang paling gawat (*risk evaluation*);
4. Melakukan tindakan untuk mengatasi kemungkinan dan dampak terjadinya peristiwa-peristiwa yang gawat tersebut (*risk treatment*);
5. Memeriksa apakah tindakan perlakuan risiko yang dilakukan berhasil (*monitoring and review*); dan
6. Memeriksa apakah terjadi perubahan lingkungan atau organisasi yang mempengaruhi perlakuan risiko (*monitoring and review*).

Pendek kata, risiko itu adalah sesuatu yang pasti akan terjadi. Sesuatu yang tidak dapat dihindari terjadinya oleh sebuah lembaga. Bahkan oleh setiap individu. Meskipun tidak dapat dipastikan kapan waktu terjadinya secara tepat. Namun yang terpenting adalah bahwa risiko itu berdampak kepada sasaran sebuah lembaga. Baik sasaran lembaga politik, bisnis, maupun sosial.

Dampak yang dimaksudkan bisa dalam bentuk positif, karena risiko yang mengadung *opportunity* ataupun peluang dimanfaatkan dengan baik oleh lembaga. Sebaliknya, risiko yang juga mengandung *threat* atau ancaman akan menimbulkan dampak negatif jika tidak dikelola dengan baik oleh lembaga.

**Analysis**

Media penyiaran perlu untuk berhati-hati karena di satu sisi berfungsi menyampaikan pengetahuan dan etika kepada masyarakat, namun di sisi yang lain dapat pula menimbulkan nilai-nilai yang tidak sesuai dengan ilmu pengetahuan, sikap dan perilaku, agama serta budaya masyarakat. Dalam konteks kebangsaan dan nilai-nilai suci keagamaan terjadi beberapa kali ancaman dari kelompok masyarakat karena terlalu vulgar menayangkan demo-demo kebangsaan dan agama.

Dalam konteks etika sosial, juga terjadi ancaman serius karena tidak adanya kontrol ketat dari setiap program yang ditayangkan. Kecenderungan untuk mengejar profit besar, membuat setiap program tidak lagi berkualitas dan cenderung mengejar rating. Oleh karena risiko yang dihadapi, KPI melakukan kontrol ketat dengan sanksi-sanksi berat.

Merujuk kepada makna substantif dari *broadcasting risk management*, KPI telah mencoba melakukan manajemen risiko penyiaran yang berorientasi pada keberlangsungan media penyiaran. Risiko dimaksud ialah mengajak media penyiaran menghindar dari mendiseminasikan *content*, siaran yang dapat membuat lunturnya nilai-nilai budaya masyarakat. Diantaranya adalah program penelitian yang berkenaan dengan kualitas program siaran yang sudah dilakukan semenjak tahun 2014 dan masih dilakukan hingga kajian ini dilakukan. Tepat tahun 2021.

Pengelolaan risiko yang dilakukan KPI bermula dari Pidato Presiden di depan sidang tahunan Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia pada tahun 2015. Kemudian dilanjutkan dengan mengundang para pemimpin redaksi media nasional. ke Istana Merdeka.

Dalam forum tersebut, Presiden menyatakan bahwa, *Upaya mengejar rating, seringkali program televisi dianggap kurang mendidik dan tidak layak untuk ditonton anak-anak. Sinetron yang ratingnya tinggi, saya kira urusan industri bisnis, tapi jangan sampai kita ini memandu publik untuk masuk ke sektor yang konsumtif, ke sektor yang bermewah-mewahan, karena yang kita lihat seperti itu. Kemudian juga ke sektor yang tidak rasional, banyak yang takhayul juga. Ini merupakan komplain dari ormas agama* (liputan6.com,21 Agus 2015).

Berdasarkan *indepth interview* dengan *key informan*, untuk mengurangi risiko yang terjadi, KPI perlu melakukan pengelolaan risiko yang akan terjadi. KPI harus sigap menindak lanjuti setiap tayangan yang melanggar aturan. KPI tidk perlu menunggu adanya kritik dari publik. KPI juga harus mengontrol agar publik tidak dipandu stasiun televisi ke acara konsumtif atau tidak rasional.

Hal ini tampak pada cepatnya KPI menindaklanjuti kegalauan presiden dan segera membuat program penelitian dengan nama “*Survei indeks kualitas program siaran televisi*”. Kemudian tahun 2019 diubah namanya menjadi “*Riset indeks kualitas program siaran televisi*” dengan teknik pengumpulan data melalui *fokus group discussion*” dan dilengkapi dengan teknik pengumpulan data dalam bentuk kuesioner.

Partisipan dari kelompok diskusi terdiri dari berbagai kalangan yang memiliki kualifikasi, kompetensi dibidang program siaran yang berkualitas. Mereka merupakan jurnalistik, wartawan. ahli sosiologi, psikologi, agamawan, kalangan pendidikan, budaya, hukum, petahanan dan keamanan, kepolisian dan ahli ideologi. Para ahli dikelompokkan per provinsi (Indonesia memiliki 34 Provinsi), kemudian mereka mengikuti FGD yang dilaksanakan empat kali dalam satu tahun per provinsi dengan jumlah 10 orang per kelompok. Artinya jumlah peserta per provinsi adalah 40 orang.

Untuk mendapatkan hasil terbaik, selain dengan metode FGD, dilakukan pula survei melalui kuesioner. Populasinya ialah masyarakat yang menonton program televisi nasional yang tersebar di 12 Provinsi di Indonesia, dan sampelnya diambil dari setiap provinsi 100 orang. Masing-masing provinsi diwakili oleh 100 penonton sebagai sampel, sehingga total sampel adalah 4,800 sampel.

Hasil survei memalui kuesioner tahun 2016 terhadap 15 lembaga penyiaran televisi (SCTV, Indosiar, RCTI, MNC-TV, Global-TV, Inews, Trans-TV, Trans-7, AnTV‎, TV-One, Metro-TV, NET‎, CNN Indonesia, TVRI dan RTV) menunjukkan bahwa 22% program mereka termasuk kategori yang kurang berkualitas; 42% tidak mendidik dan tahyul, dan 36% menayangkan acara kekerasan. Tahun 2018-2019, untuk menurunkan risiko tayangan terhadap masyarakat, KPIP melakukan usaha perbaikan dengan merubah program dan acara televisi. KPI menetapkan standar indeks kualitas 3.00 untuk nilai maksimal dengan mengukur 8 indikator.

Terdapat hasil perbaikan dan mengalami peningkatan, dimana Indeks menjelaskan hasil survei indeks kualitas program siaran TV periode 1 sampai 3 pada tahun 2018.



Sumber: KPIP, 2018.

Grafic 1: Survei Indeks Kualitas Program Siaran Televisi di Indonesia, Tahun 2018, Periode 1, 2 dan 3.

Grafik di atas menunjukkan kenaikan indeks kualitas Periode 2 hanya meningkat 0.003 dibandingkan Periode 1. Artinya baru hanya terjadi sedikit perubahan. Kemudian pada Survei Indeks Kualitas Program berikunya (periode 3) justru terjadi penurunan minus 0.06 poin dibandingkan dengan periode ke-2. Ditahun 2019, empat index program siaran mengalami kenaikan signifikan, teutama program religi, wisata, anak dan talkshow.

Hal ini menunjukkan bahwa program siaran telah mengarah pada pendidikan generasi muda (anak-anak), agama dan talkshow untuk mengembangkan nilai-nilai positif, sebagai ciri sebuah bangsa beretika.



Sumber: KPI, 2019.

Progam ini kemudian berlanjut sampai saat ini. Tahun 2020, perkembangan kualitas perbaikan siaran televisi itu dapat dilihat secara berurutan pada data di bawah ini, dimana masyarakat ternyata lebih menyukai televise sebagai bentuk hiburan. Hal ini disebabkan oleh pandemic covid-19 dan masyarakat diminta pemerintah untuk *work from home*.



Sumber: KPIP, 2020.

**Kesimpulan dan Rekomendasi**

Berdasarkan analisis di atas, dapat diketahui bahwa pada tahun 2016-2017, program siaran televisi di Indonesia lebih bersifat komersial, tidak mendidik dan lebih cenderung kepada iklan, meliput tanpa aturan sehingga terlihat tayangan yang vulgar, iklan rokok, penjualan obat traditional china yang tidak bermutu, berita kejahatan seksual dan sebagainya.

Setelah terjadi banyak keluhan masyarakat dan arahan dari Presiden, maka untuk mengurangi risiko siaran yang tidak bermutu, KPI membuat aturan tentang Standar Program Siaran (SPS), kemudian melakukan pelatihan dan pengarahan kepada *stakeholder*, jurnalis dan pemimpin siaran televisi. Hal ini menyebabkan mulai meningkatnya secara perlahan kualitas siaran televisi di Indonesia. Tidak hanya itu, KPI juga melakukan survei kontinyu, pengawasan ketat dan mempublikasikan tingkat kepatuhan Stasiun Televisi ke publik.

Di awal tahun 2020, kasus pelanggaran kembali terjadi ketika merebaknya kasus Covid-19. Terdapat banyak pelanggaran yang signifikan terhadap protokol kesehatan, dimana KPI memberikan sanksi keras terhadap lima stasiun televisi. Dengan demikian, analisis telah menjawab bagaimana KPIP berusaha untuk meminimalisir risiko yang terjadi dan mengarahkan mereka pada kualitas siaran untuk mendidik masyarakat.

Rekomendasi diarahkan pada penelitian lanjutan, karena lembaga siaran televisi pada pemerintah lokal sudah banyak yang didirikan. Bentuk, jenis dan tingkat pelanggaran akan sering terjadi. KPI lokal perlu difasilitasi dengan aturan yang lebih jelas.

**References**

Adam, Barbara, Ulrich Beck, Josst Van Loon. (2000). *The Risk Society and Beyond: Critical Issues for Social Theory*, Sage Publications Ltd; First edition, ISBN-13 ‏ : ‎ 978-0761964698.

Andersen, A, Brian H. Spitzberg. (2008). Risk And Crisis Communication; Myths And Maxims Of Risk And Crisis Communication, 1st Ed, Routledge, NewYork, ISBN 780203891629.

Beville, Hugh Malcolm. 1988. Revised Edition. *Audience Ratings; Radio, Television, Cable*. Lawrence Erlbaum Associates, Publishers. New Jersey.

Baksin, Askurifai. 2006. *Jurnalistik Televisi; Teori dan Praktek*. Simbiosa Rekatama Media. Bandung, Indonesia.

Crouhy, Michel; Galai, Dan, dan Mark, Robert. 2006. *The Essentials of Risk Management*. McGraw-Hill New York.

Darwanto. 2007. *Televisi Sebagai Media Pendidikan*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta, Indonesia.

Djamal, Hidajanto dan Fachruddin, Andi. 2011. *Dasar-Dasar Penyiaran; Sejarah, Organisasi, Operasional dan Regulasi*. Kencana, Jakarta Indonesia.

Health, Robert L. and O’Hair, H. Dan (Ed). 2009. *Handbook of Crisis and Risk Communication*. Roudledge Taylor & Prancis Group. New York and London.

Henny, SW. dan Rumandor. 2002. *Manajemen Media Massa*. UT. Jakarta.

Komisi Penyiaran Indonesia Pusat. 2018. *Ekspos Hasil Survei* *Indeks Kualitas Program Siaran Televisi 2018*. KPIP, Jakarta, Indonesia.

Komisi Penyiaran Indonesia Pusat, 2017. *Indeks Kualitas Program Siaran Televisi 2016,* KPIP, Jakarta, Indonesia.

Komisi Penyiaran Indonesia Pusat (2012). Peraturan KPI Nomor 01/P/KPI/03/2012 tentang Pedoman Perilaku Penyiaran (P3), KPIP, Jakarta, Indonesia.

Komisi Penyiaran Indonesia Pusat (2012). Peraturan KPI Nomor 02/P/KPI/03/2012 tentang Standar Program Siaran (SPS), KPIP, Jakarta, Indonesia.

Kumara, Alex dan Dharmanto, Satriyo. 2017. *Jejak Langkah Televisi Indonesia; Dari Era Analog ke Digital*. Broadcastmagz Publisher, Jakarta, Indonesia.

Lachlan, Kenneth A, (2010). *Book Reviews: risk and crisis communication*, Journal of Communication*,* Vol. 60, Issue 3, Pages E8–E11, <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2010.01501.x>, doi:[10.4324/9780203891629.CH9](https://doi.org/10.4324/9780203891629.CH9), Corpus ID: 157507846.

Leitch, Shirley, Judy Motion. (2010). *Publics and public relations: Effecting change,* International Public Relations Researh conference, Research that Matters to the practice, March 14, 2009, Holiday inn University of Miami, Florida, USA.

Littlejohn, Stephen W. And Foss, Karen A. 2016. *Encyclopedia of Communication Theory*. Volume 1. Sage Publication, Inc. America.

Morissan. 2008. *Manajemen Media Penyiaran; Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Kencana. Jakarta, Indonesia.

Mosco, Vincent. 1996. *The Political Economy of Communication*. Sage Publications. London.

Muda, Deddy Iskandar. 2003. *Jurnalistik Televisi; Menjadi Reporter Profesional*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung, Indonesia.

Newcomb, Horace. 2000. Sixth Edition. *Television; The Critical View*. Oxford University Press. New York.

Paulu, Burton. 1956. *British Broadcasting; Radio and Television in The United Kingdom*. University Of Minnesota Press, Minneapolis, USA.

Republic of Indonesia, (2016). Pimpinan MPR dan Tim Kerja Sosialisasi MPR RI Periode 2009-2014. 2016. Materi Sosialisasi Empat Pilar. Sekretariat Jenderal MPR RI. Jakarta, Indonesia.

Rahayu et al. 2015. *Menegakkan Kedaulatan Telekomunikasi & Penyiaran di Indonesia*. PR2 Media dan Yayasan Tifa. Yogyakarta, Indonesia.

Republic of Indonesia. (2002). Undang-Undang Penyiaran Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002, Indonesia.

Rianto, Puji et.al. 2014. *Kepemilikan dan Intervensi Siaran*. PR2 Media dan Yayasan Tifa. Yogyakarta, Indonesia.

Siregar, Amir Efendi. 2014. *Mengawal Demokratisasi Media; Menolak Konsentrasi, Membangun Keberagaman*. Kompas. Jakarta, , Indonesia.

Smythe, Ted C. And Mastroianni, George A. (Ed.) 1975. *Issues in Broadcasting; Radio, Television, and Cable*. Mayfield Publishing Company. California, USA.

Sterling, Head. 1990. Sixt Edition. *Broadcasting in America*. Houghton Mifflin Company. Boston, USA.

Stoner, James AF et.al. 1995. *Management*. Prentice-Hall International. New Jersey, USA.

Susilo, Leo J. dan Kaho, Victor Riwu. 2018. *Manajemen Risiko*. Grasindo. Jakarta, Indonesia.

Vivian, John. 1999. Fifth Edition. *The Media Of Mass Communication*. Allyn and Bacon. Boston.

Wibowo, Fred. 2007. *Teknik Produksi Program Televisi*. Pinus. Jakarta, Indonesia.

https://www.liputan6.com/, Jakarta. *Jokowi Minta Tayangan TV selain Berita Tak Hanya Kejar Rating,* downloading, June 25, 2021, 17:32.

[https://nasional.tempo.co/read/897922/pemerintah-harus-tegas-melarang-iklan-rokok/full&view=ok](https://nasional.tempo.co/read/897922/pemerintah-harus-tegas-melarang-iklan-rokok/full%26view%3Dok), downloading, Mei 25, 2021, 11:22.

<https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20170922190044-220-243431/5-program-televisi-bandel-yang-pernah-disetop-kpi>, downloading, Mei 25, 2021, 11:30.

<https://www.tribunnews.com/kesehatan/2012/08/15/iklan-tcm-akan-dihentikan>, downloading, Mei 25, 2021, 11:45.