



Nilai Komunikasi Profetik Dalam Isi Regulasi Penyiaran Indonesia

Cepian^{1*}

¹UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

* scepiancc@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini berupaya menelusuri muatan dan nilai-nilai profetik yang ada pada regulasi KPI tersebut. Dengan metode penelitian kualitatif, pendekatan study pustaka, dan teknik penelitian analisis isi penelitian ini menemukan empat muatan nilai profetik dalam regulasi KPI, *Pertama*. Regulasi mengamankan penyiaran harus berlandaskan pada Ketuhanan Yang Maha Esa dengan menjaga dan meningkatkan moralitas dan nilai-nilai agama (*Tu'minuna billah*), *Kedua*, bahwa penyiaran di Indonesia harus menjaga dan memelihara Integritas, persatuan dan kesatuan Bangsa/*Ukhuwah*, *Keempat*, penyiaran di Indonesia harus mencapai tujuan memanusiakan manusia (*humanisasi*), *Keempat*, Siaran di Inonesia harus berfungsi meningkatkan kesejahteraan, kemandirian, perlindungan, kebebasan, keamanan, kenyamanan, masyarakat Indonesia (*Liberasi*).

Kata Kunci : Regulasi, Penyiaran Indonesia, Muatan Profetik

ABSTRACT

This research seeks to explore the content and prophetic values in the KPI regulation. Using qualitative research method, literature study approach, and content analysis research technique, this research found four prophetic values in KPI regulation, First. The regulation mandates that broadcasting must be based on God Almighty by maintaining and improving morality and religious values (Tu'minuna billah), Second, that broadcasting in Indonesia must maintain and preserve the integrity, unity and integrity of the Nation/Ukhuwah, Fourth, broadcasting in Indonesia must achieve the goal of humanizing human beings (humanization), Fourth, Broadcasting in Indonesia must function to improve the welfare, independence, protection, freedom, security, comfort, of Indonesian society (Liberation).

Keywords : *Regulation, Indonesian Broadcasting, Prophetic Content*

PENDAHULUAN

Perkembangan Ilmu Komunikasi secara ontologis tidak terpisahkan dari sejarah kemunculan dan perkembangan media, dari mulai media cetak, media elektronik, dan kemajuan media digital. Seperti kata Fidler (2003) dalam (Syahputra, 2020, hal. 25) Pada periode 1890-1920 adalah zaman keemasan media cetak. Banyak kalangan ahli komunikasi menilai masa ini sebagai masa revolusi komunikasi. Pada masa ini, perkembangan media cetak dari yang semula hanya sebatas menyajikan informasi catatan harian perdagangan bagi para saudagar kelas tertentu, yang sesekali diselipi berita tentang negara asing, telah mulai merambah pada aspek komersil periklanan. Hal ini terbukti dengan gejolak media cetak yang merasa terancam dan tersaingi dengan kemunculan media elektronik baru (radio) yang jauh lebih kuat pengaruhnya pada realitas sosial masyarakat. Sehingga, pada awal tahun 1920-an, koran mengalami krisis transisi eksistensi ditengah masyarakat akibat kemunculan pesawat radio sebagai media elektronik baru.

Meski pada kenyataannya, kemunculan media elektronik baru tidak serta merta menegasikan keberadaan dan manfaat dari media cetak lama, namun kemunculan radio cukup membuat gejolak dunia media, sehingga antara perusahaan koran dengan perusahaan-perusahaan yang saat itu mulai memasang iklan di radio sempat terjadi ketegangan satu sama lain saling boikot. Hal ini dengan sangat jelas sekali menunjukkan bahwa di balik fungsi dan tujuan media yang digembar-gemborkan ke muka publik ada tujuan utama yang lebih besar, yaitu, menggapai kekuasaan dan keuntungan yang lebih besar bagi pemodal (Ade Armando, 2019, hal. 151).

Sekelumit peristiwa sejarah di atas menggambarkan bawa dinamika perkembangan media dalam dunia penyiaran merupakan tantangan organik yang mengakar bagi teori komunikasi, lebih tepatnya praktisi ilmu komunikasi dalam mengembangkan konsep dan teori komunikasi. Dalam hal ini, praktisi ilmu komunikasi, masyarakat, dan media, merupakan kesatuan komponen dalam kinerja mesin rekayasa sosial, yang satu sama lain memiliki keterikatan magnetik dalam upaya mencetak bentuk output yang akan dihasilkan. Media dengan segala teori yang mengepungnya selalu berupaya memproduksi dan membentuk kebudayaan baru untuk kemudian menguasai dan mengendalikan kebudayaan tersebut.

Sementara masyarakat dibentuk sedemikian rupa dari dunia realitas ke dunia mimpi dan angan-angan. Masyarakat dimanjakan melalui siaran dan tayangan entertain yang menghipnotis dan membuat mereka secara tidak sadar menjadi satu komunitas baru yakni, msyarakat media.

Disamping besarnya kepentingan industrial bagi internal korporasi media, persaingan antar korporasi media pun seringkali menuntut media untuk berlomba

menyajikan konten-konten yang menarik minat masyarakat, demi target rating yang ingin dicapai, walau pun akhirnya harus mengabaikan aspek religiusitas, moralitas, nilai-nilai, kearifan lokal serta kebudayaan masyarakat itu sendiri. Kondisi inilah yang sangat memperhatikan, sehingga banyak para peneliti yang menaruh perhatian serius terhadap kinerja KPI. Diantara sekian banyak persoalan dunia penyiaran di Indonesia, hasrat kapitalis pun seolah tidak terbendung, bahkan lebih berkuasa dari pada hukum negara itu sendiri. Hal ini bisa terlihat jelas dari seluruh siaran tayang mata acara di seluruh televisi swasta nyaris tidak ada bahan tontonan yang mendidik, malah cenderung menggiring pada kondisi degradasi moral bangsa.

Acara demi acara seolah tidak melalui proses filterisasi oleh KPI, terutama acara live show, kebanyakan diisi dengan mata acara yang kurang berfaedah. Namun sulit memang ketika peraturan turunan tidak begitu tegas dan cenderung berpasal karet, atau pasal multi tafsir, yang kemudian memberi celah bagi para pelaku penyiaran untuk berkilah dan berlindung dengan perspektif mereka tentang aturan yang sama. Sebagai contoh misalnya, apa yang pernah terjadi pada tahun 2010. Saat itu KPI berusaha menegakan peraturannya dengan memberikan sanksi berupa pemberhentian sementara terhadap salah satu mata acara di stasiun televisi swasta yaitu, PT. Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI). KPI menurunkan sanksi berupa pemberhentian acara program infotainment “Silet”. Komisi Penyiaran Indonesia melalui Surat Keputusan Nomor No. 660./K/KPI/11/10 tertanggal 8 November 2010 perihal pemberhentian sementara program siaran “silet”.

Secara tupoksi dan berdasarkan regulasi yang berlaku yaitu P3SPS, KPI telah berada pada jalur yang benar, yaitu dalam kerangka menegakan hukum karena menilai program silet bertentangan dengan Pedoman Prilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS). Menurut KPI, Program silet telah melakukan pelanggaran pidana dan karena program “silet” adalah program siaran televisi, maka kasus ini berada dibawah tanggung jawab KPI.

Namun ternyata, PT. Rajawali Citra Televisi Indonesia melakukan gugatan ke Pengadilan Tata Usaha Negara (PTUN) terkait surat keputusan yang dikeluarkan oleh KPI tentang pemberhentian sementara program “silet”. Dalam hal ini ternyata pengadilan tata usaha negara memiliki wewenang untuk melakukan pengawasan kepada KPI. Pengadilan Tata Usaha Negara atau PTUN menerima aduan dari PT. Rajawali Citra Televisi Indonesia terkait surat Keputusan KPI No 660./K/KPI/11/10 tentang sanksi pemberhentian sementara program siaran “silet”. PT Rajawali Citra Televisi Indonesia mengemukakan beberapa alasan dan sanggahan sebagai berikut. *Pertama*, PT Rajawali Citra Televisi Indonesia berpendapat bahwa KPI tidak memiliki kewenangan untuk memberikan sanksi

Cepian

terhadap program acara siaran “silet” yang tayang di RCTI, karena dalam pandangan RCTI, program siaran “silet” adalah program investigasi yang sudah memenuhi prosedur dan kualifikasi karya jurnalist sebagaimana diatur dalam Undang-undang nomor 40 tahun 1999 tentang pers. Dengan itu RCTI berkelit dengan alasan program silet adalah program hasil produk karya pers. Sehingga menurut pihak RCTI jikapun ada pelanggaran maka itu ada dibawah wewenang Dewan Pers bukan Komisi Penyiaran Indonesia.

Kedua, PT. Rajawali Citra Televisi Indonesia mengemukakan pendapat bahwa, pemberian sanksi dari Komisi Penyiaran Indonesia tidak sesuai dengan peraturan dan tidak melalui tahapan prosedural yang baik dengan kata lain RCTI memandang ini adalah keputusan sebelah pihak, karena sama sekali tidak memberi ruang klarifikasi terlebih dahulu dari PT Rajawali Citra Televisi Indonesia atau setidaknya manajemen program siaran silet. Sehingga menurut RCTI keputusan KPI tidak bisa diterima.

Ketiga, PT Rajawali Citra Televisi Indonesia memandang bahwa telah terjadi penyalahgunaan wewenang oleh petinggi atau komisioner KPI Pusat, RCTI mepermasalahkan program siaran serupa yang disiarkan di stasiun televisi swasta lainnya tidak diberi peringatan atau sanksi yang sama. Padahal masih banyak program siaran lain yang melanggar Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siar seperti menampilkan kekerasan, mayat, perbincangan seputar seks, dan lain sebagainya tetapi luput dari pemberian sanksi pemberhentian sementara, bahkan nyaris tidak ada teguran sama sekali.

Dari peristiwa ini jelas sekali bahwa dalam hal penegakannya KPI mendapat banyak batu sandungan, persis seperti jalan dakwah. Bagi sebagian orang menganggap kejadian-kejadian seperti ini menjadi alasan tidak pentingnya keberadaan Komisi Penyiaran Indonesia. Namun, mereka tidak mempertimbangkan bagaimana jadinya dunia siaran Indonesia jika sama sekali lepas dari pengawasan lembaga seperti KPI.

Akhirnya, pengadilan Tata Usaha Negara Jakarta mengabulkan gugatan dari PT Rajawali Citra Televisi Indonesia untuk mencabut dan membatalkan keputusan Komisi Penyiaran Indonesia tentang pemberhentian sementara penayangan program siaran “silet” Nomor 669/K/KPI/11/10 tertanggal 8 November 2010 tersebut (M.Z. Al-Faqih, 2018, hal. 82 - 83)

Menurut Undang-undang nomor 32 tahun 2002 tentang penyiaran, Komisi Penyiaran Indonesia sebagai lembaga independen memiliki wewenang penuh untuk melakukan pengawasan, evaluasi peringatan dan termasuk sanksi bagi lembaga penyiaran yang melanggar ketentuan. Apalagi telah dengan jelas dalam Undang-undang nomor 32 tahun 2002 bawa Komisi Penyiaran Indonesia sebagai lembaga negara independen sebagai bentuk representasi publik dalam

menjadi keseimbangan antara kepentingan masyarakat dan kepentingan keuntungan industri penyiaran.

Akan tetapi otoritas Komisi Penyiaran Indonesia dalam hal penegakan peraturan telah dikebiri dengan adanya *judicial review* yang dilakukan oleh Mahkamah Konstitusi pada tahun 2004. Kejadian gugatan yang dimenangkan oleh RCTI adalah salah satu bukti bahwa kewenangan Komisi Penyiaran Indonesia menjadi mandul karena adanya tumpang tindih kepentingan. Usulan *judicial Review* terhadap kewenangan Komisi Penyiaran Indonesia dilakukan salah satunya oleh Asosiasi Televisi Swasta Indonesia (ATVSI). Dari hasil *judicial review* tersebut akhirnya wewenang Komisi Penyiaran Indonesia dalam hal membuat peraturan bersama pemerintah dalam bidang penyiaran telah dicabut.

Hal ini semakin membuat Peranan Komisi Penyiaran Indonesia melemah, terutama ketika hendak melakukan teguran atau pemberian sanksi terhadap pelanggaran penyiaran. Namun sekali lagi ini bukan tentang lemahnya undang-undang tentang penyiaran tetapi ketidakkuasaan komisi Penyiaran Indonesia dalam menghadapi kekuatan para pemangku kepentingan kapitalis dalam dunia industri penyiaran. Dengan demikian Komisi Penyiaran Indonesia lebih cenderung melakukan pendekatan persuasif, dialogis, kompromistis yang pada akhirnya membuka keran “dialog transaksionis”.

Persaingan media saat ini memang sudah ekstremitas. Perebutan rating dan jumlah jam tayang konten penyiaran media begitu kentara. Selama 24 jam, media penyiaran *televisi* menyayangkan konten-konten bernuansa seksual, kekerasan fisik, kekerasan verbal, fitnah, varian hantu, sampai alam kubur juga berhasil divisualisasikan. Meski sesekali agama ditampilkan, namun itu tidak terlepas dari tujuan komodifikasi agama semata.

Fenomena ini semata-mata sebagai buntut dari kebocoran keran demokrasi yang kebablasan pasareformasi 1998. Walau pun pada awal reformasi telah dengan subur lahirnya *auxiliary agent* (lembaga negara bantu) termasuk diantaranya adalah lembaga bantu dalam bidang penyiaran yang pada masa orde baru berada dibawah kendali pemerintah berdasarkan Undang-undang 24 tahun 1997 tentang penyiaran. Setelah era reformasi beralih kendali kekomisi penyiaran indonesia (KPI) berdasarkan Undang-undang Nomor 32 tahun 2002. Kelahiran KPI ini bertujuan untuk mengontrol program siaran serta mewadahi aspirasi dan keluhan masyarakat yang berkaitan dengan pelanggaran peraturan dan pedoman perilaku penyiaran serta standar program siaran (M.Z. Al-Faqih, 2018). Akan tetapi, sejauh ini belum terlihat jelas kiprah utama KPI dalam mengontrol program siaran di media.

Padahal tanggung jawab KPI hari ini justru lebih berat, karena selain

konten yang kontroversial, bentuk media pun terus berkembang, sebagaimana dalam kajian komunikasi sering ditemui istilah *new media* (media baru). Media baru adalah keseluruhan media terkini yang berbasis internet dan digital. Menurut McQuail, New media atau media baru, merupakan sarana komunikasi dimana semua pesan komunikasi bisa terpusat dan mudah untuk disalurkan menggunakan teknologi internet dan melibatkan audiens untuk meningkatkan proses interaksi dan komunikasi. Sementara menurut Arshano Sahar, Media baru merupakan kehadiran media yang semuanya serba digital dan dipengaruhi oleh internet akibat teknologi informasi dan komunikasi yang semakin berkembang. Selain itu, Abu Hassan Hasbullah, juga memberikan definisi tentang Media baru, menurutnya media baru itu seperti 'kepercayaan baru' yang melintasi semua batas politik, ekonomi dan agama yang dipeluk oleh hampir semua orang di dunia. Media baru memiliki pengaruh besar terhadap generasi muda karena mereka paham IT dan memiliki 'dorongan untuk tahu.

New Media atau media baru memiliki pengertian media yang terbentuk dari interaksi antara manusia dengan komputer dan internet. Seperti web, blog, online social network, koran digital dan lain-lain. Istilah media baru baru muncul pada akhir abad 20-an yang dipakai untuk menyebut sebuah media baru yang menggabungkan media-media konvensional dengan internet. Media baru merupakan media yang menawarkan digitisation, convergence, interactivity, dan development of network terkait pembuatan pesan dan penyampaian pesannya. Kemampuannya menawarkan interaktifitas ini memungkinkan pengguna dari media baru memiliki pilihan informasi apa yang dikonsumsi, sekaligus mengendalikan keluaran informasi yang dihasilkan serta melakukan pilihan-pilihan yang diinginkannya. Kemampuan menawarkan suatu interactivity inilah yang merupakan konsep sentral dari pemahaman tentang media baru.

Munculnya virtual reality, komunitas virtual identitas virtual merupakan fenomena yang banyak muncul seiring dengan hadirnya media baru. Fenomena ini muncul karena media baru memungkinkan penggunanya untuk menggunakan ruang seluas-luasnya di media baru, memperluas jaringan seluas-luasnya, dan menunjukkan identitas yang lain dengan yang dimiliki pengguna tersebut di dunia nyata. Sebutan media baru atau media baru ini merupakan pengistilahan untuk menggambarkan karakteristik media yang berbeda dari yang telah ada selama ini. Media seperti televisi, radio, majalah, koran digolongkan menjadi old media atau media lama, dan media internet yang mengandung muatan interaktif digolongkan sebagai media baru atau media baru. Sehingga pengistilahan ini bukanlah berarti kemudian media lama menjadi hilang digantikan dengan media baru, namun ini merupakan pengistilahan untuk menggambarkan karakteristik yang muncul saja. Sementara itu, media sosial dikenal juga dengan jejaring sosial merupakan bagian dari media baru.

Era digitalisasi ini dianggap sebagai “*the second age media*” yang menghimpun masyarakat dalam sebuah komunitas baru di dalam ruang tak terbatas “*cyberspace*”. Maka, Cyberspace atau ruangan maya yang secara lebih luas dikenal dengan dunia maya (*cyber world*), tengah membentuk suatu masyarakat baru yaitu masyarakat maya (*cyber society*) dari masyarakat maya lahirlah kebudayaan baru yakni kebudayaan di dunia maya (*cyber culture*). Di dunia maya kontrol preventif nyaris tidak bisa dilakukan. Sebatas menutup dan memblokir situs pun masih banyak yang lolos dan tetap melakukan siaran. Lalu selain kontrol pribadi (*self control*) siapa lagi yang akan bertanggungjawab terhadap tontonan yang liberal dan vulgar tersebut. Menyoroti media baru, era digital atau yang sering dikenal dengan generasi “4.0” regulasi penyiaran sudah sangat dituntut untuk mengambil peranan. Karena hanya Komisi Penyiaran Indonesia yang bisa diberikan wewenang dalam hal penyiaran, termasuk penyiaran dalam bentuk digital. Seharusnya tidak mesti membuat alasan-alasan yang tidak logis untuk membendung peran *ta’muruna bil ma’ruf wa tanhauna anil munkar* sementara dampak negatif sudah jelas terasa, baik terhadap moral, agama, etika dan susila semua sudah terkena dampaknya. Maka dalam hal ini antara Kementerian Komunikasi dan Informasi dengan Komisi Penyiaran Indonesia seharusnya duduk bersama dan merumuskan solusi bersama untuk menghadapi tantangan dunia digital.

Dari fakta empirik tentang siaran media diatas, mencerminkan bahwa media terlalu jauh menyimpang dari fungsinya, media tidak lagi mencerminkan agenda untuk memanusiakan manusia (*Humanisasi*), tidak tampak upaya media membebaskan masyarakat (*Liberasi*) melalui siaran-siarannya untuk turut mensejahterakan masyarakat, turut memerdekakannya dari kemiskinan, turut serta membebaskannya dari kunci mimpi dan pasung angan-angan semu. Secuil pun tayangan aksi sosial, disiarkan hanya demi meraup keuntungan yang jauh lebih besar, kemiskinan dijadikan tontonan, tayangan kejahatan dijadikan umpan, dan lagi-lagi demi keuntungan korporasi industri penyiaran. Itulah faktanya, media hari ini jauh dari nilai-nilai ketuhanan (*transendensi*). Maka tidak heran, jika hasil survey Yayasan Pengembangan Media Anak (2017) menyebutkan 1.401 tayangan televisi selama kurun waktu tahun 2006 sampai dengan tahun 2015 sebagian besar tidak layak ditonton anak-anak (Ade Armando, 2019, hal. 152).

Meski sejak tahun 2002 telah terbentuk Komisi Penyiaran Indonesia berdasarkan Undang-undang Nomor 32 tahun 2002, serta telah melahirkan beberapa aturan seperti P3SPS (Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran), Peraturan Kimisi Penyiaran Indonesia (PKPI) Nomor 1 tahun 2019, Keputusan Kimisi Penyiaran Indonesia Pusat Nomor 7 Tahun 2020, dan peraturan-peraturan lainnya. Namun, masih banyak program siaran yang justru melanggar peraturan-peraturan tersebut. Dari tahun ketahun grafik laporan dan pengaduan dari masyarakat terus meningkat (M.Z. Al-Faqih, 2018, hal. 71) & (Ade

Keadaan tersebut cukup beralasan menurut beberapa penelitian yang dilakukan sebelumnya, diantaranya bahwa masih ada kecenderungan oknum dari Subjek KPI yang mencari keuntungan dengan memilih jalur kompromi dengan lembaga penyiaran swasta (Anak Agung Ayu Mas Merta Sari, 2020), (Ade Armando, 2019), masih terbatasnya wewenang dan peran KPI dalam memberikan sanksi pelanggaran siaran (Muhriani, 2015, hal. 77), adanya tumpang tindih wewenang serta belum jelasnya pasal-pasal dalam regulasi, sehingga menjadi multi tafsir dan dianggap pasal karet (Kristopo, 2020) & (M.Z. Al-Faqih, 2018).

Hal ini sekaligus memberikan gambaran bahwa sudah begitu banyak penelitian mengenai Komisi Penyiaran Indonesia, seperti “Fungsi Komisi Penyiaran Indonesia Terhadap Pelanggaran Siaran Televisi” (Anak Agung Ayu Mas Merta Sari, 2020), Dalam penelitiannya, Merta Sari mengungkapkan mengenai Fungsi Komisi Penyiaran Indonesia Terhadap Pelanggaran Siaran Televisi yang telah tercatat dalam Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran dengan nomor 01/P/KPI/03/12 dan nomor 02/P/KPI/03/12 (P3SPS) menurut Sari, Komisi Penyiaran Indonesia belum optimal dalam menjalankan fungsinya, hal ini dilatarbelakangi oleh beberapa faktor diantaranya adalah, peraturan tentang penyiaran yang dibatasi sehingga kewenangan KPI akhirnya tidak jelas. Mungkin hal ini adalah dampak dari *judicial review* yang dilakukan oleh Mahkamah Konstitusi pada tahun 2004 terhadap Undang-undang Penyiaran.

Selain dari peraturan penyiaran yang cenderung dibatasi, Sari juga menemukan bahwa kekuatan kapitalisme dalam meraih hasrat keuntungan besar dari dunia industri penyiaran sudah lepas kontrol sehingga tidak ada lagi kesadaran untuk mengembalikan penyiaran pada asas, tujuan, fungsi serta arah penyiaran sebagaimana diamanatkan oleh undang-undang nomor 32 tahun 2002 tentang penyiaran. Di sisi dua masalah tersebut ada hal lain yang menjadi faktor melemahnya fungsi Komisi Penyiaran Indonesia, yaitu terkait dengan sikap permisif dari para penonton. Sari melihat, tidak ada gerakan signifikan dari masyarakat dalam upaya mengoptimalkan fungsi kontrol dan pengawasan terhadap penyiaran yang sudah banyak sekali penyimpangan.

Kemudian selain fungsi komisi penyiaran Indonesia, penelitian lain juga mempersoalkan terkait Otoritas Komisi Penyiaran Indonesia Dalam (Ade Armando, 2019), Dalam penelitiannya Armando mengambil salah satu program acara siaran untuk diteliti. Program siaran yang dipilih adalah acara Pagi-pagi Pasti Happy sebuah acara *talkshow* yang dibawakan oleh Uya Kuya. Program ini dianggap kontroversi karena sering mengumbar aib bintang tamu. Dari hasil penelitian Ade Armando terkait siaran ini ternyata ada kecenderungan Komisi Penyiaran Indonesia melakukan pendekatan dialogis dengan para pengusaha

televisi swasta, sehingga kewenangan Komisi Penyiaran Indonesia terlihat semakin menipis. Namun sama halnya dengan apa yang diungkapkan oleh Sari (2020) dalam penelitiannya, Ade Armando juga menemukan bahwa hal ini terjadi akibat tidak didukungnya kewenangan Komisi Penyiaran Indonesia oleh pemerintah, sehingga Komisi Penyiaran Indonesia atau KPI merasa canggung dan banyak pertimbangan ketika berusaha menjalankan wewenangnya apa lagi sampai memberika sanksi kepada lembaga penyiaran swasta di khawatirkan berdampak pada kesejahteraan para pekerja pada program tersebut.

Penemuan lain didapat dai hasil penelitian tentang Kewenangan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) Dalam Mengawasi Siaran Kampanye Pemilihan Umum (Muhriani, 2015), Muhriani menemukan keterkaitan antara *judicial review* ynag dilakukan oleh Mahkamah Konstitusi (MK) terhadap Undang-undang noor 32 tahun 2002 tentang Penyiaran dengan kewenangan Komisi Penyiaran Indonesia dalam mengawal dan mengawasi periklanan kampanye pemilu di televisi. Menurut Muhriani Komisi Penyiaran Indonesia dengan sengaja dilemahkan melalui *judicial review* oleh Mahkamah Konstitusi atau (MK). Sehingga kewenangan Komisi Penyiaran Indonesia menjadi mandul. Padahal sudah sangat jelas banyak terjaddi pelanggaran kampanye didaplam siaran. Pada akhirnya Komisi Penyiaran Indonesia hanya bisa membuat surat teguran tanpa adanya sanksi, jikapun ada pelanggaran Komisi Penyiaran Indonesia hanya bisa menghimbau untuk dilakukannya pembatasan durasi dan waktu tayang kampanye pada masa pemilihan umum.

Selanjutnya, ada penelitian mengeani Pelaksanaan Penerapan Hukum Terhadap Media Massa Lembaga Penyiaran Indonesia Oleh Komisi Penyiaran Indonesia Menurut UU No. 32 Tahun 2002 (kristopo, 2020), dari hasil analisisnya Kristopo menemukan bahwa dalam penerapan hukum terhadap media massa, Komisi penyiaran Indonesia berupaya menjalankan prosedur melalui klarifikasi dan hak jawab terlebih dahulu yang diberikan kepada lembaga penyiaran. Namun lagi-lagi, pada saat terbukti adanya pelanggaran, Komisi Penyiaran Indonesia ketika hendak memberikan sanksi terkendala juga dengan substansi dan isi dari peraturan Komisi Penyiaran Indonesia yang cenderung tidak tegas, multi tafsir dan banyak pasal-pasal karet. Disamping itu tumpang tinding wewenang juga menjadi kendala penerapan hukum, diperparah lagi dengan kesadaran hukum dari para pelaku usaha penyiaran televisi swasta juga sangat minim sekali.

Belum juga tuntas menghadapi segudang permasalahan dan pelanggrana penyiaran yang dilakukan oleh televisi swasta, Komisi Penyiaran Indonesia mendapat tantang baru yaitu, berkaitan dengan tayanga televisi digita milik para pengusaha luar negeri yang justru tidak memiliki izin sama sekali. Permasalah ini menari Joko Saputro untuk melakukan penelitian prihal Tinjauan Yuridis

Tanggung Jawab Komisi Penyiaran Indonesia Terhadap Konten Pornografi Dan Kekerasan Dalam Media *Netflix* (Saputro, 2020). Permasalahan ini menjadi permasalahan paling menarik bagi peneliti, karena jangan kan menghadapi lembaga siar yang tidak jelas kantornya, toh lembaga penyiaran dalam negeri saja yang jelas-jelas berada dibawah pengawasan Komisi Penyiaran Indonesia pun tidak bisa dikontrol. Sementara, tantangan dari *Netflix* sangat jelas sekali selain banyak mengandung unsur seksual, tidak mengalami sensor, pengawasan sulit juga dilakukan karena menggunakan saluran digital. Selain itu *Netflix* melakukan usaha di Indonesia tanpa perlu mendirikan kantor resmi di Indonesia.

Dari hasil penelitian Saputro, cukup jelas bahwa Komisi Penyiaran Indonesia tidak mampu mengontrol dan mengawasi program dari *Netflix*. Lucunya, yang menjadi alasan bukan semata karena *Netflix* sulit dijangkau, tetapi alasannya adalah karena tidak adanya kesepahaman antara Komisi Penyiaran Indonesia dengan Kementerian Komunikasi dan Informasi sehingga Komisi Penyiaran Indonesia tidak diberikan izin untuk mengawasi saluran televisi digital seperti *Netflix*. Oleh karena itu juga Kementerian Komunikasi dan Informasi menganggap bahwa televisi digital bukan wewenang Komisi Penyiaran Indonesia. Sangat lucu sekali jika hal ini memang benar terjadi, lantas kalau bukan wewenang Komisi Penyiaran Indonesia kewenangan siapakah mengawasi serta mengontrol siaran televisi digital baik yang dimiliki oleh pengusaha luar negeri atau pun televisi digital milik swasta dalam negeri? Padahal hari ini perpindahan dari televisi analog ke saluran digital sudah mulai gencar.

Lalu selanjutnya, jika wewenang Komisi Penyiaran Indonesia tidak didukung dan tidak kembali dioptimalkan lantas apa maksud dari amanat undang-undang nomor 32 tahun 2002 tersebut. Atau barangkali hari ini sudah tidak diperlukan lagi, sudah tidak peduli lagi moral bangsa hancur sedemikian rupa sebagai dampak dari perfilman yang lepas kontrol. Jauh api daripada panggung, rasa-rasanya pepatah ini sangat tepat menggambarkan dunia penyiaran dan masa depan bangsa Indonesia hari ini. Dimana aturan dibuat bukan untuk mencapai tujuan umum tetapi hanya dijadikan batu loncatan demi kekuasaan yang lebih besar (Ade Armando, 2019).

Namun, peneliti belum menemukan hasil penelitian yang difokuskan pada aspek komunikasi, terutama komunikasi profetik. Melalui penelitian ini, peneliti ingin mengetahui muatan nilai komunikasi profetik dalam isi regulasi Komisi Penyiaran Islam (KPI) yang mencakup *Humanisasi, Liberasi, dan Transendensi*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam proses penelitian, peneliti menemukan beberapa hasil penelitian menunjukkan bahwa secara kelembagaan, KPI belum menjalankan tugas dan

fungsinya dalam mengontrol penyiaran di dunia saiaran Indonesia. Bahkan, dalam beberapa penelitian KPI cenderung “permisif” dan “kompromistis” dengan lembaga penyiaran swasta dalam hal penyiaran konten-konten yang melanggar regulasi penyiaran. Akan tetapi, peneliti dalam penelitian ini tetap objektif menilai isi regulasi KPI dengan mengabaikan praktek kelembagaannya. Regulasi merupakan konsep abstrak pengelolaan sistem yang kompleks sesuai dengan seperangkat aturan dan tren (Wikipedia, 2021).

Setelah dilakukan penelitian dan pengamatan terhadap isi regulasi Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) yang berkaitan dengan muatan nilai komunikasi profetik diketahui bahwa, keberadaan Komisi Penyiaran Indonesia sebagai lembaga bantu negara (*auxiliary agent*) Negara Indonesia dibentuk berdasarkan Undang-undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, yang dalam Undang-undang tersebut termaktub secara implisit bahwa KPI sejatinya adalah lembaga yang diberi amanah/tugas untuk menjalankan *Amar ma'ruf nabyi munkar* dalam bidang penyiaran. Di dalam regulasi/peraturan negara yang berkaitan dengan Penyiaran di Indonesia terdapat tugas dakwah bagi Komisi Penyiaran Indonesia juga bagi Masyarakat Indonesia yang dapat digolongkan ke dalam tiga bagian pokok, yaitu, memanusiakan manusia (*humanisasi*), Memajukan, membebaskan, melindungi dan menjaga hak asasi manusia (*liberasi*), dan meningkatkan dan melestarikan keimanan dan ketakwaan kepada Allah Subhanahu Wata'ala (*transendensi*).

Secara implisit *humanisasi*, *liberasi* dan *transendensi* banyak ditemukan dalam satu pasal bersamaan menjadi satu kesatuan dalam satu kalimat. Oleh karena itu untuk memudahkan pembaca dalam memahami ketiga aspek diatas peneliti memberikan gambaran atau persepsi sederhana tentang ketiga aspek tersebut terlebih dahulu. Humanisasi bukan humanisme, humanisasi disini adalah agenda memanusiakan manusia, mengajak dan merayu manusia agar berperilaku baik, berakhlak baik, berkepribadian baik dan tetap menjaga segala sesuatu yang baik, itulah humanisasi. Dengan kata lain humanisasi adalah upaya agar manusia menjadi manusia yang diridoi semua makhluk dimuka bumi. Sementara *liberasi* atau *tanhauna anil munkar* adalah upaya untuk menjaga manusia agar tidak merugikan dirinya sendiri dan merugikan orang lain dengan kejahatan yang dia lakukan, serta menjaga manusia atau masyarakat agar tidak terkena dampak dari kemunkaran. Selanjutnya aspek *transendensi* adalah agenda mengajak dan meningkatkan kadar keyakinan manusia agar tetap beriman kepada Allah SWT. (*tu'munina billah*) (Syahputra, 2020).

Humanisasi, Liberasi dan Transendensi

Menelaah Undang-undang Nomor 32 tahun 2002 tentang Penyiaran proyek *amar ma'ruf nabyi munkar* telah dengan jelas ditulis di Muka, yakni, dalam

“Menimbang, point (e)” “bahwa siaran yang dipancarkan dan diterima secara bersamaan serentak dan bebas, memiliki pengaruh yang besar dalam pembentukan pendapat, sikap, dan perilaku khalayak, maka penyelenggaraan penyiaran wajib bertanggung jawab dalam menjaga moral, tata susila, budaya kepribadian dan kesatuan bangsa yang berlandaskan kepada Tuhan Yang Maha Esa dan Kemanusiaan yang Adil dan Beradab” (Negara Republik Indonesia, 2002) lihat juga (M.Z. Al-Faqih, 2018, hal. 102).

Dari klausul di atas secara keseluruhan tugas dakwah sudah tercakupi di dalamnya, yaitu *ta'muruna bil ma'ruf* dalam hal ini berkaitan dengan misi memperbaiki moral, tata susila, akhlak, ukhuwah termasuk menjaganya jangan sampai terjadi kerusakan moral, susila, dan keretakan ukhuwah (*tanbauna 'anil munkar*) dan menjadikan nilai-nilai teologis sebagai landasan kegiatan penyiaran *tu'minuna billah*. Dalam hal ini tugas KPI ialah menjaga dan mengontrol tanggungjawab lembaga penyiaran agar tetap meperhatikan aspek amar ma'ruf nya.

Selanjutnya, kaitan dengan humanisasi, liberasi dan transendensi ini dijabarkan dalam per-BAB selanjutnya, diantaranya pada BAB II tentang ASAS, TUJUAN, FUNGSI DAN ARAH. Pada Pasal 2 Bab II ditekankan tentang dasar dan asas penyiaran harus berdasarkan pada Pancasila dan UUD 1945 yaitu, 1) adil dan merata, 2) Kepastian hukum, 3) keamanan, 4) keberagaman, 5) kemitraan, 6) etika, 7) kemandirian, 8) kebebasan dan 9) tanggungjawab.

Pada pasal tiga ditegaskan tentang tujuan penyiaran, tujuan dari penyiaran sebagaimana dijelaskan dalam regulasi banyak memuat misi kenabian yaitu, memperkuat integrasi nasional (*ukhuwah*), terbinanya watak dan jati diri bangsa yang beriman dan bertakwa (*Trasnsendendi/tu'minuna billah*), mencerdaskan kehidupan bangsa (*humanisasi/ta'muruna bilma'ruf*), dan memajukan kesejahteraan umum (*liberasi/tanbauna anil munkar*). Berkaitan dengan pencapaian tujuan ini tentu Komisi Penyiaran Indonesia memiliki tugas utama dalam mengarahkan dan tetap memberikan kontrol kepada lembaga penyiar agar tetap memperhatikan tujuan penyiaran.

Sementara berkaitan dengan fungsi penyiaran yang harus dijaga, dikontrol dan terus dievaluasi oleh Komisi Penyiaran Indonesia sebagaimana tercatat dalam pasal empat terbagi pada dua ayat. Ayat satu berkaitan dengan nilai profetik humanisasi karena mencakup fungsi pemberian informasi, pendidikan dan “hiburan”. Memberi informasi artinya menambah kekayaan pengetahuan dan wawasan manusia yang dalam dunia dakwah disebut dengan *tabligh* sedangkan pendidikan sudah sangat jelas sekali arah dan tujuannya yang tiada lain adalah untuk memanusiakan manusia. Masih dalam ayat satu pasal empat, penyiaran memiliki fungsi kontrol dan perekat nasional (menjaga ikatan ukhuwah).

Kemudian dalam pasal empat ayat yang kedua menjelaskan bahwa fungsi penyiaran selain dari fungsi komersil juga berkaitan dengan kebudayaan membangun tatanan kehidupan yang berbudaya dan beradab.

Selanjutnya arah penyiaran di Indonesia tercantum dalam Pasal lima, yang terdiri dari sepuluh poin, yaitu; a) *Menjungjung tinggi pelaksanaan pancasila dan Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945*; b) *Menjaga dan meningkatkan moralitas dan nilai-nilai agama serta jati diri bangsa*; c) *Meningkatkan kualitas sumber daya manusia*; d) *Menjaga dan mempererat persatuan dan kesatuan bangsa*; f) *Meningkatkan kesadaran dan ketaatan hukum dan disiplin nasional*; g) *Menyalurkan pendapat umum serta mendorong peran aktif masyarakat dalam pembangunan nasional dan daerah serta melestarikan lingkungan hidup*; h) *Mencegah monopoli kepemilikan dan mendukung persaingan yang sehat di bidang penyiaran*; i) *Mendorong peningkatan kemampuan perekonomian rakyat, mewujudkan pemerataan, dan memperkuat daya saing bangsa dalam era globalisasi*; j) *Memberikan informasi yang benar, seimbang, dan tanggung jawab*; k) *Memajukan kebudayaan nasional*.

Dari sepuluh arah penyiaran di Indonesia yang diamanatkan Undang-undang tentang penyiaran jika ditelaah secara mendalam tentulah dapat diketahui bahwa penyiaran di Indonesia memiliki arah yang sesuai dengan misi kenabian. Poin “a”, “e” dan “f” misalnya tentang menjunjung nilai pancasila dan Undang Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, kesadaran ketaatan hukum, dan peran aktif dalam pembangunan nasional, bagi kalangan ekstrimis mungkin ini sangat bertolak belakang, namun ketaatan pada negara, ketaatan pada hukum telah jelas dalilnya, sebagaimana firman Allah dalam Q.S Annisa ayat 59;

“hai orang-orang yang beriman, taatilah Allah dan taatilah Rosul (Nya), dan ulil amri diantara kamu. Kemudian apabila kamu berlainan pendapat tentang sesuatu, maka kembalikanlah ia kepada Allah (Al-quran) dan Rasul (sunnahnya) jika kamu benar-benar beriman kepada Allah dan hari kemudian. Yang demikian itu lebih utama bagimu dan lebih baik akibatnya” (Quran, hal. 4:59)

Demikian pula dengan kewajiban melestarikan lingkungan hidup Allah Subhanahu Wata’ala berfirman dalam beberapa ayat Al-Quran, diantaranya QS Ar-Rum aya 41-42, dan Al- A’rof ayat 56-58;

“telah tampak kerusakan di darat dan dilaut disebabkan karena perbuatan manusia; Allah menghendaki agar mereka merasakan sebagian dari (akibat) perbuatan mereka, agar mereka kembali (ke jalan yang benar)” (Quran, hal. 30:41-42)

“Dan janganlah kalian membuat kerusakan di muka bumi, sesudah (Allah) memperbaikinya, dan berdo’alah kepada-Nya dengan rasa takut (tidak akan diterima) dan harapan (akan dikabulkan). Sesungguhnya rahmat Allah amat dekat

Untuk poin “c”, “h” “i” dan “j” membatasi arah penyiaran pada aspek humanisasi atau *ta'muruna bil ma'ruuf*. poin “c” *meningkatkan kualitas sumber daya manusia* memiliki arti bahwa penyiaran harus terarah pada agenda mendidik dan membina masyarakat agar tidak hanya terhibur tetapi juga ada peningkatan kualitas dan kapasitas. Begitupun pada poin “h” *mendorong peningkatan kemampuan ekonomi rakyat, mewujudkan pemerataan, dan memperkuat daya saing bangsa di era globalisasi*. Arah ini sangat kentara dengan nilai profetik, yaitu mendorong agar manusia menjadi sejahtera adil dan memiliki kapasitas yang baik. Sama halnya dengan muatan yang ada pada poin “i” dan “j” tentang keabsahan informasi merupakan akhlak nabi yang selalu menyampaikan berita secara jujur sehingga mendapat gelar *Al-amiin*, adapun kaitannya dengan memajukan kebudayaan nasional nabi justru tidak membatasi pada kemajuan kebudayaan tetapi membangun peradaban melalui media terbatas yang beliau gunakan dibandingkan dengan media canggih saat ini. Sementara poin “b”, dan “g” mengarahkan penyiaran pada aspek *tanbauna 'anil munkar* (liberasi) karena mengarah pada upaya preventif dan pencegahan dari degradasi moral, kesamaan hak, mencegah praktik asusila, mencegah kemerosotan akhlak bangsa yang semua ini menjadi substansi dari misi profetik dalam sebuah hadits diungkapkan bahwa “*sesungguhnya Rasul ditutus untuk menyempurnakan akhlak*”.

Dalam Undang-undang penyiaran pasal 8 ayat (1) Fungsi Komisi Penyiaran Indonesia adalah memwadahi aspirasi serta mewakili kepentingan masyarakat akan penyiaran (M.Z. Al-Faqih, 2018, hal. 107). Dan untuk merelaisasikan hal tersebut KP dalam pasal 8 ayat (2) diberikan sejumlah wewenang diantaranya; a. Menetapkan standar program siaran; b. Menyusun peraturan dan menetapkan pedoman perilaku penyiaran; c. Mengawasi pelaksanaan peraturan dan pedoman perilaku penyiaran serta standar program siaran; d. Memberikan sanksi terhadap pelanggaran peraturan dan pedoman perilaku penyiaran serta standar program siaran; e. Melakukan koordinasi dan/atau kerja sama dengan pemerintah, lembaga penyiaran, dan masyarakat.

Wewenang Komisi Penyiaran Indonesia sebagaimana dicatatkan dalam Undang-undang penyiaran diatas telah dituangkan dalam Peraturan Komisi Penyiaran Indonesia Nomor 01/P/KPI/03/2012 tentang Peraturan Pedoman Perilaku (P3) dan Peraturan KPI Nomor 02/P/KPI/03/2012 tentang Standar Program Siaran. Isi dari P3SPS ini adalah penjelasan rinci dari peraturan undang-undang penyiaran yang dibuat oleh Komisi Penyiaran Indonesia.

Isi siaran selain harus sesuai dan tetap memperhatikan asa, tujuan, fungsi serta arah siaran sebagaimana dijelaskan diatas, isi siaran juga diwajibkan

mengandung informasi, pendidikan, hiburan, dan manfaat untuk pembentukan intelektualitas, watak, moral, kemajuan, kekuatan bangsa, menjaga persatuan dan kesatuan bangsa serta harus mengamalkan nilai-nilai agama dan budaya Indonesia sebagaimana tercantum pada BAB IV Pelaksanaan Siaran, Bagian Pertama tentang isi siaran Pasal 36 ayat (1) (Negara Republik Indonesia, 2002, hal. Undang-undang 32 tahun 2002 tentang Penyiaran).

Pada ayat (3) Pasal 36 tersebut juga diamanatkan dalam isi siaran wajib memberikan perlindungan dan pemberdayaan kepada khalayak khusus, yaitu anak-anak dan remaja, dengan menyiarkan mata acara pada waktu yang tepat, dan lembaga penyiaran wajib mencantumkan klasifikasi khalayak sesuai isi siaran (Negara Republik Indonesia, 2002, hal. Undang-undang penyiaran Pasal 36), misalkan kode “R” untuk remaja, “18+” untuk usia dewasa, “BO” bimbingan orang tua dan lain sebagainya.

Pada ayat berikutnya (5) secara tegas dan jelas disebutkan tentang hal-hal yang dilarang dalam isi siaran yaitu, isi siaran dilarang a). bersifat fitnah, menghasut, menyesatkan dan/atau bohong, b). Menonjolkan unsur kekerasan, cabul, perjudian, penyalahgunaan narkotika dan obat terlarang, dan c). Dilarang mempertentangkan suku, agama, ras dan antargolongan.

Isi siaran juga dilarang memperolok-olokan, merendahkan, melecehkan dan/atau mengabaikan nilai-nilai agama, maratabat manusia Indonesia, atau merusak hubungan internasional. Pasal 36 ayat (6) (Negara Republik Indonesia, 2002, hal. UU No.32 Tahun 2002 tentang Penyiaran). Larangan-larangan ini memang jauh dari sempurna apalagi ketika dihadapkan pada realita siaran di televisi. Namun setidaknya ada aspek yang berpotensi untuk menjalankan *tanhauna ‘anil munkar* dalam dunia penyiaran.

PENUTUP

Ketika suatu regulasi disahkan, seringkali dianggap sebagai legalitas yang berkaitan dengan urusan kewajiban pemerintah dalam mengatur negara, yang berlandaskan pada aspek filosofis, kultur dan kepentingan politik semata. Begitupun dengan lahirnya Undang-undang nomor 32 tahun 2002 tentang penyiaran kebanyakan orang menyoroiti keberadaan Undang-undang tersebut hanya sebagai landasar terbentuknya Komisi Penyiaran Indonesia yang pada akhirnya mandul karena sarat dengan kepentingan berbagai pihak. Ada subsansi yang luput dari perhatian kebanyakan orang yaitu, aspek muatan serta nilai profetikal yang terkandung dalam amanat regulasi khususnya dalam Undang-undang nomer 32 tahun 2002 tentang Penyiaran. Dan setelah diteliti, diketahui bahwa regulasi tentang Penyiaran memuat banyak nilai-nilai profetikal yang kemudian menjadi kewajiban tidak hanya Komisi Penyiaran Indonesia saja tetapi nilai-nilai ini diamanatkan bagi

seluruh elemen Bangsa Indonesia baik pemerinta, KPI, Lembaga Penyiaran dan juga masyarakat secara umum.

Dalam peraturan-peraturan/regulasi yang berkaitan dengan Komisi Penyiaran Indonesia diantaranya UU Nomor 32 Tahun 2002 dan Pedoman Prilaku Penyiaran (P3) dan Standar Program Siaran ditemukan beberapa aspek muatan dan nilai profetik yang termuat dalam Asas, Tujuan, Fungsi dan Arah penyiaran di Indonesia yaitu, 1) Penyiaran di Indonesia harus berasaskan pada Pancasila dan UU 1945 dan berlandaskan pada Ketuhanan Yang Maha Esa dengan menjaga dan meningkatkan moralitas dan nilai-nilai agama (*Tu'minuna billah*) 2) bahwa penyiaran di Indonesia harus menjaga dan memelihara Integritas, persatuan dan kesatuan Bangsa/*Ukhuwah*, 3) penyiaran di Indonesia harus mencapai tujuan Memanusiakan manusia (*humanisasi*) melalui siaran informatif, siaran mendidik dan siaran yang sesuai dengan etika, tata susila, moral dan kebudayaan Bangsa, 4) Siaran di Indonesia harus berfungsi meningkatkan kesejahteraan, kemandirian, kemajuan, perlindungan, kebebasan, keamanan, kenyamanan, membeaskan kemiskinan dengan meningkatkan perekonomian rakyat, serta mewujudkan pemerataan dan memperkuat daya saing masyarakat Indonesia (*Liberasi*).

Dari hasil diatas terdapat beberapa rekomendasi diantaranya adalah, *pertama* perlu adanya pendalaman materi regulasi oleh para pakar dakwah berkaitan dengan muatan profetik didalam regulasi tersebut mengingat tantangan dunia penyiaran hari ini sudah semakin jauh dari tujuan. *Kedua*, Perlu peningkatan sosialisasi terkait peraturan-peraturan penyiaran terutama yang berkaitan dengan asas, tujuan, fungsi, dan arah reggulasi penyiaran yang sarat dengan nilai-nilai profetik. *Ketiga*, dipandang perlu revisi regulasi dengan tujuan lebih memperkaya nilai-nilai profetik di dalamnya serta memberikan wewenang yang optimal kepada Komisi Penyiaran Indonesia dalam mengakan peraturannya agar asas, tujuan, fungsi dan arah penyiaran di Indonesia bisa tercapai.

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Armando, D. S. (2019). *Otoritas Komisi Penyiaran Indonesia Dalam*. Jakarta: Jurnal Komunikasi Global, Volume 8, Nomor 2.
- Anak Agung Ayu Mas Merta Sari, A. A. (2020). Fungsi Komisi Penyiaran Indonesia Terhadap Pelanggaran Siaran Televisi. *Jurnal Interpretasi Hukum*, 22.
- Ibrahim, J. R. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- kristopo, A. B. (2020). Pelaksanaan Penerapan Hukum Terhadap Mesdia Massa Lembaga Penyiaran Indonesia Oleh Komisi Penyiaran Indonesia Menurut UU No. 32 Tahun 2002. *Jurnal Ilmiah WIDYA Yustisia*. 2 (1), 25-33.
- M.Z. Al-Faqih, D. R. (2018). *Regulasi Penyiaran Indonesia*. Bandung: PT Remaja

- Rosda Karya.
- Mantra, I. B. (2008). *Filsafat Penelitian & Metode Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Muhriani, N. (2015). Kewenangan Komisi Penyiaran Indonesia (Kpi) Dalam Mengawasi Siaran Kampanye Pemilihan Umum. *e-Jurnal Katalogis*, 3 (10), Oktober 2015, 71-77.
- Ade Armando, D. S. (2019). *Otoritas Komisi Penyiaran Indonesia Dalam*. Jakarta: Jurnal Komunikasi Global, Volume 8, Nomor 2.
- Anak Agung Ayu Mas Merta Sari, A. A. (2020). Fungsi Komisi Penyiaran Indonesia Terhadap Pelanggaran Siaran Televisi. *Jurnal Interpretasi Hukum*, 22.
- Ibrahim, J. R. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- kristopo, A. B. (2020). Pelaksanaan Penerapan Hukum Terhadap Mesdia Massa Lembaga Penyiaran Indonesia Oleh Komisi Penyiaran Indonesia Menurut UU No. 32 Tahun 2002. *Jurnal Ilmiah WIDYA Yustisia*. 2 (1), 25-33.
- M.Z. Al-Faqih, D. R. (2018). *Regulasi Penyiaran Indonesia*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Mantra, I. B. (2008). *Filsafat Penelitian & Metode Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Muhriani, N. (2015). Kewenangan Komisi Penyiaran Indonesia (Kpi) Dalam Mengawasi Siaran Kampanye Pemilihan Umum. *e-Jurnal Katalogis*, 3 (10), Oktober 2015, 71-77.
- Negara Republik Indonesia. (2002, 12 28). *UU No.32 Tahun 2002 tentang Penyiaran*. Diambil kembali dari KPI Pusat: <http://www.kpi.go.id/>
- Quran. (t.thn.). *Quranul Karim*.
- Saputro, L. U. (2020). Tinjauan Yuridis Tanggung Jawab Komisi Penyiaran Indonesia. *Supremasi Jurnal Hukum*. 3(1), 230-240.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syahputra, I. (2020). *Paradigma Komunikasi Profetik*. Bandung: Simbosa Rekatama Media.
- Wikipedia. (2021, 12 15). *WIKIPEDIA Regulasi*. Diambil kembali dari Wikipedia: [id. m.wikipedia.org/wiki/Regulasi/](https://id.m.wikipedia.org/wiki/Regulasi/)
- Yuris, A. (2021, 12 25). *Berkenalan Dengan Analisa Isi (Content Analysis)*. Diambil kembali dari Andre Yuris: <https://andreyuris.wordpress.com>