

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pesatnya pertumbuhan teknologi membuat masyarakat semakin mudah mengakses informasi dan hiburan. Kebutuhan masyarakat akan media juga semakin meningkat. Media menyampaikan informasi kepada masyarakat sehingga masyarakat mengerti dan mengetahui kejadian yang sedang terjadi di belahan dunia manapun.

Oleh karena itu, hadir televisi yang berfungsi memberikan informasi, mendidik, menghibur, dan membujuk. Program yang disajikan stasiun penyiaran televisi adalah faktor yang membuat penonton tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkannya (Rini M.O, 2014). Di Indonesia sendiri sudah hadir berbagai macam jenis saluran televisi yang tentunya dapat dinikmati oleh seluruh kalangan masyarakat. Beberapa diantaranya yaitu Global TV, Metro TV, NET TV, Trans TV, MNCTV, Trans 7, dan masih banyak lagi. Hal ini memperlihatkan bahwa semakin tingginya kebutuhan masyarakat akan informasi meningkatkan pertumbuhan industri pertelevisian yang saling berkompetisi antar stasiun untuk mendapatkan perhatian penonton. Hal itu disebabkan karena semakin tayangan itu disukai oleh masyarakat, maka semakin banyak keuntungan yang diterima oleh stasiun televisi. Apalagi kalau program siaran tersebut mendapatkan rating tertinggi, maka banyak perusahaan yang akan memasang iklan di televisi tersebut pada sela-sela program selama acara berlangsung (Fitria, 2019).

Persaingan ketat antar industri televisi membuat kerabat kerja televisi dituntut untuk selalu kreatif dalam menghasilkan berbagai acara-acara baru. Pada stasiun televisi yang sebagian besar programnya merupakan program non-drama, tim kreatif memiliki tanggung jawab yang cukup besar untuk menghasilkan berbagai tayangan yang inovatif dan berkualitas serta dapat menarik pengiklan. Oleh karena itu, stasiun televisi menempatkan tim kreatif program pada setiap kru operasional produksi yang terdiri dari konseptor ide, para penulis skenario, pengembangan program (development), dan analyst acara televisi (Fachruddin &

Buana, t.t.). Salah satu stasiun televisi yang banyak memfokuskan pada tayangan non drama adalah TRANS TV.

TRANS TV adalah sebuah stasiun televisi swasta nasional dibawah naungan Trans Media. TRANS TV selalu menampilkan program-program yang berkualitas dan memberikan kontribusi dalam meningkatkan kecerdasan serta kesejahteraan hidup masyarakat. TRANS TV identik dengan selalu menayangkan program yang baru, berbeda, kreatif dan inovatif serta menjadi trendsetter (transtv.co.id, t.t.). Salah satu program TRANS TV yang menjadi trendsetter adalah Rumpi (No Secret) yang merupakan program Talkshow yang tayang sejak 10 November 2014. Rumpi (No Secret) dengan host Feni Rose akan mengulik berbagai permasalahan artis idola yang tentunya berbeda dengan talkshow lainnya. Para artis yang bersangkutan akan di undang ke studio untuk membicarakan secara terbuka tanpa ada yang ditutup-tutupi (Wikipedia, 2019).

Acara yang ditayangkan setiap Senin – Jumat jam 16.00 WIB ini menghadirkan pula orang-orang terdekat dari artis tersebut dengan maksud untuk melakukan pembuktian atau klarifikasi agar simpang siur kabar yang beredar menjadi jelas adanya. Ada pula tantangan seperti menodong artis untuk mengakui berbagai hal yang menyangkut dirinya apakah mitos atau fakta (transtv.co.id, t.t.b).

Talkshow Rumpi tidak jauh berbeda dengan talkshow pada umumnya, akan tetapi yang membuat acara ini terkesan berbeda adalah dengan mendatangkan langsung sosok artis yang dibahas dan terkadang mempertemukan artis yang sedang berkonflik dan sedang hangat-hangatnya diperbincangkan oleh media.

Pembahasan yang terlalu mendalam terkait pemberitaan narasumber terkadang membuat konflik sering terjadi pada acara Rumpi (No Secret) hingga beberapa dari tayangan tersebut mendapatkan layangan surat teguran dari Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Sebagai contoh tanggal 4 Agustus 2015 pukul 17.12 WIB. Program tersebut menayangkan wawancara Feny Rose (Pembawa Acara) dengan Riana Rara Kalsum mengenai perseteruan antara dirinya dengan Zulfikar, mulai dari pembicaraan mengenai tantangan untuk melakukan tes DNA sebagai bukti telah terjadi hubungan spesial antara keduanya, masalah telat datang bulan

Riana, pendapat Riana atas rencana pernikahan Zulfikar, janji Zulfikar untuk menikahi Riana dan kasus penghinaan terhadap Riana (KPI, 2015b). Sebelumnya, pada tanggal 23 Januari 2015 pukul 16.31 WIB kami menemukan pembicaraan antara pembawa acara (Feny Rose) dengan Ramdan Alamsyah mengenai hamilnya Riani Rara Kalsun, yang diduga korban pelecehan Zulfikar yang berkata “sebelum sosis dan daging itu bersatu, ini diperjanjikan terlebih dahulu” (KPI, 2015a).

Baru-baru ini juga KPI kembali melakukan teguran pada tayangan Rumpi pada 15 Juli 2019 pukul 16.03 WIB yang menampilkan curahan hati Salmafina Sunan terkait keputusan besar yang diambilnya yang menurut KPI telah melanggar hak privasi dalam kehidupan pribadi objek isi siaran (KPI, 2019).

Pada dasarnya sesuai UU Penyiaran, KPI tidak diberi kuasa untuk mengantisipasi tayangan di televisi. Namun, KPI baru memberikan sanksi saat program telah menayangkan informasi atau contoh perilaku yang buruk. Antisipasi tayangan hanya dilakukan oleh Lembaga Sensor Film (LSF). Meski tayangan hiburan wajib memberikan salinan tayangan ke LSF, bukan berarti apa yang sudah lolos LSF bisa terbebas dari teguran KPI. Alasannya, dasar aturan yang dipakai dua lembaga ini memang berbeda. Lembaga Sensor Film sendiri merupakan lembaga yang bertugas menetapkan status edar film di Indonesia baik di layar lebar maupun televisi (Maulana, 2019).

Program Rumpi (No Secret) bertujuan memberikan hiburan bagi masyarakat dengan memberikan informasi mengenai bahasan tentang kasus dan permasalahan yang dialami oleh public figura yang menjafi contoh oleh banyak masyarakat. Dengan unsur gosip dan pemberitaan yang banyak muncul di beberapa tayangan televisi membuat acara ini semakin digemari oleh penonton. Namun, pada dasarnya program ini lebih banyak memberikan dampak negatif dari pada dampak positifnya, sehingga beberapa dari tayangan tersebut mendapatkan teguran dari KPI. Melihat teguran yang diperoleh program Rumpi (No Secret), maka tim kreatif sebagai salah satu orang yang bertanggung jawab terhadap konten tayangan, maka tim kreatif membutuhkan strategi yang tepat untuk mengatasi pelanggaran tersebut agar program Rumpi (No Secret) tetap menjadi tayangan yang diminati oleh audiens.

Berbagai teguran yang dilayangkan KPI kepada acara talkshow Rumpi (No Secret) selama acara tersebut ditayangkan sejak tahun 2014 hingga saat ini, memperlihatkan bahwa tim kreatif yang bekerja di balik program Rumpi (No Secret) mampu menghadapi tantangan dan mengatasi berbagai kendala yang muncul. Mereka dapat tetap menyajikan tayangan yang informatif dan menghibur serta berada di koridor sesuai regulasi yang ditetapkan oleh KPI. Fakta tersebut membuat program Rumpi (No Secret) menjadi layak untuk diteliti.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : “Bagaimana upaya mengatasi pelanggaran P3SPS pada program Rumpi (No Secret)?.”

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan aspek terkait analisis pelanggaran pedoman perilaku penyiaran dan standar program siaran program rumpi (no secret) di trans tv eps. ramdan alamsyah, salmafina sunan, dan riani rara kalsum.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, memberikan kontribusi kajian ilmu komunikasi khususnya penyiaran untuk menganalisis P3SPS sebagai upaya meningkatkan mutu dan kualitas tayangan program acara.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Manfaat praktis yang dapat diambil dari penelitian ini yaitu :

1. Sebagai acuan bagi calon dan seorang *broadcaster* dalam membuat suatu tayangan program yang menarik dan sesuai dengan regulasi pemerintah, namun tetap diminati oleh khalayak.

2. Menjadi bahan referensi dan acuan yang dapat dimanfaatkan oleh mahasiswa Universitas Esa Unggul khususnya mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi.