BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sejak sepuluh tahun terakhir ini, jumlah stasiun televisi lokal di Kota Bandung terus bertambah. Saat ini tercatat terdapat delapan stasiun televisi lokal yang eksis di Kota Bandung, yakni PJTV, STV, Bandung TV, Chanel TV, Kompas TV, MQTV, Spacetoon-TV, dan TVRI Bandung. Bahkan, ke depan diprediksikan jumlah televisi lokal di Kota Bandung akan terus bertambah.

Keberadaan televisi lokal di Kota Bandung merupakan bagian dari menjamurnya media massa, baik media cetak maupun media eletronik pasca pembatasan kebebasan pers pada era Orde Baru. Pada era itu, televisi di Indonesia hanya satu, TVRI. Namun, ketika angin reformasi bergulir dan di antaranya juga terjadi reformasi pada media massa dengan lahirnya kebijakan Pemerintah yang memberikan kebebasan kepada masyarakat untuk mendirikan media massa, maka jumlah stasiun televisi pun terus bertambah. Yang tadinya hanya TVRI, di tingkat nasional lahir juga stasiun televisi lainnya, seperti RCTI, SCTV, Indosiar, AN-TV, Tran-TV, Tran-7, dan stasiun televisi nasional lainnya. Kelahiran stasiun televisi nasional itulah yang menjadi cikal bakal lahirnya stasiun-stasiun televisi lokal di Kota Bandung.

Makin banyaknya stasiun televisi, baik televisi lokal maupun televisi nasional mendorong makin pesatnya perkembangan dunia penyiaran yang

berfungsi utama sebagai penyalur informasi dan pembentuk pendapat umum. Penyiaran telah menjadi salah satu sarana berkomunikasi yang sangat penting.

Dari beragam media massa (surat kabar, majalah, radio, televisi), televisilah yang memiliki keunggulan lebih, dalam menyampaikan pesan kepada khalayak. Televisi dalam menyampaikan pesannya bersifat audio visual dapat dilihat dan didengar dan juga "datang langsung" ke rumah-rumah. Dengan segala kemudahan, masyarakat, dengan tidak harus meninggalkan rumah dan sambil santai bersama keluarga dapat menikmati hiburan beraneka ragam, informasi yang serba cepat dan memuaskan (dapat didengar, dipandang, dan dibaca).

Televisi tidak mengenal pembatas daratan dan lautan, gunung-gunung, dan lembah-lembah. Bahkan, batasan negara pun bukan merupakan penghalang bagi masuknya siaran televisi. Di beberapa wilayah yang terjangkau, kita dapat menyaksikan siaran-siaran dari negara lain. Apalagi jika dilengkapi dengan teknologi yang lebih muktahir, semua siaran televisi dunia dapat disaksikan di rumah.

Karena kemampuan daya sebar dan daya pikat itulah, pada era ini, khalayak (masyarakat) lebih besar perhatiannya terhadap televisi, daripada media massa lainnya. Bahkan dari sisi usia khalayak, televisi dapat menyerap perhatian semua segmen pasar. Mulai anak-anak, remaja, dewasa, sampai pada orang tua dapat menyaksikan semua acara televisi dengan tidak perlu memiliki kemampuan khusus, seperti halnya kehadiran media cetak yang memerlukan kemampuan membaca.

Kuatnya daya pikat dan daya pengaruh televisi, melimpahnya jumlah stasiun televisi, munculnya sejumlah insan pers pengelola televisi yang kurang memiliki kematangan visi, dan terbukanya kran kebebasan pers untuk berekpresi diduga berngaruh buruk televisi terhadap perilaku masyarakat. Indikasi itu bukan tidak beralasan kuat, karena kajian-kajian telah banyak dilakukan dan hampir semua mengarah pada kesimpulan bahwa pengaruh televisi terhadap menurunnya moral bangsa, khususnya kenakalan remaja cukup besar (Hikmat,2011:73).

Menurut Mulyana (2008:12), melalui penggunaan bahasa dan gambar sebagai sistem simbol yang utama, para pengelola televisi mampu menciptakan, memelihara, mengembahkan, dan bahkan meruntuhkan suatu realitas. Ketika menyimak suatu wacana TV, terkadang penonton tanpa sadar digiring oleh definisi yang ditanamkan media massa tersebut. Secara tidak langsung hal itu membuat penonton mengubah definisi mengenai realitas sosial atau memperteguh asumsi yang dimiliki sebelumnya.

Pengaruh media massa terhadap komunikan/audien terdiri dari efek kognitif, efek emosional, dan efek konatif/behavioral. Ketiga komponen inilah yang nantinya membentuk suatu sistem yang disebut sikap komunikan (*mass behavior*). Steven M. Chaffee (dalam Rakhmat,1999: 218) mengemukakan bahwa jenis perubahan yang terjadi pada diri khalayak komunikasi massa adalah perubahan perasaan atau sikap dan perubahan tingkah laku, atau dengan istilah lain, perubahan kognitif, afektif, dan behavioral. Jadi, efek pesan media massa meliputi efek kognitif, afektif, dan behavioral. Efek kognitif terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau dipersepsi khalayak. Efek ini

berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, atau informasi. Efek afektif timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci khalayak. Efek ini ada hubungannnya dengan emosi, sikap, atau nilai. Efek behavioral merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati; yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan berprilaku.

Sebagaimana disampaikan di atas, di antara banyak media massa, televisilah yang dianggap paling kuat mempengaruh masyarakat, baik pada perubahan kognitif, afektif, maupun behavioral. Hal itu sejalan dengan isi Teori Kultivasi yang dikemukakan Gerbner. Menurut Ardianto dkk (2007:66), pandangan utama Teori Kultivasi (*cultivation theory*) adalah televisi secara independen akan berkontribusi dalam membentuk konsepsi penontonnya dalam menilai realitas sosial. Menurut Gebner, orang yang lebih banyak "hidup dalam dunia televisi" akan memiliki gambaran tentang "kehidupan nyata" sebagaimana yang dilihatnya dalam televisi itu. Orang yang menonton televisi dalam jumlah waktu yang banyak akan menumbuhkan pandangan terhadap masyarakat dan dunia sebagaimana pola yang disajikan oleh realitas semu televisi (*television's pseudo-reality*).

Televisi akan memiliki pengaruh besar terhadap pecandunya (*heavy viewers*) daripada terhadap penonton sekadarnya (*light viewers*). Pengaruh televisi ini lebih pada aspek sikap (*attitude)* ketimbang perilaku (*behavior*) khalayak. Bagi pecandu televisi, dalam dirinya akan tertanam sikap yang konsisten (sejalan) dengan apa yang ditontonnya dalam acara televisi ketimbang persepsinya dengan dunia nyata. Menonton televisi akan menghasilkan *mindset* tentang kejahatan,

misalnya, ketimbang perilaku kejahatan (Hikmat,2011:88).

Ardianto dkk (2007) “membandingkan” karakteristik antara surat kabar, majalah, radio, dan televisi sebagai media massa utama sebagai berikut:

Tabel 1.1

Perbandingan Karakteristik Media Massa

Surat Kabar	Majalah	Radio Siaran	Televisi
Publisitas: Pesan tersebar pada khalayak tersebar	*Depth Writing* : Pengajian lebih mendalam	Auditori: pesan komunikasi melalui pendengaran	Audiovisual: Acaranya dapat didengar sekaligus dilihat
Perodesitas: Keteratuaran terbit (harian, mingguan, bulanan)	Aktualitas: Nilai aktualitasnya lebih lama daripada surat kabar	Radio is the Now: Informasi sangat aktual ketimbang media massa lain	*Think in picture*: Berpikir dalam Gambar; keselarasan pikiran dengan gambar yang disampaikan
Universalitas: Isinya beranekaragam dan dari seluruh dunia	Gambar/foto lebih banyak dari surat kabar	Imajinatif: mengajak komunikan berimajinatif (mengkhayalkan)	Pengoperasion Lebih Kompleks: sistem penyelenggaraan memerlukan banyak orang dan *higt technology*.
Aktualitas: Masih hangat, terkini, baru (konteks berita)	Cover menjadi daya tarik utama	Akrab: terjalin hubungan “intim” dengan pendengar karena dapat dinikmati dalam tempat dan suasana sangat pribadi	

Terdokumetasikan: Dapat didokumentasikan/di arsipkan dalam bentuk kliping		*Convensatuoinal Style*: informasi disampaikan dengan gaya percakapan	
		Menjaga Mobilitas: Mendengarkan informasi radio tidak mengganggu aktivitas	

Sumber: [Andranto dkk,2007:68]

Disatu pihak media massa mencerminkan realitas sosial. Di pihak lain, media massa memiliki kemampuan untuk membentuk realitas sosial melalui pemilihan. Selektivitas untuk mengangkat suatu permasalahan. Oleh karena itu, media massa memiliki kekuasaan untuk mengembangkan dan mengarahkan pemikiran yang saling bertentangan yang ada dalam masyarakat. Jadi, khalayak yang heterogen terutama dalam sikap dan pemikiran, lebih banyak dikendalikan oleh media.

Dengan demikian, khalayak membentuk citra realitas sosial berdasarkan realitas kedua yang ditampilkan media. Media massa juga berfungsi memberikan status, misalnya, orang yang tidak dikenal mendadak terkenal karena diungkap besar-besaran dalam media massa. Media massa juga mampu menciptakan streotip, misalnya, dalam media massa wanita sering ditampilkan cengeng, seksi, lemah, dan bodoh. Penampilan seperti itu jika ditampilkan terus-menerus akan menciptakan streotip pada khalayak komunikasi massa tentang wanita. (Rakhmat,1998:225).

Peran yang dimainkan media massa, selain membentuk citra khalayak ke arah yang dikehendaki media tersebut, juga mempertahankan citra yang sudah

dimiliki khalayak. Artinya, media massa mencerminkan citra khalayak dan khalayak memproyeksikan citranya pada pengajuan media massa. Khalayak juga bisa secara aktif menggunakan media massa untuk memenuhi kebutuhannya. Anggota audien secara individual, dalam ukuran tertentu, memilih secara sadar dan termotivasi di antara berbagai pokok isi media.

Landasan hukum yang mengatur tentang media massa pun terus dikuatkan oleh Pemerintah selaras dengan perkembangan teknologi informasi. Tentang media televisi, pada 28 Desember 2002 Pemerintah melahirlah Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran yang di dalamnya tidak hanya mengatur tentang hal-hal yang harus ditaati oleh televisi, tetapi juga mengatur tentang lembaga yang bertugas mengawasi televisi. Lembaga itu diberinama KPI (Komisi Penyiaran) di tingkat nasional dan KPID (Komisi Penyiaran Daerah) di tingkat provinsi.

Di Jawa Barat, sejak 2004 KPID Provinsi Jawa Barat sudah dibentuk dan menjalankan peranannya sebagaimana amanah peraturan perundang-undangan tentang penyiaran. Yang menjadi obyek pembinaan KPID Provinsi Jawa Barat adalah seluruh lembaga penyiaran, baik televisi maupun radio, termasuk stasiun televisi lokal yang ada di Kota Bandung.

Pembinaan dapat diartikan sebagai upaya memelihara dan membawa suatu keadaan yang seharusnya terjadi atau menjaga keadaan sebagaimana seharusnya. Pembinaan dilakukan dengan maksud agar kegiatan atau program yang sedang dilaksanakan selalu sesuai dengan rencana atau tidak menyimpang dari hal yang telah direncanakan. Menurut Pamudji (1985: 7), pembinaan berasal dari kata ”bina” yang berarti sama dengan ”bangun”, jadi pembinaan dapat diartikan sebagai kegunaan yaitu:

merubah sesuatu sehingga menjadi baru yang memiliki nilai-nilai yang tinggi. Dengan demikian pembinaan juga mengandung makna sebagai pembaharuan, yaitu: melakukan usaha-usaha untuk membuat sesuatu menjadi lebih sesuai atau cocok dengan kebutuhan dan menjadi lebih baik dan lebih bermanfaat.

Selanjutnya, Hidayat (1979: 10) mengungkapkan, pembinaan adalah suatu usaha yang dilakukan dengan sadar, berencana, teratur, dan terarah untuk meningkatkan sikap dan keterampilan anak didik dengan tindakan-tindakan, pengarahan, pembimbingan, pengembangan dan stimulasi dan pengawasan untuk mencapai suatu tujuan.

Berdasarkan pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa pembinaan dapat ditinjau dari dua sudut pandang, yaitu berasal dari sudut pembaharuan dan berasal dari sudut pengawasan. Pembinaan yang berasal dari sudut pembaharuan yaitu mengubah sesuatu menjadi yang baru dan memiliki nilai-nilai lebih baik bagi kehidupan masa yang akan datang. Pembinaan yang berasal dari sudut pengawasan yaitu usaha untuk membuat sesuatu lebih sesuai dengan kebutuhan yang telah direncanakan.

Dalam hal KPID, berlaku pembinaan pada sudut pengawasan agar media penyiaran sesuai dengan peraturan yang berlaku. Secara umum, sebagaimana terdapat dalam Pasal 8 Undang-Undang No. 32 Tahun 2002, KPI/KPID memiliki peranan dalam melakukan pembinaan terhadap lembaga penyiaran, di antara terhadap televisi. Peran pembinaan KPI/KPID tersebut dijabarkan dalam bentuk tugas dan wewenang KPI/KPI yang di antaranya membuat standar program siaran, menyusun aturan dan menetapkan pedonan penyiaran, dan memberikan sanki kepada lembaga pnyiaran, di antara televisi, jika terbukti melakukan pelanggaran terhadap peraturan perundang-undangan tentang penyiaran.

Peranan menurut Kamus Bahasa Indonesia (Depdikbud, 2006:751), Tindakan yang dilakukan oleh seseorang di suatu peristiwa." Sementara itu, menurut Kamus Komunikasi (Effendy, 1989: 315), peranan adalah sesuatu yang menjadi bagian atau yang memegang pimpinan secara menonjol dalam suatu peristiwa.

Soerjono Soekanto (1987: 221) mengemukakan definisi peranan lebih banyak menunjukkan pada fungsi, penyesuaian diri dan sebagai suatu proses, jadi tepatnya adalah bahwa seseorang/lembaga menduduki suatu posisi atau tempat dalam masyarakat serta menjalankan suatu peranan.

Lebih lanjut Soerjono Soekamto (1987: 53) mengemukakan aspek-aspek peranan sebagai berikut: 1. Peranan meliputi norma-norma yang berhubungan dengan posisi seseorang/lembaga dalam masyarakat. Peranan dalam arti ini merupakan rangkaian peraturan-peraturan yang membimbing seseorang dalam kehidupan masyarakat. 2. Peranan adalah suatu konsep perihal apa yang dapat dilakukan oleh individu atau lembaga dalam masyarakat sebagai organisasi. 3. Peranan juga dapat dikatakan sebagai perilaku individu/lembaga yang penting bagi penguatan struktur sosial masyarakat.

Berdasarkan definisi tersebut peranan merupakan perilaku individu/lembaga yang diharapkan karena status yang diembannya. Peranan juga merupakan suatu konsep perihal apa yang dilakukan oleh individu/lembaga dalam masyarakat sebagai suatu organisasi. Peranan berfungsinya sesuatu atau seseorang dalam suatu peristiwa secara menonjol di antara yang lainnya, sehingga memberikan dampak yang berarti terhadap peristiwa tersebut. Dari pengertian

tersebut dijelaskan bahwa seseorang atau sesuatu dapat dikatakan berperan dengan baik jika tindakan atau keterlibatan orang atau sesuatu itu dominan atau menonjol di antara lainnya sehingga memberikan dampak yang besar terhadap sesuatu peristiwa.

Ketika KPI/KPID menjalankan perannya melakukan pembinaan terhadap media penyiaran, terjadinya hubungan timbal-balik antara KPID dengan pengelola stasiun televisi. Hubungan timbal balik tersebut dapat dikategorikan sebagai komunikasi. Karena KPID merupakan lembaga yang terdiri dari para komisioner, anggota KPID berjumlah tujuh orang, sehingga dapat dikategorikan sebagai organisasi. Para pengelola stasiun televisi pun merupakan organisasi. Oleh karena itu, komunikasi yang terbangun adalah komunikasi organisasi.

Suatu organisasi adalah suatu sistem terbuka yang dinamis yang menciptakan dan saling menukar informasi di antara anggotanya atau di antara organisasi dengan organisasi lainnya. Karena gejala menciptakan dan menukar informasi ini berjalan terus menerus dan tidak ada hentinya, maka dikatakan sebagai suatu proses komunikasi organisasi.

Istilah organisasi berasal dari bahasa Latin *organizare*, yang secara harafiah berarti paduan dari bagian-bagian yang satu sama lainnya saling bergantung. Di antara para ahli ada yang menyebut paduan itu sistem, ada juga yang menamakannya sarana. Everet M.Rogers dalam bukunya *Communication in Organization*, mendefinisikan organisasi sebagai suatu sistem yang mapan dari mereka yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama, melalui jenjang kepangkatan, dan pembagian tugas.

KPID dan stasiun televisi lokal adalah organisasi karena keduanya memenuhi ciri-ciri organisasi, yakni adanya struktur yang formal, adanya pembagian tugas dan wewenang yang jelas, dan lahir berdasarkan ketentuan-ketentuan yang memiliki legal formal. Oleh karena itu, komunikasi dalam kerangka KPID menjalankan perannya melakukan pembinaan terhadap stasiun televisi dapat dikategorikan sebagai komunikasi organisasi.

Golddhaber (1986) memberikan definisi komunikasi organisasi adalah proses penciptaan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah-ubah. Secara umum, komunikasi organisasi dapat dibedakan atas komunikasi formal dan komunikasi informal. Komunikasi formal salurannya ditentukan oleh struktur yang telah direncanakan yang tidak dapat dipungkiri oleh organisasi, tetapi timbul dari mulut ke mulut mengenai diri seseorang, pimpinan, maupun mengenai organisasi yang biasanya bersifat rahasia.

Komunuikasi organisasi, menurut Pace dan Faules (2000:32), sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan di antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari siatu organisasi tertentu. Suatu organisasi terdiri dari unit-unit komumikasi dalam hubungan-hubungan hierarkis antara yang satu dengan yang lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan. Unit mendasar komunikasi organisasi adalah seseorang dalam suatu jabatan. Orang disosialisasikan oleh jabatan tertentu, menciptakan suatu lingkaran yang lebih sesuai dengan keadaan jabatan, pada saat yang sama jabatan tersebut dipersonalisasikan, menghasilkan suatu figur atau gambar yang sesuai dengan keadaan tersebut.

Dalam penelitian ini, KPID Provinsi Jawa Barat memiliki peranan penting dalam melakukan pembinaan pada televisi lokal yang ada di Kota Bandung ketika melakukan siaran. Menurut Undang-Undang No. 32 Tahun 2002, penyiaran adalah kegiatan memancarluaskan siaran melalui sarana pemancaran dan/atau sarana transmisi di darat, di laut atau di antariksa dengan menggunakan spektrum frekuensi radio melalui udara, kabel, dan/atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dan perangkat penerima siaran. Sementara itu, lembaga penyiaran adalah penyelenggara penyiaran, baik lembaga penyiaran publik, lembaga penyiaran swasta, lembaga penyiaran komunitas maupun lembaga penyiaran berlangganan yang dalam melaksanakan tugas, fungsi, dan tanggung jawabnya berpedoman pada peraturan perundang-undangan yang berlaku. Kemudian, Komisi Penyiaran Indonesia adalah lembaga Negara yang bersifat independen yang ada di pusat dan di daerah yang tugas dan wewenangnya diatur dalam Undang-undang sebagai wujud peran serta masyarakat dalam bidang penyiaran.

Penyiaran di Indonesia diselenggarakan dengan tujuan untuk memperkukuh integrasi nasional, terbinanya watak dan jatidiri bangsa yang beriman dan bertakwa, mencerdaskan kehidupan bangsa, memajukan kesejahteraan umum, dalam rangka membangun masyarakat yang mandiri, demokratis, adil, dan sejahtera, serta menumbuhkan industri penyiaran Indonesia (Pasal 3). Penyiaran pun di Indonesia berfungsi sebagai kegiatan komunikasi massa, sebagai media informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial (pasal 4).

Selain itu, yang penting mendapat perhatian dalam Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 adalah tentang Pelaksanaan Siaran pada Bab IV. Dalam Pasal 36 : 1) Isi siaran wajib mengandung informasi, pendidikan, hiburan, dan mamfaat untuk pembentukan intelektualitas, watak, moral, kemajuan, kekuatan bangsa, menjaga persatuan dan kesatuan, serta mengamalkan nilai-nilai agama dan budaya Indonesia. 2) Isi siaran dari jasa penyiaran televisi yang diselenggarakan Lembaga Penyiaran Swasta dan Lembaga Penyiaran Publik, wajib memuat sekurang-kuranya 60% mata acara yang berasal dari dalam negeri. 3) 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 dan/atau menyebutkan klasifikasi khalayak sesuai dengan isi siaran. 4) Isi siaran wajib dijaga netralitasnya dan tidak boleh mengutamakan kepentingan golongan tertentu. 5) Isi siaran dilarang : a. bersifat fitnah, menghasut, menyesatkan, dan/atau bohong; b. menonjolkan unsur kekerasan, cabul, perjudian, penyalahgunaan narkotika, dan obat terlarang atau; c. mempertentangkan suku, agama, ras, dan antar-golongan. 6) Isi siaran dilarang memperolokkan, merendahkan, melecehkan, dan/atau mengabaikan nilai-nilai agama, martabat manusia Indonesia atau merusak hubungan internasional.

Yang berperan atau memiliki peranan dalam mengawasi penyiaran di Indonesia sebagaimana isi Pasal 4 Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 dibentuklah Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) dan tingkat provinsi dibentukan Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID). Dalam Pasal 8 disebutkan KPI mempunyai tugas dan kewajiban : a. menjamin masyarakat untuk memperoleh

informasi yang layak dan benar sesuai dengan hak asasi manusia; b. ikut membantu pengaturan infrastruktur bidang penyiaran; c. ikut membangun iklim persaingan yang sehat antarlembaga penyiaran dan industri terkait; d. memelihara tatanan informasi nasional yang adil, merata, dan seimbang; e. menampung, meneliti, dan menindaklanjuti aduan, sang-gahan, serta kritik dan apresiasi masyarakat terhadap penye-lenggaraan penyiaran; dan f. menyusun perencanaan pengembangan sumber daya manusia yang menjamin profesionalitas di bidang penyiaran.

Dalam ayat (2)-nya disebutkan pula bahwa KPID pun memiliki wewenang sebagai berikut: 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 kerjasama dengan Pemerintah, lembaga penyiaran, dan masyarakat.

Walaupun tidak menjelaskan secara rinci, undang-undang ini pun memberikan petunjuk kepada KPI/KPID untuk membentuk Pedoman Perilaku Siaran sebagaimana isi Pasal 48. Dalam ayat (4)-nya dipaparkan bahwa Pedoman Perilaku penyiaran sekurang-kurangnya harus 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; serta j. Siaran iklan.

Provinsi Jawa Barat sudah dibentuk KPID, sehingga penyiaran televisi yang ada di Jawa Barat pun diawasi dan dibina oleh KPID Provinsi Jawa Barat, termasuk televisi lokal yang berada di Bandung. Oleh karena itu, bagaimanakah peranan pembinaan KPID Provinsi Jawa Barat pada televisi lokal yang ada di Bandung merupakan hal yang sangat penting untuk diungkap.

Kualitas penyiaran memang menjadi target atau *output* dari pembinaan yang dilakukan oleh KPI/KPID. Kualitas adalah konsep yang cukup sulit untuk dipahami dan disepakati. Dewasa ini kata kualitas mempunyai beragam interpretasi, tidak dapat didefinisikan secara tunggal, dan sangat tergantung pada konteksnya. Menurut Ariani (2004: 3), terdapat dua segi umum tentang kualitas yaitu, kualitas rancangan dan kualitas kecocokan. Lebih lanjut pengertian kualitas mencakup: kualitas produk (product), kualitas biaya (cost), kualitas penyajian (delivery), kualitas keselamatan (safety), dan kualitas moral (morale) atau sering disingkat menjadi P-C-D-S-M (Bina Produktivitas Tenaga Kerja, 1998).

Dalam hal media penyiaran, kualitas yang dimaksud dapat dikategorikan sebagai kualitas penyajian siaran, keselamatan siaran dalam hal ini baik keselamatan bagi penonton maupun bagi pembuat siaran, bahkan sampai pada kualitas moral. Kualitas dimaksud sebagaimana dipaparkan diawal bahwa media penyiaran memiliki pengaruh besar terhadap penonton, baik pengaruh pada koginitif, afektif, maupun konatif. Ketiga hal tersebut sangat bergantung dari sajian siaran yang mempertimbangkan kualitas penyajian siaran, pertimbangan keselamatan siaran, dan pertimbangan aspek-aspek yang dapat menurunkan moral penonton.

Namun, dalam penelitian Peranan KPID Provinsi Jawa Barat Melalui Pembinaan pada Media Televisi Lokal di Bandung dalam Meningkatkan Kualitas Penyiaran, tidak memfokuskan pada kualitas penyiaran, tetapi pada peran KPI/KPID-nya dalam melakukan pembinaan. Oleh karena itu, pembicaraan kualitas penyiaran tidak dibahas mendalam.

Berdasarkan hal itu, peneliti akan melakukan penelitian tentang Peranan KPID Provinsi Jawa Barat Melalui Pembinaan pada Media Televisi Lokal di Bandung dalam Meningkatkan Kualitas Penyiaran.

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Pertanyaan Makro

Peneliti merumuskan pertanyaan makro berdasarkan latar belakang masalah yaitu **Bagaimanakah peranan KPID Provinsi Jawa Barat melalui pembinaan pada media televisi di kota Bandung dalam meningkatakan kualitas penyiaran?**

1.2.2 Pertanyaan Mikro

Berdasarkan paparan latar belakang masalah di atas, peneliti menyusun pertanyaan mikro sebagai berikut :

1. Bagaimana Fungsi KPID Provinsi Jawa Barat melalui pembinaan pada media televisi di kota Bandung dalam meningkatkan kualitas penyiaraan?
2. Bagaimana proses KPID Provinsi Jawa Barat melalui pembinaan pada media televisi di kota Bandung dalam meningkatkan kualitas penyiaraan?

3. Bagaimana kegiatan KPID Provinsi Jawa Barat melalui pembinaan pada media televisi di kota Bandung dalam meningkatkan kualitas penyiaraan?
4. Bagaimana peranan KPID Provinsi Jawa Barat dalam melalui pembinaan pada media televisi di kota Bandung dalam meningkatakan kualitas penyiaran?

1.3 Maksud dan Tujuan

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengkaji lebih dalam tentang Peranan KPID Provinsi Jawa Barat dalam melalui pada televisi lokal di Kota Bandung.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui Fungsi KPID Provinsi Jawa Barat melalui pembinaan pada media televisi di kota Bandung dalam meningkatkan kualitas penyiaraan.
2. Untuk mengetahui proses KPID Provinsi Jawa Barat melalui pembinaan pada media televisi di kota Bandung dalam meningkatkan kualitas penyiaraan.
3. Untuk mengetahui kegiatan KPID Provinsi Jawa Barat melalui pembinaan pada media televisi di kota Bandung dalam meningkatkan kualitas penyiaraan.

4. Untuk mengetahui peranan KPID Provinsi Jawa Barat melalui pembinaan pada media televisi di kota Bandung dalam meningkatakan kualitas penyiaran.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoretis peneliti berharap hasil penelitian ini dapat memperluas pengetahuan tentang peranan KPID pada media televisi sehingga dapat ikut serta mendorong pengembangan serta pengetahuan tentang ilmu komunikasi, khususnya komunikasi organisasi.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi peneliti

Penelitian ini dapat menambah wawasan baru bagi peneliti tentang komunikasi massa, komunikasi organisasi, media massa, fungsi-fungsi televisi, dan peranan KPID dalam menjalankan tugas dan fungsinya melakukan pembinaan pada media televisi.

2. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menambah kekayaan pengetahuan dan referensi akademik, khususnya bagi Program Studi Ilmu Komunikasi, baik di seluruh perguruan tinggi maupun di Universitas Komputer Indonesia Bandung.

3. Bagi masyarakat

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan bagi masyarakat tentang peranan yang dilakukan oleh KPID Provinsi Jawa Barat dalam hal pembinaan pada media televisi lokal yang ada di Bandung dalam meningkatkan kualitas penyiaran.