

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengertian Undang-Undang Pers

Undang-undang pers adalah undang-undang yang mengatur tentang prinsip, ketentuan dan hak-hak penyelenggara pers di Indonesia. Undang-undang Pers disahkan di Jakarta pada 23 September 1999 oleh Presiden Indonesia Bacharuddin Jusuf Habibie dan Sekretaris Negara Muladi.

Undang-undang Pers mengandung 10 bab dan 21 pasal. Bab dan pasal tersebut berisi aturan dan ketentuan tentang pembredelan, penyensoran, asas, fungsi, hak dan kewajiban perusahaan pers, hak-hak wartawan, juga tentang Dewan Pers. Dewan Pers adalah lembaga negara yang mengatur dan bertanggung jawab atas kegiatan jurnalistik di Indonesia. Dalam Undang-undang Pers juga disebutkan bahwa subjek dan objek jurnalistik di Indonesia memiliki tiga keistimewaan hak, yakni Hak tolak, Hak jawab, dan Hak koreksi. Ketiga hak tersebut juga telah diatur dalam Kode etik jurnalistik Indonesia.

Dalam Undang-undang Pers terdapat pengertian pers, perusahaan pers dan wartawan. Pers adalah lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik, media siber dan segala jenis saluran yang tersedia. Perusahaan pers adalah badan hukum Indonesia yang menyelenggarakan usaha pers meliputi perusahaan media cetak, media elektronik, dan kantor berita, serta perusahaan media lainnya yang secara khusus menyelenggarakan, menyiarkan, atau

menyalurkan informasi. Wartawan adalah orang yang secara teratur melaksanakan kegiatan jurnalistik.¹

Selain pengertian yang sudah diberikan diatas, ada juga pengertian dari pers berdasarkan para ahli. Untuk dapat mengetahui pengertian pers menurut para ahli mari langsung saja kita lanjutkan pembahasan yang akan menjelaskannya di bawah ini.

1. R. Eep Saefulloh Fatah

Beliau menerangkan bahwa pers merupakan sebuah pilar keempat bagi demokrasi yang juga memiliki sebuah peranan yang penting di dalam membangun kepercayaan, kredibilitas, bahkan legitimasi pemerintah.

2. Frederich S. Siebert

Pers ialah semua media komunikasi massa yang memenuhi sebuah persyaratan publisistik ataupun tidak dan juga media komunikasi massa yang memnuhi persyaratan publisistik yang tertentu.

3. Ensiklopedi

Pers indonesia menyebutkan bahwa istilah dari pers ialah sebutan bagi penerbit atau perusahaan dan juga kalangan yang memiliki keterkaitan dengan media masa ataupun wartawan.

4. Oemar Seno Adji

Pers yang terbagi atas dua yaitu ialah pers dalam arti yang sempit dan juga pers di dalam arti yang luas. Dimana dilam arti sempit ialah pers yang berartikan penyiaran gagasan serta perasaan seseorang dengan cara yang tertulis. Sedangkan dalam artian yang luas pers ialah memancarkan sebuah pikiran atau juga gagasan serta perasaan seseorang baik dengan menggunakan kata-kata yang tertulis ataupun lisan yang menggunakan seluruh alat media komunikasi yang ada.²

¹ Bagir manan, *Pers, Hukum, dan Hak asasi Manusia*, (Jakarta : Dewan Pers, 2016). h. 22.

² Alex Sobur, *Etika Pers Profesionalisme dengan Nurani*, (Bandung : Humaniora Utama, 2001), h. 145.

B. Kode Etik Pers

1. Pengertian Kode Etik Pers

Ditinjau dari segi bahasa, kode etik berasal dari dua bahasa, yaitu “kode” berasal dari bahasa Inggris “code” yang berarti sandi, pengertian dasarnya adalah ketentuan atau petunjuk yang sistematis. Sedangkan “etika” berasal dari bahasa Yunani “ethos” yang berarti watak atau moral. Dari pengertian itu, kemudian dewasa ini kode etik secara sederhana dapat diartikan sebagai himpunan atau kumpulan etika.

Di Indonesia terdapat banyak Kode Etik Jurnalistik. Hal tersebut dipengaruhi oleh banyaknya organisasi wartawan di Indonesia, untuk itu kode etik juga berbagai macam, antara lain Kode Etik Jurnalistik Persatuan Wartawan Indonesia (KEJ-PWI), Kode Etik Wartawan Indonesia (KEWI), Kode Etik Jurnalistik Aliansi Jurnalis Independen (KEJ-AJI), Kode Etik Jurnalis Televisi Indonesia, dan lainnya.³

2. Sejarah Kode Etik jurnalistik Indonesia

Sejarah perkembangan Kode Etik Jurnalistik di Indonesia tidak dapat dilepaskan dari sejarah perkembangan pers di Indonesia. Jika diurutkan, maka sejarah pembentukan, pelaksanaan, dan pengawasan Kode Etik Jurnalistik di Indonesia terbagi dalam lima periode. Berikut kelima periode tersebut:

1) Periode Tanpa Kode Etik Jurnalistik

Periode ini terjadi ketika Indonesia baru lahir sebagai bangsa yang merdeka tanggal 17 Agustus 1945. Meski baru merdeka, di Indonesia telah lahir beberapa penerbitan pers baru. Berhubung masih baru, pers pada saat itu masih bergulat dengan persoalan bagaimana dapat menerbitkan atau memberikan informasi kepada masyarakat di era kemerdekaan, maka belum terpikirkan soal pembuatan Kode Etik Jurnalistik. Akibatnya, pada periode ini pers berjalan tanpa kode etik.

³ Siregar, RH. *Setengah Abad Pergulatan Etika Pers.*(Jakarta : Dewan Kehormatan PWI. 2005) h. 6

2) Periode Kode Etik Jurnalistik PWI tahap 1

Pada tahun 1946, Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) dibentuk di Solo, tapi ketika organisasi ini lahir pun belum memiliki kode etik. Saat itu baru ada semacam konvensi yang ditungakan dalam satu kalimat, inti kalimat tersebut adalah PWI mengutamakan prinsip kebangsaan. Setahun kemudian, pada 1947, lahirlah Kode Etik PWI yang pertama.

3) Periode Dualisme Kode Etik Jurnalistik PWI dan Non PWI

Setelah PWI lahir, kemudian muncul berbagai organisasi wartawan lainnya. Walaupun dijadikan sebagai pedoman etik oleh organisasi lain, Kode Etik Jurnalistik PWI hanya berlaku bagi anggota PWI sendiri, padahal organisasi wartawan lain juga memerlukan Kode Etik Jurnalistik. Berdasarkan pemikiran itulah Dewan Pers membuat dan mengeluarkan pula Kode Etik Jurnalistik. Waktu itu Dewan Pers membentuk sebuah panitia yang terdiri dari tujuh orang, yaitu Mochtar Lubis, Nurhadi Kartaatmadja, H.G Rorimpandey, Soendoro, Wonohito, L.E Manuhua dan A. Aziz. Setelah selesai, Kode Etik Jurnalistik tersebut ditandatangani oleh Ketua dan Sekretaris Dewan Pers masing-masing Boediarjo dan T. Sjahril, dan disahkan pada 30 September 1968. Dengan demikian, waktu itu terjadi dualisme Kode Etik Jurnalistik. Kode Etik Jurnalistik PWI berlaku untuk wartawan yang menjadi anggota PWI, sedangkan Kode Etik Jurnalistik Dewan Pers berlaku untuk non PWI.

4) Periode Kode Etik Jurnalistik PWI tahap 2

Pada tahun 1969, keluar peraturan pemerintah mengenai wartawan. Menurut pasal 4 Peraturan Menteri Penerangan No.02/ Pers/ MENPEN/ 1969 mengenai wartawan, ditegaskan, wartawan Indonesia diwajibkan menjadi anggota organisasi wartawan Indonesia yang telah disahkan pemerintah. Namun, waktu itu belum ada organisasi wartawan yang disahkan oleh pemerintah. Baru pada tanggal 20 Mei 1975 pemerintah mengesahkan PWI sebagai satu-satunya organisasi wartawan Indonesia. Sebagai konsekuensi

dari pengukuhan PWI tersebut, maka secara otomatis Kode Etik Jurnalistik yang berlaku bagi seluruh wartawan Indonesia adalah milik PWI.

5) Periode Banyak Kode Etik Jurnalistik

Seiring dengan tumbangny rezim Orde Baru, dan berganti dengan era Reformasi, paradigma dan tatanan dunia pers pun ikut berubah. Pada tahun 1999, lahir Undang-Undang No 40 tahun 1999 tentang Pers yaitu Pasal 7 ayat 1, Undang-Undang ini membebaskan wartawan dalam memilih organisasinya. Dengan Undang-Undang ini, munculah berbagai organisasi wartawan baru. Akibatnya, dengan berlakunya ketentuan ini maka Kode Etik Jurnalistik pun menjadi banyak. Pada tanggal 6 Agustus 1999, sebanyak 25 organisasi wartawan di Bandung melahirkan Kode Etik Wartawan Indonesia (KEWI), yang disahkan Dewan Pers pada 20 Juni 2000. Kemudian pada 14 Maret 2006, sebanyak 29 organisasi pers membuat Kode Etik Jurnalistik baru, yang disahkan pada 24 Maret 2006.⁴

3. Fungsi Kode Etik Jurnalistik

Kode Etik Jurnalistik menempati posisi yang sangat vital bagi wartawan, bahkan dibandingkan dengan perundang-undangan lainnya yang memiliki sanksi fisik sekalipun, Kode Etik Jurnalistik memiliki kedudukan yang sangat istimewa bagi wartawan. M. Alwi Dahlan sangat menekankan betapa pentingnya Kode Etik Jurnalistik bagi wartawan. Menurutnya, Kode Etik setidaknya-tidaknya memiliki lima fungsi, yaitu:

- a. Melindungi keberadaan seseorang profesional dalam berkipra dibidangnya
- b. Melindungi masyarakat dari malapraktik oleh praktisi yang kurang profesional;
- c. Mendorong persaingan sehat antarpraktisi;
- d. Mencegah kecurangan antar rekan profesi;
- e. Mencegah manipulasi informasi oleh narasumber

⁴ *Ibid*, h. 7.

C. Undang-Undang Pers dan Televisi

1. Undang-Undang Pers

Menurut Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 tentang Pers, pers adalah lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik yang meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik, dan segala jenis saluran yang tersedia. Berikut isi Undang-Undang Pers Nomor 40 tahun 1999.

2. Undang-undang Tentang Pers

Pers adalah badan yang membuat penerbitan media massa secara berkala.[butuh rujukan] Secara etimologis, kata Pers (Belanda), atau Press (inggris), atau presse (prancis), berasal dari bahasa latin, perssare dari kata premere, yang berarti “Tekan” atau “Cetak”, definisi terminologisnya adalah “media massa cetak” atau “media cetak”. [butuh rujukan] Media massa, menurut Gamle & Gamle adalah bagian komunikasi antara manusia (human communication), dalam arti, media merupakan saluran atau sarana untuk memperluas dan memperjauh jangkauan proses penyampaian pesan antar manusia.

Dalam UU pers no 40 tahun 1999, Pers adalah lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan meyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik dan segala jenis saluran yang tersedia.

Dengan Persetujuan Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia menetapkan Undang-undang Pers ketentuan umum sebahai berikut:

Pasal 1

1. Pers adalah lembaga sosial dan sarana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik, dan segala jenis saluran yang tersedia ;
2. Perusahaan pers adalah badan hukum Indonesia yang menyelenggarakan usaha pers meliputi perusahaan media cetak, media elektronik, dan kantor berita, serta atau menyalurkan informasi;
3. Kantor berita adalah perusahaan pers yang melayani media cetak, media elektronik, atau media lainnya serta masyarakat umum dalam memperoleh informasi;
4. Wartawan adalah orang yang secara teratur melaksanakan kegiatan jurnalistik;
5. Organisasi pers adalah pers yang diselenggarakan oleh perusahaan pers;
6. Pers nasional adalah pers yang diselenggarakan oleh perusahaan pers Indonesia;
7. Pers asing adalah pers yang diselenggarakan oleh perusahaan asing;
8. Penyensoran adalah penghapusan secara paksa sebagian atau seluruh materi informasi yang akan diterbitkan atau disiarkan, atau tindakan teguran atau peringatan yang bersifat mengancam dari pihak manapun; dan atau kewajiban melapor serta memperoleh izin dari pihak berwajib, dalam pelaksanaan kegiatan jurnalistik;
9. Pelarangan penyiaran adalah penghentian penerbitan dan peredaran atau penyiaran secara paksa atau melawan hukum;
10. Hak tolak adalah hak wartawan, karena profesinya, untuk menolak mengungkapkan nama dan atau identitas lainnya dari sumber berita yang harus dirahasiakannya;

11. Hak jawab adalah hak seorang atau sekelompok orang untuk memberikan tanggapan atau sanggahan terhadap pemberitaan berupa fakta yang merugikan nama baiknya;
12. Hak koreksi adalah hak setiap orang untuk mengoreksi atau membetulkan kekeliruan informasi yang di beritakan oleh pers, baik tentang dirinya maupun orang lain;
13. Kewajiban koreksi adalah keharusan melakukan koreksi atau ralat terhadap suatu informasi, data, fakta, opini atau gambar yang tidak dibenarkan yang telah diberitakan oleh pers bersangkutan;
14. Kode etik jurnalistik adalah himpunan etika profesi kewartawanan.

BAB II

Asas, Fungsi, Hak, Kewajiban, dan Peranan Pers

Pasal 2

Kemerdekaan pers adalah salah satu wujud kedaulatan rakyat yang berasakan prinsip-prinsip demokrasi, keadilan, dan supremasi hukum.

Pasal 3

- 1) Pers nasional mempunyai fungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan, dan kontrol sosial.
- 2) Disamping fungsi-fungsi tersebut dalam pasal (1), pers nasional dapat berfungsi sebagai lembaga ekonomi.

Pasal 4

- 1) Kemerdekaan pers dijamin sebagai hak asasi warga negara.
- 2) Terhadap pers nasional tidak dikenakan penyensoran, pembredelan, atau pelarangan penyiaran.
- 3) Untuk menjamin kemerdekaan pers, pers nasional mempunyai hak mencari, memperoleh, dan menyebarkan gagasan dan informasi.
- 4) Dalam mempertanggung jawabkan pemberitaan di depan hukum, wartawan mempunyai hak tolak.

Pasal 5

- 1) Pers nasional berkewajiban memberitakan peristiwa dan opini dengan menghormati norma-norma agama dan rasa kesusilaan masyarakat serta asas praduka tak bersalah.
- 2) Pers wajib melayani hak jawab.
- 3) Pers wajib melayani hak koreksi.

Pasal 6

Pers nasional melaksanakan peranan sebagai berikut:

- a) Memenuhi hak masyarakat untuk mengetahui;
- b) Menegaskan nilai-nilai dasar demokrasi, mendorong terwujudnya supremasi hukum dan hak asasi manusia serta menghormati kebhinekaan;
- c) Mengembangkan pendapat umum berdasarkan informasi yang tepat, akurat, dan benar;
- d) Melakukan pengawasan, kritik, koreksi, dan saran terhadap hal-hal yang berkaitan dengan kepentingan umum;
- e) Memperjuangkan keadilan dan kebenaran;

BAB III

Wartawan

Pasal 7

- 1) Wartawan bebas memilih organisasi wartawan.
- 2) Wartawan memiliki dan menaati kode etik jurnalistik.

Pasal 8

Dalam melaksanakan profesinya, wartawan mendapat perlindungan hukum.

BAB IV

Perusahaan Pers

Pasal 9

- 1) Setiap warga negara indonesia dan negara berhak mendirikan perusahaan pers.
- 2) Setiap perusahaan pers harus berbentuk badan hukum indonesia.

Pasal 10

Perusahaan pers memberikan kesejahteraan kepada wartawan dan karyawan pers dalam bentuk kepemilikan saham dan atau pembagian laba bersih serta bentuk kesejahteraan lainnya.

Pasal 11

Penambahan modal asing pada perusahaan pers dilakukan melalui pasar modal.

Pasal 12

Perusahaan pers wajib mengumumkan nama, alamat, dan penanggung jawab secara terbuka melalui media yang bersangkutan dan khusus untuk penerbitan pers ditambah nama dan alamat percetakan.

Pasal 13

Perusahaan pers dilarang memuat iklan:

- a) Yang berakibat merendahkan martabat suatu agama dan atau mengganggu kerukunan hidup antar umat beragama, serta bertentangan dengan rasa kesusilaan masyarakat;
- b) Minuman keras, narkotika, psikotropika, dan zat adiktif lainnya sesuai dengan ketentuan peraturan undang-undang yang berlaku.
- c) Peragaan wujud rokok dan atau penggunaan rokok.

Pasal 14

Untuk mengembangkan pemberitaan kedalam dan keluar negeri, setiap warga negara indonesia dan negara dapat mendirikan kantor berita.

BAB V

Dewan Pers

Pasal 15

- 1) Dalam upaya mengembangkan kemerdekaan pers dan meningkatkan kehidupan pers nasional, dibentuk dewan pers yang independen.
- 2) Dewan pers melaksanakan fungsi-fungsi sebagai berikut:
 - a. Melindungi kemerdekaan pers dari campur tangan pihak lain;

- b. Melakukan pengkajian untuk pengembangan kehidupan pers;
 - c. Menetapkan dan mengawasi pelaksanaan kode etik jurnalistik;
 - d. Memberikan pertimbangan dan mengupayakan penyelesaian pengaduan masyarakat atas kasus-kasus yang berhubungan dengan pemberitaan pers;
 - e. Mengembangkan komunikasi antara pers, masyarakat, dan pemerintah;
 - f. Memfasilitasi organisasi-organisasi pers dalam menyusun peraturan-peraturan di bidang pers dan meningkatkan kualitas profesi wartawan;
 - g. Mendata perusahaan pers.
- 3) Anggota dewan pers terdiri dari:
- a. Wartawan yang dipilih oleh organisasi wartawan;
 - b. Pimpinan perusahaan pers yang dipilih oleh organisasi perusahaan pers;
 - c. Tokoh masyarakat, ahli di bidang pers dan atau komunikasi, dan bidang lainnya yang dipilih oleh organisasi wartawan dan organisasi perusahaan pers.
- 4) Ketua dan wakil ketua dewan pers dipilih dari dan oleh anggota.
- 5) Keanggotaan dewan sebagai pers sebagai mana dimaksud dalam ayat (3) pasal ini ditetapkan dengan keputusan presiden;
- 6) Keanggotaan dewan pers berlaku untuk masa tiga tahun dan sesudah hanya itu dapat dipilih kembali untuk satu periode berikutnya;
- 7) Sumber pembiayaan dewan pers berasal dari:
- a. Organisasi pers;
 - b. Perusahaan pers;
 - c. Bantuan dari negara dan bantuan lainnya dan tidak mengikat.

BAB VII

Peran Serta Masyarakat

Pasal 17

- 1) Masyarakat dapat melakukan kegiatan untuk mengembangkan kemerdekaan pers dan menjamin hak memperoleh informasi yang diperlukan;
- 2) Kegiatan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dapat berupa:
- 3) Memantau dan melaporkan analisis mengenai pelanggaran hukum, etika, dan kekliruan teknis pemberitaan yang dilakukan oleh pers;
- 4) Menyampaikan usulan dan saran kepada dewan pers dalam rangka menjaga dan meningkatkan kualitas pers nasional.

BAB VIII

Ketentuan Pidana

Pasal 18

- 1) Setiap orang yang secara melawan hukum dengan sengaja melakukan tindakan yang berkaitan menghambat atau menghalangi pelaksanaan ketentuan pasal 4 ayat (2) dan ayat (3) dipidana dengan penjara paling lama 2 (dua) tahun atau denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
- 2) Perusahaan pers yang melanggar ketentuan pasal 5 ayat (1) dan ayat (2), serta pasal 13 dipidana dengan pidana denda paling banyak Rp 100.000.000,00 (seratus juta rupiah).

BAB IX

Ketentuan Peralihan

Pasal 19

- 1) Dengan berlakunya Undang-Undang ini, segala peraturan perundang-undangan di bidang pers yang berlaku serta badan atau lembaga yang ada tetap berlaku atau tetap menjalankan fungsinya sepanjang tidak

bertentangan atau belum diganti dengan yang baru berdasarkan undang-undang ini.

- 2) Perusahaan pers yang sudah ada sebelum diundangkannya undang-undang ini, wajib menyesuaikan diri dengan ketentuan undang-undang ini dalam waktu selambat-lambatnya 1 (satu) tahun sejak diundangkannya undang-undang ini.

BAB X

Ketentuan Penutupan

Pasal 20

Pada saat undang-undang ini mulai berlaku:

- 1) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 1966 tentang Ketentuan-Ketentuan Pokok Pers (Lembaran Negara republik Indonesia Tahun 1966 nomor 40, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 2815) yang telah diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1982 tentang perubahan atas Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 1966 tentang Ketentuan-Ketentuan Pokok Pers sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 4 Tahun 1967 (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1982 Nomor 32, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3235),
- 2) Undang-Undang Nomor 4 PNPS Tahun 1963 tentang pengamanan terhadap Barang-Barang Cetakan yang isinya Dapat Mengganggu Ketertiban Umum (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1963 Nomor 23, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesian Nomor 2533), pasal 2 ayat (3) sepanjang menyangkut ketentuan mengenai buletin-buletin, surat-surat kabar harian, majalah-majalah, dan penerbitan-penerbitan berkala, dinyatakan tidak berlaku.

Pasal 21

Undang-Undang ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan. Agar setiap orang mengetahuinya, memerintakan pengundangan undang-undang ini dengan penempatan dalam Lembaran Negara Republik Indonesia.

Oleh karena itu, pers dituntut harus mampu menyuarakan hati nurani rakyat, karena pada dasarnya pers adalah masyarakat itu sendiri yang menjelma menjadi unsur-unsur pers. Selain itu, pers juga dibatasi oleh beberapa hal, yaitu yang pertama adalah Kode Etik Jurnalistik, kedua adalah Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 tentang Pers, dan yang ketiga adalah KUHP.

Abrar menulis dalam bukunya yang berjudul analisis pers sebagai berikut: Kebebasan pers berarti kondisi yang memungkinkan para pekerja pers tidak dipaksa berbuat sesuatu dan mampu berbuat sesuatu untuk mencapai apa yang mereka inginkan.⁵

Seperti dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 pasal 4 ayat 4 yang menyebutkan: “Dalam mempertanggung jawabkan pemberitaan di depan hukum, wartawan mempunyai hak tolak”.

Dikenal tiga hak yang terdapat dalam pers Indonesia, seperti yang dijelaskan dalam pasal 4 dan pasal 5. Yang pertama adalah hak jawab yang merupakan hak untuk memberikan tanggapan atau sanggahan terhadap pemberitaan yang merugikan nama baiknya. Kedua adalah hak koreksi yaitu hak setiap orang untuk mengkoreksi atau membetulkan kekeliruan informasi yang diberitakan oleh pers, baik tentang dirinya ataupun orang lain. Ketiga adalah Hak tolak yang artinya hak wartawan karena profesinya untuk menolak mengungkap identitas dari narasumber yang harus dirahasiakan.⁶

⁵ Ana Nadya dan Abrar, *Analisis Pers*, (Yogyakarta: Cahaya Atma Pustaka, 2011), h. 61.

⁶ M. L. Ghandi, *Undang-Undang Pokok Pers Proses Pembentukan dan Penjasarannya*, (Jakarta: Rajawali Pers, 1985), h. 79.

Penafsiran dari hak tolak yang dimaksud adalah jurnalis memiliki hak untuk menolak permintaan agar memberikan identitas narasumbernya di hadapan polisi dan hakim. Bukan pers tidak bisa dituntut oleh aparat penegak hukum atas kesalahan yang ditimbulkan pemberitaannya di hadapan publik. Hak tolak di sini bertujuan juga untuk melindungi identitas narasumber sebagai jiwannya seorang jurnalis. Hak jawab adalah pernyataan klarifikasi dari pihak yang menjadi objek pemberitaan yang keliru, dan harus ditanggapi oleh pers.

2. Undang-Undang Televisi

a. Pengertian Televisi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, televisi adalah sistem penyiaran gambar yang disertai bunyi (suara) melalui kabel atau melalui angkasa, menggunakan alat yang mengubah cahaya (gambar) dan bunyi (suara) menjadi gelombang listrik dan mengubahnya kembali menjadi berkas cahaya yang dapat dilihat dan bunyi yang dapat didengar.⁷

Televisi merupakan perkembangan medium berikutnya setelah radio yang diketemukan dengan karakternya yang spesifik yaitu audio visual. Peletak dasar utama teknologi pertelevisian tersebut adalah Paul Nipkow dari Jerman pada tahun 1884. Ia menemukan sebuah alat yang kemudian disebut sebagai Jantra Nipkow atau Nipkow Sheibe. Penemuannya tersebut *electrische teleskop* atau televisi elektrik.⁸ Kata televisi terdiri dari kata *tele* yang berarti jarak dalam bahasa Yunani dan *visi* yang berarti citra atau gambar dalam bahasa Latin. Jadi, kata televisi berarti suatu sistem penyajian gambar berikut suara dari suatu tempat yang berjarak jauh.⁹

⁷ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), h. 1162.

⁸ Deddy Iskandar Muda, *Jurnalistik Televisi: Menjadi Reporter Profesional* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005), h. 4.

⁹ Sutisno, P.C.S., *Pedoman Praktis Penulisan Skenario Televisi dan Radio* (Jakarta: PT Grasindo, 1993), h. 1.

Dibanding dengan media massa lainnya, televisi mempunyai sifat istimewa. Televisi merupakan gabungan dari media dengar dan gambar, bisa bersifat informatif, hiburan, maupun pendidika, bahkan gabungan dari ketiga unsur diatas, Televisi merupakan sumber citra dan pesan tersebar (shared images and message) yang sangat besar dalam sejarah, dan ini telah menjadi mainstream bagi lingkungan simbolik masyarakat. Dan televisi merupakan sistem bercerita (story-telling) yang tersentralisasi.¹⁰

Televisi saat ini telah menjadi bagian tidak terpisahkan dari kehidupan manusia. Banyak orang menghabiskan waktunya lebih lama di depan televisi, dibandingkan menghabiskan waktu mengobrol bersama keluarganya, Siaran televisi adalah pemancaran sinyal listrik yang membawa muatan gambar proyeksi yang terbentuk pada sistem lensa dan suara. Menurut Peter Herford, setiap stasiun televisi dapat menayangkan beberapa acara hiburan seperti, film, musik, kuis, talk show, dan sebagainya.¹¹

Pada dasarnya media televisi mempunyai peranan pokok yaitu memberikan informasi atau pesan yang mengandung unsur pendidikan, penerangan, hiburan dan promosi. Dengan tugas dan peranan yang harus diemban diiringi dengan tumbuhnya kompetisi dari sekian banyak jumlah stasiun televisi maka merupakan tantangan yang harus dihadapi oleh pihak yang berkecimpung pada media penyiaran ini. Upaya meraih perhatian khalayak sebanyak mungkin tentunya juga menjadikan medan perang bagi para kompetitor untuk menyajikan progam-program siarannya semenarik mungkin.

Salah satu teori yang berkaitan dengan televisi yaitu teori pengembangan atau kultivasi yang dikemukakan oleh George Gerbner bersama dengan rekan-rekannya di Annenberg School of Communication di

¹⁰ Syaputra Iswandi, *Rezim Media*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2013), h. 41.

¹¹ Morrison, *Media Penyiaran, Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. (Tangerang: Ramdina Perkasa, 2005), h. 2.

Universitas Pannsylvania tahun 1969 dalam sebuah artikel berjudul the television World of Violence. Artikel tersebut merupakan tulisan dalam buku bertajuk Mass Media and Violence yang disunting D. Lange, R. Baker dan S. Ball (eds).

Menurut teori kultivasi ini, televisi menjadi media atau alat utama dimana para penonton televisi itu belajar tentang masyarakat dan kultur dilingkungannya. Dengan kata lain, persepsi apa yang terbangun di benak Anda tentang masyarakat dan budaya sangat ditentukan oleh televisi. Ini artinya, melalui kontak Anda dengan televisi Anda belajar tentang dunia, orang-orangnya, nilai-nilainya serta adat kebiasannya.¹²

b. Undang-undang Televisi

Undang-Undang Penyiaran (secara resmi bernama Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran) adalah undang-undang yang mengatur tentang prinsip-prinsip penyelenggaraan penyiaran yang berlaku di Indonesia. Hal itu mencakup tentang asas, tujuan, fungsi dan arah penyiaran nasional, mengatur tentang ketentuan Komisi Penyiaran Indonesia, jasa penyiaran, Lembaga Penyiaran Publik, Lembaga Penyiaran Swasta, Lembaga Penyiaran Berlangganan, Lembaga Penyiaran Komunitas, Lembaga Penyiaran Asing, stasiun penyiaran dan jangkauan siaran, serta perizinan dan kegiatan siaran.

Dengan Persetujuan Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia menetapkan Undang-undang Penyiran Nomor 32 Tahun 2002 Sebagai Berikut:

BAB I

Ketentuan Umum

Pasal 1

Dalam Undang-undang ini yang dimaksud dengan :

¹² Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada, 2007), h. 53.

1. Siaran adalah pesan atau rangkaian pesan dalam bentuk suara, gambar, atau suara dan gambar atau yang berbentuk grafis, karakter, baik yang bersifat interaktif maupun tidak, yang dapat diterima melalui perangkat penerima siaran.
2. Penyiaran adalah kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran dan/atau sarana transmisi di darat, di laut atau di antariksa dengan menggunakan spektrum frekuensi radio melalui udara, kabel, dan/atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran.
3. Penyiaran radio adalah media komunikasi massa dengar, yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara secara umum dan terbuka, berupa program yang teratur dan berkesinambungan.
4. Penyiaran televisi adalah media komunikasi massa dengar pandang, yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara dan gambar secara umum, baik terbuka maupun tertutup, berupa program yang teratur dan berkesinambungan.
5. Siaran iklan adalah siaran informasi yang bersifat komersial dan layanan masyarakat tentang tersedianya jasa, barang, dan gagasan yang dapat dimanfaatkan oleh khalayak dengan atau tanpa imbalan kepada lembaga penyiaran yang bersangkutan.
6. Siaran iklan niaga adalah siaran iklan komersial yang disiarkan melalui penyiaran radio atau televisi dengan tujuan memperkenalkan, memasyarakatkan, dan/atau mempromosikan barang atau jasa kepada khalayak sasaran untuk mempengaruhi konsumen agar menggunakan produk yang ditawarkan.
7. Siaran iklan layanan masyarakat adalah siaran iklan nonkomersial yang disiarkan melalui penyiaran radio atau televisi dengan tujuan memperkenalkan, memasyarakatkan, dan/atau mempromosikan gagasan, cita-cita, anjuran, dan/atau pesan-pesan lainnya kepada masyarakat untuk

mempengaruhi khalayak agar berbuat dan/atau bertingkah laku sesuai dengan pesan iklan tersebut.

8. Spektrum frekuensi radio adalah gelombang elektromagnetik yang dipergunakan untuk penyiaran dan merambat di udara serta ruang angkasa tanpa sarana penghantar buatan, merupakan ranah publik dan sumber daya alam terbatas.
9. 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.
10. Sistem penyiaran nasional adalah tatanan penyelenggaraan penyiaran nasional berdasarkan ketentuan peraturan perundangundangan yang berlaku menuju tercapainya asas, tujuan, fungsi, dan arah penyiaran nasional sebagai upaya mewujudkan cita-cita nasional sebagaimana tercantum dalam Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.
11. Tatanan informasi nasional yang adil, merata, dan seimbang adalah kondisi informasi yang tertib, teratur, dan harmonis terutama mengenai arus informasi atau pesan dalam penyiaran antara pusat dan daerah, antarwilayah di Indonesia, serta antara Indonesia dan dunia internasional.
12. Pemerintah adalah Menteri atau pejabat lainnya yang ditunjuk oleh Presiden atau Gubernur.
13. Komisi Penyiaran Indonesia adalah lembaga negara yang bersifat independen yang ada di pusat dan di daerah yang tugas dan wewenangnya diatur dalam Undang-undang ini sebagai wujud peran serta masyarakat di bidang penyiaran.
14. Izin penyelenggaraan penyiaran adalah hak yang diberikan oleh negara kepada lembaga penyiaran untuk menyelenggarakan penyiaran.

Dari penjelasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa televisi sebagai salah satu media massa elektronik mempunyai peranan sangat penting sebagai alat dalam memberitakan program-program jurnalistik kepada khalayak atau massa, tentunya hal tersebut memiliki efek sehingga membentuk persepsi tersendiri dalam memahami fenomena sosial dari masing-masing individu. Tentunya dalam proses siaran dalam media televisi tersebut khususnya di PAL TV harus menerapkan undang-undang pers serta kode etik jurnalistik yang ada.

D. TEORI KULTIVASI

1. Pengertian Teori Kulvivasi

Teori kultivasi adalah teori sosial yang meneliti efek jangka panjang dari televisi pada khalayak. teori ini merupakan salah satu teori komunikasi massa. Dikembangkan oleh George Gerbner dan Larry Gross dari University of Pennsylvania, teori kultivasi ini berasal dari beberapa proyek penelitian skala besar berjudul 'Indikator Budaya'. Tujuan dari proyek Indikator Budaya ini adalah untuk mengidentifikasi efek televisi pada pemirsa.¹³

Gerbner dan Stephen Mirirai (1976) mengemukakan bahwa televisi sebagai media komunikasi massa telah dibentuk sebagai simbolisasi lingkungan umum atas beragam masyarakat yang diikat menjadi satu, bersosialisasi dan berperilaku.

Menurut teori kultivasi ini, televisi menjadi media atau alat utama di mana para penonton televisi belajar tentang masyarakat dan kultur dilingkungannya. Dengan kata lain, persepsi apa yang terbangun di benak pemirsa tentang masyarakat dan budaya sangat ditentukan oleh televisi. Ini artinya, melalui kontak pemirsa dengan televisi, mereka belajar

¹³ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada, 2007), h. 67.

tentang dunia, orang-orangnya, nilai (nilai sosial) serta adat dan tradisinya.

Menurut Miller (2005: 282), teori kultivasi tidak dikembangkan untuk mempelajari "efek yang ditargetkan dan spesifik (misalnya, bahwa menonton Superman akan mengarahkan anak-anak untuk mencoba terbang dengan melompat keluar jendela) melainkan dalam hal akumulasi dan dampak televisi secara menyeluruh, yaitu bagaimana masyarakat melihat dunia dimana mereka hidup ". Oleh karena itu disebut 'Analisis Budaya'.

Gerbner, Gross, Morgan, & Signorielli (1986) berpendapat bahwa meskipun agama atau pendidikan sebelumnya telah berpengaruh besar pada tren sosial dan adat istiadat, namun sekarang ini, televisilah yang merupakan sumber gambaran yang paling luas dan paling berpengaruh dalam hidup. sehingga televisi merupakan gambaran dari lingkungan umum kehidupan masyarakat.

Teori Kultivasi dalam bentuk yang paling dasar menunjukkan paparan bahwa sesungguhnya televisi dari waktu ke waktu, secara halus "memupuk" persepsi pemirsa tentang kehidupan realitas. Teori ini dapat memiliki dampak pada pemirsa TV, dan dampak tersebut akan berdampak pula pada seluruh budaya kita. Gerbner dan Gross (1976) mengatakan "televisi adalah media sosialisasi kebanyakan orang menjadi peran standar dan perilaku. Fungsinya adalah satu, enkulturasi.

Lebih jauh dalam Teori Kultivasi dijelaskan bahwa pada dasarnya ada 2 (dua) tipe penonton televisi yang mempunyai karakteristik saling bertentangan/bertolak belakang, yaitu (1) para pecandu/penonton fanatik (heavy viewers) adalah mereka yang menonton televisi lebih dari 4 jam setiap harinya. Kelompok penonton ini sering juga disebut sebagai khalayak "the television type", serta 2 (dua) adalah penonton biasa (light viewers), yaitu mereka yang menonton televisi 2 jam atau kurang dalam

setiap harinya. Dan teori kultivasi ini berlaku terhadap para pecandu / penonton fanatik, karena mereka semua adalah orang-orang yang lebih cepat percaya dan menganggap bahwa apa yang terjadi di televisi itulah dunia senyatanya.