

Studi Deskriptif Kualitatif mengenai Pemanfaatan Kode Klasifikasi Usia pada Tayangan Televisi dalam Keluarga

oleh: Noveina Silviyani Dugis¹, Anastasia Yuni Widyaningrum¹, Elvira Vanda Utomo², dan Yunique Maris²

Abstrak

Komunikator massa (media) menjadi kunci utama sumber arus informasi dalam sebuah masyarakat massa. Sifat dan karakteristik masyarakat massa sendiri yang heterogen, anonim dan cenderung tidak terorganisir dapat menjadi obyek sasaran isi media yang mungkin saja tidak tepat. Regulator media dan pemerintah kemudian berupaya mengontrol isi media, salah satunya dengan kewajiban penggunaan kode klasifikasi usia pada program siaran televisi. Perundang-undangan serta komisi regulator yang mengawasinya pun telah dibentuk oleh pemerintah.

Persoalannya adalah mengenai efektivitas dan pemanfaatan kode klasifikasi usia oleh khalayak sendiri. Apakah khalayak sudah mengenal, mengerti dan memanfaatkan kode klasifikasi usia dalam memilih tayangan yang tepat?

Asumsinya terdapat tiga pihak utama yang punya andil dalam persoalan ini, yaitu regulator media (Komisi Penyiaran Indonesia), awak media/ komunikator massa (stasiun Televisi) dan anggota keluarga sebagai masyarakat massa (khalayak).

Dari analisis hasil FGD dan depth interview, diperoleh tiga kesimpulan: (1) fungsi dan tujuan kode klasifikasi usia belum tersosialisasi dengan baik di level keluarga dan masyarakat, (2) kurangnya kontrol dari regulator media terhadap stasiun televisi dalam hal pencantuman kode klasifikasi usia pada program acara (3) keefektifitasan ukuran, warna serta model dari bentuk kode klasifikasi usia itu sendiri yang dinilai belum maksimal dalam upaya memberi kesadaran akan pentingnya kode tersebut bagi pemirsanya.

Key Words: kode klasifikasi usia, program siaran televisi, dan keluarga

LATAR BELAKANG MASALAH

Dunia pertelevisian saat ini berkembang sangat cepat, ditambah dengan keunggulan serta fungsi yang ditawarkan. Karena televisi tidak hanya menyuguhkan hiburan melainkan seharusnya menawarkan keakuratan dalam menyampaikan informasi. Hal tersebut berdampak pada semakin bermunculannya stasiun televisi di Indonesia dan persaingan menjadi semakin ketat. Dari persaingan tersebut mendorong stasiun televisi untuk menerapkan strategi yang tepat agar dapat bertahan. Salah satunya dengan berlomba menawarkan program acara yang diproduksi, dengan konten yang dikemas secara bermutu dan inovatif. Yang menjadi pertanyaan, apakah

program acara yang disuguhkan oleh media televisi di Indonesia dapat dikategorikan "aman" untuk dikonsumsi oleh seluruh lapisan masyarakat Indonesia. Aman dalam artian kesesuaian program acara tersebut dengan batasan klasifikasi usia dalam melihat tayangan televisi. Pertanyaan tersebut kemudian merujuk pada keresahan masyarakat akan potensi dampak negatif dari tayangan televisi tersebut. Akhirnya pemerintah memberlakukan ketentuan bagi lembaga penyiaran yang ditetapkan oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) sebagai panduan bagi stasiun televisi dalam menyuguhkan tayangan dan program acara sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Program siaran sendiri sudah diatur dalam

¹ Staff Pengajar Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

² Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 32 TAHUN 2002 TENTANG PENYIARAN yang berisikan mengenai peran lembaga penyiaran dalam menjalankan fungsinya sebagai media informasi, pendidikan, hiburan, serta kontrol dan perekat sosial. Mengacu pada adanya aturan tersebut, sudah pasti lembaga penyiaran wajib untuk mematuhi aturan tersebut. Lembaga penyiaran sendiri adalah penyelenggara penyiaran yang menjalankan perannya berpedoman pada aturan perundang-undangan yang berlaku.

Pada penelitian ini akan memfokuskan pada lembaga penyiaran televisi. Lebih mengarah pada bagaimana lembaga penyiaran menyuguhkan program acara dengan konten yang sesuai dengan usia khalayak. Maka apabila dilihat dari sudut pandang materi siaran, kesesuaian materi siaran akan berkaitan dengan usia pemirsa yang melihat tayangan tersebut. Implikasi dari hal ini pada akhirnya akan memunculkan berbagai kode yang difungsikan sebagai panduan bagi pemirsa dalam memilih tayangan yang sesuai dengan klasifikasi usia khalayak. Karena hal ini dirasa penting, maka pemerintah Indonesia mewadahi-nya dalam bentuk Pedoman Perilaku Penyiaran, pedoman ini terkait dengan standar isi siaran yang harus memenuhi beberapa aspek tertentu. Pada akhirnya kode klasifikasi usia wajib dalam pemrograman acara sehingga memudahkan pemirsa untuk mengidentifikasi tayangan berdasarkan usianya. Dalam pasal 62 mengenai penggolongan program siaran televisi disebutkan bahwa: 1) lembaga penyiaran televisi wajib menyertakan informasi tentang penggolongan program siaran berdasarkan usia khalayak penonton di setiap acara yang disiarkan, 2) penggolongan program diklasifikasikan dalam empat kelompok usia, yaitu:

(a)Klasifikasi A: Tayangan untuk Anak, yakni khalayak berusia di bawah 12 tahun; (b)Klasifikasi R: Tayangan untuk Remaja, yakni khalayak berusia 12-18 tahun; (c)Klasifikasi D: Tayangan untuk Dewasa; dan (d)Klasifikasi SU: Tayangan untuk Semua Umur, 3) Untuk memudahkan khalayak penonton mengidentifikasi, informasi penggolongan program ini harus terlihat di layar televisi di sepanjang acara berlangsung, 4) Secara khusus atas program isi siaran yang berklasifikasi Anak dan/atau Remaja. Lembaga penyiaran

dapat memberi peringatan dan himbauan tambahan mengenai materi program.

Sehingga menjadi bahasan yang menarik untuk diteliti tentang kesadaran dan pengetahuan dari khalayak yang dalam hal ini keluarga, untuk mengaplikasikan kode-kode klasifikasi usia dalam tayangan televisi. Selain itu berkaitan dengan fenomena dan pola komunikasi yang perlu adanya penjabaran serta penjelasan lebih lanjut, serta semakin majunya perkembangan media yang dapat memungkinkan perubahan "fungsi" dari media tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk menjawab permasalahan mengenai kode klasifikasi usia yang telah ditetapkan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan kualitatif dengan metode Focus Group Discussion (FGD) dan Depth Interview. Metode ini dipilih dengan tujuan untuk mencapai dan memaksimalkan hasil penelitian yang lebih mendetail dan dapat mengeksplorasi pendapat setiap peserta FGD. Lalu, dengan wawancara mendalam bersama beberapa narasumber kunci (KPI dan pihak media) hasil penelitian dapat diarahkan dan difokuskan pada permasalahan utama dalam penelitian ini.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti ingin mengetahui bagaimana keluarga memanfaatkan fungsi kode klasifikasi usia dalam sebuah program acara pada tayangan televisi? Mengacu pada hipotesis bahwa media sebagian besar sudah mempertanggung jawabkan program acaranya dengan cara mencantumkan kode klasifikasi usia. Karena kode klasifikasi usia tersebut dapat mencegah terjadinya kesalahan segmentasi khalayak dari program acara yang disiarkan oleh stasiun televisi. Sehingga, penelitian ini kemudian ingin melihat sejauh mana penerapan kode klasifikasi usia tersebut dari khalayak/ keluarga dalam melihat tayangan-tayangan televisi yang disuguhkan oleh stasiun televisi.

Selanjutnya, peneliti merinci beberapa pertanyaan yang dapat digunakan untuk membantu merumuskan penelitian ini, yaitu: 1)Apakah anggota keluarga mengetahui tentang danya kode klasifikasi usia pada layar televisi?, 2) Apakah keluarga memahami fungsi dari tampilan kode klasifikasi usia tersebut dalam pemilihan

program acara televisi?, 3) Apakah keluarga memanfaatkan fungsi kode klasifikasi usia tersebut dalam pemilihan program tayangan televisi?

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana keluarga memanfaatkan fungsi kode klasifikasi usia dalam program acara pada tayangan televisi. Tujuan ini juga akan diturunkan kedalam tiga tahapan, dimana keluarga mengetahui, memahami, dan memanfaatkan kode klasifikasi usia atau bisa saja keluarga belum mengetahui fungsi dari kode klasifikasi usia tersebut sehingga tidak dapat menerapkannya secara maksimal dalam menonton program televisi.

TINJAUAN KEPUSTAKAAN

Media Massa dan Kebebasan Bertanggung Jawab

Media massa berpengaruh terhadap budaya populer dengan adanya perubahan yang signifikan dalam bidang komunikasi dan informasi. Maka ketika transformasi budaya terjadi dalam kehidupan media, yang terjadi adalah media sedang mendukung atau mengekalkan budaya tertentu. Dengan adanya gerakan reformasi dapat memberikan angin segar bagi media dalam aspek kebebasan media. Sehingga industri media maju dengan sangat pesat. Diiringi dengan isi yang bervariasi dan segmentasi khalayak yang lebih luas dan heterogen.

Titik balik kebangkitan media ini memicu gebrakan besar dalam dunia media. Dimana media tidak lagi dipelopori dan dimonopoli oleh orang yang memiliki modal besar, tapi siapapun berhak untuk memproduksi dan mendistribusikan media tersebut. Dari rentetan kejadian tersebut, pemerintah mengambil tindakan nyata dengan memunculkan UU tentang penyiaran.

Televisi sebagai Media Massa

Fungsi dan Peran Media Massa

Televisi merupakan media massa yang proses komunikasinya dari komunikator kepada komunikan berjalan satu arah. Dari segi komunikator bersifat kolektif dan dari segi komunikan adalah para penonton yang memiliki karakteristik tersendiri. Fungsi media sendiri diturunkan dalam empat fungsi utama yaitu, sebagai media penerangan, pendidikan,

dan promosi. Sedangkan dari sisi khalayak memiliki karakteristik seperti, sifatnya heterogen, dalam jumlah yang besar, saling tidak mengenali kecuali dalam yang diorganisasikan, serta tidak dapat memberikan feedback langsung. Dengan karakteristik yang ada maka diperlukan selektifitas dari pengelola media massa, salah satunya dengan menentukan segmentasi yang tepat. Dengan tujuan pesan-pesan yang disampaikan dapat lebih efektif diterima oleh khalayak. Hal ini berkaitan dengan peran dan fungsi televisi sebagai bagian dari media massa yang berefek pada perubahan sosial dalam masyarakat.

Efek Komunikasi Massa

Terdapat tiga efek komunikasi massa yaitu kognitif, afektif, serta konatif.

Efek Kognitif

Efek kognitif adalah efek yang muncul pada komunikan yang bersifat informatif bagi dirinya atau hanya sekedar memberitahukan informasi. Terlihat dari bagaimana media massa dapat membantu khalayak untuk dapat mengetahui informasi yang bermanfaat dan meningkatkan ketrampilan kognitif melalui tayangan yang disuguhkan. Efek kognitif ini turut memunculkan stereotype, yaitu gambaran umum tentang individu, kelompok, profesi atau masyarakat yang bersifat statis, klise, dan acap kali timpang dan tidak benar. Efek lain yang ditimbulkan oleh media adalah efek prososial. Dimana efek ini memberikan manfaat yang dikehendaki oleh masyarakat. Terdapat tiga efek prososial, yaitu efek prososial kognitif, efek prososial afektif, dan efek prososial behavioral.

Efek Afektif

Efek afektif adalah efek yang kadarnya lebih dalam dari efek kognitif. Jadi, tidak hanya memberitahukan informasi saja, melainkan khalayak diharapkan dapat merasakannya. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi teradinya efek afektif dari media massa: a) Suasana emosional, suasana emosional terjadi apabila seseorang menonton tayangan yang sesuai dengan keadaan emosionalnya. b) Skema kognitif, skema kognitif adalah naskah yang ada dalam pikiran kita yang menjelaskan tentang alur peristiwa. Misalnya, dalam film action yang menjadi pemeran utama

pasti pada akhirnya akan menang. Sehingga khalayak sudah dapat menduga hal tersebut. c) Situasi terapan, situasi ini mengarah pada bagaimana reaksi orang saat menonton akan berpengaruh terhadap emosi pada saat memberikan respons. d) Faktor predisposisi individual, faktor ini mengarah pada sejauh mana orang terlibat dengan tokoh yang ditampilkan oleh media massa. Dengan mengidentifikasi, orang akan seolah-olah memposisikan dirinya seperti tokoh tersebut. Misalnya, ketika sang tokoh berhasil maka ia gembira.

Efek Behavioral

Efek ini merupakan akibat yang muncul pada diri khalayak dalam bentuk perilaku, tindakan, atau kegiatan. Namun, semua informasi dari berbagai media tidak memiliki efek yang sama. Jadi, tidak semua berita yang muncul di media akan memiliki keberhasilan sesuai dengan apa yang diinginkan oleh media yang bersangkutan dalam mengubah khalayak menjadi lebih baik, namun juga dapat mengakibatkan kegagalan yang berakhir pada tindakan yang lebih buruk.

Dalam media massa juga bergantung pada teori psikologi, salah satunya teori belajar sosial dari Bandura. Menurutnya, khalayak belajar bukan saja dari pengalaman langsung, tetapi dari peniruan dan peneladanan. Bandura membagi proses belajar sosial dalam empat tahap: proses perhatian, proses pengingatan, proses reproduksi motoris, dan proses motivasi. Proses belajar adalah munculnya peristiwa yang dapat diamati secara langsung atau tidak langsung oleh seseorang, yang disebut "abstract modeling" (sikap, nilai, atau persepsi realitas sosial). Lalu untuk mengingat, peristiwa yang diamati harus direkam dalam bentuk imajinal dan verbal. Visual Imagination adalah gambaran mental tentang peristiwa yang diamati dan menyimpannya dalam memori. Sedangkan verbal mengarah pada representasi dalam bahasa. Agar sebuah peristiwa dapat diteladani, seseorang harus memvisualisasi secara mental bagaimana dapat menjalankan tindakan yang diteladani (rehearseal).

Selanjutnya, proses reproduksi berarti

menghasilkan kembali perilaku atau tindakan yang diamati oleh khalayak. Lalu pertanyaannya apakah khalayak benar-benar melaksanakan perilaku teladan tersebut bergantung pada motivasi?. Motivasi sendiri bergantung dengan adanya peneguhan baik itu peneguhan eksternal, peneguhan gantian (vicarious reinforcement), dan peneguhan diri. Peneguhan eksternal berarti melaksanakan tindakan dikarenakan hal-hal tertentu seperti keyakinan akan pengamatan dan penilaian dari masyarakat atau diluar dirinya.

Khalayak akan terdorong untuk melakukan tindakan teladan apabila melihat orang lain yang berbuat sama mendapatkan ganjaran karena perbuatannya. Maka diperlukan peneguhan gantian, dimana jika seseorang sebenarnya tidak mendapat ganjaran, tetapi ketika ia melihat orang lain mendapatkan ganjaran karena perbuatan yang ingin diteladani, dan akan terjadi reproduksi motoris. Pada akhirnya tindakan teladan akan dilakukan jika seseorang secara pribadi mendorong dirinya untuk melakukan tindakan tersebut.

Peraturan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI)

Di pihak lain, pemerintah juga telah menetapkan Pedoman Perilaku Penyiaran (P3) yang mengatur jalannya program siaran televisi. Dalam P3 juga telah dijelaskan secara lengkap mengenai penggolongan kode klasifikasi usia pada program televisi. Pada pasal 65 tentang Penggolongan Program, disebutkan bahwa penggolongan program diklasifikasikan dalam empat kelompok, yaitu: a) Klasifikasi A: Tayangan untuk Anak, yakni khalayak berusia di bawah 12 tahun; b) Klasifikasi R: Tayangan untuk Remaja, yakni khalayak berusia 12-18 tahun; c) Klasifikasi D: Tayangan untuk Dewasa; dan d) Klasifikasi SU: Tayangan untuk Semua Umur.

Selain penggolongan kode klasifikasi usia beserta penjelasannya, dalam P3 juga terdapat pasal-pasal yang memuat sanksi-sanksi bagi lembaga penyiaran yang melanggar ketentuan P3 dan SPS (Standar Program Siaran), sesuai dengan ketentuan dalam Undang-Undang nomor 32 tahun 2002 tentang Penyiaran dan Peraturan Pelaksananya. Seperti pada pasal 78 yang menyebutkan bahwa "pelanggaran atas P3/SPS dikenakan sanksi administratif sebagai berikut:

teguran tertulis, penghentian sementara mata acara yang bermasalah, pembatasan durasi dan waktu siaran, denda administratif, pembekuan kegiatan siaran lembaga penyiaran untuk waktu tertentu, penolakan untuk perpanjangan izin, dan atau pencabutan izin penyelenggaraan penyiaran."

Demikian halnya dengan SPS yang di dalamnya juga memuat penjelasan kode klasifikasi usia beserta sanksi-sanksi bagi para lembaga penyiaran yang melanggar ketentuan. Jadi di Indonesia saat ini, baik P3, SPS, ataupun juga Undang-Undang nomor 32 tahun 2002 berjalan mendukung satu sama lain dan saling menguatkan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Metode dan jenis penelitian yang dipakai kali ini adalah deskripsi kualitatif. Maka dari itu dalam hasil penelitian akan lebih banyak dipaparkan dan dideskripsikan bagaimana keluarga memanfaatkan fungsi kode klasifikasi usia dalam melihat sebuah program acara tayangan televisi. Pada hasil kali ini akan lebih banyak dipaparkan data dan berbagai prosedur analisis yang akan dituangkan dalam bentuk laporan tertulis juga lisan. Dan dengan melihat penjelasan-penjelasan yang telah ada, serta mengacu pada pasal-pasal peraturan yang ditetapkan dalam UU Penyiaran dan Peraturan Komisi Penyiaran Indonesia, maka penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode Focus Group Discussion (FGD).

Unit Analisis

Unit analisis dalam penelitian ini adalah teks-teks yang sudah ditransfer dari rekaman audio ke dalam transkrip tertulis hasil diskusi. Analisa data didapat dari pengelompokan, kategorisasi tanggapan, pernyataan, dan argumentasi partisipan.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dengan menggunakan FGD yang berarti melakukan sebuah forum diskusi kelompok dengan menerapkan model komunikasi yang konvergen. Artinya, komunikasi ini melibatkan partisipan-partisipan yang melakukan pertukaran pesan secara dialogis dalam kerangka memperoleh pemahaman bersama. Dialog merupakan kunci utama dalam metode ini.

Adapun beberapa tahap dalam pelaksanaan FGD kali ini adalah: mendefinisikan masalah, menentukan sampel, menentukan jumlah kelompok yang diperlukan, persiapan pelaksanaan FGD dan materi diskusi, serta pelaksanaan dan analisis hasil FGD yang merupakan data utama dari penelitian ini.

Data dalam FGD ini berasal dari tiga kelompok utama sumber informan, yaitu regulator (pembuat Undang-Undang, dalam hal ini perwakilan dari KPI (Komisi Penyiaran Indonesia)), pelaksana Undang-Undang (dalam hal ini perwakilan dari industri media televisi), dan penerima Undang-Undang (perwakilan keluarga).

Teknik Analisa Data

Teknik analisa data yang dipakai dalam penelitian ini adalah teknik diskusi kelompok (FGD) dan teknik wawancara mendalam (depth interview). FGD digunakan untuk mengumpulkan seluruh aspirasi keluarga sebagai konsumen media televisi, sedangkan wawancara mendalam digunakan untuk menggali data dan informasi dari dua narasumber kunci yakni awak media (stasiun televisi) sebagai pelaksana regulasi dan pihak regulator media (KPI) sebagai pengawas jalannya Undang-Undang Penyiaran yang ada. Hasil FGD kemudian akan dikroscek dengan data yang diperoleh dari hasil wawancara mendalam.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Televisi dan Tanggung Jawab Sosial

Kembali ke media televisi, sebagai salah satu media massa televisi mempunyai berbagai fungsi yang sangat beragam, mulai dari sebagai sumber informasi, edukasi, kontrol, hingga fungsinya sebagai hiburan bagi khalayak luas. Berkaitan dengan hal itu, televisi juga tidak bisa lepas dari peran dan tanggung jawab sosialnya pada masyarakat. Sebagai sumber informasi, televisi juga harus mampu memberikan informasi yang mendidik. Fungsi searah televisi dalam menyampaikan informasi dan juga sekaligus acara hiburan menjadi menarik dalam kajian penelitian ini.

Dengan melihat bahwa televisi juga mempunyai tanggung jawab sosial pada khalayak luas, maka pemerintah menciptakan salah satu alat untuk mengontrol jalannya program acara pertelevisian, yakni kode klasifikasi usia

yang ada dalam setiap program siaran. Kode klasifikasi usia menjadi salah satu bukti realisasi tanggung jawab sosial media di tengah masyarakat yang diatur secara hukum oleh pemerintah.

Kode klasifikasi usia ini diharapkan dapat menjadi acuan dan pedoman bagi orang tua untuk mendampingi anaknya dalam memilih dan menonton acara televisi yang sesuai dengan usianya. Kode klasifikasi ini dapat mencegah efek negatif dari media massa, khususnya bagi anak-anak, agar terhindar dari konten media yang tidak sesuai dengan usia mereka. Apalagi dengan semakin beragamnya program acara televisi yang ada saat ini dan semakin terbatasnya waktu orang tua untuk mendampingi anak saat menonton televisi, keberadaan kode klasifikasi amat diperlukan.

Televisi dan Keluarga

Pola Konsumsi Televisi dalam Keluarga

Selain melihat regulasi-regulasi yang dikeluarkan oleh pemerintah, hasil FGD kali ini juga melihat bagaimana masyarakat sebagai konsumen media menanggapi kebijakan-kebijakan yang telah dibuat oleh pemerintah tersebut, terutama dalam hal ini tanggapan masyarakat mengenai berlakunya kode klasifikasi usia.

Seiring dengan berkembangnya industri produksi pertelevisian, masyarakat juga mempunyai semakin banyak pilihan terhadap materi siaran. Tidak berhenti sampai di situ, masyarakat (keluarga) juga semakin dimungkinkan untuk mempunyai lebih dari satu televisi, mengingat kebutuhan media massa dalam masyarakat saat ini juga semakin bervariasi dan beraneka ragam. Berbagai kebutuhan program penyiaran tidak mampu diakomodir oleh kepemilikan satu televisi. Seperti yang tampak di beberapa peserta FGD – Agustinus, Yuli, dan Utomo – yang masing-masing mempunyai minimal dua televisi di rumah.

Televisi kini telah menjadi kebutuhan primer setelah sandang pangan dan papan. Hampir semua rumah telah memiliki televisi, bahkan lebih dari satu. Kepemilikan televisi bukan sekedar kebutuhan secara kuantitas, tapi juga kebutuhan akan diferensiasi

kualitas isi dan program siaran dengan sasaran target yang berbeda-beda.

Pola Pendampingan dalam Memilih Program Acara di Keluarga

Masing-masing rumah tangga mempunyai pola konsumsi yang berbeda terhadap tayangan televisi. Begitu juga pola pendampingan orang tua pada anak-anaknya saat menonton televisi yang tentunya juga berbeda. Filter dalam setiap program siaran belum diterapkan dengan maksimal, jikapun sudah diterapkan masih ada anggota keluarga yang belum paham betul fungsi dan manfaat dari filter tersebut. Sebenarnya penting bagi orang tua untuk memahami filter usia tersebut agar lebih mudah mengontrol anaknya ketika memilih sebuah tayangan. Apalagi ketika saat ini efek dari menonton televisi sudah mencapai pada titik dapat mempengaruhi persepsi, imajinasi, bahkan perilaku yang cenderung mengacu atau meniru pada apa yang ditampilkan di televisi. Kurangnya kontrol terhadap anak dapat berakibat fatal. Peran pendampingan orang tua terhadap anak sangat perlu digaris bawahi mengingat masih banyaknya siaran televisi dengan isi siaran yang sulit dikendalikan dan disensor.

Kode klasifikasi usia akan sangat membantu dalam peran pendampingan orang tua terhadap anak-anak mereka. Ketika ada kode BO misalnya, pada tayangan ini diharapkan orang tua dapat benar-benar duduk mendampingi anaknya saat menonton siaran tersebut.

Program Siaran Televisi dan Kode Klasifikasi Usia

Efek Kognitif, Afektif, Konatif

Kebanyakan dari peserta FGD yang hadir mengaku bahwa mereka mengetahui soal kode klasifikasi usia, namun belum terlalu peduli dan belum menerapkannya dengan maksimal karena terbatasnya pemahaman mengenai apa itu kode klasifikasi usia dan makna dari setiap simbol yang dipasang di setiap siaran televisi. Hal ini terjadi akibat kurangnya sosialisasi yang harusnya dilakukan oleh pihak KPI kepada masyarakat. Penerapan kode klasifikasi usia juga menjadi kurang efektif

karena masih banyak masyarakat di Indonesia yang belum well-educated. Hasil FGD mengungkapkan bahwa seharusnya KPI memberikan perhatian lebih pada hal sosialisasi, terutama bagi masyarakat luas yang sebagian besar tingkat pendidikannya belum merata.

Dampak atau pengaruh dari siaran televisi dapat dilihat dari tiga lapisan efek yang berbeda, yaitu kognitif, afektif dan konatif. Dari segi kognitif pemirsa tentu saja akan mendapatkan informasi yang akan berpengaruh terhadap persepsi dan pemaknaan pada berbagai hal. Efek afektif ditunjukkan dengan adanya sikap yang berbeda-beda pada diri pemirsanya, seperti misalnya suka atau tidaknya terhadap acara tertentu. Sampai efek konatif (behavioral) atau efek yang sudah tercermin pada perilaku si penikmat media tertentu.

Efektifitas Kode Klasifikasi Usia dalam Program Acara Televisi

Saat ini stasiun televisi berlomba untuk menyuguhkan tayangan yang beragam dalam menjawab kebutuhan dan tuntutan dari industri media dan khalayak. Maka tentu perlu adanya pedoman sehingga konten yang terkandung dalam tayangan dapat dipertanggung jawabkan. Maka Komisi Penyiaran Indonesia menyusun PEDOMAN PERILAKU PENYIARAN DAN STANDAR PROGRAM SIARAN KOMISI PENYIARAN INDONESIA (P3-SPS). Berdasarkan hasil diskusi FGD muncul pendapat yang menyatakan kurang efektifnya penggunaan serta sosialisasi kode klasifikasi usia kepada masyarakat terutama orangtua (dalam keluarga).

Dengan adanya peraturan perundang-undangan mengenai kode klasifikasi usia ini ditanggapi dengan sangat baik oleh peserta dalam diskusi FGD ini. Hanya yang disayangkan adalah tidak adanya penegakkan dalam pengaplikasian kode tersebut. Menurut peserta diskusi, kode klasifikasi usia hanya sekedar hiasan yang terpampang di layar televisi. Padahal, dalam setiap acara televisi harusnya terdapat kode tertentu yang memiliki arti dan tujuan tersendiri. Kode tersebut berkaitan dengan jenis program yang ditayangkan. Yang menjadi masalah adalah apabila kode klasifikasi usia

tidak ditampilkan dalam layar televisi. Hal ini mengindikasikan bahwa tayangan tersebut tidak dibatasi usia penontonnya, sehingga seluruh golongan usia dapat menontonnya.

Bervariasinya program acara yang ditayangkan juga menjadi polemik tersendiri bagi publik mengenai program mana yang layak ditonton, terlebih untuk anak-anak. Hal ini merupakan masalah efektifitas dari adanya kode klasifikasi usia yang ditawarkan KPI. Maka perlu adanya penayangan kode klasifikasi usia selama tayangan berlangsung untuk memudahkan khalayak mengidentifikasi tayangan berdasarkan golongan usianya. Dari sudut pandang kode klasifikasi harusnya kode BO (Bimbingan Orang Tua) terletak berdampingan dengan kode huruf A untuk klasifikasi Anak, dan/ atau R untuk klasifikasi Remaja. Jadi, kode BO tidak berdiri sendiri melainkan harus berdampingan dengan klasifikasi A dan R. Dengan kode tersebut akan memudahkan bagi khalayak dalam menyaring program acara yang ditayangkan sehingga dapat bermanfaat dan sesuai dengan golongan usia penontonnya.

Terdapat beberapa golongan tipe khalayak berdasarkan perhatiannya terhadap isi media, pertama, golongan khalayak dengan perhatian selektif yang mau menerima pesan berdasarkan apa yang disukai. Kedua, golongan dengan persepsi selektif yang berbeda persepsinya dalam menanggapi pesan. Dan golongan khalayak yang hanya mau mengingat yang sesuai dengan kepentingannya. Jadi, isi dari program yang ditayangkan menjadi tolak ukur terhadap efek dan dampak yang akan timbul dalam masyarakat. Dengan kondisi yang heterogen maka perlu dilakukan segmentasi, dan disitulah peran dari kode klasifikasi usia yang difungsikan untuk menyeleksi program acara yang tepat.

Pengaplikasian dari kode klasifikasi usia ini memang sudah tampak dalam beberapa program acara, namun kode-kode tersebut seakan-akan tidak pernah disosialisasikan arti dan penjelasannya. Karena menurut peserta diskusi FGD, penjelasan mengenai kode tersebut dapat diselipkan di sela-sela iklan dan disosialisasikan ke sekolah untuk siswa dan

orangtua. Jadi, perlu adanya kode klasifikasi usia untuk membantu masyarakat dalam memilih program tayangan yang tepat sesuai dengan klasifikasi usia yang dituju oleh stasiun televisi bersangkutan. Alasan lain adalah dengan heterogenitas kondisi penduduk di Indonesia yang perlu menjadi bahan perhatian.

Semenjak UU No. 32 tahun 2002 disahkan, KPI tidak tinggal diam untuk mengawasi media. Kasus kongkret yang pernah terjadi dan diberitakan kompas.com (19 agustus 2008) adalah mengenai teguran yang dilayangkan oleh KPI terhadap empat tayangan yang dianggap bermasalah yaitu, Bleach(Indosiar), Cerita SMA(RCTI), Detektif Conan(Indosiar), dan Naruto(Global TV dan Indosiar). Pemberitaan tersebut merupakan wujud nyata tindakan tegas yang dilakukan KPI dalam mengontrol dan mengawasi konten dari tayangan televisi, terutama isi siaran yang ditujukan kepada anak. Pada pasal 36 UU no 32 tahun 2002 ayat 3 disebutkan bahwa "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"

Untuk wilayah Jawa Timur, isi siaran dilindungi oleh KPID Jawa Timur. Menurut penuturan Maulana Arif, S.Sos kepala Bidang Pengawasan Isi Siaran KPID Jawa Timur, aturan pedoman perilaku penyiaran tidak diatur secara jelas mengenai penempatan kode klasifikasi usia. Dimana dalam pedoman perilaku penyiaran (P3) dan standar program siaran (SPS), kode BO (Bimbingan Orang Tua) sebenarnya tidak termasuk dalam kode klasifikasi usia. Pada bulan Maret disahkan P3/SPS yang diperbaharui dan ketat, terdiri dari kode klasifikasi usia P (Pra-sekolah) usia 2-6 tahun, A (Anak) usia 7-12 tahun, R (Remaja) usia 13-17 tahun, dan D (Dewasa) usia 18 tahun ke atas. Faktor munculnya kode klasifikasi P (Pra-sekolah) berdasarkan acuan dari negara maju bahwa anak di bawah usia 2 tahun tidak disarankan untuk menonton televisi. Namun P3/SPS dirasa masih terlalu ketat, sehingga belum

ada lembaga penyiaran yang menggunakan kode P (Pra-sekolah) tersebut.

Masalah lain yang muncul adalah kerancuan kode SU (Semua Umur). Dikarenakan kode SU (Semua Umur) termasuk dalam kategori usia 0 tahun sampai tak terhingga, padahal seharusnya kode SU (Semua Umur) harusnya dibatasi sehingga kode tersebut jelas dan tidak rancu, karena sejumlah negara, usia 0-2 tahun tidak disarankan untuk menonton tayangan televisi. Menurut UU perlindungan anak, tayangan dengan kode klasifikasi SU akan berbahaya untuk anak di bawah usia 2 tahun. Terdapat alternatif untuk menutupi kerancuan kode SU (Semua Umur) dengan mengganti kode klasifikasi A (Anak) dengan kode SU (Semua Umur) atau kode SU (Semua Umur) dihilangkan. Alternatif ini pun masih dipertimbangkan, apakah kode klasifikasi SU (Semua Umur) dapat mewakili khalayak anak-anak. Diakui Maulana, sosialisasi mengenai kode klasifikasi yang dilakukan KPID Jawa Timur masih sangat minim. Sehingga masyarakat tidak memiliki pengetahuan yang cukup akan kode klasifikasi tersebut. Selain itu, fakta yang terjadi adalah sebenarnya pelanggaran tayangan televisi tidak dapat langsung digolongkan hitam dan putih. Hal ini dikarenakan masih banyak tayangan yang abu-abu yang sebenarnya melanggar UU Penyiaran dan tidak pantas untuk dikonsumsi masyarakat.

Dari sudut pandang sanksi yang diberikan, memang KPID lebih memfokuskan pada pelanggaran jam siaran. Mengenai kode klasifikasi usia, KPID hanya mengharuskan stasiun televisi untuk memuatnya dalam setiap program acara yang ditayangkan. Fakta yang terjadi adalah masih banyaknya program yang melanggar aturan mengenai jam siaran. Salah satu faktornya adalah P3/SPS 2009 banyak memuat aturan yang tidak diatur secara tegas.

Dari sudut pandang khalayak sebagai penerima informasi terdapat berbagai macam tanggapan yang dihimpun dari adanya FGD ini. Ada yang merasa direpotkan apabila harus mengurus prosedur ketika ingin melaporkan mengenai konten tayangan yang dianggap tidak sesuai. Selain itu visi dan misi dari KPI

juga dirasa tidak jelas dan tidak tegas. Apabila dilihat dari sisi transparansi, seharusnya kode klasifikasi di bold dengan warna yang jelas sehingga dapat terlihat dengan jelas saat program acara berlangsung. Hal ini agar masyarakat terutama anak-anak setidaknya mengerti adanya spesialisasi terhadap tayangan yang berlangsung.

KESIMPULAN

Keluarga merupakan target utama dari adanya sosialisasi mengenai kode klasifikasi usia dalam tayangan televisi. Seyogyanya masyarakat harus paham terhadap fungsi dan tujuan adanya kode klasifikasi tersebut. Hal tersebut dikarenakan tidak sedikit masyarakat yang mengetahui adanya kode klasifikasi tersebut, namun belum memaksimalkan fungsi yang terkandung dalam kode tersebut. Hal ini berarti tidak semua masyarakat mengerti hal tersebut, ataupun paham namun tidak menerapkan kode klasifikasi usia tersebut sebagai pedoman dalam menonton tayangan televisi.

Fungsi KPI adalah melindungi masyarakat masyarakat terutama dalam konten siaran televisi. Maka dibuatlah aturan untuk mencegah dan melindungi efek negatif dari isi siaran televisi terhadap masyarakat yaitu UU Penyiaran tahun 2002. Dimana UU tersebut terkandung dalam Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3/SPS), yang pada tahun 2012 P3/SPS diperbaharui.

Sosialisasi P3/SPS juga sudah dilakukan oleh KPI dengan berbagai metode, namun memang dirasa belum maksimal dari segi metode klasik (ceramah/kampanye) yang masih digunakan. Hal lain yang membuat tidak maksimal adalah sosialisas

belum menyeluruh menyentuh lapisan masyarakat. Selain itu, konten sosialisasi harusnya tidak hanya mengarah pada keberadaan kode klaiifikasi saja, tapi juga mengarah pada fungsi dan tujuannya.

Dari segi tampilan, bentuk atau simbol kode klasifikasi usia yang ada saat ini dinilai tidak efektif. Warna, ukuran dan model yang ditampilkan terlalu transparan sehingga tidak menarik perhatian penonton. Maka tak heran bila banyak masyarakat yang meragukan maksud serta tujuan dan fungsi dari kode-kode klasifikasi usia itu sendiri. Tampilan visual ini juga menjadi poin penting bagi masyarakat dalam memanfaatkan fungsi kode klasifikasi usia ketika memilih dan menonton program siaran televisi.

SARAN

Hasil dari penelitian ini masih sangat terbuka bagi penelitian-penelitian lanjutan dengan topik seputar pemanfaatan kode klasifikasi usia, seperti misalnya penelitian tentang sebaran waktu program siaran, dan lain sebagainya. Yang jelas, publikasi mengenai hasil penelitian ini sangat diperlukan agar dapat menjadi pengetahuan dan landasan perubahan sikap serta perilaku masyarakat, terutama orang tua, dalam mendampingi anaknya untuk memilih program siaran yang tepat dan sesuai. Publikasi ini juga bermanfaat bagi pihak penyelenggara media agar lebih dapat memperhatikan isi program siaran, sehingga dapat menghasilkan program siaran yang bermutu dan berkualitas bagi khalayak. Dan yang tak kalah pentingnya, publikasi ini dapat berguna bagi pihak regulator media, dalam hal ini KPI, agar dapat memaksimalkan kinerjanya – terutama pada hal sosialisasi – serta penegakan peraturan penyiaran yang efektif dan berdaya guna.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Birowo, M. Antonius – Editor. 2004. *Metode Penelitian Komunikasi*. Yogyakarta: Gitanyali
- Eriyanto, 2001. *Analisis Wacana (Pengantar Analisis Teks Media)*. Yogyakarta: LKIS
- Evra, Judith Van. 2004. *Television And Child Development. Third Edition*. LEA Publishing London.
- Goodwin, Andrew & Whannel, Gary. 1990. *Understanding Television*. Routledge
- Rakhmat, Jalaluddin. 2007. *Psikologi Komunikasi [Edisi Revisi]*. Bandung: Remaja Eosdakarya
- Shodiq, Muhammad & Imam, Muttaqien. 2003. *Dasar-dasar Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset
- Subroto, Darwanto. 1994. *Produksi Acara Televisi*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press
- Kitley, Philip. 2000. *Television, Nation, and Culture in Indonesia*. Research in international studies. Southeast Asia series no. 104. Ohio University.

Peraturan Perundangan:

PERATURAN KOMISI PENYIARAN INDONESIA NOMOR 03 TAHUN 2007 TENTANG STANDAR PROGRAM SIARAN

UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 32 TAHUN 2002 TENTANG PENYIARAN

KEPUTUSAN KOMISI PENYIARAN INDONESIA TENTANG PEDOMAN PERILAKU PENYIARAN DAN STANDAR PROGRAM SIARAN KOMISI PENYIARAN INDONESIA, NOMOR 009/SK/KPI/8/2004

Internet:

Sukmana, Aryadi. *Budaya massa dan media televisi sebuah pandangan cultural studies terhadap konstruksi budaya*. Fakultas Ilmu Budaya Universitas Indonesia. 2009. <http://www.digilib.ui.ac.id/opac/themes/libri2/detail.jsp?id=127382>

<http://kommabogor.wordpress.com/2007/12/31/efek-komunikasi-massa-kognitif-afektif-behavioral/>

KPI Tegur Empat Tayangan Televisi. <http://nasional.kompas.com/read/2008/08/19/12313980/kpi.tegur.empat.tayangan.televisi> Penulis : Wahyu Satriani Ari Wulan | Selasa, 19 Agustus 2008 | 12:31 WIB. diakses pada 17 Juli 2012 pk 11.00 WIB