



Program Televisi Indonesia: Menguatkan ataukah Melemahkan Pancasila?

Indonesian Television Program: Strengthen or Weaken Pancasila?

Harmonis¹, Bono Setyo², dan Mochammad Sinung Restendy^{3*}

- ¹ Magister Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jakarta (FISIP UMJ), Jakarta. E-mail: harmonis@umj.ac.id
 - ² Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta. E-mail: bono.setyo@uin-suka.ac.id
 - ³ Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta. E-mail : muhammad.restendy@uin-suka.ac.id
- * Penulis Korespondensi

Article Info

Article History

Received

5 Jan 2023

Revised

16 Apr 2023

Accepted

17 Apr 2023

Published

30 Apr 2023

Keywords:

Broadcasting,
Pancasila, program,
and values

Kata kunci:

Penyiaran,
program, nilai,
dan Pancasila

Abstract: As the ideology and basic philosophy of the state, the values of Pancasila must be reflected in television broadcast programs in Indonesia as confirmed in articles 2 and 5 of Law No.32/2002. This research was conducted to analyze the content of broadcasting programs from the point of view of Pancasila values, and the efforts made by stakeholders in broadcasting, such as the Central Indonesian Broadcasting Commission (KPIP) in order to strengthen these values. Research using qualitative methods. Data was collected through documents and in-depth interviews. Informants were selected purposively. The results of the study show that among the many broadcast programs in Jakarta that carry out national broadcasts, there are still broadcast program contents that have not implemented Pancasila values, such as soap opera programs. The reason is due to the weak understanding of Pancasila values and the domination of ratings in the television industry in Indonesia. For this reason, various efforts are needed that can make broadcasters commit to implementing Pancasila values.

Abstrak: Sebagai ideologi dan dasar filsafat negara, nilai-nilai Pancasila harus tercermin dalam program siaran televisi di Indonesia sebagaimana ditegaskan dalam pasal 2 dan 5 UU No.32/2002. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis konten program penyiaran dari sudut pandang nilai-nilai Pancasila, dan usaha-usaha yang dilakukan oleh pemangku kepentingan (*stakeholder*) di bidang penyiaran, seperti Komisi Penyiaran Indonesia Pusat (KPIP) dalam rangka menguatkan nilai-nilai tersebut. Penelitian menggunakan metode kualitatif. Data dikumpulkan melalui dokumen dan wawancara mendalam. Informan dipilih secara purposif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa di antara banyak program siaran televisi Jakarta yang melakukan siaran nasional masih terdapat kandungan program siaran televisi nasional yang belum mengimplementasikan nilai-nilai Pancasila, seperti program sinetron. Penyebabnya karena lemahnya pemahaman nilai-nilai Pancasila dan dominasi rating dalam industri televisi di Indonesia. Untuk itu, diperlukan berbagai usaha yang dapat membuat para pelaku penyiaran komit untuk mengimplementasikan nilai-nilai Pancasila.

PENDAHULUAN

Dalam Rapat Dengar Pendapat (RDP) Komisi I DPR RI dengan para Komisioner Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) Pusat pada 22 Juni 2019, anggota parlemen, Jazuli Juwaini, menyatakan bahwa Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) sejatinya (seharusnya) lebih mengontrol secara ketat isi siaran agar sejalan dengan Pancasila dan UUD 1945. Dalam kesempatan itu, Juwaini mengemukakan sebagai berikut.

“KPI bukan lembaga pengadilan etik dan ideology namun kontrol terhadap konten penyiaran. Oleh karena itu, konten harus dikontrol ketat agar sejalan dengan dasar Negara Pancasila dan UUD 1945” (Budilaksono, 2019).

Dalam konteks penguatan nilai-nilai Pancasila pada program media penyiaran, pertanyaan mendasarnya adalah apakah yang disampaikan oleh salah seorang anggota parlemen atau DPR RI dalam forum RDP dengan Komisioner KPI Pusat di atas dapat dipahami sebagai sebuah kebenaran secara saintifik (ilmiah) atau tidak? Apa bukan hanya sekadar *common sense* (persepsi umum yang belum teruji kebenarannya secara ilmiah), atau mungkin juga sekadar mencari sensasi dari anggota parlemen yang bersangkutan? Untuk itu, perlu dilakukan kajian ataupun riset guna menguji kebenaran dari *common sense* yang dikemukakan oleh anggota parlemen di atas. Dengan begitu, diperoleh hasil yang bisa dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Penyiaran atau dalam bahasa Inggris dikenal dengan sebutan atau terminologi *broadcasting* (Djamal, 2013) adalah keseluruhan dari proses untuk mendiseminasikan pesan ataupun program siaran yang diawali dengan penelitian (riset), mempersiapkan materi produksi, memproduksi materi yang sudah

dipersiapkan, menyiapkan bahan siaran, mempromosikan dan pemancar luasan kepada penerima siaran (pendengar/pemirsa) di suatu tempat tertentu.

Menurut Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, Pasal 1 angka 1, menyebutkan definisi penyiaran sebagai berikut.

“Kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancar dan/atau sarana transmisi di darat, di laut, dan di antariksa dengan menggunakan spektrum frekuensi radio (sinyal radio) yang berbentuk gelombang elektromagnetik yang merambat melalui udara, kabel, dan atau media lain untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran”.

Program siaran merupakan keniscayaan karena aktivitas penyiaran yang akan dilakukan oleh lembaga penyiaran, seperti televisi dan radio, tidak akan berlangsung tanpa adanya konten untuk disiarkan. Bahkan dapat dinyatakan, sebuah lembaga penyiaran akan gulung tikar ataupun tidak beraktivitas (tutup) jika tidak mampu menghasilkan konten siaran. Konten siaran inilah yang akan dijual kepada pengiklan. Fiske menyebutkan bahwa konten siaran mempunyai nilai ekonomi dan budaya (Storey, 2014). Konten ataupun program yang dimaksudkan tersebut, bersifat *news* (berita) ataupun hiburan (seperti *variety show*, *infotainment* dan sinetron; VIS ataupun FTV; Film televisi), serta iklan.

Kata “program” itu sendiri berasal dari bahasa Inggris, yakni *programme* atau program yang berarti acara atau rencana. Menurut Morissan (M. A, 2008), program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiensnya

Program atau acara yang disajikan adalah faktor yang membuat audiens tertarik untuk mengikuti siaran yang disiarkan oleh stasiun penyiaran televisi. Program dapat diilustrasikan ataupun diumpamakan dengan sebuah produk atau barang (*goods*) ataupun layanan (*service*) yang diperjualbelikan kepada pihak lain. Dalam konteks ini, terdapat suatu rumusan dalam dunia penyiaran televisi, yaitu “*Program yang baik akan mendapatkan penonton yang lebih besar, sedangkan acara yang buruk tidak akan mendapatkan penonton*”. Ini yang disebut dengan istilah “*Rating kuantitatif*”, jumlah penonton dan bukan kualitas tayangan.

Program siaran (Djamil, 2013) dapat didefinisikan sebagai satu bagian atau segmen dari siaran lembaga penyiaran (radio ataupun televisi) secara keseluruhan. Dengan kata lain, dapat dikatakan bahwa dalam siaran keseluruhan terdapat beberapa program yang disisrkan atau bahwa siaran keseluruhan satu stasiun penyiaran tersusun dari beberapa program siaran.

Dalam bisnis industri penyiaran, menurut Azwar dan Hidayah (Pradyanti & Hidayah, 2018), konten program siaran hiburan yang mempunyai daya tarik merupakan faktor utama yang memikat penonton. Dengan kata lain, program hiburan adalah segala bentuk siaran yang bertujuan untuk menghibur audiens (pendengar dan penonton) dalam bentuk musik, lagu, cerita, dan permainan. Program yang termasuk dalam kategori hiburan adalah drama, permainan (*game*), musik dan pertunjukan serta *infotainment* dan *variety show*.

Program siaran yang disiarkan lembaga penyiaran tidak dapat dipisahkan dari sistem nilai yang dianut dalam suatu masyarakat di mana televisi itu berada (Croteau & Hoynes, 2006). Ini menunjukkan bahwa lembaga penyiaran tidak berada di dunia yang vakum atau

statis, melainkan terkait dengan sistem yang berlaku dan bersifat dinamis. Khususnya, yang dipahami sebagai sesuatu yang baik ataupun sesuai dengan budaya yang berlaku di sebuah negara bangsa.

Media massa (Hadi, 2021) selalu mempunyai bentuk dan warna dalam sistem atau struktur sosial politik di mana media berada dan beroperasi. Orang harus melihat pada sistem kemasyarakatan di mana media berfungsi. Untuk melihat sistem sosial dalam kaitan dengan media, Siebert et.al (1986) (Rianto, 2019) secara tersirat menyatakan bahwa orang harus melihat keyakinan dan asumsi dasar yang dimiliki masyarakat itu: hakikat manusia, hakikat masyarakat dan negara, hubungan antar manusia dengan negara, hakikat pengetahuan dan kebenaran. Jadi, pada akhirnya, perbedaan pada sistem media adalah perbedaan pada falsafah atau sistem nilai sebuah negara bangsa.

Program siaran lazimnya mengikuti perkembangan ataupun perubahan zaman dan nilai-nilai yang berlaku pada sebuah Negara bangsa. Jika tidak, ada kemungkinan program yang disiarkan akan ditinggalkan oleh masyarakat pemirsa dan tidak tertutup kemungkinan pula akan mendapat teguran, sanksi ataupun dicabut izinnya oleh pemerintah yang berkuasa.

Nilai, di sisi lain, merupakan hal yang terkandung dalam diri setiap manusia dan memberi dasar dan prinsip akhlak yang merupakan standar dari keindahan dan efisiensi atau keutuhan kata hati (potensi). Nilai merupakan konsep abstrak dan menentukan mana yang salah dan benar, baik dan buruk (Junaedi, 2019). Langkah- langkah awal dari “nilai” adalah seperti ide manusia yang merupakan potensi pokok *human being*. Nilai tidaklah tampak dalam dunia pengalaman. Nilai nyata dalam jiwa manusia. Dalam ungkapan lain, Simon Simon (Semadi, 2019) menegaskan bahwa sesungguhnya

yang dimaksud dengan nilai adalah jawaban yang jujur, tapi benar dari pertanyaan “*what you are really, really, really, want*”.

Dalam konteks berbangsa dan bernegara, nilai tersebut lazimnya dimuat dalam falsafah sebuah negara bangsa. Tegasnya, dapat dipahami dari falsafah Negara bangsa yang bersangkutan. Dalam konteks Indonesia, disebut dengan falsafah Pancasila dengan nilai-nilai yang terkandung dalam 5 (lima) sila Pancasila. Nilai-nilai yang dimaksudkan tidak hanya sekadar dimuat pada *way of life* atau falsafah sebuah negara bangsa, melainkan lebih penting dari itu. Nilai untuk diamalkan ataupun diimplementasikan dalam konteks berbangsa dan bernegara dalam segala bidang pembangunan, termasuk pembangunan di bidang penyiaran. Sebagai falsafah hidup atau pandangan hidup (Febriansyah, 2017), Pancasila mengandung wawasan tentang hakekat, asal, tujuan, nilai, dan arti dunia dengan seisinya, khususnya manusia dan kehidupannya. Nilai Pancasila berakar pada keberagaman dan multikulturalisme (Junaedi, 2019).

Rato (Rato, 2017) menyebutkan Pancasila merupakan sebuah ideologi yang hidup dan dapat diketahui dari tiga indikator, yakni adaptif-aktif, responsif, dan aplikatif. Indikator pertama adaptif-aktif maksudnya adalah nilai-nilai yang terkandung dalam tiap-tiap sila Pancasila selalu mampu untuk menyesuaikan diri dengan perubahan dan perkembangan zaman. Nilai-nilai dalam Pancasila ini telah menjadi bagian dari seluruh tubuh, jiwa, dan raga warga negara Indonesia dengan segala profesinya. Nilai tersebut menjadi sebuah dasar dalam setiap sendi kehidupan warga negara. Makna substantifnya tidak harus diganti, melainkan selalu diperkaya dengan nilai-nilai positif dalam setiap perubahan zaman. Ini berarti bahwa dalam

menghadapi setiap perubahan zaman, nilai-nilai Pancasila tidak menggantikan nilai-nilai lama yang telah digali oleh para *founding fathers* Indonesia, melainkan menyesuaikan diri pada setiap zaman yang baru.

Responsif sebagai indikator kedua, menurut Rato (Rato, 2017), dimaknai bahwa nilai-nilai pada Pancasila mampu menerima atau mengakomodasi bentuk perubahan sosial masyarakat. Ini dilakukan dengan menerima setiap elemen sosial-budaya dari asing dengan sebuah maksud ataupun tujuan guna memperkaya elemen sosial-budayanya sendiri dengan tanpa mengurangi makna substantif (hakiki) dari nilai-nilai yang termuat pada ideologi negara Pancasila.

Indikator ketiga adalah aplikatif. Aplikatif mengandung makna bahwa nilai-nilai Pancasila dapat diimplementasikan atau diterapkan dalam kehidupan masyarakat (Rato, 2017). Nilai-nilai Pancasila tidak hanya sekadar sebuah tulisan tanpa makna, melainkan sebuah panduan ataupun pedoman bagi anggota masyarakat dengan segala profesinya agar dapat hidup rukun dan damai dalam masyarakat yang majemuk.

Ada lima nilai dasar dalam Pancasila, yakni nilai ketuhanan, kemanusiaan, persatuan, musyawarah atau demokrasi, dan keadilan. Presiden Soekarno (Sutaryo, 2018) ketika menggali nilai dalam sila pertama, menyebutkan bahwa nilai Ke-Tuhan-an Yang Maha Esa adalah salah satu elemen yang mampu mempersatukan batin seluruh bangsa Indonesia dengan cara yang semesramesramanya.

Perumusan sila pertama bukan hanya sebatas ‘Tuhan’ yang dikenal dalam agama yang diakui di Indonesia, melainkan lebih penting dari itu. Nilai Ketuhanan adalah konsep ke-Tuhan-an mereka yang bernafaskan pada sebuah keyakinan dan kepercayaan. Damaitu

(Damaitu, 2018) menyebutkan bahwa semangat Bhineka Tunggal Ika harus menjadi semangat kebangsaan yang memberikan penghargaan atas keberagaman dan anugerah dari Tuhan kepada Bangsa Indonesia. Penggunaan istilah Bhineka Tunggal Ika lebih tepat untuk menggambarkan semangat Indonesia bila dibandingkan dengan multikulturalisme maupun pluralisme. Ini karena baik multikulturalisme maupun pluralis lebih menonjolkan bahwa perbedaan adalah sebuah kekuatan mayoritas untuk memenangkan sebuah kontestasi politik.

Nilai yang terkandung dalam sila kedua dari Pancasila adalah nilai kemanusiaan yang adil dan beradab. Nilai ini dimaknai dengan bahwa setiap manusia harus mampu bersikap, berpikir, dan berlaku adil dengan cara-cara yang beradab (Damaitu, & Saptarini, 2017) baik terhadap dirinya sendiri dan keluarganya, dan lebih-lebih lagi jika berkaitan dengan kepentingan masyarakat (orang lain).

Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI) bukanlah satu bangsa yang berdiri sendiri, melainkan satu bangsa dalam keluarga bangsa-bangsa. Indonesia memiliki beragam agama, suku/etnis, dan bahasa. Menurut Dokhi et al. (Dokhi et.al, 2016), pada 2016 terdapat sekitar 250 suku/etnis yang hidup di Indonesia. Selain itu, mayoritas masyarakat Indonesia berkomunikasi dengan menggunakan bahasa daerah dibandingkan dengan Bahasa Indonesia.

Nilai yang terkandung dalam sila ketiga Pancasila adalah nilai persatuan. Nilai Persatuan Indonesia dapat dimaknai dengan maksud usaha ke arah bersatunya seluruh warga negara Indonesia dalam rangka membina rasa dan semangat nasionalisme untuk mempertahankan Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI). Nilai ini pun sekaligus mengakui dan menghargai keanekaragaman yang

dimiliki oleh negara Indonesia yang diungkapkan dalam semboyan “Bhineka Tunggal Ika”, bersatu dalam keberagaman dalam segala konteksnya.

Nilai keempat yang tertuang dalam sila keempat adalah kerakyatan yang dipimpin oleh hikmat kebijaksanaan dalam permusyawaratan/perwakilan. Nilai inipun bukan hanya sekadar nilai kerakyatan atau nilai demokrasi saja, melainkan mempunyai nilai yang lebih mendalam dengan memunculkan karakter bangsa Indonesia, yaitu demokrasi dengan fondasi musyawarah guna untuk mencapai hasil mufakat. Soekarno (Sutaryo, 2018) mengatakan bahwa demokrasi yang dinyatakan sebagai dasar dari sila keempat ini tidak perlu “identik” ataupun sama dengan demokrasi yang dijalankan oleh bangsa-bangsa lain di manapun di dunia. Sebaliknya, bercirikan demokrasi yang bercorak kepribadian Bangsa Indonesia.

Agar menjadi sebuah ideologi yang hidup, menurut Anggoro dan Damaitu (Anggono & Damaitu, 2021), diperlukan sebuah penguatan terhadap nilai-nilai yang terkandung pada Pancasila dalam segala konteks pembangunan negara bangsa. Termasuk dalam hal ini, pembangunan di bidang penyiaran. Ini dilakukan melalui berbagai program yang disiarkan kepada pendengar ataupun pemirsanya. Dalam hal ini, yakni memperkuat nilai-nilai ideologi negara Pancasila.

Diseminasi nilai-nilai Pancasila melalui berbagai konten program siaran sangat penting dilakukan oleh lembaga penyiaran, khususnya televisi. Ini dilakukan dengan tujuan agar masyarakat semakin memahami dan melaksanakan pesan-pesan yang terdapat pada nilai-nilai ideologi Pancasila. Dengan begitu, terjadi internalisasi dan aktualisasi dari nilai-nilai Pancasila dalam kehidupan sehari-hari di manapun yang bersangkutan berada, dan dalam profesi apapun juga. Akhirnya,

akan lahir masyarakat yang dicita-citakan sesuai dengan ideologi sebuah Negara bangsa.

Sebagai dasar filsafat dan ideologi negara, Pancasila telah menarik banyak sarjana melakukan kajian atasnya. Kajian-kajian tersebut mengambil sudut pandang filsafat dalam beragam subtema seperti hakikat manusia Pancasila (Y Umarhadi, 2022) ataupun aksiologi Pancasila dalam bidang hukum (Junaedi, 2019). Penelitian lainnya fokus pada usaha memahami Pancasila sebagai sistem filsafat (Mudhofir, 1996; Tongkat, 2012), aksiologi Pancasila dalam dunia pendidikan dan upaya-upaya penguatan dan pembumiannya dalam kehidupan sehari-hari (Marjuni, 2021; Sari & Najicha, 2022; Semadi, 2019; Widyatama, 2018). Di antara studi-studi tersebut, belum ada yang mengkaji Pancasila baik sebagai ideologi maupun dasar filsafat negara yang direpresentasikan dalam media, khususnya program siaran televisi. Padahal, media tidak pernah hidup dalam ruang hampa, dan jika Pancasila adalah ideologi dan dasar filsafat negara maka tidak menutup kemungkinan bahwa ideologi dan falsafah tersebut tercermin dan terefleksi dalam program siaran.

Kajian ini bertujuan menganalisis tentang konten program penyiaran, baik dalam bentuk berita ataupun hiburan, berdasarkan nilai-nilai yang terdapat pada Pancasila, dan bagaimana regulator penyiaran, yakni Komisi Penyiaran Indonesia Pusat (KPIP) berusaha menguatkan nilai-nilai Pancasila dalam program siaran. Studi ini diharapkan menutup celah tersebut, dan diharapkan memberikan kontribusi penting dalam kajian media yang dihubungkan aksiologi Pancasila (*values*).

METODE

Secara umum, dapat dipahami bahwa metode adalah cara yang dipergunakan

oleh seorang peneliti guna mencapai sebuah tujuan penelitian. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan memfokuskan pada deskripsi mendalam atas fenomena (Cresswell, 2016).

Data dikumpulkan melalui dokumentasi, observasi, dan wawancara mendalam. Informan ditentukan secara *purposive*, yakni teknik pengambilan sumber data dengan pertimbangan tertentu, misalnya, karena orang tersebut dianggap paling tahu tentang apa yang peneliti harapkan (Sugiyono, 2015). Informan sebanyak 4 yang berasal dari praktisi media penyiaran, tokoh dan regulator. Pemilihan informan ini diharapkan mampu mengungkap data-data atau informasi penting terkait penelitian.

Data penelitian dianalisis dengan menggunakan tehnik analisis data kualitatif melalui tahap-tahap pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan (Miles et al., 2018). Validasi data dilakukan dengan melakukan uji triangulasi sumber dan metode.

Analisis juga didasarkan pada indeks kualitas program siaran yang dikeluarkan oleh KPI. Hasil indeks inilah yang kemudian akan dianalisis secara kualitatif. Wawancara mendalam dengan informan akan digunakan sebagai bahan yang membantu analisis atas nilai-nilai Pancasila yang terepresentasi dalam program siaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kualitas Siaran Berdasarkan Indeks Siaran KPI

Pada 2019, KPI menyelenggarakan penelitian untuk mengetahui indeks kualitas siaran televisi di Indonesia. Penelitian tersebut dilakukan dengan melibatkan 12 perguruan tinggi di Indonesia.

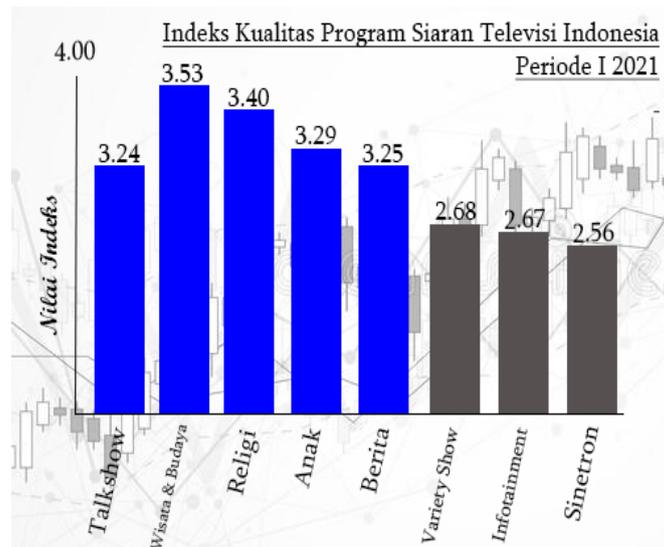


Gambar 1. Indeks Kategori Program Siaran Periode 2019

Sumber. Hasil Riset KPI dengan 12 Perguruan Tinggi Negeri se-Indonesia

Gambar 1 menunjukkan hasil penelitian KPI. Dengan menggunakan standar indeks 3 untuk kualitas siaran baik, gambar 1 menunjukkan bahwa hanya program siaran religi yang menempati ranking tertinggi dengan indeks 3.18, disusul wisata budaya. Sinetron menempati indeks paling rendah, 2.53. Jika dibandingkan dengan indeks KPI, maka kualitas sinetron yang tayang di televisi Indonesia adalah buruk. Program siaran lainnya yang berada di bawah indeks 3 adalah berita, *variety show*, dan *infotainment*.

Kecenderungan temuan penelitian ini tidak mengalami perbedaan signifikan dibandingkan dengan riset indeks pada 2021 (gambar 2). Program siaran berita mengalami kenaikan indeks dari buruk ke baik. Namun, untuk program sinetron, *variety show*, dan *infotainment*, tidak mengalami perubahan signifikan. Ketiganya masih buruk dengan angka indeks yang juga tidak mengalami perubahan signifikan.



Gambar 2. Indeks Kualitas Program Siaran Televisi Indonesia Periode I 2021

Sumber. Hasil Riset KPI dengan 12 Perguruan Tinggi Negeri se-Indonesia

Program Siaran dalam Mencerminkan Nilai Pancasila

Dalam melakukan penilaian atas program siaran yang dihubungkan dengan nilai-nilai Pancasila, Hadiyan, menyatakan sebagai berikut.

“dilihat dari sudut pandang nilai-nilai yang terkandung pada Pancasila, seperti nilai-nilai pada sila pertama, yakni Ketuhanan Yang Maha Esa, masih terdapat kandungan program yang belum mengikut ataupun mengimplementasikan apa yang dimaksudkan oleh nilai-nilai Ketuhanan yang dimaksud. Masih terdapat kandungan program berita, sebagai contoh, yang mengandung unsur *hoax*, seperti menjadikan tokoh partai tertentu berkesempatan berjanji melalui media, tetapi yang bersangkutan tidak melaksanakan sesuatu yang sudah dijanjikannya tersebut. Orang munafik jadi nara sumber. Di sisi lain, penayangan program-program agama (*religi*) tidak hanya mengundang pujian, melainkan juga menuai kritik dari anggota masyarakat pemirsa, misalnya, kritik terhadap cara televisi dalam memaknai momen *religius* hanya sebatas pada sebagai

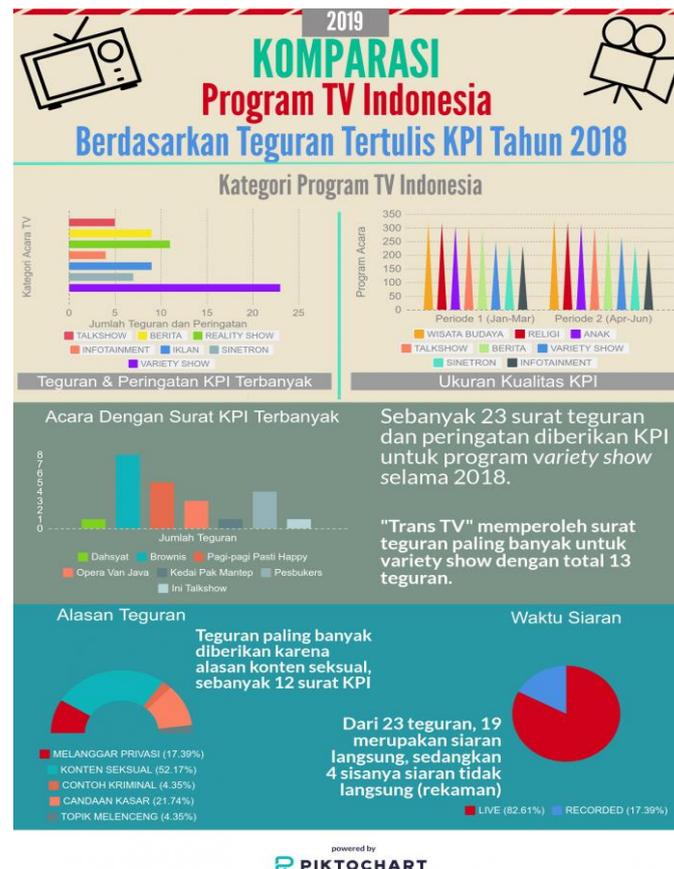
fenomena rating (banyak dan sedikitnya penonton tertentu). Program-program religi di bulan Ramadhan, sebagai contoh, lebih banyak didominasi oleh unsur-unsur hiburan berbanding dengan tujuan pendidikan (mendidik) dan sosialisasi nilai-nilai agama yang bersifat *basic* (mendasar) (Hadiyan, wawancara, 26 Maret 2022).

Yuliandre Darwis, anggota Komisioner Komisi Penyiaran Indonesia Pusat, menyatakan bahwa secara umum memang program siaran lembaga penyiaran televisi Indonesia sudah termasuk ke dalam program siaran yang berkualitas, program siaran yang baik dan mengikuti makna yang terdapat pada nilai-nilai Pancasila. Namun, jika dikaji secara lebih kritis lagi, khususnya dari sisi kandungan dari setiap program yang ditayangkan pada setiap episodenya maka masih terdapat kandungan program yang belum sesuai dengan pesan yang terkandung pada nilai-nilai Pancasila. Ini dapat dilihat, misalnya, pada kandungan program hiburan dalam berbagai genrenya, seperti *talk show*, *variety show* dan *infotainment* serta sinetron, terkadang juga berita dengan segala alasannya, baik

bertemakan politis, ekonomis, maupun yang lainnya.

Sebagaimana dikemukakan Yuliandre Darwis, ada banyak masalah etis dalam program siaran televisi di Indonesia sehingga KPI harus memberikan sanksi atas program tersebut.

“Jenis pelanggaran yang ditemukan terkait adanya muatan kekerasan, adegan kesurupan, adegan horor, pemanggilan arwah, konflik pribadi, dialog dan gerakan sensual, ungkapan kasar, penayangan identitas pelaku pelecehan seksual, adegan berbahaya, privasi, dan pelecehan status kelompok tertentu” (Yuliandre Darwis, wawancara, 26 Maret 2022).



Gambar 3. Teguran Atas Program Siaran TV

Sumber. Warga Jogja, diakses tgl 30 April 2022, Jam 18.03 WIB.

Gambar 3 menunjukkan program siaran yang mendapatkan teguran tertulis dari KPI. Gambar 3 juga menunjukkan jenis program siaran yang sering mendapatkan teguran.

Donny Kurniawan (wawancara, 26 Maret 2022), praktisi penyiaran sebuah lembaga penyiaran yang termasuk dikenal di Indonesia, berpendapat bahwa jika dipahami dari sisi nilai-nilai yang terdapat pada kelima sila Pancasila, yang berjumlah

lebih kurang 26 butir nilai, maka dapat disimpulkan bahwa kandungan program siaran, khususnya program siaran sinetron dan *infotainment* masih belum sepenuhnya mengikuti pesan yang terkandung pada perintah dari nilai Pancasila tersebut. Sebaliknya, masih terdapat kandungan program yang melanggar nilai-nilai Pancasila, seperti nilai ketuhanan, kemanusiaan dan persatuan.

Ini terjadi karena, menurut Donny Kurniawan, identitas masyarakat yang dekat dengan gosip atau desas-desus, glamor, remeh, tidak menghargai privasi, dan sebagainya, seolah-olah dijejalkan kepada masyarakat Indonesia setiap harinya, dan dikonstruksikan secara berkesinambungan melalui program *infotainment*. Ini jelas tidak sesuai dengan nilai-nilai Pancasila.

Dari beragam pendapat informan di atas, dapat dinyatakan bahwa masih terdapat kandungan program siaran yang disiarkan oleh lembaga penyiaran yang belum mencapai target yang ditetapkan oleh KPIP karena para pengelola penyiaran dengan segala rasionalnya (dalil dan argumentasinya) belum mengikuti dan mengimplementasikan nilai-nilai yang terdapat pada lima sila dari Pancasila.

Dalam konteks hiburan, seperti yang termasuk dalam kelompok *variety show*, *infotainment* dan sinetron (dibaca VIS), dalam episode tayangan tertentu belum mencerminkan makna yang terkandung pada amanah nilai-nilai ideologi negara Pancasila.

Variety show dan *infotainment* terlalu sering *making stupid people famous*. Artis-artis yang tidak punya karya, belum mempunyai prestasi, atau bahkan bakatnya biasa-biasa saja akhirnya jualan skandal. Mereka akan melakukan apapun, misalnya, dengan gonta-ganti pacar, bertengkar dengan artis lain, mengadu ke polisi, bahkan sengaja mengirim foto ke akun gosip agar dijadikan bahan pembicaraan. Mereka tidak peduli dengan penilaian masyarakat sebab bagi mereka yang lebih penting namanya disebut sehingga *engagement*nya naik. Setelah itu, mereka akan sering nongol di televisi dan masyarakat akan mengenal dan semakin memperbincangkan mereka. Pada program *variety show*, yang paling banyak ditemui adalah terdapat adegan seksual/asusila seperti mempertontonkan

bagian tubuh tertentu, dengan sengaja memerankan sosok *transgender* (laki-laki menjadi wanita), melakukan tarian yang terkesan “*erotis*”, serta melontarkan candaan yang mengarah pada topik seks yang dirasa tidak pantas disaksikan anak-anak. Ini jelas kurang mencerminkan nilai-nilai Pancasila, baik dalam mencerminkan nilai Ketuhanan atau bahkan kemanusiaan. Sebagaimana dikemukakan Hatta dkk (Umarhadi, 2022), nilai ketuhanan dan kemanusiaan adalah dasar moralitas. Artinya, setiap tindakan manusia termasuk dalam membuat program siaran televisi haruslah mencerminkan moralitas ini.

Ada beberapa faktor yang dapat diidentifikasi sebagai penyebab rendahnya nilai-nilai Pancasila dalam beberapa program siaran televisi, termasuk yang masuk ke dalam kategori baik. *Pertama*, Pancasila belum menjadi nilai-nilai dasar yang menjadi acuan para penyelenggara penyiaran. Ini terjadi karena pemahaman di antara para penyelenggara penyiaran itu rendah. Ini terjadi karena sejak reformasi pendidikan nilai-nilai Pancasila belum menemukan formulasi yang tepat pasca-penataran Pedoman Penghayatan dan Pengalaman Pancasila (P4) selama Orde Baru. Pada masa setelah reformasi, justru mengalami penurunan intensitas (Maftuh, 2008). *Kedua*, kuatnya orientasi pasar dalam penyusunan program siaran. Ini berakibat pada bagaimana rating menentukan program siaran sehingga kualitas siaran, termasuk sejauh mana nilai-nilai Pancasila muncul dalam setiap program siaran terabaikan. Dalam pandangan banyak ahli, kuatnya pengaruh rating ini dalam industri penyiaran di Indonesia telah membuat program-program siaran berkualitas buruk (Siregar, 2014).

KESIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa kandungan program siaran lembaga penyiaran meskipun secara umum sudah memuat nilai-nilai yang terkandung pada nilai-nilai ideologi negara Pancasila, tetapi masih sangat perlu dilakukan penguatan dalam berbagai episode program tertentu, khususnya pada kandungan program yang disebut dengan VIS (*Variety show*, *Infotainment* dan *Sinetron*). Berkenaan dengan kandungan program berita (*News*), meskipun sudah ada perbaikan dalam aspek yang dianggap perlu, bukan berarti tidak perlu dilakukan penguatan, masih perlu dilakukan penguatan.

Lemahnya nilai-nilai Pancasila dalam program siaran televisi ternyata tidak hanya pada program siaran yang masuk ke dalam kategori indeks buruk menurut KPI. Sebaliknya, program siaran yang seharusnya masuk ke dalam kategori baik seperti religi ternyata juga dalam beberapa kasus masih lemah kandungan nilai Pancasila-nya. Oleh karena itu, penelitian ini menyarankan pentingnya bagi *stakeholders* untuk turut serta dalam memperkuat nilai-nilai Pancasila.

Stakeholder dan bentuk penguatan yang bisa dilakukan dapat dipahami melalui tugas pokok dan fungsi dari masing-masing *stakeholder*, seperti regulator. Di Indonesia, antara lain Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia (Kominfo RI) dan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) serta Parlemen, seperti Dewan Perwakilan

Rakyat Indonesia (DPR RI) bersama pemerintah dengan membuat regulasi, seperti Undang-Undang Komunikasi (*Communication Act*) yang memuat tentang berbagai jenis dan media komunikasi dengan regulator yang berada di bawah *public*, bukan pemerintah, dan proyek percontohan tentang program siaran yang sesuai dengan nilai-nilai yang terkandung pada ideologi negara Pancasila, seperti “*Rumah Ideologi Pancasila*”.

Para pengiklan dengan komitmen hanya beriklan di program siaran yang memuat nilai-nilai Pancasila pada setiap episode tayangannya, baik secara langsung maupun melalui Dewan Periklanan Indonesia (DPI). *Owner* dan manajemen media penyiaran sendiri juga sangat penting. Mereka harus menyiapkan berbagai program nyata, seperti menjadikan nilai-nilai Pancasila sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari kandungan program yang disiarkan kepada khalayak. Dengan begitu, nilai-nilai negara Pancasila terimplementasi secara utuh dan menyeluruh di bumi Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI). Di sisi lain, penelitian dengan memfokuskan pada proses produksi adalah penting. Program tidak lahir begitu saja, tetapi melalui proses produksi. Dalam proses tersebut, ada banyak nilai dan kepentingan yang berpengaruh. Dalam kaitan ini, sejauh mana nilai-nilai Pancasila mempengaruhi proses produksi program siaran menjadi penting untuk diinvestigasi lebih lanjut.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggono, B. D., & Damaitu, E. R. (2021). Penguatan Nilai-Nilai Pancasila Dalam Pembangunan Nasional Menuju Indonesia Emas. *Pancasila: Jurnal Keindonesiaan*, 34–44. <https://doi.org/10.52738/pjk.v1i1.22>
- Budilaksono, I. (2019). DPR: KPI harus kontrol isi siaran agar sejalan Pancasila. *Antara*.
- Cresswell, J. W. (2016). *Research Design, Pendekatan Kualitatif, KUantitatif, dan Campuran* (Keempat). Pustaka Pelajar.
- Croteau, D., & Hoynes, W. (2006). *The Business of Media: Corporate Media and Public Interest* (second). Pine Forge Press.
- Damaitu, E. R., & Saptarini, A. (2017). Moralitas Pancasila dalam Kesesatan Globalisasi. In *Pancasila dalam Pusaran Globalisasi*. LKiS.
- Damaitu, E. (2018). *Restrukturisasi Negara Kesatuan Republik Indonesia Berbasis Bhineka Tunggal Ika. Dewan Guru Besar-Kongres Sumpah Pemuda "Estafet Kepemimpinan Era Milenial*.
- Djamal, H. dan A. F. (2013). *Dasar-Dasar Penyiaran*.
- Dokhi, M., & DKK. (2016). Analisis Kearifan Lokal Ditinjau dari Keragaman Budaya Tahun 2016. In *Analisis Kearifan Lokal Ditinjau Dari Keragaman Budaya*. http://publikasi.data.kemdikbud.go.id/uploadDir/isi_F9B76ECA-FD28-4D62-BCAE-E89FEB2D2EDB_.pdf
- Hadi, I. P. at. a. (2021). *Komunikasi Massa*. Qiara Media.
- Irawan Febriansyah, F. (2017). Keadilan Berdasarkan Pancasila Sebagai Dasar Filosofis Dan Ideologis Bangsa. *DiH Jurnal Ilmu Hukum*, 13(25), 13–14.
- Junaedi, J. (2019). the Axiology of Pancasila in the Reconstruction of Legal Culture in Indonesia. *UNIFIKASI : Jurnal Ilmu Hukum*, 6(1), 7. <https://doi.org/10.25134/unifikasi.v6i1.1815>
- M. A, M. (2008). Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi. *Kencana Prenada Media Group, Jakarta*, 51.
- Maftuh, B. (2008). *Internalisasi Nilai-Nilai Pancasila dan Nasionalisme Melalui Pendidikan Kewarganegaraan. II*(2), 134–144.
- Marjuni. (2021). Filsafat Pendidikan Pancasila Dalam Perspektif Pendidikan Islam Di Indonesia. *Jurnal Aqidah-Ta, VII*(1), 82.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2018). *Qualitative Data Analysis* (fourth). SAGE Publications Ltd.
- Mudhofir, A. (1996). Pancasila Sebagai Sistem Kefilsafatan. *Jurnal Filsafat*, 1(1), 9–13.
- Pradyanti, A., & Siti Elfianti Hidayah, N. (2018). Etika Dalam Program Hiburan Televisi: Analisis Program Hiburan Waktu Indonesia Bercanda Net Tv. *Journal of Digital Education, Communication, and Arts Article History*, 1(2), 91–102.
- Rato, D. (2017). Pancasila sebagai Ideologi yang Hidup. *Pancasila Dalam Pusaran Globalisasi*, 175.
- Rianto, P. (2019). Perbandingan Paradigma Otoritarianisme dan Demokrasi dalam Regulasi Media Massa di Indonesia. *JURNAL IPTEKKOM : Jurnal Ilmu Pengetahuan & Teknologi Informasi*, 21(2), 123. <https://doi.org/10.33164/iptekkom.21.2.2019.123-138>

- Sari, R., & Ulfatun Najicha, F. (2022). Memahami Nilai-Nilai Pancasila Sebagai Dasar Negara Dalam Kehidupan Masyarakat. *Harmoni*, 7(1), 53–58.
- Siregar, A. E. (2014). *Mengawal Demokratisasi Media: Menolak Konsentrasi, Membangun Keberagaman*. 274.
- Storey, J. (2014). From popular culture to everyday life. In *From Popular Culture to Everyday Life*. <https://doi.org/10.4324/9780203077023>
- Sugiyono, P. (2015). Metode penelitian kombinasi (mixed methods). In *Bandung: Alfabeta* (Vol. 28).
- Sutaryo. (2018). *Pancasila Dasar Negara: Kursus Presiden Soekarno Tentang Pancasila*. 182.
- Tongkat, T. (2012). Pancasila Sebagai Dasar Falsafah Negara Dan Makna Filosofisnya Dalam Pembaharuan Hukum Pidana Nasional. *Jurnal Pendidikan*, 41(3), 400.
- Umarhadi, Y. (2022). *Hakikat Manusia Pancasila Menurut Notonagoro dan Drijarkara: Aktualisasinya bagi Demokrasi Indonesia*.
- Widyatama, R. (2018). the Television Business in Indonesia: a Comparative Study of the Old Regime, the New Order, and the Reform Era. *Oradea Journal of Business and Economics*, 3(1), 66–75. <https://doi.org/10.47535/19910jbe036>
- Semadi, Yoga Putra. (2019). Filsafat Pancasila dalam Pendidikan di Indonesia Menuju Bangsa Berkarakter. *Jurnal Filsafat Indonesia*, 2(2), 82–89.