

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan media di Indonesia dewasa ini berjalan cukup pesat, baik dalam penggunaan pada teknologi komunikasi maupun penguasaan perangkat lunaknya. Perkembangan pada media ini diiringi oleh kebutuhan masyarakat akan ketersediaan untuk mengakses informasi. Undang-Undang Dasar Republik Indonesia tahun 1945 melalui pasal 28F menjamin bahwa setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya, serta berhak untuk mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia.¹ Berkembangnya media massa di Indonesia tidak lepas dari adanya dorongan oleh penggunaan teknologi telekomunikasi dan informasi yang terus berkembang.

Aspek lainnya atas perkembangan yang begitu pesat mengenai perkembangan media massa di Indonesia adalah terbukanya keran politik untuk media massa. Sejak Indonesia dipimpin oleh Presiden Habibie, pada saat ini Indonesia dapat dikatakan memasuki era kebebasan Pers. Kebebasan ini kemudian dikukuhkan dengan adanya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers.² Media atau 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, dan segala jenis saluran yang tersedia.

¹ Lihat Pasal 28F Undang-Undang Dasar Republik Indonesia tahun 1945

² Wiryawan, 2007, *Dasar-dasar Hukum Media*, Yogyakarta, Pustaka Pelajar, hlm. 18

Media komunikasi massa atau media massa adalah media yang mampu menyebarkan pesan atau informasi ke masyarakat atau khalayak (massa) secara bersamaan dengan jangkauan yang relative luas dalam waktu yang relative singkat.³ Media konvensional pun dapat dibedakan lagi menjadi media cetak dan media penyiaran (*broadcasting*). Penyiaran adalah keseluruhan proses penyampaian siaran yang dimulai dari penyiapan materi produksi, proses produksi, penyiapan bahan siaran, kemudian pemancaran sampai kepada penerimaan siaran tersebut oleh pendengar/pemirsa di suatu tempat.⁴ Istilah Penyiaran dalam Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran diartikan sebagai kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran dan/atau sarana transmisi di darat, di laut atau di antariksa dengan menggunakan spectrum frekuensi radio melalui udara, kabel, dan/atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran. Sedangkan untuk 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.⁵

Media penyiaran terbagi menjadi dua bentuk, yaitu televisi dan radio. Radio hanya terbatas pada *audio* saja, sedangkan televisi terdapat *audio* dan *visual*. Televisi dinilai sebagai media yang berpengaruh besar pada kehidupan masyarakat. Dalam aspek sosial televisi menjadi media untuk mendapatkan hiburan, informasi, dan pendidikan.⁶ Selain dari aspek sosial kehadiran televisi juga memberikan kontribusi baik secara langsung dan tidak langsung pada ekonomi.⁷

³ Ardianto et al., 2012, *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*, Bandung, Simbiosis Rekatama Media, hlm. 3

⁴ Wahyudi, 1994, *Dasar-Dasar Manajemen Penyiaran*, Jakarta, Gramedia, hlm 6

⁵ Lihat Pasal 1 Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran

⁶ Erni Herawati, 2015, “*Etika dan Fungsi Media dalam Tanyangan Televisi: Studi pada Program Acara Yuk Keep Smile di Trans Tv*”, Jurnal Humaniora, Vol 6 No. 1, hlm. 4

⁷ Budi Agus setianingsih dan Azhar Kasim, 2021, “*Peran Desain Kebijakan: Digitalisasi Penyiaran Televisi di Indonesia*” Jurnal Administrasi Publik, Vol. 7 No. 2, hlm 168

Pada awalnya masyarakat di Indonesia menggunakan TV analog untuk menonton siaran televisi. Untuk menikmati siaran televisi analog harus menggunakan antenna untuk menangkap sinyal. Apabila jarak letak antenna dan stasiun pemancar televisi semakin jauh maka sinyal yang diterima akan melemah, akibatnya gambar yang diterima pesawat televisi kualitasnya menjadi buruk ataupun tidak sama sekali dapat menikmati siaran.⁸ Untuk mengatasi hal tersebut masyarakat mulai beralih kepada televisi berlangganan yang menawarkan kualitas siaran dengan kualitas *high definition* dan beberapa *channel* asing yang tidak bisa dinikmati hanya dengan antenna biasa. Televisi berlangganan pertama kali muncul di Indonesia pada tahun 1980an di sekitar Jakarta. Pada saat itu pelanggan dikenakan biaya bulanan sebesar Rp 7.500,00 (tujuh ribu lima ratus rupiah).⁹ Penggunaan televisi berlangganan semakin diminati masyarakat dan meningkat penggunaannya. Menurut data Asosiasi Pengusaha Multimedia Indonesia (APMI) konsumen dari tv berlangganan diakhir tahun 2010 mencapai angka 1,2 juta pelanggan dan meningkat sebesar 14% sampai peretengahan tahun 2011 sehingga menjadi 1,36 juta.¹⁰ Kemudian dilansir dari katadata.co.id terjadi peningkatan pada angka pengguna televisi berlangganan sejak tahun 2010 sampai 2017 menjadi 7,1 juta pengguna. Kemudian pada tahun 2021 jumlah pengguna televisi berlangganan yang merupakan milik PT MNC Vision Networks Tbk, yaitu K-Vision, bisa mencapai 5,34 juta.¹¹ Hingga akhir tahun 2022 para pengusaha pada industry televisi ini masih terus gencar melakukan ekspansi bisnisnya yang belum daerah-daerah yang belum mereka jajah.¹²

⁸ https://id.wikipedia.org/wiki/Televisi_analog diakses pada tanggal 9 November 2022 pukul 15:30 WIB

⁹ https://id.wikipedia.org/wiki/Televisi_berlangganan diakses pada tanggal 10 November 2022 pukul 12:49 WIB

¹⁰ <https://industri.kontan.co.id/news/pelanggan-tv-berbayar-tambah-besar> diakses pada 10 November 2022 pukul 13:00 WIB

¹¹ <https://m.facebook.com/KVision/photos/a.231966640321947/1780980488753880/?type=3> diakses pada 10 November pukul 14:39 WIB

¹² <https://industri.kontan.co.id/news/pelaku-bisnis-tv-berlangganan-masih-gencar-ekspansi> diakses pada 10 November pukul 16:13 WIB

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa antusiasme masyarakat Indonesia dengan televisi berlangganan di Indonesia hingga saat ini bisa terbilang cukup besar. Hal ini memungkinkannya terjadi ekspansi bisnis pada perusahaan yang sudah ada ataupun membuka peluang bagi para pengusaha yang ingin mendirikan usaha di industry ini.

Dalam undang-undang penyiaran dikenal empat lembaga penyiaran, yaitu Lembaga Penyiaran Publik, Lembaga Penyiaran Swasta, Lembaga Penyiaran Komunitas dan Lembaga Penyiaran berlangganan.¹³ Dengan adanya lembaga penyiaran swasta seperti rctv, sctv, indosiar, *etc* dan lembaga penyiaran berlangganan yang dalam hal ini adalah televisi berlangganan, maka terbukanya kegiatan perekonomian di dalamnya

Dalam Undang-Undang Penyiaran terdapat kewajiban selain memiliki Izin Penyelenggaraan Penyiaran (IPP), yang harus dilakukan oleh Lembaga Penyiaran Berlangganan. Merujuk pada pasal 26 Undang-Undang Penyiaran mengatakan bahwa dalam menyelenggarakan siarannya, lembaga penyiaran berlangganan wajib menyediakan paling sedikit 10% dari kapasitas kanal saluran untuk menyalurkan program dari Lembaga Penyiaran Publik namun dalam ketentuan Undang-Undang Hak Cipta mewajibkan adanya izin apabila LPB hendak melakukan penyiaran terhadap siaran Lembaga Penyiaran Swasta.

Mengenai hal ini menimbulkan permasalahan antar Lembaga Penyiaran. Salah satu contohnya adalah permasalahan yang terjadi pada PT Nadira Intermedia Nusantara bersama PT NINMEDIA yang merupakan Lembaga Penyiaran Berlangganan yang telah mendapatkan Izin Penyelenggaraan Penyiaran dari Kementerian Komunikasi dan informatika.

PT. Nadira Intermedia Nusantara bersama dengan PT. NINMEDIA menayangkan siaran *free to air* dari Lembaga Penyiaran Swasta yang dalam hal ini adalah MNC Group. Penyiaran dilakukan dengan cara menangkap sinyal siaran dari *channel* RCTI, GTV, I News, dan MNC TV kemudian

¹³ Titih Nurhaipah dan Atef Fahrudin, 2019, “*Problematika Lembaga Penyiaran Televisi di Indonesia*”, Jurnal Ilmu Komunikasi Andalan Vol. 2 No. 2, hlm. 45

disalurkan melalui antenna parabola kepada masyarakat. Penyiaran ini dilakukan semata-mata untuk memenuhi kewajibannya sebagaimana tertulis dalam Pasal 26 Undang-Undang Penyiaran. Atas hal ini PT. MNC Sky Vision merasa keberatan atas penyangangan tersebut karena PT. Nadira Intermedia Nusantara dan PT NINMEDIA belum memiliki izin untuk menyiarkan program dari MNC Group, atas perbuatannya ini PT. Nadira Intermedia Nusantara dan PT NINMEDIA didakwa dengan Pasal 32 Undang-Undang Informasi Transaksi Elektronik mengenai transmisi informasi elektronik, akan tetapi mengenai kegiatan penyiaran telah ada payung hukum tersendiri, yaitu Undang-Undang Nomor 32 tahun 2002 dan juga terhadap kegiatan Lembaga penyiaran diatur dalam Undang-Undang Hak Cipta, sehingga hal ini menjadi menimbulkan pertanyaan mengenai Legalitas Lembaga Penyiaran Berlangganan dalam melakukan penyiaran siaran dari Lembaga Penyiaran Swasta untuk memenuhi ketentuan Pasal 26 Undang-Undang Penyiaran.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk mengangkat tema penelitian skripsi dengan judul “Legalitas Penyiaran siaran *free to air* Milik Lembaga Penyiaran Swasta oleh Lembaga Penyiaran Berlangganan” agar pengusaha dalam industry penyiaran dan masyarakat mengetahui apakah Lembaga Penyiaran berlangganan boleh menyiarkan siaran *free to air* milik Lembaga Penyiaran Swasta.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Legalitas Lembaga Penyiaran Berlangganan dalam menayangkan konten *free to air* dari Lembaga Penyiaran Swasta?
2. Bagaimana analisis pertimbangan hukum terhadap kasus perusahaan Lembaga Penyiaran Berlangganan yang melakukan penyiaran konten *free to air* dari Lembaga Penyiaran Swasta?

C. Ruang Lingkup Penelitian

Penulis memberikan batasan masalah mengenai apa yang akan dibahas agar pembahasan tidak meluas. Adapun yang menjadi focus dalam tulisan ini

adalah legalitas penyiaran pada Lembaga Penyiaran Berlangganan dalam menyiarkan konten *free to air* dan pertimbangan hukum dalam kasus tersebut.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian:

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut;

- a. Untuk mengetahui legalitas dari lembaga penyiaran berlangganan dalam menayangkan konten *free to air* dari lembaga penyiaran swasta
- b. Untuk mengetahui mengenai analisis pertimbangan hukum terhadap kasus perusahaan Lembaga Penyiaran Berlangganan yang melakukan penyiaran konten *free to air*

2. Manfaat Penelitian:

Penelitian ini tujukan sebagai salah satu persyaratan dalam menyelesaikan program studi Strata satu (S1) Fakultas Hukum Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Suatu karya penelitian (penelitian hukum) harus memiliki manfaat. Manfaat penelitian sendiri dibagi menjadi 2 (dua) yaitu;

a. Manfaat Teoritis:

Penelitian diharapkan agar para pengusaha, pekerja khususnya di bidang hukum dan pertelevisian, mahasiswa fakultas hukum mengetahui mengenai legalitas Lembaga Penyiaran Berlangganan untuk melakukan siaran konten *free to air* milik Lembaga Penyiaran Swasta dan pertimbangan hukum oleh hakim dalam memutus perkara ini

b. Manfaat Praktis:

Penelitian ini di harapkan bisa menjadi materi pembelajaran khususnya bagi mahasiswa fakultas hukum, pekerja di bidang hukum, pengusaha lembaga penyiaran berlangganan yang hendak menyiarkan konten *free to air*.

E. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis Penelitian Yuridis Normatif dimana penelitian ini dilakukan dengan cara mengkaji dan menganalisis sumber-sumber hukum, sebagai perangkat pertautan atau norma-norma positif di dalam system perundang-undangan untuk menemukan jawaban dari permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini.¹⁴

2. Pendekatan Masalah

Penelitian ini menggunakan dua pendekatan masalah, yakni Pendekatan Perundang-undangan (*statue approach*) dan Pendekatan Kasus (*Case Approach*).

Pendekatan Perundang-undangan (*statue approach*) adalah pendekatan yang dilakukan dengan cara menelaah sumber-sumber hukum seperti undang-undang dan peraturan-peraturan yang berkaitan dengan isu hukum yang sedang diteliti.¹⁵ Dalam penelitian ini penulis akan mengkaji pasal-pasal dalam undang-undang penyiaran dan undang-undang Informasi transaksi elektronik serta peraturan-peraturan yang berkaitan dengan isu hukum yang akan dibahas.

Pendekatan kasus (*case approach*) adalah pendekatan yang menggunakan kasus dari putusan pengadilan yang telah berkuat hukum tetap yang memiliki keterkaitan dengan isu hukum yang dibahas.¹⁶ Dalam hal ini penulis menggunakan Putusan Pengadilan No. 959/Pid.Sus/2019/PN.Jkt.Brt

3. Sumber Data

¹⁴ Soerjono Soekanto, 2003, *Penelitian Hukum Normatif*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, hlm. 13

¹⁵ Peter Mahmud Marzuki, 2013, *Penelitian Hukum: Edisi Revisi*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, hlm. 133

¹⁶ Ibid, 134

Dalam penelitian normative ini penulis menggunakan dua sumber penelitian hukum, yaitu bahan hukum primer dan sekunder. Adapun penjelasannya sebagai berikut;

a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer adalah bahan hukum yang mempunyai otoritas atau bersifat autoratif. Bahan hukum primer terdiri dari pertauran perundang-undangan dan dokumen-dokumen resmi yang mengandung ketentuan hukum. Adapun bahan hukum primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut;

- 1) Undang-Undang Nomor 32 tahun 2002 tentang Penyiaran
- 2) Undang-Undang No. 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang No. 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
- 3) Undang-Undang Nomor 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta
- 4) Putusan Pengadilan Nomor 959/Pid.Sus/2019/PN.Jkt.Brt
- 5) Putusan Pengadilan Nomor 167/Pid.Sus/2019/PT.DKI.
- 6) Putusan Kasasi Mahkamah Agung Nomor 3518 K/Pid.Sus/2020
- 7) Peraturan perundang-undangan terkait lainnya

b. Bahan hukum sekunder

Bahan hukum sekunder adalah bahan hukum yang bentuknya publikasi dokumen seperti buku, jurnal, skripsi, tesis, dan situs internet.¹⁷ Adapun bahan hukum sekunder yang penulis

¹⁷ Johny Ibrahim, 2012, *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Hormatif*, Ayumedia Publishing, Malang, hlm 393

gunakan adalah buku, jurnal, skripsi serta artikel *online* yang berkaitan dengan legalitas penyiaran siaran *free to air* pada lembaga penyiaran berlangganan.

4. Cara Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang penulis lakukan adalah dengan melakukan penelitian Kepustakaan, dimana penulis akan menelaah dan mempelajari bahan-bahan penelitian yang terdiri dari dokumen-dokumen resmi, buku dan publikasi lainnya yang berkaitan erat dengan masalah dalam penelitian ini

5. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data kualitatif yang dimana terhadap data yang telah didapatkan dilakukan pengamatan dan menghubungkan tiap data yang diperoleh dengan regulasi yang ada, asas hukum dan juga doktrin hukum yang terkait dengan permasalahan yang diteliti.¹⁸

¹⁸ Bambang Waluyo, 1996, *Penelitian Hukum Dalam Praktek*, Sinar Grafika, Jakarta, hlm. 76-77