



Penggunaan Konten Video YouTube di Program Siaran ANTV Antara Etika dan Tuntutan
Bisnis Media

TESIS

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Menyelesaikan Studi Program Pasca Sarjana
Program Studi Magister Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana**

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Oleh

Nama: Tina Agustari

NIM: 55210120013

UNIVERSITAS MERCU BUANA PROGRAM
PASCA SARJANA
PROGRAM MAGISTER ILMU KOMUNIKASI 2013

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur saya ucapkan ke hadirat Allah SWT yang Maha Kuasa, berkat izin dan bantuan-Nya lah akhirnya saya berhasil menyelesaikan penulisan tesis saya ini. Dunia tulis menulis memang bukan sesuatu yang asing bagi saya dan bahkan sudah menjadi „makanan“ sehari-hari bagi saya sebagai seorang jurnalis televisi. Tapi menulis tesis sungguh membutuhkan konsentrasi dan upaya ekstra yang menguras energi dan pikiran. Yang membuat berat adalah membagi konsentrasi antara tugas penulisan tesis dengan tugas kerja sehari-hari yang sudah menyita waktu dan tenaga. Tanpa bermaksud membesar-besarkannya, penulisan tesis yang bermuara pada penuntasan studi saya di Program Pasca Sarjana Program Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana adalah salah satu tahap terpenting dalam perjalanan hidup saya.

Segala perjuangan itu terbayar lunas, seiring dengan tuntasnya rangkaian kata demi kata dan bab demi bab dari tesis berjudul “Penggunaan Konten Video YouTube di Program Siaran ANTV Antara Etika dan Tuntutan Bisnis Media”. Tesis ini muncul dari pengalaman keseharian saya sebagai seorang yang terlibat sangat intens di dunia penyiaran. Sebuah dunia yang sangat dinamis yang sangat kental oleh orientasi bisnis mencari profit dan keuntungan. Namun demikian orientasi bisnis tersebut tidak boleh melenceng dari norma, etika dan hukum sebagai sebuah pertanggung jawaban penggunaan frekuensi yang sejatinya adalah ranah publik.

Selain sebagai syarat kelulusan dan mencapai gelar Magister Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana, tesis ini juga diharapkan bisa memberikan sumbangsih bagi penegakan etika pada dunia penyiaran. Dari sisi keilmuan tesis ini juga diharapkan bisa

menjadi masukan bagi kajian Ilmu Komunikasi dengan dunia Penyiaran sebagai sebuah bagian dari kajian ilmu komunikasi massa.

Saya sadar bahwa tesis ini tidak akan terwujud tanpa keterlibatan dan bantuan berbagai pihak yang sudah memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung. Karena itu saya ingin menghaturkan ucapan terimakasih tak terhingga kepada semua pihak yang berkontribusi bagi terwujudnya tesis ini, diantaranya

1. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Dosen Pembimbing dan selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang dengan sabar dan telaten membimbing dan memberikan motivasi agar saya tidak layu sebelum berkembang.
2. Seluruh Dosen Pasca Sarjana Program Magister Ilmu Komunikasi UMB yang tak pelit membagi ilmu
3. Seluruh staf administrasi Pasca Sarjana Ilmu Komunikasi Menteng yang baik hati.
4. Ibu Uni Z Lubis, Pemimpin Redaksi ANTV yang mengizinkan saya melanjutkan studi dan menjadi salah satu narasumber penting.
5. Teman-teman Tim Produksi program KLIK! dan FENOMANIA HITS.
6. Teman-teman Tim Redaksi Program TOPIK MALAM dan CAKRAWALA. Thanks for your help guys.
7. Bapak Sujarwanto Rahmat, Komisioner KPI yang memberikan waktunya yang berharga untuk wawancara dan menjawab pertanyaan saya.
8. Teman-teman seperjuangan di program PascaSarjana Magister Ilmu Komunikasi UMB
9. Teman-teman seperjuangan di News Room ANTV

Tak lupa sejuta terimakasih saya haturkan kepada keluarga tercinta. Khususnya untuk Papa dan Mama. Juga dua kakak yang saya sayangi Ema Yunita S.Sos dan Edu

Edward SE dan keponakan tersayang Raina Shaffa Rayyani dan Daffa Bintang Ramadhan yang selalu bisa memberikan oase yang menyegarkan saat otak suntuk kering ide untuk menulis.

Tak ada gading yang tak retak, tak ada manusia yang tak berbuat salah. Tak lupa penulis memohon maaf sedalam-dalamnya dan setulus-tulusnya apabila ada kekurangan dalam tesis ini. Semoga tesis ini bisa berguna.

Jakarta, 21 Desember 2013

Tina Agustari



DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
ABSTRAK.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG.....	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN TESIS.....	v
PERNYATAAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR MATRIK.....	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 . Fokus Penelitian.....	11
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	12
1.3.1 Maksud Penelitian.....	12
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	12
1.4. Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1 Manfaat Akademis.....	13
1.4.2 Manfaat Praktis.....	13

BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Pusaka.....	14
2.1.1 Kajian Penelitian Terdahulu.....	14
2.1.2 Kajian Teoritis.....	34
2.1.2.1 Ekonomi Media.....	34
2.1.2.2 Televisi Bisnis Mahal.....	37
2.1.2.2.1 Televisi Pemburu Profit.....	39

2.1.2.4.2 Rating Menguasai Tayangan Televisi di Indonesia	44
2.1.2.3 YouTube, Televisi dan Hak Cipta.....	49
2.1.2.4 Etika Penyiaran Televisi dan Kode Etik Jurnalistik: Pengawal Penyelenggaraan Siaran Televisi	59
2.1.2.4.1. Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran Televisi Komisi Penyiaran Indonesia (P3SPS KPI).....	59
2.1.2.4.2. Kode Etik Jurnalistik (KEJ).....	63
2.2 Kerangka Pemikiran (<i>Theoretical Framework</i>)	69
2.2.1 Bagan Kerangka Pemikiran.....	73

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....	74
3.2 Paradigma Penelitian.....	74
3.3 Metode Penelitian	75
3.4 Subjek Penelitian.....	78
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	80
3.6 Teknik Analisa Data.....	84
3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	88

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum PT. Cakrawala Andalas Televisi (ANTV).....	90
4.1.1 Sejarah dan Perkembangan PT.Cakrawala Andalas Televisi (ANTV).....	90
4.1.2 Visi dan Misi serta Positioning ANTV.....	95
4.1.2.1 Visi ANTV.....	95
4.1.2.2 Misi ANTV.....	95
4.1.2.3 Kebijakan Mutu.....	96
4.1.2.4 Positioning dan Target Audience ANTV	96
4.1.2.5 Struktur Organisasi ANTV	97

4.1.2.6 Stasiun Pemancar ANTV	99
4.1.2.7 Logo ANTV	102
4.1.2.8 Slogan ANTV	103
4.1.2.9 Program ANTV	103
4.2 Video YouTube di Program ANTV	104
4.2.1 Program KLIK!	104
4.2.2 Program FENOMANIA HITS	114
4.2.3 Program TOPIK MALAM	123
4.2.4 Program CAKRAWALA	131
4.3 Proses Produksi Siaran Program ANTV	134
4.3.1 Tahapan Produksi Progam KLIK!	140
4.3.2 Tahapan Produksi Program FENOMANIA HITS.	146
4.3.3 Tahapan Produksi Program TOPIK MALAM.	152
4.3.4 Tahapan Produksi Program CAKRAWALA SUNTING.....	160
4.4 Indikasi Pelanggaran Penggunaan Video YouTube di Program ANTV	168
4.4.1 Hak Cipta.....	168
4.4.2 Pencantuman Atribusi Sumber.....	174
4.4.3 Tayangan ANTV yang Terindikasi Pelanggaran Hak Cipta dan Pencantuman Atribusi Sumber.....	180
4.4.3.1 KLIK! KEPO	180
4.4.3.2 FENOMANIA HITS	186
4.4.3.3 TOPIK MALAM	193
4.4.3.4 CAKRAWALA SUNTING.....	203
4.4.4 Indikasi Pelanggaran Pedoman Perilaku Penyiaran (P3) dan Standar Program Siaran (SPS).....	212
4.4.4.1 Hak Siar	212
4.4.4.1.1 Legalitas Hak Siar Tayangan Video YouTube di KLIK! KEPO, FENOMANIA HITS, TOPIK MALAM dan CAKRAWALA SUNTING.	213
4.4.4.2 Verifikasi Kebenaran Isi Informasi.....	213

4.4.4.2.1 Tayangan Video YouTube di KLIK! KEPO, FENOMANIA HITS.....	213
4.4.4.2.2 Tayangan Video YouTube di TOPIK MALAM	216
4.4.4.3 Pencantuman Sumber Informasi.....	218
4.4.4.3.1 Tayangan Video YouTube KLIK! KEPO, FENOMANIA HITS, TOPIK MALAM dan CAKRAWALA SUNTING	218
4.4.5 Kode Etik Jurnalistik (KEJ).....	219
4.5 Pembahasan.....	230
4.5.1 Dualisme kebijakan Penggunaan Video YouTube di Program ANTV: Divisi produksi vs Divisi News.....	231
4.5.2 YouTube dan Etika Media: Antara Kejujuran, Keadilan dan Kesopanan.....	244
4.5.3 Komisi Penyiaran Indonesia dan Regulasi Penggunaan Video YouTube di Televisi.....	251
4.5.4 YouTube di Televisi : Apresiasi Vs Eksploitasi.....	255
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	266
5.2 Saran.....	269
5.2.1 Saran Akademis.....	269
5.2.2 Saran Praktis.....	270
DAFTAR PUSTAKA.....	272
LAMPIRAN.....	277
RIWAYAT HIDUP.....	312

DAFTAR TABEL

2.1	Hasil Penelitian Terdahulu yang Berkaitan dengan YouTube dan Media Penyiaran Televisi.....	20
2.2	Sosial Media Populer di Internet.....	50
2.3	Tonggak Sejarah YouTube.....	53
3.1	Objek Penelitian.....	74
4.2	Transmisi Digital (Dvb-T2).....	101
4.3	FTA Via Satelit.....	102
4.4	Target Pemirsa dan Jenis Program ANTV.....	103
4.5	Performa KLIK! KEPO Menggunakan Konten Video YouTube (11,13, 14, 20,21, 26,27 Oktober 2012).....	118
4.6	Performa KLIK! Periode Agustus 2012- Januari 2013.....	112
4.7	Pencapaian Rating dan Share FENOMANIA HITS (3,7 September, 3,7,9,10 Oktober 2013).....	123
4.8	Top Program Hard News Malam Wk 1113 - 1116 (2011).....	124
4.9	Indikasi Pelanggaran Program KLIK.....	221
4.10	Indikasi Pelanggaran Program FENOMANIA HITS.....	223
4.11	Indikasi Pelanggaran Program TOPIK MALAM.....	225
4.12	Indikasi Pelanggaran Program CAKRAWALA SUNTING.....	228
4.13	Pengelola Program ANTV dalam Kategori Pelanggaran 3T.....	241

DAFTAR GAMBAR

2.1	Socio Economic Status Classification (2010).....	45
2.2	Pendiri YouTube.....	49
3.1	Tahapan Proses Analisis Data.....	85
3.2	Komponen Analisis Data: Model Interaktif.....	86
4.1	Struktur Organisasi PT. Cakrawala Andalas Televisi (ANTV).....	98
4.2	Program FENOMANIA (Edisi Tayang 11 Januari 2012).....	116
4.3	Item Video Youtube Di FENOMANIA Yang Memperoleh Rating Tinggi Periode tanggal 11, 13, 17 Oktober 2011.....	118
4.4	Program FENOMANIA HITS dengan Host Joshua Suherman.....	121
4.5	Trend News 2011.....	128
4.6	Video YouTube di Program Cakrawala Edisi 3 Juni 2013.....	133
4.7	Rundown KLIK! 8 & 14 Oktober 2012.....	142
4.8	Mekanisme Pengunduhan Video YouTube oleh Koordinator Daerah (KORDA) ANTV.....	156
4.9	Pencantuman Atribusi Sumber pada Sistem Character Generator (CG) Di Program TOPIK MALAM.....	159
4.10	Naskah CAKRAWALA SUNTING “Si Biang Kerok Pahlawan Budaya”.....	165
4.11	Logo YouTube.....	176
4.12	Video Youtube Di Program KLIK! (Edisi Tayang 19 Oktober 2013).....	184
4.13	Video YouTube di Program FENOMANIA HITS (Edisi Tayang 23 Oktober 2013)...	188
4.14	Pembahasan di Milis Redaksi ANTV terkait Pemakaian Video YouTube di Program News (17 November 2011).....	196
4.15	Video Youtube di Program TOPIK MALAM (Edisi Tayang 22 Februari 2013).....	197
4.16	Video Youtube di Program TOPIK MALAM (Edisi Tayang 25 Agustus 2013).....	198
4.17	Video Youtube Di Program TOPIK MALAM (Edisi Tayang 15 Mei 2013).....	200
4.18	Video YouTube Di Program TOPIK MALAM, Edisi Tayang 19 Desember 2012, (Segmen LELAKI “Kreasi Bartender: Coctail Rasa Lokal”.....	202
4.19	Program CAKRAWALA SUNTING (Edisi “Aksi Pemberani Peran Pengganti”	

21 Februari 2013).....	206
4.20 Footage Film Willy Dozan di Program CAKRAWALA SUNTING (Edisi “Aksi Pemberani Peran Pengganti” 21 Februari 2013).....	208
4.21 Program CAKRAWALA SUNTING (Edisi : “Si Biang Kerok Pahlawan Budaya”) 20 Maret 2013).....	210



DAFTAR GRAFIK

2.1	Total Belanja Iklan Media di Indonesia dalam Dollar Amerika Serikat.....	43
2.2	Infografik Sejarah dan Pencapaian YouTube	52
4.1	Performa KLIK! Daily Share Minute by Minute Periode 5, 16 Desember 2012.	111
4.2	Kompetisi Program Televisi Lain Di Slot KLIK! 2012.....	116
4.3	Daily Report Minute By Minute FENOMANIA 11, 13, 17 Oktober 2011.....	117
4.4	Perpindahan Penonton saat Program TOPIK MALAM Week 1113-1116 (2011).....	125
4.5	Kontribusi Program News ANTV dan Durasi Program News ANTV di Industri 10 Cities, JAN – APRIL WK 16, 2011.....	126



DAFTAR MATRIKS

4.1	Kategori Pelanggaran Pengelola Program ANTV dalam Pemanfaatan Video YouTube	240
4.2	Penggunaan Konten Video YouTube di Program Siaran ANTV Antara Etika dan Tuntutan Bisnis Media.....	265



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Wawancara Faisal Utama, Produser Eksekutif TOPIK MALAM Periode 2013.....	277
Lampiran 2 Wawancara Adi Sumono, Produser Eksekutif TOPIK MALAM Periode 2011-2-12	278
Lampiran 3 Wawancara Yudhi Haryono, Produser Eksekutif KLIK! dan Putra Ageng Penulis script KLIK!	281
Lampiran 4 Wawancara Arief Amarullah Produser KLIK!	285
Lampiran 5 Wawancara Herri Heriyadi Supervisor Qualitative Research.....	288
Lampiran 6 Wawancara Farma Dinata, Produser Topik Malam Periode 2011-2012	291
Lampiran 7 Wawancara Benny Cahyadi, Associate Produser CAKRAWALA SUNTING Periode 2013.....	293
Lampiran 8 Wawancara Uni Zulfiani Lubis, Pemimpin Redaksi ANTV	294
Lampiran 9 Wawancara David Pardede, Legal ANTV	296
Lampiran 10 Wawancara Ardianto Ardi Produser TOPIK MALAM Periode 2013.....	300
Lampiran 11 Wawancara Fajar Kurniawan Produser TOPIK MALAM Periode 2012-2013	302
Lampiran 12 Wawancara Febian Nurahman Saktinegara, Videographer Independen.....	304
Lampiran 13 Wawancara Sujarwanto Rahmat, Komisioner KPI Pusat	305
Lampiran 14 Wawancara Putri Wijayanti, Kreatif FENOMANIA HITS.....	307
Lampiran 15 Wawancara Januar, Production Assistant FENOMANIA HITS.....	308
Lampiran 16 Wawancara Zulkarnaen, Staf Koordinator daerah (KORDA).....	310
Lampiran 17 Wawancara Reza, Production Assistant KLIK!	311