



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

ABSTRAK

Nama : Tina Agustari
Judul : Penggunaan Konten Video YouTube di Program Siaran ANTV
Antara Etika dan Tuntutan Bisnis Media
NIM : 55210120013
Tesis : xx+271 hlm.+ 16 tabel + 25 gambar + 7 grafik+ 2 matriks
+ 17 lampiran + Bibliografi : 21 Buku, 5 Jurnal

Situs berbagi video (*video sharing*) YouTube berkembang pesat sejak didirikan tahun 2005. Saat ini (2013) YouTube diakses lebih dari satu miliar orang per bulan. Setiap menit ada 100 jam video diunggah ke YouTube. Video-video yang diunggah ke YouTube itu adalah sumber daya yang memiliki nilai pasar; bisa dikomersialisasikan oleh pihak-pihak tertentu. Salah satunya stasiun televisi yang memanfaatkan konten video YouTube dan merebroadcast video tersebut kedalam berbagai bentuk format tayangan. Ada aspek etika dalam penggunaan video YouTube sebagai materi program siaran, yang mana *broadcaster* harus meminta izin kepada pemilik video, karena YouTube bukan pemilik video. Hal itu juga tertulis dalam term of service (TOS) YouTube.

Ketatnya persaingan di industri televisi di Indonesia membuat stasiun televisi berlomba-lomba membuat program yang kompetitif dan efisien. Kompetitif dalam merebut audience, rating, share serta profit, sementara harus efisien dengan menekan biaya produksi sekecil mungkin. sesuai UU Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran. KPI menerbitkan aturan Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS) yang mengatur lembaga penyiaran agar mematuhi etika penyiaran dan aturan hukum yang berlaku, termasuk hak cipta.

Penelitian ini menggunakan *paradigma konstruktivis* yakni suatu paradigma yang menganggap realitas bersifat relatif yang merupakan hasil dari konstruksi mental yang bermacam-macam dan tidak dapat diindra (Denzin dan Lincoln 2009). Dalam pendekatan konstruktivis, landasan berpikir yang perlu dipegang oleh peneliti adalah bahwa realitas sosial diciptakan dan dilestarikan melalui pemahaman subjektif dan intersubjektif dari para pelaku sosial. Metode penelitian ini adalah studi kasus, menggunakan stasiun televisi antv sebagai obyek penelitian.

Penggunaan video YouTube di tayangan televisi tanpa seizin pemiliknya (pemegang hak cipta) dan pencantuman courtesy of YouTube sebagai atribusi sumber melanggar etika penyiaran dan hak cipta. Resiko pelanggaran ini bisa berimplikasi hukum. Pelanggaran pengelola program atau awak televisi itu bisa dikategorikan ke dalam 3T, yakni kategori Tidak Tahu (T1), Tidak Mencari Tahu (T2), dan Tidak Mau Tahu (T3).

Kata Kunci: Video YouTube, televisi, hak cipta, atribusi sumber, etika Penyiaran, Komisi Penyiaran Indonesia, Courtesy of YouTube



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

ABSTRACT

Name : Tina Agustari
Title : The Use of YouTube Videos As Program's Contents in ANTV
A Case Study: Professional Ethics Versus Media Business Demand
NIM : 55210120013
Content : xx+ 271 pages+ 16 tables + 25 illustrations + 7 graphics + 2
matrixs+ 17 Appendixs + Bibliography : 21 Books, 5 Journals

One of the social media in the internet that develops very rapidly is YouTube. A video sharing website that is presently used by millions of people every day. Since established in 2005, YouTube has reached more than one billion people per month (2013). Every minute there are 100 hours of video uploaded to YouTube. In Indonesia, video on YouTube are deemed to have potensial market value for commercial gain. Including television station which take benefit by using video YouTube on their various format of tv show. Television do run a risk of problem using and airing someone's footage or video without their consent. Such unauthorized use could be liable for infringement. As it is based in the YouTube Term of Service, YouTube has no rights to own the content of someone's video. YouTube only has a license to distribute the video. Legality is a major issues, for television having the video YouTube being uses for commercial purposes then have to comply with all copyright issues, ethics of broadcasting and applicable laws.

Competition in the television broadcasting sector in Indonesia reflect competition in many market segments. With the growing demand for new and competitive programmes, the competition between various channels has grown stronger. Indonesia Broadcasting Comission (KPI) has the task of regulating and controlling the broadcasting system in Indonesia. According to the law No. 32/ 2002 on Broadcasting, KPI issued code of ethics and conduct of broadcasting. KPI regulate the broadcasters in Indonesia to comply with ethics rules, broadcasting laws and copyright.

This research using a constructivist paradigm that considers the relative nature of reality is the result of mental constructs that are diverse and may not be in the senses (Denzin and Lincoln, 2009). The method of this research is a case study, using ANTV television station as an object of research.

The use of video YouTube in television program for commercial purposes without asking permission to the owner which hold the copyright of the video violated copyright and the ethics of broadcasting. Violations committed by broadcaster or television crew can be categorized into i.e Thoughtless (T1), Reluctancy (T2), and Ignorance (T3).

Keywords: YouTube, television, copyright, video, attribution source, ANTV broadcasting law, code of conduct, code of ethics, Indonesia Commission Broadcasting.