

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Tanggung Jawab Sosial

Dalam konteks penyiaran, media massa seperti televisi memainkan dua peran dalam industri penyiaran yaitu sebagai organisasi bisnis yang mengejar keuntungan dan sebagai lembaga sosial yang bertanggung jawab atas kualitas informasi dan moralitas publik. (Kaligis et al., 2021) mengatakan bahwa teori tanggung jawab sosial itu dianggap memberi kebebasan dan memberi dampak yang luas dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya, tetapi kebebasan tersebut harus mengandung suatu tanggung jawab dan kewajiban yang layak. Teori tanggung jawab sosial pers salah satu dari empat teori yang dikenalkan oleh Fredrick, S. Siebert dkk. Ketiga teori lainnya seperti teori pers otoritarian, teori pers Komunis Societ, dan teori libertarian. Dari teori-teori tersebut menggambarkan dari teori pers alternatif yang berfokus pada relasi antara pers dan masyarakat.

Tabel 1 Analisis struktur media berdasarkan empat teori pers (Turow, 2011)

	Tipe pemerintah	Kepemilikan media	Kepentingan individu versus Masyarakat
Otoriter	Diktator karismatik, junta militer	Pemerintah dan swasta	Masyarakat
Komunis	Partai komunis	Sebagian besar dimiliki pemerintah	Masyarakat
Tanggung jawab sosial	Demokratis, multipartai	Swasta, pendanaan publik, dan milik pemerintah	Seimbang antara individu dan masyarakat
Libertarian	Demokratis, multipartai	Swasta	Individu

Gambar 2.1 Analisis Struktur Media berdasarkan Empat Teori Pers Menurut Turow

Teori tanggung jawab sosial, menurut Siebert et al., dalam buku (Oktavianti, 2025) menempatkan tanggung jawab sosial tersebut di bawah konsep kebebasan positif “kebebasan untuk” daripada “kebebasan dari”. Teori ini juga berpendapat bahwa pemerintah tidak hanya mengizinkan kebebasan, tetapi juga secara aktif mendukung dan melindungi kebebasan warga negaranya. Menurut teori ini,

202210040311024
Firah Mutiara Arisad
Prodi Ilmu Komunikasi

kepercayaan publik diwakili oleh kepemilikan media. Kepentingan publik adalah tanggung jawab media untuk menjaga kepentingan publik.

McQuail (2010) dalam jurnal (Kaligis et al., 2021) telah mengemukakan enam prinsip utama teori pers tanggung jawab sosial. Pertama, media harus menyetujui serta menepati tanggung jawab sosial. Kedua, tanggung jawab tersebut harus terlaksana dengan standarnya yang profesional tinggi terkait berita, realitas, akurasi, adil dan keseimbangan. Ketiga, media harus mencegah dari segala hal yang akan menimbulkan kriminalitas, kerusakan, ketidaktertiban umum, atau pelecehan terhadap kaum minoritas etnik dan agama. Keempat, harus mandiri dalam mengatur diri saat menerima dan menerapkan tanggung jawab. Kelima, media harus beraneka ragam dan mencerminkan kebinekaan, memberikan kesempatan kepada beragamnya sudut pandang serta memberikan hak untuk menjawab. Keenam, masyarakat harus memiliki hak untuk berharap terhadap kriteria prestasi yang tinggi oleh media, dan campur tangan yang dibolehkan untuk memastikan kebutuhan bersama. Ravi (2012) mengatakan dalam jurnal milik (Kaligis et al., 2021) memberikan penjelasan mengenai hubungan antara independensi media dan tanggung jawab sosialnya. Media berfungsi sebagai sarana untuk memperoleh pengetahuan, pendidikan, hiburan, dan peristiwa yang terjadi di masyarakat. Mereka juga berguna sebagai cermin bagi penyimpangan masyarakat serta pekerjaan yang selaras dengan kemajuan politik, sosial, dan budaya dalam negara. Jika tanggung jawab sosial tidak ada didalam media massa, maka independensi media akan terancam. Namun, Coe (2018) menunjukkan dalam Buku (Oktavianti, 2025) bahwa khalayak saat ini mudah terpengaruh oleh cerita sensasional, kebohongan, hingga penipuan. Sebagian besar penonton itu tidak memiliki kemampuan untuk menentukan kebenaran sumber anonym atau dengan nama samara. Sebagian masyarakat itu tidak dapat menilai kemampuan pasar secara rasional. Dalam konteks ini, teori tanggung jawab sosial mengatakan bahwa media itu harus lebih berhati-hati dalam menggunakan sumber daya mereka dan menghindari menulis berita yang membawa isu sensasional. Sebaliknya, media tersebut harus menyebarkan informasi yang memiliki nilai yang konstitusional dan mendukung penggunaan platform media sosial melalui pengecekan pihak ketiga.

Oleh karena itu, diperlukan adanya undang-undang tambahan yang melindungi hak-hak individu. Para pendukung model tanggung jawab sosial ini menuntut untuk pemerintah dapat mendorong perusahaan pers atau media massa untuk mewadahi keberagaman ide dan suara serta melarang Perusahaan untuk menerbitkan konten yang berbahaya dan tidak layak dikonsumsi. Tetapi, tanggung jawab sosial memiliki arti yang berbeda di masyarakat. Pendekatan tersebut dapat dikatakan ideal jika dapat mencapai suatu keseimbangan antara kebutuhan dengan hak individu masyarakat. Keseimbangan tersebut dapat tercapai salah satunya dengan undang-undang yang bertujuan untuk memaksa Perusahaan suatu media untuk dapat memperhatikan dan memantau tanggung jawab sosial mereka, seperti yang dikatakan oleh Turow (2011) dalam bukunya (Oktavianti, 2025). Penerapan teori tanggung jawab sosial dalam penelitian ini untuk mengukur sejauh mana Trans TV, melalui program Pagi-pagi Ambyar menjalankan fungsi edukasi dan perlindungan publiknya dengan menayangkan isu sensitif tanpa adanya klasifikasi usia yang jelas pada waktu akses anak-anak yang akan berpotensi memberikan dampak negatif pada masyarakat.

2.2 Etika Deontologi

Kata “deontologi” itu sendiri berasal dari kalimat Yunani “*deon*” yang memiliki arti tugas dan “*logos*” berarti pengetahuan. Oleh karena itu, etika deontologi dapat didefinisikan sebagai mempertahankan kewajiban manusia untuk berperilaku dengan cara yang benar dan berdasarkan pada moral. Tokoh dari teori etika deontologi ini adalah Immanuel Kant (1724-1804). Teori tersebut, yang menentukan baik dan buruknya tindakan merupakan kewajiban. Meskipun tindakan tersebut buruk, maka kita tidak boleh melaksanakannya. Teori ini juga menekankan bahwa baik atau buruknya tindakan tersebut didasarkan pada efek yang akan ditimbulkannya, melainkan pada kewajiban. (Maiwan, n.d.)

(Klaudia et al., 2022) menyatakan dalam jurnalnya, bahwa suatu tindakan tidak dapat dinilai dan dibenarkan hanya berdasarkan akibatnya saja atau tujuan dari tindakan tersebut, melainkan dari perbuatan itu sendiri. Contohnya, ketika seseorang diberi arahan dan ia melakukannya dengan sesuai arahan, itu akan dianggap benar. Sebaliknya, apabila seseorang akan dinyatakan salah jika tidak melakukan tugas sebagaimana yang telah diberikan kepadanya. Teori etika

202210040311024
Firah Mutiara Arisad
Prodi Ilmu Komunikasi

deontologi ini fokus kepada penilaian terhadap hak-hak yang dimiliki setiap individu itu sendiri.

Konsekuensi yang muncul sebagai akibat tertentu tidak boleh dipertimbangkan seperti yang ada dari prinsip deontologi. Hanya karena wajib dikerjakan, perbuatan tersebut tidak dapat menjadi baik jika hasilnya baik. Oleh karena itu, dapat dimengerti bahwa deontologi menekankan perbuatan tidak dapat diwajarkan karena tujuannya. Meskipun tujuannya baik, maka tindakan tetap tidak dapat dianggap baik kalau dilakukan dengan cara yang tidak tepat. Contohnya, ada seseorang pelajar yang pada saat ujian melakukan usaha dengan cara apapun agar mendapatkan nilai bagus dengan tindakan yang salah yaitu menyontek. Maka dari itu perilaku tersebut tidak dapat dianggap baik. Menurut (dierksmeier 2013:3) dalam jurnal milik (Maiwan, n.d.) bahwa secara substansial, kelompok tersebut berpendapat bahwa perilaku bermoral harus melibatkan kesadaran diri perilaku dengan kata lain, mereka menekankan sifat perilaku manusia. Manusia dikatakan melakukan sesuatu bukan hanya karena dianggap baik atau buruk, bukan karena dampak atau jumlah orang yang akan terpengaruh olehnya, tetapi karena nilainya.

Dalam jurnal milik (Klaudia et al., 2022), menjelaskan beberapa tahapan dalam menilai benar atau tidaknya tindakan tersebut menurut teori etika deontologi, yaitu:

1. Apakah tindakan tersebut akan menguntungkan
2. Apakah orang akan menghargai tindakan kita
3. Apakah ada manfaat dari tindakan tersebut

Etika deontologi dalam konteks media berfungsi sebagai landasan moral yang mendukung teori tanggung jawab sosial. Teori ini menyatakan bahwa media memiliki tanggung jawab ganda untuk memenuhi kepentingan publik dan menghindari dampak negatif. Dalam etika deontologi, Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS) menetapkan bahwa media harus mematuhi tanggung jawab yang ada. Oleh karena itu, etika deontologi menjamin bahwa tanggung jawab sosial adalah kewajiban kategoris yang tidak dapat dinegosiasikan dengan alasan komersial.

2.3 Sistem Pers dan Empat Teori Pers

Pemahaman tentang sistem pers merupakan suatu landasan penting untuk menganalisis praktik penyiaran televisi, termasuk dalam konteks pelanggaran etika yang ditemukan pada penelitian ini. Permana (2005) mendefinisikan pers dengan dua cara, yaitu; pertama selaku organisasi atau lembaga sosial, dan kedua sebagai wadah atau alat dari komunikasi massa. Sebagai lembaga sosial, pers mengemban harapan yang ditentukan dari adanya sistem sosial yang menjadi ruang lingkungannya. Corak pers sebagai lembaga sosial ditetapkan dari sistem sosial yang menjalankannya (Permana, 2005).

Menurut Fred S. Siebert dkk. Di dalam bukunya yaitu *Four Theories of Press* menyatakan bahwasanya pers selalu mengambil bentuk dan warna pada struktur sosial politik di mana ia berkerja. Terdapat empat sistem pers yang mencerminkan sistem sosial di mana pers berada, yaitu: otoritarian, libertarian, komunis-soviet, dan tanggung jawab sosial. Menurut di dalam buku tersebut bahwa teori Komunis Soviet hanyalah sebuah perubahan dari teori Otoritarian yang lebih dahulu muncul, dan teori Tanggung Jawab Sosial hanyalah sebuah perubahan dari teori Libertarian (Siebert et al., dalam Permana, 2005). Pemahaman dari keempat teori ini menjadi sangat berkaitan dalam penelitian ini karena praktik penyiaran program Pagi-pagi Ambyar di Trans TV menunjukkan adanya kecenderungan dalam mengadopsi nilai-nilai libertarian yang mengutamakan kebebasan terhadap konten tanpa mempertimbangkan tanggung jawab sosial yang seharusnya ada pada setiap lembaga penyiaran.

Salah satu dari empat teori pers ini yaitu teori tanggung jawab sosial yang muncul dari beberapa faktor. Pertama, perputaran teknologi dan industri yang menciptakan media baru seperti film, radio, dan televisi dan itu mengubah cara hidup di masyarakat. Industrialisasi juga diikuti oleh urbanisasi, semakin sedikit individu yang memiliki kepemilikan media (Permana, 2005). Kedua, munculnya kritik-kritik terhadap pers yang semakin besar dan penting. Media telah menjadi subjek kritik sejak abad ke-20 di antaranya adalah pers sudah memanfaatkan kemampuannya untuk kebutuhannya sendiri, pers lebih mementingkan segi sensasionalisme daripada segi penting dari peristiwa yang diliputnya, serta pers dapat berbahaya bagi moral masyarakat. Kritik-kritik tersebut sangat relevan dengan fenomena yang terjadi pada program Pagi-pagi Ambyar, di mana konten

202210040311024
Firah Mutiara Arisad
Prodi Ilmu Komunikasi

sensasional dan eksploitatif dinilai lebih diutamakan dibandingkan nilai edukasi dan perlindungan publik.

Pada tahun 1947, Robert Maynard Hutchins yang memimpin Komisi Kebebasan Pers (*Commission on Freedom of the Press*) menetapkan lima hal yang dapat digugat masyarakat modern terkait persnya. Pertama, pers digugat untuk menyediakan laporan terkait kejadian sehari-hari secara terbuka, mendalam, dan cerdas serta pers juga harus jujur dan sesuai fakta. Kedua, pers harus menjadi tempat dalam pertukaran komentar dan kritik. Ketiga, pers harus menyediakan gambaran representatif dari kelompok yang menjadi unsur pokok di dalam masyarakat. Keempat, pers harus bertanggung jawab untuk menyajikan serta menjelaskan tujuan dan nilai-nilai di khalayak luas. Kelima, pers harus memiliki akses penuh untuk memperoleh informasi sehari-hari (Permana, 2005). Kelima tuntutan tersebut secara keseluruhan diabaikan oleh Trans TV dalam tayangan Pagi-pagi Ambyar episode 18 Juli 2023, yang justru menampilkan konten sensasional tanpa nilai edukatif yang baik.

Dalam hal penyiaran di Indonesia, Permana (2005) menyatakan bahwa kebijakan pers Indonesia dapat dikategorikan ke sebuah kebijakan Pers Tanggung Jawab Sosial, yang dimana tercermin dalam konsep “pers Indonesia yang bebas dan bertanggung jawab.” Dalam hal ini, kebebasan pers di Indonesia merupakan kebebasan yang bertanggung jawab, yang dapat diartikan sebagai kegunaan untuk mencapai tujuan tertentu. Kepentingan umum ialah tujuan dari pers untuk melaksanakan kebebasan pers. Akan tetapi, setelah era reformasi, maraknya pelaku pers Indonesia yang mengartikan kebebasan pers secara salah. Faktor-faktor yang memengaruhinya antara lain adanya efek dari globalisasi, penerapan sistem lapangan, dan kurangnya refrensi bagi pers, masyarakat, dan pemerintah dalam konsep dan pelaksanaan pers bebas dan bertanggung jawab (Permana, 2005). Kondisi ini menjelaskan mengapa program hiburan televisi seperti Pagi-pagi Ambyar dapat dengan bebas menampilkan konten yang melanggar norma sosial dan etika penyiaran demi mengejar rating dan keuntungan pribadi.

2.4 Dimensi-Dimensi dalam Etika Komunikasi

Dalam buku B. Libois yang ada di jurnal milik (Sidharta Jennifer et al., 2015) menyatakan, kewenangan pada saat kita berkomunikasi di ruang publik ini

202210040311024
 Firah Mutiara Arisad
 Prodi Ilmu Komunikasi

merupakan bagian penting dari kemandirian demokrasi yang bergantung pada kebebasan nurani dan ekspresi. Adanya etika komunikasi untuk memastikan kemandirian demokrasi. Etika komunikasi tidak terbatas kepada deontologi jurnalisme atau bagaimana aktor komunikasi berperilaku. Selain itu, praktik lembaga, hukum, komunitas, struktur sosial, politik, dan ekonomi terkait dengan etika komunikasi. Untuk mempertahankan kredibilitas panggilan pers sebagai layanan publik, deontologi pada komunikasi massa atau jurnalisme harus diperkuat melalui langkah-langkah dalam etika strategi yang diatur.

Suatu dilema etika komunikasi yaitu ada pada kebebasan ekspresi dengan tanggung jawab kepada pelayanan publik yang dibahas dari bentuk perspektif meta-etika yang berkaitan dengan suatu ideal normatif dengan wacana filsafat.



Gambar 2.2 Skema Dimensi Etika Komunikasi

Dalam buku B. Sutor yang terdapat di jurnal milik (Sidharta Jennifer et al., 2015) menjelaskan bahwa ada tiga dimensi dari etika komunikasi yang saling berhubungan, yaitu, tujuan, sarana, dan aksi komunikasi.

1. Aksi komunikasi

Kehendak baik untuk bertanggung jawab adalah komponen etis dari tindakan komunikasi. Ini adalah suatu bentuk etika profesi yang ditemukan dalam deontologi jurnalisme. Menurut deontologi jurnalisme, ada tiga prinsip utama (B. Libois, 1994: 6-7) dalam jurnal milik (Sidharta Jennifer et al., 2015). Pertama, hak warga negara untuk mendapatkan informasi dan

sumbernya harus dihormati dan dilindungi. Kedua, hormat atas hak individual dari warga negara. Hak ini meliputi hak atas martabat, kehormatan, hak atas kesehatan fisik dan mental, hak atas komentar, informasi, fakta, dan opini, serta hak atas berita yang layak, akurat, amanah, dan komprehensif. Ketiga, dorongan untuk mempertahankan keseimbangan masyarakat yang mencegah segala bentuk hasutan atau dorongan yang bisa memicu kebencian atau mendorong pembangkangan sipil.

2. Sarana/Regulasi

Semua bentuk undang-undang oleh pemimpin publik dan kerangka sosial yang dirancang secara politik berdasarkan prinsip timbal balik (hubungan kekuasaan yang memengaruhi produksi informasi) termasuk determinisme ekonomi dan teknologi dibahas dalam undang-undang dan hukum yang memadai.

3. Tujuan

Hak informasi yang benar, kebebasan pers, dan kebebasan bicara adalah pilar demokrasi. Dimensi ini terkait dengan meta-etika yang membahas status, rasionalitas, dan legitimasi aktor komunikasi, dan struktur informasi (media massa). Artinya, undang-undang yang membatasi kebebasan harus dihilangkan. Namun, sistem media yang mengabaikan atau menghambat pembangunan institusi yang lebih adil harus dipertanyakan.

2.5 Komunikasi Massa

Komunikasi massa mulai muncul pada tahun 1930 dan komunikasi massa itu sendiri dapat diartikan sebagai proses penyampaian pesan atau pengiriman pesan kepada khalayak luas melalui media yang kita kenal seperti televisi, radio, surat kabar atau film. Komunikasi massa ialah proses di mana sebuah media dapat membuat dan menyebarkan pesan kepada khalayak atau audiens yang dapat mempengaruhi serta mencerminkan budaya masyarakat. Media juga menjadi salah satu lembaga yang memiliki otoritas dalam memilih, membuat, dan menyampaikan berita kepada publik, sehingga menjadikan media dari bagian sebuah institusi yang berkuasa. Komunikasi massa menurut Bittner dalam Buku Komunikasi Massa (Halik et al., 2013) komunikasi massa ialah proses dimana pesan disampaikan kepada sejumlah besar orang melalui media massa. Media massa adalah sarana

202210040311024
Firah Mutiara Arisad
Prodi Ilmu Komunikasi

utama untuk komunikasi massa untuk menyebarkan pesan kepada khalayak. Komunikasi adalah sebuah proses dimana kita dapat menerima dan mengumpulkan informasi yang dilakukan oleh komunikator kepada komunikan dalam penggunaan media yang terdiri dari pesan-pesan yang akan disampaikan dengan tujuan mendapatkan feedback yang sesuai. Harold D Laswell dalam buku Komunikasi Massa (Syafriana & Si, 2022) memberikan pernyataan mengenai proses dari komunikasi ialah “Who Says What to Whom Through What Channel and With What Effect” dari pernyataan ini membantu kita untuk memahami pentingnya untuk menilai isi media dan peran media massa dalam memuat informasi untuk khalayak dan bagaimana respon masyarakat akan informasi yang didapat. Sementara itu, lembaga yang dapat bertanggung jawab dalam menghentikan pesan-pesan dalam media massa ialah regulator. Komunikator menggunakan teknologi modern untuk memberikan pesan kepada khalayak yang luas secara cepat

Terdapat pengaruh-pengaruh isi media itu sendiri yaitu isi dapat dipengaruhi dari sosialisasi dan sikap dari para pekerja media itu sendiri, bahwa lembaga non media yang dapat memengaruhi pesan komunikasi massa sebelum pesan itu sampai ke tujuan. (Halik et al., 2013)

Maka dari itu, yang termasuk dalam regulator terdiri dari pemerintah dengan undang-undangnya, Lembaga Sensor Film, Komite Penyiaran Indonesia (KPI), hingga Dewan Pers mempengaruhi mereka dalam membuat suatu konten realitas sosial yang sesuai dengan norma-norma kelompok sosial yang berlaku. Pendekatan ini juga dapat memberikan prediksi bahwa komunikator dapat membuat khalayak bersikap atau berperilaku menyimpang, dapat diterima secara sosial dan tidak dipandang serius. (Halik et al., 2013)

2.6 Media Massa

Salah satu elemen penting dalam kehidupan di masyarakat modern adalah media massa. Media massa adalah sebuah alat komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada sejumlah besar khalayak yang tersebar di berbagai tempat secara hampir bersamaan. Komunikasi Massa (Mass Communication) adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak seperti surat kabar atau koran dan majalah, maupun elektronik seperti televisi dan radio, yang dapat dikelola oleh suatu lembaga atau individu yang dilembagakan, yang disampaikan

202210040311024
Firah Mutiara Arisad
Prodi Ilmu Komunikasi

kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat (Abdullah, 2012). Dengan demikian, media massa bukan hanya sekadar alat untuk menyebarkan informasi, melainkan sebuah institusi yang dimana memiliki kekuatan besar dalam membentuk opini, nilai, dan perilaku pada masyarakat.

Denis McQuail (2000) mengatakan bahwa media massa itu sendiri melakukan empat perannya yang penting untuk masyarakat. Pertama, media massa berfungsi sebagai pemberi informasi, yang dapat memungkinkan orang dalam mendapatkan informasi tentang suatu peristiwa atau hal lainnya. Kedua, media massa berfungsi sebagai pemberi identitas pribadi, yang di mana media itu sendiri dapat menjadi sarana untuk meningkatkan pemahaman mengenai informasi diri kita sendiri. Untuk melihat serta menilai siapa, apa, dan bagaimana diri kita, pada umumnya dibutuhkan sudut pandang pihak lain, dan media dapat diperlukan sebagai salah satu kacamata untuk melihat diri kita. Ketiga, media massa berfungsi sebagai sarana untuk berinteraksi secara sosial. Media juga turut serta dalam membantu masyarakat dengan memberikan berbagai pilihan topik yang bisa digunakan dalam membangun dialog dengan orang lain, sehingga media massa menjadi wadah untuk menyediakan bahan percakapan dalam interaksi sosial. Keempat, media massa menjalankan fungsinya sebagai sarana hiburan, yakni sebagai pelarian untuk khalayak dari masalah yang sedang dihadapi dan sebagai alternatif untuk membantu melepaskan diri dari rasa jenuh atas aktivitas rutin sehari-hari.

Media massa itu sendiri memiliki keunggulan dibandingkan dengan metode komunikasi yang lain karena mereka dapat menyebarkan pesan dalam waktu yang hampir tak terbatas. Seperti yang dikatakan oleh Alexis S. Tan, di dalam komunikasi massa seorang komunikator adalah orang atau organisasi yang memiliki kemampuan untuk menghasilkan pesan dan secara bersamaan dapat dikirim ke sejumlah orang yang berbeda. Jika diartikan secara bebas bahwa komunikasi massa adalah suatu komunikasi yang ditujukan kepada massa atau khalayak yang luas. Sementara itu menurut Jay Black dan Frederick C White (1988) dinyatakan bahwa komunikasi massa ialah suatu proses yang dimana pesan-pesan itu sendiri dapat diproduksi secara massal dan tidak sedikit itu dapat disebarkan luaskan kepada khalayak atau massa penerima pesan, anonim, atau heterogen (Nurudin, 2007).

Komunikasi massa itu sendiri memiliki tujuh karakteristik yaitu, komunikator dalam komunikasi massa, pesannya yang umum dan heterogen, komunikasi yang berlangsung satu arah, komunikasi massa yang menimbulkan keserampakan, komunikasi massa yang menggunakan peralatan teknik, dan komunikasi massa yang dapat dikontrol oleh gatekeeper (Nurudin, 2007).

1. Komunikator dalam komunikasi massa melembaga

Komunikator adalah sekelompok orang dari berbagai elemen yang bekerja sama dalam suatu organisasi dan komunikatornya tidak hanya satu orang. Organisasi tersebut menyerupai suatu sistem. Sistem itu sendiri terdiri dari suatu kelompok media, individu, aturan, dan tindakan yang mengolah, menyimpan, dan menuangkan pesan, pemikiran, dan simbol ke dalam keputusan untuk mencapai suatu pemahaman dan kesepakatan satu sama lain dengan mengolah pesan tersebut menjadi sumber pengetahuan.

2. Komunikasi dalam komunikasi massa heterogen

Komunikasi massa yang ini bersifat heterogen atau beragam, yang berarti bahwa tidak semua orang itu sama dalam hal pendidikan, usia, jenis kelamin, sosial ekonomi atau agama.

3. Pesannya yang bersifat umum

Komunikasi massa ialah sebuah penyampaian komunikasi kepada khalayak luas atau masyarakat. Bukan kepada satu individu atau kelompok masyarakat tertentu. Pesan itu sendiri dapat disampaikan dan tidak bisa bersifat khusus.

4. Komunikasi berlangsung satu arah

Di dalam media tertulis, hanya ada satu cara untuk berkomunikasi yaitu koran. Kita tidak dapat merespons secara langsung dengan komunikator dalam konteks media yang bersangkutan.

5. Komunikasi massa yang menimbulkan keserampakan

Komunikasi massa menyebarkan pesan secara bersamaan. Penerimaan media massa mungkin berbeda-beda tergantung pada wilayahnya, tetapi itu hanya berarti bahwa masyarakat dapat menikmati media massa secara bersamaan. Namun di sisi lain, komunikator media berusaha untuk secara bersamaan menyiarkan informasi kepada mereka.

6. Komunikasi massa yang mengandalkan peralatan teknik

Media massa bergantung pada teknologi untuk berkomunikasi dengan khalayaknya. Peralatan teknis yang dimaksud misalnya pemancar mekanis atau elektrik untuk media elektronik.

7. Komunikasi massa dikontrol oleh gatekeeper

Gatekeeper juga dikenal sebagai penyaring informasi dalam penyebaran media. Mereka bertanggung jawab untuk menambah atau mengurangi, menyederhanakan, dan mengemas informasi agar lebih mudah dipahami untuk khalayak luas nantinya.

2.7 Televisi Sebagai Media Massa

Televisi itu muncul dari perkembangan yang ditemukan oleh para penemu sebelumnya, diawali dengan penemuan telepon, telegraf hingga penemuan bola lampu oleh Thomas Alfa Edison. Televisi sekarang mudah ditemukan di sekitar kita bahkan ada di ruangan dalam rumah dan dapat diakses setiap saat. Televisi adalah sebuah media elektronik dapat menyuguhkan informasi dalam bentuk audio visual serta memberikan gambar yang menarik. Televisi juga dapat menyampaikan informasi dan isi pesan yang dapat menarik perhatian dan sangat disukai oleh masyarakat karena sifatnya yang audio visual. Jadi, televisi dapat memengaruhi perilaku, sikap, dan pola pikir masyarakat. Televisi pun dianggap dapat menyebarkan nilai-nilai yang permisif dan konsumtif. Televisi pun meraih popularitas dan digemari oleh semua kalangan, mulai dari anak-anak, orang dewasa, hingga orang tua. Maraknya para masyarakat yang menonton televisi dan membuat orang rela menghabiskan waktu berjam-jam untuk menonton sebuah tayangan di televisi. Televisi sebagai media massa ini pun menjadi pelarian khalayak untuk keluar dari masalahnya. Pada titik tertentu kita akan merasa jenuh saat melakukan aktivitas rutin dan saat itulah televisi menjalankan fungsinya. Dengan keunggulan televisi yang menunjukkan audio visualnya yang menarik, terdapat hal yang menjadi pertimbangan etis dalam memproduksi konten terutama pada norma kesopanan, perlindungan anak, hingga sensitivitas isu sosial. Media itu sendiri juga sebagai saluran komunikasi massa yang memiliki kemampuan dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan khalayak atau masyarakat itu sendiri. Kemampuan televisi dalam memengaruhi khalayak dengan visualisasi pada

202210040311024
Firah Mutiara Arisad
Prodi Ilmu Komunikasi

tayangan “Pagi-pagi Ambyar” 18 Juli 2023 yang menampilkan adegan romantis pasangan sesama jenis tanpa adanya konteks edukatif. Tayangan tersebut menjadi bukti bahwa televisi bukan sekedar sebagai alat untuk menyampaikan pesan, melainkan dapat menjadi kekuatan kultural yang dapat membentuk atau menghancurkan tatanan sosial. Kasus dari tayangan “Pagi-pagi Ambyar” menjadi bukti bahwa tanpa adanya regulasi yang ketat, televisi dapat dari “Media Informasi” menjadi “Mesin Eksploitasi”.

Menurut Effendy ,(Effendy, 2011) tiga fungsi pokok dari media massa televisi yaitu:

1. Fungsi Hiburan

Media televisi memiliki fungsi hiburan yaitu cenderung mendominasi fungsi lainnya. Hal ini dapat terjadi karena tingginya permintaan publik terhadap tayangan televisi yang sifatnya menghibur. Karakteristik televisi yang mampu memuat gambar yang hidup disertai suara yang nyata, serta kemudahannya yang dapat dinikmati bersama keluarga di rumah, pemilik stasiun TV merasa terdorong untuk lebih mengutamakan konten hiburan. Meski demikian, televisi tetaplah sebuah media yang mampu untuk menyajikan beragam informasi.

2. Fungsi Pendidikan

Media televisi adalah salah satu sarana yang cukup ampuh untuk menyiarkan pendidikan kepada masyarakat jumlahnya begitu banyak dan dapat disampaikan secara simultan dengan tujuan pendidikan yaitu, mencerdaskan, meningkatkan pengetahuan dan penalaran serta wawasan masyarakat.

3. Fungsi Penerangan

Televisi tidak hanya menyiarkan siaran yang dapat dilihat atau didengar, namun televisi dapat menyiarkan dalam bentuk lain seperti diskusi, ceramah, hingga komentar. Maka dari itu, televisi dianggap oleh masyarakat sebagai media yang dapat memuaskan penonton saat berada dirumah dan memberikan informasi serta menerima informasi.

2.8 Program Siaran Televisi

Program merupakan segala hal yang ditampilkan oleh stasiun penyiaran untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan audiensnya. Salah satu faktor yang menarik perhatian audiens yaitu ada pada program televisi tersebut, program atau tayangan dari acara tersebut dapat menarik perhatian audiens atau tidak. Maka dari itu, stasiun televisi berlomba-lomba dalam membuat program siaran yang lebih menarik tentunya disesuaikan dengan peraturan penayangan yang berlaku.

Menurut Morissan dalam bukunya (Morissan, 2011: 217-230) bahwa jenis program itu dibagi dua, yaitu:

1. Program Informasi

Pada dasarnya manusia itu memiliki rasa ingin tahu yang tinggi terhadap berbagai peristiwa di masyarakat. Program televisi pun dapat memanfaatkan keingintahuan ini untuk menarik audiens. Sesuai namanya, program informasi itu menyajikan berfama fakta untuk memenuhi kebutuhan khalayak akan informasi suatu hal. Daya Tarik dari konten dalam program informasi itu terletak pada kontennya itu dan inilah yang akan dijual kepada penonton.

Secara umum, program informasi dapat dikategorikan menjadi dua jenis utama yaitu:

1) Berita Keras

Merupakan informasi penting yang harus disiarkan dalam media penyiaran karena sifatnya yang mendesak dan khalayak perlu mengetahui berita ini sesegera mungkin. Hal ini didorong oleh kecepatan media dalam menyampaikan informasi kepada khalayak.

Berita keras ini dibagi menjadi beberapa bentuk berita yaitu:

a) Straight news:

Merupakan format berita langsung yang menyajikan informasi secara ringkas. Fokusnya pada poin-poin penting dan mencakup unsur 5W+1H. Berita ini memiliki sifat sangat aktual karena nilai informasinya cepat berkurang jika tidak segera disampaikan kepada audiens.

b) Feature:

Merupakan segmen berita yang ringan dan mengangkat topik-topik yang menarik seperti rekomen kuliner atau tempat wisata. Ciri khas dari berita ini ada pada konten yang memancing emosi melalui kelucuan, keunikan, atau hal-hal mengagumkan.

c) Infotainment:

Istilah ini merupakan gabungan dari kata information dan entertainment. Meskipun mengandung unsur hiburan namun infotainment bukan sebuah berita hiburan. Fokusnya ada pada pemberitaan terhadap public figure. Fokusnya pada profesi inilah yang melatarbelakangi penamaannya yaitu infotainment.

2) Berita Lunak

Merupakan sebuah informasi menarik yang dapat disajikan secara mendalam namun tidak bersifat urgensi penayangan. Ada beberapa jenis program yang termasuk kategori ini, yaitu:

a) Current Affair

Program ini menyajikan tentang analisis mendalam terhadap isu aktual atau persoalan yang kekinian dan pernah menjadi berita utama.

b) Magazine:

Dinamakan magazine karena formatnya yang menyerupai ragam topik dalam majalah cetak.

c) Dokumenter:

Program ini mengedapankan pada nilai pembelajaran dan pendidikan melalui konten yang menarik seperti, riwayat hidup seseorang, kejadian bersejarah di masa lalu, dan lain-lain. Ciri khasnya ada pada keragaman dalam Teknik produksi seperti pengambilan gambar, penyuntingan, hingga narasi yang bervariasi.

d) Talkshow:

Program ini berbentuk sebuah diskusi yang menampilkan host dengan satu atau lebih narasumber dengan berbagai macam topik.

2. Program Hiburan

Segala bentuk siaran yang bertujuan untuk menghibur audiens melalui music, cerita, atau games. Kategori ini meliputi:

1) Drama:

Berasal dari kata Yunani dram atau bertinfak, drama ini menampilkan kisah kehidupan yang diperankan oleh aktor/aktris dengan beragam konflik.

2) Game Show:

Menampilkan tayangan berupa kompetisi yang melibatkan sejumlah orang secara individu maupun kelompok yang bersaing dengan tujuan mendapatkan sesuatu.

3) Musik:

Disajikan sebagai videoclip atau acara music yang menampilkan performance terhadap artis atau band tersebut. Kesuksesannya bergantung pada kemampuan artis yang dapat mengemas penampilan pada visualnya yang menarik.

Menurut Nur (2021), peran media massa khususnya televisi tidak dapat dilepaskan dari fungsi-fungsi yang dimiliki. Media massa harus memperhatikan dan mengingat tujuan mereka saat bekerja. Peran utamanya menurut Undang-Undang Pers Nomor 40 Tahun 1999, adalah menyebarkan informasi, mendidik, dan menghibur, serta melakukan pengawasan sosial terhadap perilaku pemerintahan dan Masyarakat. Dampaknya terhadap individu terlihat bagaimana mereka mempengaruhi individu dan masyarakat secara keseluruhan. Media tidak hanya memengaruhi apa yang mereka ketahui, tetapi dapat mempengaruhi cara mereka berinteraksi dengan orang lain dan bagaimana mereka melihat dunia. Media memiliki tiga komponen, yang pertama adalah kognitif karena dapat meningkatkan pengetahuan seseorang, contohnya, tanpa ada media massa atau televisi sebagai informasi kita tidak dapat mengetahui peristiwa di tempat lain. Kedua, aspek konatif, yang dapat mengubah perilaku dan sikap. Ketiga aspek afektif, yang Dimana dapat memberikan perubahan dari ketidaknyamanan menjadi kesukaan.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa media massa khususnya televisi berfungsi sebagai sarana komunikasi yang dapat menyebarkan informasi dengan jangkauan yang luas ke khalayak. Berbagai platform lainnya

202210040311024
Firah Mutiara Arisad
Prodi Ilmu Komunikasi

termasuk media cetak, elektronik, online, dan media sosial. Media massa itu sendiri berkonsentrasi pada penyebaran berita, opini, hiburan, dan informasi lainnya yang dapat berkaitan dengan kehidupan sehari-hari kepada masyarakat, serta dapat memainkan peran penting dalam memengaruhi pandangan publik, perilaku, dan menyediakan jalur komunikasi yang luas antara individu dan masyarakat.

2.9 Khalayak

Decoder, komunikan, penerima, konsumen, target, pendengar, pemirsa, dan audiens adalah semua istilah yang biasa digunakan untuk menggambarkan khalayak. Audiens adalah bagian dari proses komunikasi. Khalayak adalah orang yang menerima pesan yang dapat disampaikan oleh komunikator melalui media. Dalam studi komunikasi, audiens dapat berupa individu, kelompok, atau masyarakat secara keseluruhan (Cangara, 2010 dalam Wahid, 2016). Khalayak sangat penting karena keberhasilan komunikasi bergantung pada seberapa baik audiens dapat memahami dan menginterpretasikan informasi. Oleh karena itu, sangat penting untuk mengawasi khalayak dan memastikan bahwa mereka memahami apa yang dibicarakan atau ditampilkan.

Meskipun ada beberapa kesamaan gaya media massa modern namun juga berbeda dalam beberapa hal. Khalayak ingin mendengar dan melihat sesuatu hal yang membuat mereka senang, dibandingkan hanya sekedar untuk menonton atau menggunakan media karena diketahui sedang populer saat ini (McQuail, 2012 dalam Wahid, 2016). Selain itu, audiens dapat digambarkan melalui keanggotaan khalayak (didefinisikan oleh anggota audiens), keinginan pengirim pesan (didefinisikan oleh pengirim), dan media yang digunakan (didefinisikan oleh pengguna media). Khalayak berasal dari proses komunikasi massa yaitu banyak orang yang menganggap komunikasi satu sama lain tidak menarik atau penting. Jadi, ada beberapa individu yang memilih untuk mendengarkan atau menonton hal-hal tertentu yang menarik perhatian mereka. Artinya, agenda media tersebut dan khalayak ditentukan oleh masing-masing individu (Rivers, Jensen, dan Peterson, 2003 dalam Wahid, 2016).

2.10 Standar Program Siaran

Standar program siaran suatu kerangka normatif utama yang menjadi pedoman bagi seluruh lembaga penyiaran di Indonesia. SPS merupakan peraturan

202210040311024
Firah Mutiara Arisad
Prodi Ilmu Komunikasi

resmi yang ditetapkan oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) dengan tujuan untuk menjamin terpenuhinya hak publik atas tontonan yang baik dan bertanggung jawab.

Berikut peraturan Komisi Penyiaran Indonesia Nomor 03 Tahun 2007 Standar Program Siaran bagian kedua pada penggolongan program siaran televisi pasal 62:

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 bahwa materi program isi siaran klasifikasi Anak dan/atau Remaja perlu mendapatkan arahan dan bimbingan orangtua.
5. Peringatan atau himbauan tambahan tersebut berbentuk kode huruf BO (Bimbingan Orang Tua) ditambahkan berdampingan dengan kode huruf A untuk klasifikasi Anak, dan/atau R untuk klasifikasi Remaja. Kode huruf BO tidak berdiri sendiri sebagai sebuah klasifikasi penggolongan program isi siaran, namun harus bersama-sama dengan klasifikasi A dan R. (*Standar Program Siaran*, n.d.)

2.11 Regulasi Penyiaran

Televisi itu sendiri kerap menjadi media yang paling dibutuhkan dan digunakan dibandingkan media lainnya seperti radio atau koran. Televisi diyakini memiliki banyak kemampuan dalam menyiarkan visual seperti gambar dan suara. Sesuai dengan Undang-undang Nomor 32 Tahun 2002 bahwa, kegiatan pemancarluasan siaran pemancaran dan sarana transmisi di darat, laut, atau di

202210040311024
Firah Mutiara Arisad
Prodi Ilmu Komunikasi

antarksa yang menggunakan spektrum frekuensi radio melalui udara, kabel, ataupun media lainnya yang diterima secara serentak oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran. Etika penyiaran itu sendiri mengacu pada pedoman yang mengatur tanggung jawab media dalam membuat konten yang sesuai dengan nilai sosial, agama, dan hukum. Regulasi utama yang ada di Indonesia yaitu ada di dalam Undang-undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran dan Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS). Kasus pelanggaran dalam Pagi-pagi Ambyar, program Pagi-pagi Ambyar di Trans TV, yang tayang pada 18 Juli 2023 dengan menghadirkan Lucinta Luna dan pasangannya, menjadi contoh dalam pelanggaran etika penyiaran

2.12 Literasi Media, Regulasi Penyiaran, dan Peran KPI

Pemahaman tentang literasi media dan kerangka regulasi penyiaran merupakan komponen penting yang melengkapi kajian etika penyiaran dalam penelitian ini. Literasi media dapat diartikan sebagai kemampuan seseorang untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan mengomunikasikan pesan yang disampaikan melalui berbagai bentuk media. Dalam konteks penyiaran televisi, rendahnya literasi media khalayak menjadi salah satu faktor yang memperparah dampak negatif dari tayangan yang tidak memenuhi standar etika. Khalayak yang memiliki literasi media yang rendah, khususnya anak-anak dan remaja, cenderung menerima pesan dari tayangan televisi secara mentah tanpa kemampuan untuk memfilter atau mengkritisi konten yang dikonsumsinya. Kondisi ini diperparah oleh adanya fenomena imperialisme kebudayaan, di mana budaya yang ditampilkan di televisi secara perlahan dapat menggeser nilai-nilai lokal dan norma sosial yang telah mengakar di masyarakat (Permana, 2005).

Dalam menghadapi tantangan tersebut, keberadaan regulasi penyiaran yang kuat dan penegakannya yang konsisten menjadi suatu keniscayaan. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran dan Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS) yang dikeluarkan oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) merupakan instrumen hukum dan etika utama yang mengatur seluruh kegiatan penyiaran di Indonesia. KPI sebagai regulator penyiaran independen memiliki tugas dan wewenang untuk mengawasi isi siaran, memberikan sanksi administratif, hingga mencabut izin siaran bagi lembaga

202210040311024
 Firah Mutiara Arisad
 Prodi Ilmu Komunikasi

penyiaran yang terbukti melanggar ketentuan yang berlaku. Namun demikian, efektivitas regulasi tersebut sangat bergantung pada komitmen lembaga penyiaran untuk mematuhi secara sukarela, bukan sekadar menunggu sanksi dari otoritas eksternal. Dalam perspektif etika deontologi, ketaatan terhadap regulasi penyiaran bukan sekadar kewajiban hukum, melainkan kewajiban moral yang bersifat kategoris dan tidak dapat dikompromikan dengan alasan komersial apa pun (Maiwan, 2021).

Permana (2005) menegaskan bahwa untuk menghadapi permasalahan pelanggaran kebebasan pers yang bertanggung jawab, perlu adanya gerakan “budaya tanding” (counter culture) di dunia pers Indonesia melalui kontrol masyarakat terhadap kebebasan pers, pendirian media watch, dan implementasi konkrit media publik. Selain itu, diperlukan pula redefinisi, reorientasi, dan reaktualisasi dari konsep dan manifestasi “pers yang bebas dan bertanggung jawab” di Indonesia. Hal ini bukan hanya tanggung jawab insan pers semata, tetapi juga harus melibatkan pemerintah dan publik agar ketiga domain tersebut memiliki rujukan bersama sebagai konsensus untuk mewujudkan konsep dan aplikasi tanggung jawab sosial pers di Indonesia (Permana, 2005). Gagasan ini sangat relevan diterapkan pada konteks penyiaran televisi modern, di mana program hiburan seperti Pagi-pagi Ambyar seringkali beroperasi di zona abu-abu antara kebebasan berekspresi dan tanggung jawab sosial, sehingga pengawasan publik yang aktif menjadi sangat penting.

2.13 Penelitian Terdahulu

Berikut adalah beberapa studi atau penelitian terdahulu yang relevan dengan judul saya yaitu "Pelanggaran Etika pada Tayangan Pagi-pagi Ambyar di Trans TV (Analisis Isi Konten Tayangan Pada Episode Lucinta Luna)" yang dipublikasikan dalam 5 tahun terakhir:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu Kesatu

Nama Peneliti (Tahun Penelitian)	Jihan Arisanti (2023)
Judul Penelitian	Pengawasan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) Pusat Terhadap Tayangan Berkonten Lesbian, Gay, Biseksual dan Transgender (LGBT)

	Pada Program Siaran Pagi-Pagi Ambyar Trans TV
Hasil Penelitian	Masyarakat menilai KPI kurang tegas karena program tersebut tetap tayang meski sering mendapatkan teguran. Regulasi terkait LGBT pun belum memadai, sehingga KPI hanya mengeluarkan surat edaran larangan promosi LGBT, namun tidak ada hukum yang kuat, sehingga sanksi
Persamaan	Penelitian ini sama-sama fokus pada pembahasan terkait konten LGBT yang ditayangkan di televisi
Perbedaan	Objek penelitian yang digunakan berbeda. Penelitian terdahulu fokus pada organisasinya seperti pejabat KPI, sedangkan penelitian saya fokus pada isi pesan dalam sebuah tayangan televisi

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu Kedua

Nama Peneliti (Tahun Penelitian)	Michelle Theresa Yosephine (2022)
Judul Penelitian	Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma Terhadap Tayangan Program Acara “Pagi-pagi Ambyar” Trans TV (Studi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Kelas Pagi Angkatan 2018)

<p>Hasil Penelitian</p>	<p>Mayoritas dari mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Buddhi Dharma memiliki pandangan negatif terhadap tayangan “Pagi-pagi Ambyar” Trans TV, menilai tayangan tersebut terlalu mementingkan sensasi dan minim nilai edukasi</p>
<p>Persamaan</p>	<p>Pada penelitian terdahulu kedua ini memiliki kesamaan pada jenis penelitiannya yaitu kualitatif dan menggunakan sumber data yaitu tayangan ulang dalam konten televisi</p>
<p>Perbedaan</p>	<p>Perbedaan dari penelitian terdahulu kedua ini ada pada teorinya. Peneliti terdahulu menggunakan teori kultivasi sedangkan penelitian saya menggunakan teori tanggung jawab sosial dengan didukung oleh etika deontologi</p>

Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu Ketiga

<p>Nama Peneliti (Tahun Penelitian)</p>	<p>Asri Nurul Aulia (2023)</p>
<p>Judul Penelitian</p>	<p>Analisis Isi Program Rumpi No Secret Trans TV Berdasarkan Pedoman</p>

	Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran
Hasil Penelitian	Menyimpulkan bahwa program siaran Rumpi No Secret terus melanggar Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS) yang dibuat oleh KPI. Menurut analisis program yang dilakukan antara tahun 2019 dan Januari 2023 “Rumpi No Secret” telah menerima enam surat teguran tertulis dan dua sanksi administratif termasuk penghentian sementara tayangan KPI
Persamaan	Pada penelitian terdahulu ketiga ini memiliki kesamaan pada metode penelitiannya yaitu menggunakan metode analisis isi untuk meneliti isi siaran televisi dan objek yang diteliti berasal dari stasiun televisi yang sama yaitu Trans TV
Perbedaan	Perbedaan dari penelitian terdahulu ketiga ini ada pada objek programnya yaitu Rumpi No Secret dan penelitian

202210040311024
Firah Mutiara Arisad
Prodi Ilmu Komunikasi

	saya meneliti tayangan episode khusus pada program Pagi-pagi Ambyar
--	--

Penelitian-penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi dari audiens tidak hanya bergantung pada intensitas menonton, tetapi berkaitan juga pada konteks konten dan nilai-nilai yang dipegang oleh penonton. Media yang ada di televisi memiliki kekuatan yang besar dalam membentuk realitas sosial, sehingga harus ada tanggung jawab yang etis dalam memproduksi konten untuk meminimalisasi dampak negatif.

