

PELATIHAN MENGANALISIS ETIKA KOMUNIKASI PADA PROGRAM TELEVISI UNTUK PELAJAR SMAN 38 JAKARTA

Yayu Sriwartini¹), Djudjur Luciana Radjagukguk²)

Ilmu Komunikasi, Universitas Nasional

Abstrak

Perkembangan televisi komersial begitu pesat, sehingga terjadi kompetisi ketat untuk mendapatkan *share* penonton dan kue iklan. Faktanya saat ini terkadang kualitas tayangan bukan lagi menjadi prioritas. Tidak sedikit konten tayangan yang melanggar etika atau perundang-undangan penyiaran. Selama ini masyarakat (khalayak) tidak pernah tahu bahwa beberapa tayangan variety show dan iklan ternyata bermasalah dan melanggar etika komunikasi. Dalam upaya mengadvokasi dan memberi penyadaran kepada para pelajar tentang pentingnya mengkritisi konten media (khususnya televisi), dengan ini telah dilaksanakan kegiatan pelatihan “Menganalisis Etika Komunikasi pada Tayangan TV” kepada siswa/i kelas X SMAN 38 Jakarta Selatan. Tujuannya adalah: (1) Memberikan pengetahuan kepada para siswa tentang etika komunikasi di media massa; (2) Mendorong para siswa untuk kritis terhadap konten televisi; (3) Menstimuli para siswa untuk menjadi penggerak literasi media di masyarakat. Bentuk kegiatan berupa pelatihan dengan membagi siswa ke dalam 7 kelompok, lalu berdiskusi dan membedah tayangan “Rumah Uya” dan “Iklan Mie Sedap” dengan menggunakan Standar Program Siar (SPS) sebagai panduan untuk menganalisis konten. Setelah berdiskusi, setiap kelompok melakukan presentasi dan memberikan argumentasinya kemudian divalidasi oleh pemberi pelatihan.

Kata Kunci: *Etika Komunikasi, Program Televisi, Standar Program Siaran*

Abstract

The development of commercial television is so rapid, so there is a fierce competition to get audience share and advertising “cake”. The fact is sometimes the quality of impressions is no longer a priority. A lot of broadcast content violates ethics or broadcasting legislation. So far, the public (audience) has never known that some variety shows and advertisements turned out to be problematic and violated communication ethics. In advocating and providing awareness to students about the importance of criticizing media content (especially television), we have conducted training on “Analyzing Communication Ethics on TV Shows” to students of class X SMAN 38 South Jakarta. The objectives are: (1) Providing knowledge to students about communication ethics in the mass media; (2) Encouraging students to be critical of television content; (3) Stimulating students to become the drivers of media literacy in the community. In the training, students analyzed and discussed the shows “Rumah Uya” and “Advertising of Mie Sedap” by using the Standard Broadcast Program (SPS) as a guide for analyzing content. After discussing, each group made a presentation and gave their arguments then validated by the training provider.

Keywords: *Communication Ethics, Television Programs, Broadcast Program Standards*

Correspondence author: Yayu Sriwartini, yayu_sriwartini@yahoo.com, Jakarta, Indonesia.



This work is licensed under a CC-BY-NC

PENDAHULUAN

Salah satu media komunikasi massa yang saat ini masih populer dan menarik hati masyarakat adalah televisi. Perkembangan televisi swasta komersial begitu pesat, sehingga satu sama lain saling berkompetisi ketat untuk mendapatkan *share* penonton dan kue iklan. Faktanya saat ini terkadang kualitas tayangan bukan lagi menjadi prioritas. Dengan prinsip mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya, tidak jarang konten tayangan lebih didasarkan pada basis “yang penting diminati khalayak”, sehingga tidak sedikit konten tayangan melanggar etika atau bahkan melanggar perundang-undangan penyiaran. Padahal menurut McQuail media massa memiliki peranan penting dalam pembangunan masyarakat (McQuail:2005) yang berarti mampu membentuk atau membangun masyarakat menjadi cerdas dengan tayangan-tayangannya. Bukti beberapa program masih di bawah standar kualitas ini dibuktikan pula oleh Komisi Penyiaran Indonesia pada Periode II tahun 2018 yang melakukan survey tentang Indeks Kualitas Program Siar. Hasilnya sebagai berikut:

Tabel 1. Program Siar	
Program	Nilai Indeks
Wisata Budaya	3,33
Talkshow	3,22
Religi	3,15
Berita	3,04
Anak	2,95
Variety Show	2,6
Sinetron	2,36
Infotainment	2,25

Sumber: www.kpi.go.id

Dari data di atas terlihat jelas bahwa ada empat (4) program yang masih di bawah standar kualitas menurut Komisi Penyiaran Indonesia (3,00), yakni Program Anak, Variety Show, Sinetron dan Infotainment. Mengutip dari laman website KPI, berikut contoh-contoh tayangan dari program yang masih di bawah standar kualitas tersebut di antaranya (www.kpi.go.id):

1. Program “Pagi Pagi Pasti Happy” di Trans TV.
2. Program Siaran “Tercyduk” di SCTV
3. Pesbuker di ANTV

Bahkan KPI pun dengan tegas berani memberikan sanksi kepada ketiga program tersebut yang dinilai telah melanggar pedoman program siar. Pada Program “Pagi Pagi Pasti Happy” tanggal 23 Januari 2019, KPI menemukan pelanggaran berupa aksi saling dorong antara pembawa acara (Billy Syahputra) dengan narasumber (Indra Tarigan), disertai dengan ajakan berkelahi.

Begitu pula dalam Program Siaran “Tercyduk”, edisi tanggal 18 November 2018 menampilkan adegan dua orang wanita yang merupakan istri pertama dan kedua terlibat konflik yakni saling dorong dan menjambak rambut hingga tercebur ke dalam danau. KPI Pusat memutuskan bahwa tayangan tersebut telah melanggar Pedoman Perilaku Penyiaran Komisi Penyiaran Indonesia Tahun 2012 Pasal 13, Pasal 14 dan Pasal 21 Ayat (1).

Sedangkan pada Pesbukers edisi 28 Februari dengan bintang tamu Elly Sugigi, KPI menemukan bintang tamu mengucap kata kasar pada temannya. KPI Pusat menilai muatan tersebut tidak dapat ditampilkan, karena memberikan pengaruh buruk terhadap anak-anak dan remaja. Jenis pelanggaran ini dikategorikan sebagai pelanggaran atas penghormatan terhadap norma kesopanan dan kesusilaan serta perlindungan anak-anak dan remaja (www.entertainment.kompas.com).

Sebagaimana tertulis dalam Newsletter KPI pada bulan Oktober-Desember 2006 yang dikutip oleh Afifi, atas pelanggaran-pelanggaran tersebut, KPI telah memberikan sanksi. Bahkan untuk memberikan kekuatan lebih pada teguran yang dilakukan KPI, jauh sebelumnya, pada tanggal 5 Oktober 2006, KPI menjalin kerjasama dengan Polri melalui *Memorandum of Understanding*. Kerjasama tersebut memungkinkan pelanggaran-pelanggaran penyiaran bisa ditindaklanjuti oleh pihak kepolisian (Afifi, 2010). Dalam beberapa penelitian, kekerasan verbal dan/atau non-verbal yang bisa menimbulkan rasa sakit secara fisik dan/atau psikis dan/atau sosial bagi korban, menjadi pelanggaran yang menonjol dalam tayangan televisi (Surokim, 2012).

Sementara itu sedikitnya terdapat sepuluh (10) tayangan iklan yang mendapat teguran dari KPI pada tahun 2018 (www.bacaterus.com), yakni:

1. Pompa Air Shimizu. Iklan ini dinilai tidak pantas ditayangkan karena menggunakan model wanita berpakaian minim dan mengandung lelucon vulgar, kerap kali tampil saat prime time dan ditonton oleh anak-anak.
2. A Mild. klan rokok baru ditayangkan di televisi pada pukul 21:30 ke atas. Salah satu iklan rokok yang mendapat protes dari masyarakat adalah iklan A Mild versi “Mula-mula malu-malu, lama-lama mau”
3. Softener So Klin. Iklan tersebut terlihat berulang kali menyorot bagian paha dan dada model wanita di dalamnya.
4. Indosat. Di dalam iklan poster tersebut terdapat headline “Liburan ke Aussie lebih mudah dibanding ke Bekasi.” Headline tersebut membuat warga Bekasi geram karena dianggap menghina Bekasi.
5. On Clinic. Iklan ini menayangkan materi dewasa di jam tayang yang biasa ditonton oleh anak-anak dan remaja.
6. New Era. Iklan ini menampilkan model wanita dengan pakaian minim dan goyangan erotis.
7. Klinik Tong Fang. klinik ini menampilkan pemberian diskon dan menampilkan testimonial pasien untuk produk layanan kesehatan.
8. Cat Avian. Iklan ini menampilkan close up paha model wanita yang membuat penonton salah fokus.
9. Mie Sedaap Versi Ayamku. Iklan menampilkan seorang guru berbicara sambil membawa sebungkus Mie Sedaap, di atas kepala guru tersebut terdapat animasi seekor ayam. Iklan ini dianggap melecehkan profesi seorang guru.
10. Mie Sedaap Versi Papa Hidup Lagi. Iklan ini mengisahkan seorang anak yang nangis meraung-raung seolah menangisi ayahnya yang meninggal. Namun, anak itu hanya bersandiwara demi kepentingan ayahnya yang malas untuk ikut kerja bakti. Iklan yang melanggar etika ini dianggap tidak sesuai dengan susila dan norma-norma yang berlaku di masyarakat. Terlebih iklan ini secara tidak langsung mengajarkan anak untuk berbohong.

Pelanggaran pada iklan pun tidak hanya terjadi pada televisi nasional, namun juga pada televisi lokal. Di Sulawesi misalnya, dalam penelitian yang dilakukan oleh

Andriansyah, Andi Alimuddin Unde, Hasrullah (2018:291) yang menyebutkan bahwa kategori pelanggaran yang paling banyak salah satunya Nampak pada siaran iklan. Hal ini menunjukkan bahwa televisi lokal di kota makassar belum mematuhi aturan P3SPS sebagaimana mestinya

Selama ini masyarakat (khalayak) tidak pernah tahu bahwa beberapa tayangan variety show dan iklan tersebut ternyata bermasalah dan melanggar etika komunikasi. Khalayak terlena dan menikmati saja, bahkan terkesan tidak memiliki kepedulian terhadap keburukan-keburukan yang Nampak secara kasat mata di televisi. Padahal hal tersebut bisa memberikan dampak buruk bagi psikologi, sosial budaya serta moral khalayak. Sebagaimana dikutip West & Turner, dalam Teori Kultivasi dicetuskannya George Gerbner mengemukakan bahwa tayangan televisi (khususnya yang bernilai negatif seperti kekerasan), selain dapat mempengaruhi sikap, opini serta pandangan khalayak, juga dapat membangun serta melahirkan sikap dan perilaku yang juga negatif pada diri khalayak (West & Turner, 2008:85)

Terhadap permasalahan tersebut, kami tim PKM Universitas Nasional menggulirkan solusi pemecahan masalah yakni memberikan penyadaran kepada masyarakat, khususnya para pelajar sebagai generasi penerus bangsa yang ke depannya bisa menjadi penggerak literasi media. Khalayak pun harus mengetahui berbagai pelanggaran sebuah etika di dalam komunikasi visual. Terutama hal ini menjadi bagian dari gerakan literasi media. Dalam upaya mengadvokasi dan memberi penyadaran kepada para pelajar tentang pentingnya mengkritisi konten media (khususnya televisi), dengan ini akan dilaksanakan kegiatan pelatihan “ Menganalisis Etika Komunikasi pada Tayangan TV”. Pemilihan siswa SMAN 38 Jakarta adalah karena sekolah ini merupakan salah satu sekolah terbaik di Jakarta Selatan yang bisa diharapkan mampu menggerakkan para siswa untuk melakukan *getuk tular* pada teman-temannya melakukan pelatihan literasi media. Dengan begitu mereka akan menjadi bagian dari agen perubahan.



Gambar 1. SMAN 38 Jakarta

Adapun tujuan dari kegiatan ini adalah:

1. Memberikan pengetahuan kepada para siswa tentang etika komunikasi di media massa (televisi).

2. Mendorong para siswa untuk menjadi kritis terhadap konten media (khususnya televisi) dan menjadi penggerak literasi media di masyarakat.

METODE PELAKSANAAN

Sasaran dari kegiatan ini adalah siswa/i kelas X SMA 38 Lenteng Agung, Jakarta Selatan berjumlah 37 orang. Dalam pelatihan ini para siswa dikumpulkan dalam 1 ruangan kelas dan diberi materi mulai dari pukul 10.30-13.30. Metode yang digunakan adalah

1. Ceramah yakni mengenalkan dan menjelaskan P3SPS (Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran) kepada para siswa sebagai landasan untuk menganalisis materi tayangan
2. Diskusi yakni mengeksplorasi pengetahuan siswa tentang materi/tayangan di televisi dan mengeksplorasi pengetahuan siswa tentang materi-materi yang baik dan tidak baik
3. Simulasi, yakni memberikan contoh teknik menganalisis konten tayangan. Diawali dengan menampilkan cuplikan iklan serta tayangan reality show “Rumah Uya” , lalu tim memberikan penjelasan konten mana yang menunjukkan pelanggaran P3SPS
4. Latihan atau praktek menganalisis sebuah tayangan. Di sini tim PKM memutarakan sejumlah tayangan iklan dan reality show, lalu pelajar diminta melihat dan menilai adegan-adegan/tampilan-tampilan/ucapan-ucapan yang melanggar Standar Program Siar (SPS).

Materi yang disampaikan mencakup berikut ini:

1. Fenomena Televisi dan Program yang mendapat teguran KPI
2. Definisi Etika Komunikasi dan Ruang Lingkup Etika Komunikasi
3. Pemahaman SPS sebagai salah satu basis etika komunikasi di media massa
4. Praktek menganalisis tayangan berdasarkan SPS

HASIL DAN PEMBAHASAN

Acara dimulai pada pukul 11.00 WIB dengan perkenalan dari para dosen serta mahasiswa yang ikut mendampingi, lalu dibuka dengan pemateri pertama yaitu Djujur Luciana terkait beretika komunikasi di televisi yang baik dan benar. Para siswa diberi pemahaman tentang perkembangan televisi dari tahun 1962- sekarang, apa saja fungsi media massa dan program televisi apa yang mereka tonton. Para siswa sangat antusias ketika ditanya program televisi apa saja yang mereka ketahui dan mereka tonton di rumah. Mereka menyebutkan berbagai nama tayangan/ program televisi seperti Ini Talkshow, Tonight Show, ILC, hingga The Comment. Dari sini dapat diketahui para siswa tidak ada yang menyukai tayangan reality show, variety show ataupun sinetron karena ketika ditanyain salah satu program acara yaitu Rumah Uya dan Sinetron Azab serempak mereka menjawab tahu tetapi tidak menonton. Para siswa juga diberitahu perbedaan dari reality show dan variety show. Slide selanjutnya masuk ke materi inti tentang aturan atau etika berkomunikasi terkait standar program siaran SPS3P yang sudah ditetapkan oleh KPI.



Gambar 2. Pemberian Materi. Sumber dokumen pribadi

Selanjutnya materi dibawakan oleh Yayu Sriwartini, M.Si tentang pentingnya memperhatikan etika pada konten tayangan. Sebagaimana diketahui bahwa tidak semua program yang memiliki rating tinggi, juga memiliki kualitas yang baik. Bahkan tidak sedikit justru program yang memiliki rating tinggi tersebut banyak menghadirkan konten yang mengabaikan etika. Beberapa contoh di antaranya adalah tayangan reality show “Rumah Uya,” “Pesbuker”, “pagi-Pagi Pasti Happy”. Dalam pemaparannya, Yayu sengaja menampilkan cuplikan tayangan “Rumah Uya” yang terkena teguran Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) Pusat, sebagai *pre-test* untuk mengetahui tanggapan siswa dan melihat kemampuan daya analisis siswa terhadap konten tersebut.

Setelah pemutaran tayangan ini para siswa dimintai pendapat/opini nya dari baris kanan dahulu ada Fahrhan Ramadhan yang berkata bahwa tayangan tersebut tidak baik apalagi jika ditonton oleh anak di bawah umur selian itu ada hak/privasi yang tidak seharusnya dibuka di depan publik. Siswa lainnya, Yesi turut memberikan opini menurutnya tayangan tersebut sudah melanggar norma di masyarakat dan norma pancasila sebagai pedoman apalagi sudah memecah belah opini kedua pibak, bahasa yang dipakai pun tidak baik dan ada adegan kekerasan fisik. Dari sini siswa sudah cukup mengerti tentang bagaimana tayangan yang sehat dan baik untuk ditonton.



Gambar 3. Pemberian Materi. (Sumber dokumen pribadi)

Tayangan lain yang dijadikan contoh materi dan sudah ditegur oleh KPI adalah program siaran Brownies, Pagi-Pagi Pasti Happy dan Pesbukers sampai saat ini tayangan tersebut dihentikan. Program Brownies ditegur dan dihentikan sementara dengan sebab pada 7 agustus 2019 membahas konflik Nikita Mirzani dan Barbie Kumalasari serta ada adegan seorang pria yang berbicara dengan kalimat menghina fisik

dan menunjuk seseorang secara langsung. Pesbukers disebutkan pembawa acaranya ditegur KPI karena penayangan screenshoot yang memuat komentar Lucinta Luna dengan pernyataan kasar dan ditayangkan oleh pesbukers.

Sementara itu, Pagi-Pagi Pasti Happy dihentikan sementara karena pada 26 juli 2109 menampilkan perseteruan Vicky Prasetyo dan Angel Lelga ketika ditanya siswa sudah tahu muatan tayangan tersebut mengandung informasi yang bersifat privasi dan bukan untuk konsumsi publik.

Disampaikan Yuyu bahwa teguran yang dilakukan KPI terhadap beberapa program televisi itu didasarkan pada Pedoman Perilaku Penyiaran Standar Program Siar (P3SPS) yang dibuat oleh KPI. Oleh karena itu para siswa pun diberikan gambaran materi P3SPSnya. Setelah diberikan semua materi kegiatan dilanjutkan dengan pembagian kelompok yang terdiri dari 7 kelompok. Siswa kemudian bergabung dengan kelompok masing-masing untuk saling berdiskusi menjawab pertanyaan yang dipaparkan. Siswa diberikan 3 contoh tayangan gambar dan 2 iklan antara lain, Sinetron Anak Langit, cuplikan film barat, cuplikam tayangan Rumah Uya, iklan minuman berenergi dan iklan mie instan. Siswa diminta menganalisis pasal berapa yang melanggar dan menyebutkan bentuk pelanggaran apa yang dilanggar, mereka diberikan waktu selama 5 menit persoaal untuk berdiskusi. Tiap- tiap kelompok mulai berdiskusi dengan kelompoknya mencari dan mencatat pasal berapa yang melanggar menurut standar KPI.

Setelah menganalisis semua cuplikan dan iklan yang ada, mereka menjawab secara detail pasal apa yang dilanggar dan bentuk pelanggarannya. Dimulai dari kelompok dua yang diwakilkan oleh Brian Dana mempresentasikan hasil jawaban kelompok mereka, menurut kelompok mereka tayangan pertama dari cuplikan sinetron anak langit melanggar beberapa pasal yaitu pasal 23, pasal 25, pasal 35, dan pasal 36 dengan bentuk pelanggaran tidak ditayangakn pada jam yang seharusnya, membahas tentang klasiifikasi program, dan berisi adegan kekerasan. Tayangan kedua cuplikan film Taxi melanggar pasal 15, pasal 23, pasal 35, pasal 36 dan pasal 54.



Gambar 4. Siswa sedang menganalisis tayangan Reality show dan iklan berdasarkan P3SPS. Sumber dokumen pribadi

Tayangan ketiga melanggar pasal 14, pasal 9 dan pasal 37. Iklan pertama melanggar pasal 18, pasal 9, pasal 20, pasal 5 dan pasal 21 garis besarnya menampilkan adegan yang tidak sesuai dengan norma. Iklan kedua melanggar pasal 2, pasal 4, pasal 5 dan pasal 14 yang menurut mereka tidak memperkokoh integrasi

nasional dengan adegan anak yang berbohong. Kelompok tiga diwakilkan Pandul Almalik dan Rico mereka menyebutkan pasal pelanggaran yaitu, pasal 23, pasal 25, pasal 5 dan pasal 38 pada cuplikan pertama. Pasal 5, 15 ayat 3 dan 1, UUD No. 23, pasal 5 bab G yang secara umum tidak memperhatikan perlindungan anak. Tayangan ketiga melanggar pasal 39 ayat 1, pasal 14, pasal 17 ayat 1, pasal 5 bab B, pasal 24 dan pasal 12. Iklan pertama pelanggaran pada pasal 8 bab H, pasal 5 ayat 1. Iklan kedua melanggar pasal 15 ayat 1, pasal 2, pasal 4 dan pasal 5 yang wajib memperhatikan perlindungan anak.

kelompok enam yang diwakilkan Andika Putra, menurutnya cuplikan pertama melanggar pasal 23 bab A dan C, pasal 43 bab I pasal 25, pasal 11 ayat 2 dan pasal 15 ayat 1. Acara kedua pasal 15 ayat 1, pasal 2, pasal 16 dan pasal 19. Acara ketiga melanggar pasal 13 ayat 1, pasal 14 dan pasal 24. Keseluruhan pelanggaran adegan kekerasan yang tidak patut ditiru. Sedangkan iklan melanggar pasal 18 ayat A, pasal 15 ayat 1, pasal 14 D dan pasal 16 B. Iklan kedua melanggar pasal 2 B. mereka menyimpulkan tidak ada manfaatnya hanya mengiklankan suatu produk yang menurut mereka tidak masuk akal dengan adegan berbohongnya.



Gambar 5. Siswa mempresentasikan hasil analisis etika komunikasi
Sumber dokumen pribadi

Kelompok dua perwakilan dari Zaky pelanggaran tayangan pertama pasal 1 ayat 25, pasal 5 ayat I, pasal 23 A, dan pasal 35. Adegan kedua melanggar pasal 6 ayat 2. adegan ketiga melanggar pasal 5 tentang hak privasi dan muatan kekerasan diantara cewe dan cowo. Iklan pertama pasal 1 ayat 26 berisi adegan seksual, pasal 5 berisi muatan seksualitas dan pasal 18 tentang eksploitasi dan menampilkan bagian tubuh tertentu. Pada iklan mie sedap cenderung melanggar pasal 15 tentang kepentingan anak dan remaja.

Menurut kelompok Adina cuplikan pertama melanggar pasal 1, pasal 5 J, pasal 15 ayat 1, pasal 23 A, pasal 33 C. dan pasal 35 ayat 4. Cuplikan anak kecil seharusnya tidak di adegankan seperti itu melanggar pasal 14, pasal 2 C tentang perlindungan anak yang dapat menimbulkan dampak buruk. Cuplikan ketiga, pasal 1 ayat 26, pasal 5 F, dan pasal 14 secara keseluruhan bertentangan dengan adegan kekerasan dan nilai-nilai yang berlawanan di dalam masyarakat. Ada adegan tangan, fisik dan membukaa hak privasi norma kesopanan seseorang. Iklan pertama, pasal 1 ayat 5, pasal 14, pasal 15 ayat 1 dengan muatan seksualitas. Iklan kedua tindakan berbohong melanggar pasal 2 C, pasal 5 G dan pasal 14 D.

Kelompok terakhir menerangkan bahwa gambar pertama melanggar pasal 25 tentang kekerasan dan berkaitan dengan rated dan norma- yang ada. Cuplikan kedua

tentang pasal 10 , 35 A , pasal 15 tentang pelindungan anak dan klasifikasi rated. Cuplikan ketiga paham privasi, adegan kekerasan hinaan dan makian melanggar psal 13 dan pasal 9. Iklan pertama mengenai pasal 18 dengan adegan seksual terlihat bagain dada. Iklan terkahir berbohong, pasal 3 ayat 4.



Gambar 5: Foto Bersama setelah kegiatan

SIMPULAN

Dari serangkaian kegiatan pelatihan yang diberikan, mulai dari memberikan *pre-test*, materi pemahaman P3SPS, sampai pada latihan menganalisis, terlihat para siswa begitu antusias, fokus dan mampu memahami pasal-pasal dalam P3SPS serta dapat memberi interpretasi terhadap berbagai konten yang dianalisis, sehingga mereka bisa memberikan penilaian bagian mana dari tayangan tersebut yang melanggar dan pasal apa saja yang dilanggar. Dapat disimpulkan bahwa teknik pelatihan yang disertai dengan praktek cukup efektif mencapai tujuan pelatihan yang diharapkan.

secara keseluruhan para siswa sudah mengerti tentang apa saja pelanggaran yang ada pada tiap tayangan televisi mereka mampu menganalisis adegan sesuai dengan pasal pelanggarannya, mereka juga mampu menjelaskan seperti apa tayangan televisi yang seharusnya. Siswa juga diharapkan dapat mengedukasi ke teman, tetangga, atau adik seperti apa sebaiknya sebagai penonton media televisi harus kritis dan menganalisa tayangan yang berdampak buruk.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifi, Subhan. (2010). Tayangan Bermasalah dalam Program Acara Televisi di Indonesia | Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol 8 N0. 3, September-Desember 2010, halaman 246 – 262 Kota Yogyakarta. Jurnal Ilmu Komunikasi. Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional. E-ISSN:2407-8220 | P-ISSN: 1693-3028. <http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/139>
- Andriansyah, Unde, Andi Aliudin dan Hasrullah. (2018). Pelanggaran Siaran Televisi Lokal dan Pemberian Sanksi Oleh KPID Sulsel di Kota Makassar | Jurnal Jurnalisa, Vol 04 No 2, November 2018, halaman 286-298 Kota Makasar.

Jurnalisa: Jurnal Jurusan Jurnalistik Universitas Islam Negeri Alauddin. E-ISSN: 2686-0570|P-ISSN:2460-6766.

Haryatmoko (2007). *Etika Komunikasi, Manipulasi Media, Kekerasan dan Pornografi*. Yogyakarta: Kanisius

<http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/jurnalisa/about/editorialTeam>

<http://www.kpi.go.id/index.php/id/siaran-pers/35478-riset-kpi-tetapkan-lima-kategori-program-tv-berkualitas>

<https://bacaterus.com/iklan-yang-melanggar-etika/>

<https://entertainment.kompas.com/read/2018/03/17/151021910/akting-kebablasan-ely-sugigi-di-pesbukers-berujung-sanksi-kpi?page=all>

Komisi Penyiaran Indonesia. (2012). *Pedoman Pelaksanaan Penyiaran Standar Program Siar (P3SPS)*

McQuail, Dennis. (2005). *McQuail's Mass Communication Theory*. London: Sage Publications

Nasrullah, Rully. (2018). *Khalayak Media: Identitas, Ideologi, Dan Perilaku Pada Era Digital*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

Surokim. (2012). *Pengaturan Tentang Kekerasan Dalam Program Siaran TV*| Jurnal Pamator, Vol. 5, No. 1, April 2012 halaman 53-62 Kota Madura. Jurnal PAMATOR: Jurnal Ilmiah Universitas Trunojoyo. E-ISSN: 2654-7856|ISSN: 1829-7935. <https://journal.trunojoyo.ac.id/pamator/index>

West, Richard & Turner, Lynn. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi; Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika