

KODE ETIK PENYIARAN PADA PROGRAM ACARA RUMAH UYA TRANS7

**(Analisis Isi Kuantitatif Etika pada Pesan Dakwah Umi Yuyun dalam
Program Acara Rumah Uya edisi Ramadhan 2018 eps. 21-29)**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata I**

Oleh:

Annisa Royyanuz Zahro

NIM 14210090

Pembimbing:

Dr. Hamdan Daulay, M.Si., M.A.

NIP.19661209 199403 1 004

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2019



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-415/Un.02/DD/PP.00.9/05/2019

Tugas Akhir dengan judul : KODE ETIK PENYIARAN PADA PROGRAM ACARA RUMAH UYA TRANS7
(Analisis Isi Kuantitatif Etika pada Pesan Dakwah Umi Yuyun dalam
Program Acara Rumah Uya edisi Ramadhan 2018 eps. 21 - 29)

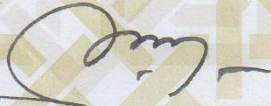
yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ANNISA ROYYANUZ ZAHRO
Nomor Induk Mahasiswa : 14210090
Telah diujikan pada : Selasa, 12 Maret 2019
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

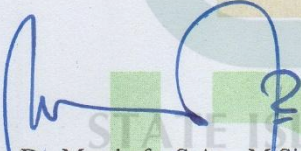
dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

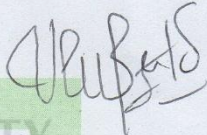
Ketua Sidang


Dr. Hamdan Daulay, M.Si., M.A.
NIP. 19661209 199403 1 004

Penguji I


Dr. Musthofa, S.Ag., M.Si.
NIP. 19680103 199503 1 001

Penguji II


Dra. Hj. Evi Septiani Tavip Hayati, M.Si.
NIP. 19640923 199203 2 001

Yogyakarta, 12 Maret 2019
UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

DEKAN


Dr. Hj. Nuzannah, M.Si.
NIP. 19600310 198703 2 001





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856, Fax. (0274) 552230

Email : fd@uin-suka.ac.id, Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta

Assalamu 'alaikum wr.wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Annisa Royyanuz Zahro

NIM : 14210090

Judul Skripsi : Kode Etik Penyiaran pada Program Acara Rumah Uya Trans7
(Analisis Isi kuantitatif Etika pada Pesan Dakwah Umi Yuyun dalam Program Acara Rumah Uya edisi Ramadhan eps. 21-29)

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan/Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang Ilmu Sosial.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

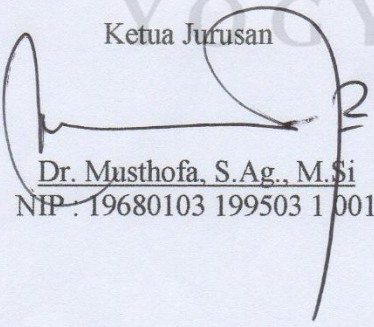
Wassalamu 'alaikum wr.wb

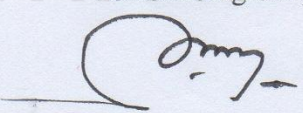
Yogyakarta, 21 Februari 2019

Mengetahui

Ketua Jurusan

Pembimbing Skripsi


Dr. Musthofa, S.Ag., M.Si
NIP : 19680103 199503 1 001


Drs. Hamdan Daulay, M.Si., M.A.
NIP : 19661209 199403 1 004

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Annisa Royyanuz Zahro
NIM : 14210090
Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul: “Kode Etik Penyiaran pada Program Acara Rumah Uya Trans7 (Analisis Isi kuantitatif Etika pada Pesan Dakwah Umi Yuyun dalam Program Acara Rumah Uya edisi Ramadhan eps. 21-29)” adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggungjawabkannya sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 21 Februari 2019



Annisa Royyanuz Zahro

NIM :14210090

SURAT PERNYATAAN MEMAKAI JILBAB

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Annisa Royyanuz Zahro
NIM : 14210090
Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa saya benar-benar berjilbab dengan kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun. Apabila terjadi hal-hal yang tidak diinginkan maka saya tidak akan menyangkutkan kepada pihak fakultas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 21 Februari 2019

Yang menyatakan,



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Annisa Royyanuz Zahro
NIM : 14210090

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur kepada Allah Azza Wajalla

Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

Keluarga, dan guru-guru yang telah membimbing dan
memberikan dukungan serta do'anya,

Serta almamater

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

Amar Ma'ruf Nahi Munkar bil Ma'ruf.

Jangan hanya berpikir tentang apa
yang engkau katakan.

Pikirkan juga bagaimana caramu
mengatakannya.

-KH. Mustofa Bisri

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala nikmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita baginda Rasul, Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing seluruh umat manusia dari kegelapan menuju zaman yang terang benderang.

Dalam penulisan skripsi ini tentu tidak terlepas dari berbagai pihak yang telah membantu, mendukung dan mendoakan terhadap penyelesaian penelitian ini. Melalui kata pengantar ini, dengan tulus penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Drs. Yudian Wahyudi, M.A., Ph. D.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Dr. Nurjannah, M.Si.
3. Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sekaligus Dosen Pembimbing Akademik, Dr. Mustofa, S.Ag., M.Si., yang telah memberikan arahan, motivasi dan bimbingan selama menjadi mahasiswa.
4. Dosen Pembimbing Skripsi, Dr. Hamdan Daulay, M.Si., M.A., yang telah memberikan bimbingan dan masukan dalam penyelesaian skripsi ini dari awal hingga selesai.

5. Segenap keluarga besar Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, meliputi Dosen, Staf dan Karyawan yang telah memberikan pengetahuan, bantuan dan pelayanan seputar akademik.
6. Pengasuh Pondok Pesantren Krapyak, Yayasan Ali Maksum Yogyakarta, Ibu Nyai Hj. Luthfiah Baidlowi, serta sebagai sosok orangtua sekaligus guru yang memberikan dukungan, do'a dan pendidikan kepada kami, baik secara *dhohiriyah* maupun *bathiniyah*.
7. Kedua orangtua, Bapak Khunen dan Ibunda Nurkhatun yang selalu memberikan do'a dan dukungan lahir batin yang tak terhitung jumlahnya.
8. Kakak kandungku satu-satunya, Annisa Fatihatur Rizqi yang selalu berbagi pengalamannya sehingga memotivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi.
9. Nur Arifah dan Adin Fahima Zulfa, selaku *coder* yang telah membantu proses pengerjaan penelitian ini, serta Amil Izza dan Restry Noor Zudhia yang telah membantu melakukan transkrip audio dalam penelitian ini.
10. Teman-teman asrama Gedung Putih Krapyak, terutama anggota kamar Aulia lantai 2 nomor 4 yang telah memberikan bantuan, hiburan serta semangat untuk menyelesaikan tugas akhir.
11. Teman-teman jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2014 yang selalu menjaga silaturahmi dan berjuang bersama dalam menuntaskan pendidikan di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta tercinta.
12. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu atas bantuan, do'a dan motivasinya, sehingga skripsi ini telah dapat terselesaikan.

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat, dan hidayah-Nya serta memberikan balasan terbaik kepada semua pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun penulis harapkan demi penelitian-penelitian yang lebih baik selanjutnya. Semoga skripsi ini dapat menambah wawasan dan menjadi sumbangsih bagi dunia akademik khususnya untuk program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Yogyakarta, 21 Februari 2019

Penulis

Annisa Royyanuz Zahro

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

ANNISA ROYYANUZ ZAHRO: 14210090, *Skripsi:* Kode Etik Penyiaran pada Program Acara Rumah Uya Trans7 (Analisis Isi kuantitatif Etika pada Pesan Dakwah Umi Yuyun dalam Program Acara Rumah Uya edisi Ramadhan 2018 eps. 21-29). Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pesan dakwah yang disampaikan Umi Yuyun pada program acara Rumah Uya Trans7 edisi Ramadhan setelah mendapat teguran dari Komisi Penyiaran Indonesia dan Majelis Ulama Indonesia. Dalam menganalisis etika pada pesan dakwah Umi Yuyun digunakan metode analisis isi secara kuantitatif yang didukung dengan teori tanggung jawab sosial, serta Kode Etik Penyiaran atau Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS) sebagai alat untuk menganalisis

Umi Yuyun sebagai orang yang dipercaya mempunyai kapasitas dalam memberikan nasihat atau tanggapan atas sebuah persoalan yang dimediasikan, mempunyai gaya tersendiri dalam menyampaikan pesan atau menanggapi masalah. Menurut MUI cara yang digunakan Umi dalam menyikapi masalah terkadang larut dalam gaya menuduh, menghakimi dan memperkeruh suasana, karenanya evaluasi terhadap kualitas pendakwah agama yang ditampilkan pada program Ramadhan masih perlu dilakukan.

Hasil penelitian menunjukkan pesan dakwah yang disampaikan Umi Yuyun mengandung kategori pelanggaran paling banyak dari indikator tidak melanggar norma kesopanan dan kesusilaan, disusul dengan indikator menghormati hak privasi, muatan tidak melecehkan orang atau kelompok tertentu, muatan berisi perbedaan pandangan agama disajikan berimbang, memperhatikan kepentingan publik, menghormati etika profesi, dan tidak menampilkan ungkapan kasar atau makian. Sedangkan untuk indikator tidak melecehkan atau merendahkan SARA tidak ditemukan pelanggaran. Adanya 7 dari 8 indikator yang dilanggar menunjukkan bahwa pesan dakwah Umi Yuyun belum menerapkan kode etik penyiaran dengan sempurna.

Kata Kunci: Pesan dakwah, Analisis isi, P3SPS

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN BERHIJAB	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR DIAGRAM	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I: PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	8
D. Kajian Pustaka	9
E. Kerangka Teori	13
1. Pesan Dakwah dalam Media	13
2. Media Penyiaran	17
3. Teori Tanggung Jawab Sosial	22
4. Etika Penyiaran	24
F. Sistematika Pembahasan	36
BAB II: METODE PENELITIAN	
A. Jenis Analisis Penelitian	38
B. Definisi Konseptual	38
C. Definisi Operasional	39
D. Unit Analisis	43
E. Instrumen Penelitian	46

F. Teknik Pengumpulan Data.....	47
G. Validitas dan Reliabilitas	48
H. Analisis Data.....	50
BAB III: PROGRAM RUMAH UYA DAN PROFIL UMI YUYUN	
A. Program <i>Talkshow</i> Rumah Uya	52
B. Rumah Uya Edisi Ramadhan	58
C. Profil Umi Yuyun	60
BAB IV: ANALISIS ISI DAN PEMBAHASAN	
A. Reliabilitas Antar <i>Coder</i>	63
B. Analisis Data.....	73
C. Pesan Dakwah Umi Yuyun ditinjau dari Kode Etik Penyiaran	74
D. Identifikasi Penerapan Kode Etik Penyiaran Pesan Dakwah Umi Yuyun	84
BAB V: PENUTUP	
A. Kesimpulan	88
B. Pesan dan Saran	89
DAFTAR PUSTAKA.....	xvii
LAMPIRAN.....	xx

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pasal-pasal P3SPS yang digunakan	30
Tabel 2.1 Definisi Operasional Etika Penyiaran	40
Tabel 3.1 Tim Produksi Acara Rumah Uya.....	53
Tabel 4.1 Uji Reliabilitas Indikator Tidak melecehkan atau merendahkan Suku Agama Ras dan Antar Golongan (SARA)	64
Tabel 4.2 Uji Reliabilitas Indikator Muatan yang berisi perbedaan pandangan disajikan berimbang	65
Tabel 4.3 Uji Reliabilitas Indikator Tidak melanggar norma kesopanan dan kesusilaan	66
Tabel 4.4 Uji Reliabilitas Indikator Menghormati etika profesi	67
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas Indikator Memperhatikan kepentingan publik... ..	68
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas Indikator Menghormati hak privasi	69
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas Indikator Muatan tidak melecehkan orang /- kelompok tertentu.....	70
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas Indikator Tidak menampilkan ungkapan kasar atau makian	72
Tabel 4.9 Frekuensi Pelanggaran semua Indikator	73

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 4.1 Indikator Tidak melecehkan atau merendakan SARA.....	75
Diagram 4.2 Indikator Muatan yang berisi perbedaan pandangan agama disajikan berimbang	76
Diagram 4.3 Indikator Tidak melanggar norma kesopanan dan kesusilaan	77
Diagram 4.4 Indikator Menghormati Etika Profesi.....	78
Diagram 4.5 Indikator Memperhatikan kepentingan publik	79
Diagram 4.6 Indikator Menghormati hak privasi.....	80
Diagram 4.7 Indikator Muatan tidak melecehkan orang atau kelompok tertentu.....	82
Diagram 4.8 Indikator Tidak menampilkan ungkapan kasar/makian	82
Diagram 4.9 Urutan jumlah pelanggaran per indikator	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo Program Talkshow Rumah Uya.....	52
Gambar 3.2 Logo Rumah Uya edisi Ramadhan sebelum (kiri) dan pasca teguran (kanan) KPI-MUI	59
Gambar 3.3 Umi Qurrota A'yun	60
Gambar 3.4 Gambar opening segmen Cuma Umi	62

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Televisi merupakan media komunikasi modern, yang dalam perkembangannya televisi menjadi barang pokok atau kebutuhan pokok sebab dalam kenyataannya setiap individu mempunyai televisi.¹ Televisi dapat dikelompokkan sebagai media yang menguasai ruang tapi tidak menguasai waktu, karena siaran televisi dapat diterima dimana saja dalam jangkauan pancarannya (menguasai ruang) tetapi siarannya tidak dapat dilihat kembali (tidak menguasai waktu). Sesuai sifatnya, siaran televisi yang dapat diikuti secara audio dan visual (suara dan gambar) secara bersamaan oleh semua lapisan masyarakat, maka siaran televisi tidak dapat memuaskan semua lapisan masyarakat. Siaran televisi dapat membuat kagum dan memukau sebagian penontonnya, tetapi sebaliknya dapat membuat jengkel dan rasa tidak puas bagi penonton lainnya.²

Untuk mencapai keberhasilan, televisi sebagai suatu media penyiaran harus memiliki manajemen yang baik dalam mengelola maupun menghadapi tantangan yang ada. Upaya untuk menyeimbangkan antara memenuhi

¹ Anton Mabruhi, *Manajemen Produksi Program Acara TV: Format Acara Non-Drama, News, dan Sport* (Jakarta: PT Grasindo, 2013), hlm. 4.

² Morrisson, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2008), hlm. 12.

kepentingan pemilik dan kepentingan masyarakat memberikan tantangan tersendiri kepada pihak manajemen media penyiaran.³

Tantangan lainnya juga berasal dari persaingan sesama media penyiaran dalam menarik audien agar mendapat perolehan *rating* yang tinggi. Untuk melalui tantangan ini, para media penyiaran berkompetisi untuk memberikan program-program yang bagus, dan menarik. Diperlukan analisis audien dan manajemen program untuk menghasilkan program unggulan yang diminati penonton.

Menganalisa audiens berarti menganalisa pasar dari media penyiaran. Demi mendapatkan penonton mereka bersaing untuk menyuguhkan konten-konten yang disesuaikan dengan keadaan dan situasi yang sedang terjadi. Misalnya saat masa-masa pemilu, mayoritas media penyiaran akan menyiarkan konten-konten pemilu lebih sering dibandingkan hari-hari biasanya. Salah satu periode dimana para media penyiaran terlihat melakukan perbedaan yang kentara dalam pembuatan konten acaranya yaitu saat bulan Ramadhan.

Bulan Ramadhan atau yang sering disebut dengan bulan puasa adalah bulan suci bagi umat muslim dimana 87,18% masyarakat Indonesia beragama Islam.⁴ Bulan ini memberikan situasi yang berbeda kepada pengelola program penyiaran.⁵ Para stasiun televisi seketika berlomba-lomba untuk

³ *Ibid.*, hlm. 134

⁴ Badan Pusat Statistik, "Penduduk Menurut Wilayah dan Agama yang Dianut: Indonesia", <https://sp2010.bps.go.id/index.php/site/tabel?tid=321>, diakses tanggal 16 Agustus 2018.

⁵ Morrisan, *Manajemen Media Penyiaran*, hlm. 352.

menyuguhkan konten-konten bertemakan religi saat bulan Ramadhan. Faktor lain yang menyebabkan fenomena tersebut juga karena adanya himbauan saat bulan Ramadhan kepada lembaga penyiaran dari pihak Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) dan Majelis Ulama Indonesia (MUI) agar memperbaiki konten acara yang dinilai tidak sesuai dengan nilai Ramadhan.⁶

Pada Ramadhan 2018 tepatnya pada tanggal 5 Juni 2018, Komisi Penyiaran Indonesia pusat bersama Majelis Ulama Indonesia mengadakan jumpa pers, dalam rangka membahas hasil temuan pelanggaran tayangan televisi terkait pantauan siaran Ramadhan.⁷ Nuning Rodiyah selaku Komisioner Komisi Penyiaran Indonesia Pusat mengatakan bahwa tayangan televisi pada bulan Ramadhan kali ini mengalami peningkatan baik kualitas maupun kuantitas. Walaupun demikian, masih terdapat beberapa sanksi yang telah dikeluarkan Komisi Penyiaran Indonesia kepada beberapa lembaga penyiaran, antara lain 3 (tiga) peringatan tertulis, yaitu 2 (dua) teguran tertulis pertama dan 1 (satu) teguran tertulis kedua.

Di sisi lain, fokus pantauan dari Tim Pemantau Majelis Ulama Indonesia lebih pada kesesuaian dengan fatwa Majelis Ulama Indonesia terkait penyiaran, komunikasi dan dakwah, kompetensi, akhlak pengisi program dan waktu tayang siaran TV tersebut. Rida, anggota Tim Pemantau Majelis Ulama Indonesia mengatakan beberapa televisi memperlihatkan komitmen

⁶ Komisi Penyiaran Indonesia, “KPI dan MUI Dorong TV Evaluasi Program Ramadhan”, <http://www.kpi.go.id/index.php/id/umum/38-dalam-negeri/34534-kpi-dan-mui-dorong-tv-evaluasi-program-ramadhan>, diakses tanggal 13 Agustus 2018, pukul 12.49

⁷ *Ibid.*, diakses tanggal 17 Oktober 2018, pukul 00.28

serius, namun masih ada beberapa program yang barlabel ‘Ramadhan’ belum sesuai dengan spirit Ramadhan.⁸ Evaluasi terhadap kualitas pendakwah agama yang ditampilkan pada program-program Ramadhan masih perlu dilakukan, karena masih ditemukan sejumlah Da’i yang tidak terlalu jelas rekam jejak kompetensinya dan lebih mengedepankan aspek daya hiburan sang figur.

Terkait dengan kualitas Da’i, Majelis Ulama Indonesia menyebut salah satu nama dari sebuah program yang termasuk ke dalam daftar program yang terkena teguran pada bulan Ramadhan ini. Dilansir dari laman tribunnews.com⁹ Majelis Ulama Indonesia menulis pada rekomendasinya:

“Ada program Ramadhan yang penting disorot serius. Yakni, Ramadhan di Rumah Uya, dipandu Uya Kuya, pukul 16.00 WIB sampai menjelang adzan maghrib. Isinya mengundang tamu bermasalah, terkait relasi percintaan, perselingkuhan dan persoalan rumah tangga lainnya. Selalu terjadi pertengkaran antar pengisi acara, saling mencaci, menuduh, menghina, dan membongkar aib. Diakhiri sedikit nasihat dari narasumber, Ibu Qurrota A’yun, yang dipanggil Ummi. Cara Ummi menyikapi masalah, kadang larut dalam gaya menuduh, menghakimi, dan memperkeruh suasana. Sikap dan nilai yang dikedepankan program ini dirasakan jauh dari spirit Ramadhan. Seharusnya program ini dihentikan tayang pada Ramadhan.”

Dari rekomendasi yang ditulis Majelis Ulama Indonesia, dapat dilihat bahwa Umi sebagai Da’i atau pendakwah dalam program Ramadhan di

⁸ Majelis Ulama Indonesia, “MUI-KPI Umumkan Hasil Pantauan TV Ramadhan 2018”, <https://mui.or.id/berita/mui-kpi-umumkan-hasil-pantauan-tv-ramadhan-2018/>, diakses pada tanggal 17 Oktober 2018, pukul 00.24.

⁹ Tribun, “Namanya disebut MUI di Acara yang Dilarang selama Ramadhan, Ini sosok Ustazah Qurrota A’yun“, <http://lampung.tribunnews.com/2018/06/06/namanya-disebut-mui-di-acara-yang-dilarang-selama-ramadan-ini-sosok-ustazah-qurrota-ayunin?page=2>, diakses pada tanggal 2 Desember 2018, pukul 22.04.

Rumah Uya ini mempunyai gaya dakwah yang dikritik oleh Majelis Ulama Indonesia. Ramadhan di Rumah Uya sendiri merupakan program Rumah Uya edisi khusus Ramadhan. Format program nya masih sama dengan Rumah Uya diluar bulan Ramadhan, yaitu berbentuk *talkshow* yang memiliki tujuan utama untuk menjadi mediator sekaligus mencari solusi bagi pihak-pihak yang berseteru.¹⁰

Namun di edisi bulan Ramadhan, program Rumah Uya menambahkan segmen khusus Umi yaitu seputar tanya jawab dengan Umi terkait permasalahan agama. Pertanyaan-pertanyaan yang dijawab diambil dari komentar terpilih pada akun instagram *official* Rumah Uya, dan pertanyaan langsung dari peserta forum di segmen tanya-jawab bersama Umi.

Program Rumah Uya memang sebuah *talkshow* yang mengusung tema sensitif untuk dibahas, sehingga berulang kali mendapat teguran Komisi Penyiaran Indonesia karena aduan masyarakat yang merasa kontennya tidak patut untuk ditampilkan. Tercatat salah satu contoh teguran tertulis yang dilayangkan Komisi Penyiaran Indonesia pada tanggal 27 Oktober 2017, dengan nomor surat 615/K/KPI/21.2/10/2017 menyatakan bahwa program siaran tersebut telah menampilkan muatan privasi yang tidak layak ditampilkan. Terlepas dari teguran yang sering dilayangkan pihak Komisi Penyiaran Indonesia, Rumah Uya merupakan program yang cukup

¹⁰ Trans 7, "Rumah Uya", <https://www.trans7.co.id/programs/rumah-uya>, diakses pada tanggal 27 Juli 2018, pukul 15.05.

digemari karena selama dua tahun berturut-turut (2016 dan 2017) ia berhasil mendapatkan penghargaan *Panasonic Gobel Awards* untuk kategori *talkshow* terfavorit.

Pasca mendapat teguran pada jumpa pers Komisi Penyiaran Indonesia dan Majelis Ulama Indonesia (MUI) Ramadhan 2018 dan disebut namanya secara khusus dalam rekomendasi MUI agar programnya dihentikan tayang di bulan Ramadhan, ternyata Rumah Uya tetap melakukan siarannya, tepat pada tanggal 6 Juni 2018. Namun ada yang berbeda dari sebelumnya yaitu kata Ramadhan pada judul program ‘Ramadhan di Rumah Uya’ dihapus dan kembali pada judul aslinya sebelum edisi Ramadhan yang hanya ‘Rumah Uya’ saja, walaupun format acaranya tetap menggunakan format edisi Ramadhan di Rumah Uya.

Uya Kuya selaku pembawa acara pada program Rumah Uya menjelaskan bahwa acaranya sebagai media *tabayyun* atau klarifikasi bagi pihak-pihak yang ingin menyelesaikan masalah mereka. Sejak awal Rumah Uya pada situsnya mengatakan programnya berbeda dengan program mediasi sejenis karena Rumah Uya memiliki daya tarik dengan menghadirkan pemuka agama yang mampu memberikan *value positif* dengan tutur kata yang tidak menggurui dan mudah dipahami.¹¹

Pemuka agama dalam program tersebut tidak lain adalah Ustadzah Ummi Qurrota Ayunin atau yang biasa dipanggil Umi Yuyun atau Ummi

¹¹ *Ibid.*

saja. Keberadaan Umi Yuyun sebagai seorang da'i atau pelaku agama menjadi hal yang diunggulkan oleh program Rumah Uya. Posisi Umi Yuyun berperan penting sebagai tempat untuk meminta saran atau nasehat terhadap segala masalah yang sedang dimediasikan pada acara tersebut. Terkadang Umami menyertakan ayat atau hadits sebagai sumber dari nasehat yang ia berikan untuk menunjukkan kredibilitas dari nasehatnya.

Gaya bicara yang ditampilkan Umi Yuyun memang terbilang khas gaya bahasa Betawi. Intonasi atau nada bicaranya santai namun kadang-kadang meninggi khas gaya bicara suku Betawi. Dengan bahasa yang santai Umami mampu memberi kesan lebih dekat dengan audiens, sehingga terkadang jika masalah yang dibawa cukup serius, seringkali hal tersebut membuat Umami larut dalam menyikapi masalah yang sedang dimediasikan.

Berangkat dari hal tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti etika pada pesan dakwah Umi Yuyun pada program acara Rumah Uya edisi Ramadhan 2018 pasca teguran Komisi Penyiaran Indonesia dan Majelis Ulama Indonesia. Adapun pemilihan Umi Yuyun dikarenakan ia adalah seorang pemuka agama yang memberikan nasihat atau *value positive* dalam sebuah program acara Ramadhan yang dinilai Majelis Ulama Indonesia mempunyai konten yang cukup sensitif serta caranya dalam menyikapi masalah dianggap larut dalam gaya menuduh, menghakimi, dan memperkeruh suasana. Penelitian ini menggunakan Kode Etik Penyiaran dalam menganalisis etika penyiaran Umi Yuyun yaitu pada pesan dakwah

atau setiap perkataan yang disampaikan oleh Umi Yuyun di acara tersebut.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang disebutkan, maka rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pesan dakwah Umi Yuyun dalam program Rumah Uya edisi Ramadhan 2018 pasca teguran Komisi Penyiaran Indonesia dan Majelis Ulama Indonesia ditinjau menurut kode etik penyiaran?
2. Apakah pesan dakwah yang disampaikan Umi Yuyun dalam program Rumah Uya edisi Ramadhan 2018 pasca teguran Komisi Penyiaran Indonesia dan Majelis Ulama Indonesia sudah menerapkan kode etik penyiaran?

C. TUJUAN DAN KEGUNAAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana pesan dakwah Umi Yuyun dalam program Rumah Uya edisi Ramadhan 2018 pasca teguran Komisi Penyiaran Indonesia dan Majelis Ulama Indonesia ditinjau menurut kode etik penyiaran.
2. Untuk mengetahui penerapan kode etik penyiaran pada pesan dakwah yang disampaikan Umi Yuyun dalam program Rumah Uya edisi

Ramadhan 2018 pasca teguran Komisi Penyiaran Indonesia dan Majelis Ulama Indonesia

Adapun kegunaan dari penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu sebagai berikut:

a. Secara teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada studi ilmu komunikasi dalam menjadi referensi untuk pengembangan penelitian selanjutnya terkait dengan tema etika penyiaran, dan metode analisis isi pesan media secara kuantitatif.

b. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan baik bagi peneliti ilmu komunikasi atau aktivis dan lembaga penyiaran, agar dalam pembuatan konten media harus disesuaikan berdasarkan regulasi yang ada.

D. KAJIAN PUSTAKA

Untuk memperkuat orisinalitas hasil penelitian ini, peneliti meninjau beberapa penelitian sejenis terdahulu. Beberapa diantaranya yang pertama berasal dari karya Khairun Muthmainnah (2015) yang berjudul “*Analisis Isi Pesan Dakwah dalam Fan Page Asma Nadia: Analisis Isi Pesan Dakwah*

*bulan Ramadhan 1436 H/ 2015 M*¹² penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kandungan pesan dakwah yang terdapat dalam *fan page* Asma Nadia selama bulan Ramadhan, yaitu kategori pesan dakwah apa yang sering muncul dan bagaimana sifat penyampaian pesan dakwah yang dominan. Metode yang digunakan adalah analisis isi yang bersifat deskriptif kuantitatif dengan rumus presentase yang dihitung melalui Microsoft Excel. Dalam menganalisis data penelitian yang berupa 70 posting update pada *fan page* Asma Nadia selama bulan Ramadhan 1436 H/ 2015 M, peneliti menggunakan teori pembagian materi dakwah menurut Endang Saifudin Anshari, dan teori sifat penyampaian pesan menurut Hafied Cangara.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa menurut pembagian materi pesan dakwah yang dominan adalah berurut dari pesan akhlak, pesan syariah, kemudian pesan aqidah. Sedangkan untuk sifat penyampaian pesan dakwah yang paling dominan adalah pada pesan bersifat *persuasive*, kemudian disusul informatif dan mendidik.

Adapun perbedaan dari penelitian yang dilakukan Khairun Muthmainnah dengan penelitian penulis yaitu pada objek media yang dipilih. Khairun menggunakan postingan *fan page* pada media sosial facebook sedangkan penulis menggunakan tayangan program televisi. Perbedaan selanjutnya adalah penulis menggunakan P3SPS dalam menganalisis sedangkan Khairun menggunakan teori Endang Saifudin dan Hafied Cangara. Persamaan dari

¹² Khairun Muthmainnah, *Analisis Isi Pesan Dakwah dalam Fan Page Asma Nadia: Analisis Isi Pesan Dakwah bulan Ramadhan 1436 H/ 2015 M*, Skripsi (Yogyakarta: Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Sunan Kalijaga, 2015).

penelitian Khairun dan penulis terletak pada penggunaan metode analisis isi kuantitatif dalam menganalisis pesan dakwah dalam media.

Penelitian selanjutnya berasal dari skripsi karya Angelicha Adonia Sambuaga (2016) yang berjudul *“Pelanggaran Kode Etik Jurnalis Televisi Indonesia dalam Program Patroli Indosiar: sebuah Analisis Isi Kuantitatif”*¹³ penelitian ini menggunakan metode analisis isi kuantitatif untuk mengetahui apa saja bentuk pelanggaran Kode Etik Jurnalis Televisi Indonesia dalam Program Patroli Indosiar. Sampel yang dipilih adalah berita kriminal dalam program Patroli Indosiar yang ditayangkan pada hari Senin-Jumat pada periode siaran dari tanggal 1 sampai 13 Maret 2016 dengan anggota populasi seluruh berita kriminal yang terdapat dalam program Patroli Indosiar.

Pada penelitian tersebut ditemukan hasil bahwa indikator yang paling sering dilanggar adalah indikator kredibilitas narasumber dan indikator sensasionalisme kategori dramatisasi. Selain itu ditemukan pula klasifikasi topik berita yang sering melanggar adalah topik berita bencana dan berita pembunuhan.

Terdapat persamaan pada penelitian terdahulu yang dilakukan Angelicha dengan penelitian penulis yaitu pada metode analisis isi kuantitatif yang digunakan dan objek yang dipilih berasal dari program televisi. Adapun perbedaannya adalah instrument penelitian yang digunakan. Angelicha menggunakan Kode Etik Jurnalis untuk menganalisis berita criminal

¹³ Angelicha Adonia Sambuaga, *Pelanggaran Kode Etik Jurnalis Televisi Indonesia dalam Program Patroli Indosiar: sebuah Analisis Isi Kuantitatif*, Skripsi (Tangerang: Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara, 2016).

sedangkan penulis menggunakan P3SPS untuk menganalisis kode etik penyiaran pada pesan dakwah.

Penelitian ketiga berasal dari jurnal karya Ikbal Rachmat (2015) yang berjudul "*Analisa Penerapan Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran: Studi Kasus Perspektif antara KPI dan ANTV pada program acara Pesbukers, Eps. 20, 22, 23, 24, 25 Juli 2013*"¹⁴. Penelitian ini membicarakan analisa perspektif mengenai program acara televisi yang sehat antara pihak KPI atau Komisi Penyiaran Indonesia dan Stasiun televisi ANTV terkait tayangan Pesbukers episode 20 dan 22-25 Juli 2013, dengan total 5 episode.

Penelitian ini menunjukan bahwa pelanggaran yang dilakukan pada program acara *Pesbukers* ANTV dapat dikategorikan sebagai pelanggaran terhadap perlindungan kepada orang dan atau kelompok masyarakat tertentu, norma kesopanan dan kesusilaan, perlindungan anak, dan penggolongan program siaran. Pelanggaran yang paling banyak dilanggar terdapat pada celotehan-celotehan kasar yang cenderung menghina, terutama menghina seseorang. Pihak Komisi Penyiaran Indonesia dan ANTV sependapat bahwa program acara penyiaran wajib menaati aturan yang berlaku (UU No.32 tahun 2002, UU ITE dan P3SPS) untuk menghasilkan program acara yang sehat.

Penulis menggunakan jurnal ini sebagai rujukan penelitian karena adanya kesamaan pembahasan mengenai analisa etika penyiaran pada program televisi dengan menggunakan P3SPS sebagai rujukan penelitian. Sedangkan

¹⁴ Ikbal Rachmat, "*Analisa Penerapan Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran: Studi Kasus Perspektif antara KPI dan ANTV pada program acara Pesbukers, Eps. 20, 22, 23, 24, 25 Juli 2013*", Jurnal Komunikologi, vol. 12: 1 (Maret, 2015).

perbedaan terletak pada penggunaan metode dan objek penelitian. Penelitian Ikbal merupakan penelitian studi kasus perspektif dengan metode deskriptif kualitatif dan objek penelitiannya yaitu program acara Pesbukers, sedangkan penulis menggunakan metode analisis isi kuantitatif dengan objek program acara Rumah Uya.

E. KERANGKA TEORI

1. Pesan Dakwah dalam Media

a. Da'i dalam Televisi

Salah satu komponen dalam proses komunikasi adalah komunikator, yaitu orang atau pihak pembuat atau pengirim informasi yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi.¹⁵ Dalam hal komunikasi dakwah, posisi ini disebut dengan Da'i.

Da'i secara umum adalah setiap muslim dan muslimah *mukallaf* atau dewasa, dimana kewajiban dakwah merupakan sesuatu yang melekat pada dirinya sebagai pemeluk Islam, sesuai dengan perintah, *ballighu 'anni walau ayatan* (sampaikan dariku walaupun hanya satu ayat). Namun secara khusus, Da'i adalah mereka yang mengambil keahlian khusus dalam bidang menyiarkan pesan-pesan agama Islam seperti, penceramah atau pendakwah, khatib (orang yang berkhotbah) dan sebagainya.

¹⁵ Wahyudi Ilaihi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), hlm. 77.

Da'i merupakan ujung tombak dalam menyebarkan ajaran Islam sehingga peran dan fungsinya sangat penting dalam mewujudkan tujuan dakwah yaitu menuntun dan memberi penerangan kepada umat manusia.¹⁶ Dalam praktiknya seorang Da'i tidak hanya harus menguasai keilmuan dari materi dakwah (*Maddah*) namun juga dituntut agar menjadi pribadi yang kreatif dalam proses penyampaian pesannya.

Seiring perkembangan budaya masyarakat, para Da'i atau aktivis dakwah mulai melakukan inovasi pada cara dakwah mereka. Berdakwah tidak hanya dilakukan dengan metode ceramah secara langsung dengan bertatap muka disuatu *majelis* pengajian. Penggunaan media mulai dimanfaatkan para Da'i sebagai sarana mereka untuk berdakwah. Media yang digunakan sebagai sarana dakwah sangat beragam seperti melalui tulisan, kesenian, *social media*, dan salah satunya secara *audio visual* yaitu melalui televisi.

Tak jarang semakin banyak Da'i yang mulai dikenal namanya oleh masyarakat setelah melakukan dakwahnya melalui televisi. Persaingan antar televisi juga mempengaruhi gaya dakwah para Da'i yang tampil di televisi. Masing-masing Da'i dituntut mempunyai ciri khas dalam berdakwahnya, baik dari segi format acara, materi dakwah, atau gaya penyampaian sehingga aktivitas dakwah menjadi lebih bervariasi.

¹⁶ Saerozi, *Ilmu Dakwah* (Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2013), hlm. 35.

Namun ketika aktivitas dakwah sudah tersentuh budaya pop dan kepentingan media, logika dakwah pun berubah mengikuti budaya pop dan cara berpikir media. Ukuran da'i layak tayang adalah popularitas, kefasihan berbicara, keterampilan pentas diatas panggung dan penampilan yang menarik atau bahkan nyentrik yang dapat menyedot perhatian para pebisnis untuk memasang iklan. Sementara mutu keislaman para Da'i, terutama yang berkaitan dengan kepribadian, akhlak, dan kedalaman penguasaan ilmu-ilmu keislaman kurang menjadi tekanan.¹⁷

b. Pesan Dakwah dan Kode Etik Penyiaran

Pesan dakwah atau *Maddah* adalah isi pesan yang disampaikan oleh Da'i kepada Mad'u. Pada dasarnya pesan dakwah itu adalah ajaran Islam itu sendiri sebab semua ajaran Islam yang sangat luas bisa dijadikan sebagai *maddah* dakwah Islam.¹⁸

Pesan dapat menentukan kegagalan dan keberhasilan suatu proses komunikasi. Oleh karena itu perencanaan pesan harus dilakukan dengan matang. Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa sehingga dapat menarik perhatian sasaran yang dimaksud.¹⁹ Dalam penyampaian pesan terdapat etika atau *adab* yang harus diperhatikan. Seorang Da'i hendaknya menghindari sikap kasar,

¹⁷ Hajir Tajiri, *Etika dan Estetika Dakwah: Perspektif Teologis, Filosofis, dan Praktis* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), hlm. 113.

¹⁸ Saerozi, *Ilmu Dakwah*, hlm. 35.

¹⁹ Wahyudi Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, hlm. 99.

melakukan pemaksaan, menyampaikan hal dusta, mencampuradukkan hak (benar) dan *bathil* (salah), menghina sesembahan agama lain, diskriminatif, menuduh kafir kepada sesama muslim, serta kehilangan *sibghah* dalam bertoleransi.²⁰

Sejalan dengan perkembangan metode dan sarana dakwah yang digunakan, pesan dakwah juga menyesuaikan dengan keadaan zaman sehingga dapat menjawab persoalan dan tantangan masa kini. Kesadaran untuk melakukan dakwah atau menyampaikan pesan-pesan kebaikan juga semakin marak karena akses masyarakat dalam menyampaikan pesan kepada dunia atau khalayak umum semakin mudah menggunakan *social media*.

Namun pengetahuan akan batasan-batasan perilaku dakwah tidak semuanya diketahui oleh masyarakat umum. Terlebih dalam lingkup dunia dakwah sendiri belum ada aturan atau pedoman yang benar-benar formal menjelaskan bagaimana perilaku penyiaran keagamaan seharusnya dilakukan.

Dengan merujuk pada istilah Sony Keraf²¹ etika media massa pada akhirnya mengharapakan siapa pun pelaku pers, penyiaran, dan media massa dalam jaringan internet bertindak sesuai dengan nilai dan norma moral yang berlaku dalam masyarakat serta negaranya. Dalam konteks penyiaran di Indonesia, terdapat kode etik penyiaran untuk

²⁰ Hajir Tajiri, *Etika dan Estetika Dakwah*, hlm. 60.

²¹ Haris Sumadiria, *Hukum dan Etika Media Massa: Panduan Pers, Penyiaran dan Media Siber* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016), hlm. 202.

mengatur aktivitas siaran yang melalui frekuensi publik yaitu P3SPS atau Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran.

Negara mempunyai hak dalam mengatur kebijakan penyiaran, termasuk juga penyiaran agama. Sehingga aktivitas dakwah atau keagamaan yang disiarkan oleh lembaga penyiaran merupakan kategori yang masuk dalam ruang lingkup pengawasan P3SPS. Pesan dakwah yang disampaikan oleh para pelaku dakwah, selain harus sesuai dengan aturan dalam agama Islam juga tidak boleh bertentangan dengan aturan yang terdapat dalam P3SPS.

2. Media Penyiaran

a. Televisi

Sejarah perkembangan televisi di Indonesia dimulai sejak TVRI atau Televisi Republik Indonesia melakukan siaran perdananya terhadap peringatan hari ulang tahun Proklamasi Republik Indonesia pada 17 Agustus 1962. Bagi Presiden Soekarno, televisi adalah medium yang tepat untuk memperkenalkan bangsa Indonesia ke dunia luar, sekaligus simbol untuk mengangkat citra bangsa Indonesia, sejajar dengan negara-negara lain. TVRI lahir untuk menegaskan eksistensi Indonesia sebagai bangsa, dan *event* Asian Games 1962 adalah momentumnya. TVRI kemudian ditetapkan sebagai televisi

berbadan hukum yayasan, melalui keputusan Presiden RI Nomor 215, tahun 1963.²²

Saat ini televisi sudah mempunyai posisi yang berbeda dalam masyarakat. Televisi merupakan media komunikasi modern, yang dalam perkembangannya televisi menjadi barang pokok atau kebutuhan pokok sebab dalam kenyataannya setiap individu mempunyai televisi²³. Televisi dapat dikelompokkan sebagai media yang menguasai ruang tapi tidak menguasai waktu, karena siaran televisi dapat diterima dimana saja dalam jangkauan pancarannya (menguasai ruang) tetapi siarannya tidak dapat dilihat kembali (tidak menguasai waktu). Sesuai sifatnya, siaran televisi yang dapat diikuti secara audio dan visual (suara dan gambar) secara bersamaan oleh semua lapisan masyarakat, maka siaran televisi tidak dapat memuaskan semua lapisan masyarakat. Siaran televisi dapat membuat kagum dan memukau sebagian penontonnya, tetapi sebaliknya dapat membuat jengkel dan rasa tidak puas bagi penonton lainnya²⁴.

Semakin berkembangnya teknologi informasi, program-program saluran televisi tidak hanya bisa dinikmati lewat kotak televisi secara langsung, melainkan melalui media-media yang lain secara *online*. Penggunaan media *online* awalnya sebagai media untuk mempromosikan program-program yang terdapat pada televisi,

²² Agus Sudibyo, *Ekonomi Politik Media Penyiaran* (Yogyakarta: LKiS, 2004), hlm. 279.

²³ Anton Mabururi, *Manajemen Produksi Program Acara TV: Format Acara Non-Drama, News, dan Sport* (Jakarta: PT Grasindo, 2013), hlm. 4.

²⁴ Morrisson, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2008), hlm. 12.

dengan tetap melakukan siaran utamanya melalui kotak televisi. Namun tak jarang yang menggunakan media *online* seperti *youtube*, untuk melakukan siarannya baik secara langsung (*on air*) ataupun tidak (*off air*), dengan anggapan karena lebih mudah diakses oleh siapa saja, kapan saja dan dimana saja.

b. Program Acara

Secara umum program acara atau program siaran televisi terbagi menjadi dua bagian, yaitu program hiburan populer disebut program *entertainment* dan informasi disebut juga program berita (*news*). Program informasi yaitu program yang sangat terikat dengan nilai aktualitas dan faktualitasnya, pendekatan produksinya menekankan pada kaidah jurnalistik. Adapun program hiburan yaitu program yang berorientasi memberikan hiburan kepada penonton. Dimana nilai jurnalistik hanya sebagai pendukung.²⁵

Ada beberapa program yang berdiri pada dua jenis karakteristik, program tersebut tergolong sebagai jenis program informasi sekaligus program hiburan. Misalnya program *talk show* dan program *variety show*, dimana konsepnya dapat nilai hiburan yang artistik, juga memiliki informasi sebagai penunjang program.

Demikian juga sebaliknya, suatu program informasi dapat didukung dengan unsur-unsur hiburan yang artistik, dengan tujuan

²⁵ Rusman Latief dan Yusiatie Utud, *Siaran Televisi Nondrama: Kreatif, Produktif, Public Relation dan Iklan* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), hlm. 5.

program dapat memberikan nilai tambah agar enak ditonton. Pada praktiknya program jenis hiburan dan informasi mempunyai pembagian yang lebih kompleks. Program hiburan dibagi ke dalam dua format, yaitu nondrama dan drama.

Program nondrama adalah format program yang sangat fleksibel, karena terdiri dari unsur drama dan jurnalistik yang dikombinasikan menjadi satu program. Sering dilakukan eksperimen suatu program dengan memasukan unsur dan nilai jurnalistik serta drama sebagai pendukungnya. Hal ini diperlukan kemampuan kreativitas untuk memasukan unsur-unsur itu. Meskipun unsur jurnalistik dan drama hanya sebagai pendukung, namun kadang unsur-unsur itu yang menjadi daya tarik tersendiri pada suatu program nondrama.²⁶ Program acara yang termasuk kedalam format nondrama yaitu program *musik, permainan, reality show, pertunjukan, lawak, variety show, repackaging, dan talk show*.

Selanjutnya adalah program acara dengan format drama. Kata drama sendiri menurut *Kamus Besar Bahasa Indonesia*²⁷ diartikan sebagai cerita atau kisah, terutama yang melibatkan konflik atau emosi yang khusus disusun untuk pertunjukan teater. Dalam perkembangan peradaban manusia drama pun berkembang tidak hanya dipentaskan di atas panggung, tetapi diproduksi dalam bentuk layar lebar, dan siaran televisi. Berfungsi tidak hanya sebagai media

²⁶ *Ibid.*, hlm. 7.

²⁷ *Ibid.*, hlm. 27.

hiburan, tetapi juga sebagai penambah ilmu pengetahuan. Program acara yang termasuk kedalam format ini adalah *sinetron* (*sinema elektronik*), *film*, dan *kartun*.

Pada jenis program informasi juga dibagi kedalam dua format acara, yakni *hard news* dan *soft news*. Kedua jenis format program ini memiliki karakteristik berbeda satu sama lain. Format *hard news* adalah segala informasi penting dan menarik yang harus segera disiarkan oleh media penyiaran, karena sifatnya terikat waktu (*time content*) agar diketahui oleh pemirsa.²⁸ *Hard news* dibagi kedalam tiga kelompok, yaitu *straight news*, *on the spot reporting* dan *interview on air*.

Adapun format *soft news* atau berita lunak adalah segala informasi penting dan menarik yang disampaikan secara mendalam (*in-depth*), namun tidak bersifat harus segera tayang (*timeless*).²⁹ Format program *soft news* tetap memakai kaidah jurnalistiknya dalam penggalian materi beritanya namun dalam penyampaian lebih santai, dan tidak terlalu kaku (*formal*). Program yang termasuk kedalam kelompok format *soft news* adalah *current affair*, *magazine*, *infotainment*, *feature*, *dokumenter*, dan *sport*.

Dalam penelitian ini program yang dianalisis merupakan program acara berbentuk *talk show* dan termasuk kedalam kategori program hiburan nondrama. Program acara *talk show* adalah program diskusi

²⁸ *Ibid.*, hlm. 33

²⁹ *Ibid.*, hlm. 38

atau panel diskusi yang diikuti oleh lebih dari satu pembicara atau narasumber untuk membicarakan suatu topik. Daya tarik program ini terletak pada topik masalah yang dibicarakan. Selain permasalahannya yang menarik, juga harus menghadirkan *public figure* yaitu tokoh yang dianggap paling ahli menguasai permasalahan yang dibahas, atau tokoh kontroversi, kritis, dan vokal. Acara juga dipandu oleh presenter yang piawai mengatur ritme pembicaraan, diselingi *joke* (candaan) yang berhubungan dengan permasalahan yang dibahas.³⁰

3. Teori Tanggung Jawab Sosial

Teori ini berkembang di Amerika Serikat pada abad 20 setelah dipengaruhi adanya artikel WE Hocking, para pelaksana media, kode-kode etik media dan Komisi Kebebasan Pers. Pada teori tanggung jawab sosial, campur tangan serius terhadap hak-hak individu yang dilindungi oleh undang-undang dan terhadap kepentingan strategis masyarakat, dianggap terlarang dan media massa harus menjauhinya.³¹

Teori tanggung jawab sosial sering dianggap sebagai suatu bentuk revisi terhadap teori-teori sebelumnya yang menganggap bahwa tanggung jawab media terhadap masyarakat sangat kurang. Dasar

³⁰ *Ibid.*, hlm. 25.

³¹ Haris Sumadiria, *Sosiologi Komunikasi Massa*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2014), hlm. 75.

pemikiran teori ini adalah kebebasan media harus disertai tanggung jawab kepada masyarakat.³²

Peterson menyatakan teori tanggung jawab sosial tidak puas terhadap interpretasi para pemilik dan pelaksana media tentang fungsi media, serta cara media melaksanakan fungsi media. Teori ini menyatakan selama ini media tidak menjalankan fungsi media secara sempurna.

Perbedaan utama teori pers tanggung jawab sosial dengan teori lainnya adalah media harus menerima tanggung jawabnya terhadap masyarakat. Media memiliki tanggung jawab sosial, tanggung jawab moral dan tak memiliki kebebasan mutlak. Setiap kebebasan yang digunakan oleh media pada akhirnya harus dikembalikan dan harus bisa diterima oleh masyarakat.

Secara sosiologis, media merupakan bagian dari institusi sosial yang ada dengan tugas-tugas dan peran yang spesifik. Ia senantiasa melakukan interaksi sosial. Ada proses saling mempengaruhi secara timbal balik. Dengan demikian, tidak bisa, tidak boleh, dan tidak selayaknya media keluar dari nilai-nilai serta kepentingan sosial masyarakat.³³

³² *Ibid.*, hlm. 77.

³³ *Ibid.*,

4. Etika Penyiaran

a. Etika Dakwah

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (1990: 273), kata etika memiliki arti: (1) ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk serta tentang hak dan kewajiban moral; (2) kumpulan asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak; (3) nilai mengenai benar dan salah yang dianut suatu golongan atau masyarakat.³⁴

Menurut Achmad Charis Zubair (1987: 13), istilah etika sering diidentikan dengan *susila* (Sansekerta). *Su* yang berarti lebih baik dan *Sila* yang berarti atau lebih menunjuk kepada dasar-dasar, prinsip, serta aturan hidup. Jadi *susila* memiliki arti prinsip, dasar, atau aturan hidup yang lebih baik.³⁵

Berdasarkan penjelasan etimologi tersebut, etika berarti nilai-nilai kebaikan yang tumbuh selama kehidupan manusia. Nilai-nilai tersebut sengaja diciptakan sebagai kebutuhan yang harus dipenuhi dalam konteks kehidupan bermasyarakat. Nilai-nilai tersebut dipelihara dan diwariskan secara turun-temurun guna menjamin kebahagiaan serta kesejahteraan. Nilai-nilai tersebut menjadi norma dan aturan yang harus dipatuhi. Pelanggaran terhadap aturan tersebut berdampak pada munculnya sanksi yang akan diterima.³⁶

Etika juga dikenal dengan akhlak. Kajian akhlak dalam konteks pembahasan etika dakwah, akan memfokuskan pada beberapa aspek

³⁴ Hajir Tajiri, *Etika dan Estetika Dakwah*, hlm. 13.

³⁵ *Ibid.*, hlm. 12.

³⁶ *Ibid.*, hlm. 13.

perbuatan pada seluruh kehidupan dai. Akhlak, penampilan, kepribadian dan profesionalisme menopang kualitas dakwah yang akan atau sedang dilakukannya, dan menjadi ciri dari seorang dai. Salah satu pendapat mengenai akhlak menyebutkan bahwa tolak ukur baik buruknya perilaku akhlak ditentukan oleh sejauh mana perilaku tersebut memiliki kesesuaian dengan ajaran Islam.³⁷

Dakwah sebagai profesi mensyaratkan para pelakunya untuk memiliki kelengkapan sebagaimana mestinya sebuah profesi, seperti adanya organisasi, pendidikan keahlian, dan salah satunya kode etik. Bagi para juru dakwah, pengertian kode etik dakwah berarti rambu-rambu etis juru dakwah agar dakwah yang dilakukannya benar-benar efektif dan menimbulkan pencitraan yang positif dari khalayak mad'u yang didakwahnya.³⁸

Dakwah dalam penyiaran Islam mempunyai kode etik yang berkaitan dengan jenis keahlian tabligh dengan berbagai sarana seperti media mimbar, tulisan, radio maupun televisi. Adapaun rumusan kode etik dakwah dalam penyiaran Islam menurut Hajir Tajiri (2015, 81) adalah sebagai berikut:

- 1) Penyiaran Islam hendaknya tidak dilakukan terhadap mereka yang sudah beragama.
- 2) Hendaknya tidak memaksakan keyakinan.

³⁷ *Ibid.*, hlm. 43-44.

³⁸ *Ibid.*, hlm. 77.

- 3) Tidak mencela, mencerca, menyinggung, apalagi menghina keyakinan orang lain.
- 4) Disampaikan dengan penuh kelembutan dan menjunjung tinggi kearifan.
- 5) Tidak melakukan provokasi maupun fitnah.
- 6) Tidak menghina atau merendahkan kelompok yang ada di masyarakat.
- 7) Sopan dan memenuhi ketentuan syariat dalam berbusana/berpenampilan
- 8) Tidak memungut imbalan walaupun tidak disalahkan jika menerima pemberian.
- 9) Tidak dibenarkan mematok harga jasa dakwah secara berlebihan, atau kecuali dalam batas-batas yang wajar dan tidak memberatkan masyarakat.
- 10) Memiliki kepekaan terhadap kemajemukan.

Rumusan kode etik dakwah dalam penyiaran yang disebutkan diatas masih bersifat umum dan tidak dapat dijadikan landasan formal kode etik profesi dakwah namun dapat dijadikan pedoman pribadi bagi masing-masing diri juru dakwah. Peraturan atau kode etik terkait aktivitas penyiaran, baik penyiaran keagamaan maupun secara umum, di Indonesia masih menggunakan P3SPS sebagai landasannya.

b. Regulasi Penyiaran

Definisi tentang Penyiaran sendiri sudah dituangkan dalam Undang-Undang No. 32 Tahun 2002, pasal 1 butir 2 Ketentuan Umum yaitu:

“Penyiaran adalah kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran dan/atau sarana transmisi di darat, di laut atau di antariksa dengan menggunakan spektrum frekuensi radio melalui udara, kabel, dan/atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran.”

Dalam definisi tersebut terkandung pembatasan bahwa kegiatan pemancarluasan siaran telah memanfaatkan ruang public. Sehingga peranan regulasi disini diperlukan karena proses penyiaran telah menggunakan ruang public bersama-sama dengan pelaku penyiaran yang lain, serta penyiaran tersebut sampai kepada khalayak ramai.³⁹

Pada UU tersebut, sebuah lembaga yang disebut Komisi Penyiaran Indonesia dibentuk untuk mengawasi seluruh aktivitas lembaga penyiaran yang menyiarkan untuk program televisi dan program iklan, baik itu stasiun televisi publik, swasta, berlangganan, asing, maupun komunitas serta stasiun penyiaran radio.⁴⁰ Komisi Penyiaran Indonesia melahirkan peraturan tentang Pedoman Perilaku Penyiaran (P3) dan Standar Program Siaran (SPS). Adapun SPS merupakan penjabaran teknis tentang batasan yang boleh dan tidak boleh ditayangkan pada suatu program siaran.

³⁹ Hidajanto Djamal dan Andi Fachruddin, *Dasar-dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi, Operasional, dan Regulasi* (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2011), hlm. 237.

⁴⁰ Rusman Latief, *Siaran Televisi Nondrama*, hlm. 45.

Regulasi penyiaran pada televisi masih menggunakan P3SPS sebagai pedoman untuk semua jenis program tayangan. Untuk jenis tayangan yang berisikan materi agama, Kementerian Agama telah mengeluarkan Surat Keputusan (SK) No. 70 Tahun 1978 tentang pedoman penyiaran agama, namun peraturan tersebut tidak spesifik dan belum mengalami pembaharuan. Sehingga penyiaran agama atau kegiatan dakwah pada televisi masih menjadi ruang lingkup objek pengawasan Komisi Penyiaran Indonesia.

Dengan demikian penelitian ini menggunakan P3SPS untuk menganalisis etika dakwah pada pesan Umi Yuyun pada tayangan Rumah Uya edisi Ramadhan pasca teguran. Pasal yang diambil sebagai indikator, dipilih berdasarkan kesesuaiannya dengan *Kode Etik Dakwah dalam Penyiaran Islam* menurut Hajir Tajiri⁴¹.

c. Kode Etik Penyiaran

Kode etik merupakan salah satu kelengkapan yang mesti ada dalam dunia profesi. Tampaknya ragu jika mengatakan bahwa sebuah pekerjaan dinamakan profesi, tetapi tidak memiliki kode etik sebagai rambu-rambu yang mengaturnya.⁴² M. Munir (2006) menyebutkan kode etik adalah sebuah istilah yang lazimnya merujuk pada aturan-aturan atau prinsip-prinsip yang merumuskan perlakuan benar dan

⁴¹ Hajir Tajiri, "Kode Etik Dakwah dalam Penyiaran Islam", dalam *Etika dan Estetika Dakwah: Perspektif Teologis, Filosofis, dan Praktis* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), hlm. 81.

⁴² Hidajanto Djamal, *Dasar-dasar Penyiaran*, hlm. 75.

salah, atau dengan kata lain merupakan kumpulan kewajiban yang mengikat para pelaku profesi dalam menjalankan tugasnya.⁴³

Dalam dunia penyiaran terdapat kode etik yang mengatur aktivitas penyiaran yaitu Pedoman Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS). Pedoman Perilaku Penyiaran (P3) adalah ketentuan-ketentuan bagi lembaga penyiaran yang ditetapkan oleh Komisi Penyiaran Indonesia sebagai panduan tentang batasan perilaku penyelenggaraan penyiaran dan pengawasan penyiaran nasional.⁴⁴ Sedangkan Standar Program Siaran (SPS) adalah standar isi siaran yang berisi tentang batasan-batasan, pelanggaran, kewajiban, dan pengaturan peyiaran, serta sanksi berdasarkan Pedoman Perilaku Penyiaran yang ditetapkan oleh Komisi Penyiaran Indonesia.⁴⁵

Terdapat poin-poin terkait tema isi siaran yang dirangkum pada masing-masing pasal kelima dalam P3 dan SPS. Namun berkaitan dengan hal tersebut, poin-poin tema isi siaran yang akan diambil penulis hanya pada tema yang mempunyai keterkaitannya dengan Kode Etik Dakwah yang sudah disebutkan diatas pada poin (a.). Adapun pasal P3 dan SPS berdasarkan tema yang diambil terangkum dalam tabel berikut:

⁴³ *Ibid.*, hlm. 77.

⁴⁴ Peraturan Komisi Penyiaran Indonesia Nomor 01/P/KPI/03/2012 tentang Pedoman Perilaku Penyiaran, pasal 1 ayat (1).

⁴⁵ Peraturan Komisi Penyiaran Indonesia Nomor 02/P/KPI/03/2012 tentang Standar Program Siaran, pasal 1 ayat (1).

Tabel 1.1 Pasal-pasal P3SPS yang digunakan

No.	Pedoman Perilaku Penyiaran (P3)	Standar Program Siaran (SPS)
1.	BAB IV PENGHORMATAN TERHADAP NILAI-NILAI KESUKUAN, AGAMA, RAS, DAN ANTARGOLONGAN Pasal 6 Lembaga penyiaran wajib menghormati perbedaan suku, agama, ras, dan antargolongan yang mencakup keberagaman budaya, usia, gender, dan/atau kehidupan sosial ekonomi. Pasal 7 Lembaga penyiaran tidak boleh menyajikan program yang merendahkan, mempertentangkan dan/atau melecehkan suku, agama, ras, dan antargolongan yang mencakup keberagaman budaya, usia, gender, dan/atau kehidupan sosial ekonomi. Pasal 8 Lembaga penyiaran dalam memproduksi dan/atau menyiarkan sebuah program siaran yang berisi tentang keunikan suatu budaya dan/atau kehidupan sosial masyarakat tertentu wajib mempertimbangkan kemungkinan munculnya ketidaknyamanan khalayak atas program siaran tersebut.	BAB IV PENGHORMATAN TERHADAP NILAI-NILAI KESUKUAN, AGAMA, RAS, DAN ANTARGOLONGAN Pasal 6 (1) Program siaran wajib menghormati perbedaan suku, agama, ras, dan antargolongan yang mencakup keberagaman budaya, usia, gender, dan/atau kehidupan sosial ekonomi. (2) Program siaran dilarang merendahkan dan/atau melecehkan: a. suku, agama, ras, dan/atau antargolongan; dan/atau b. individu atau kelompok karena perbedaan suku, agama, ras, antargolongan, usia, budaya, dan/atau kehidupan sosial ekonomi. Pasal 7 Materi agama pada program siaran wajib memenuhi ketentuan sebagai berikut: a. tidak berisi serangan, penghinaan dan/atau pelecehan terhadap pandangan dan keyakinan antar atau dalam agama tertentu serta menghargai etika hubungan antarumat beragama; b. menyajikan muatan yang berisi perbedaan pandangan/paham dalam agama tertentu secara berhati-hati,

		berimbang, tidak berpihak, dengan narasumber yang berkompeten, dan dapat dipertanggungjawabkan. c. tidak menyajikan perbandingan antaragama; dan d. tidak menyajikan alasan perpindahan agama seseorang atau sekelompok orang. Pasal 8 Program siaran tentang keunikan suatu budaya dan/atau kehidupan sosial masyarakat tertentu dengan muatan yang dapat menimbulkan ketidaknyamanan khalayak wajib disiarkan dengan gambar <i>longshot</i> atau disamarkan dan/atau tidak dinarasikan secara detail.
2.	BAB V PENGHORMATAN TERHADAP NILAI DAN NORMA KESOPANAN DAN KESUSILAAN Pasal 9 Lembaga penyiaran wajib menghormati nilai dan norma kesopanan dan kesusilaan yang berlaku dalam masyarakat.	BAB V PENGHORMATAN TERHADAP NORMA KESOPANAN DAN KESUSILAAN Pasal 9 (1) Program siaran wajib memperhatikan norma kesopanan dan kesusilaan yang dijunjung oleh keberagaman khalayak baik terkait agama, suku, budaya, usia, dan/atau latar belakang ekonomi. (2) Program siaran wajib berhati-hati agar tidak merugikan dan menimbulkan dampak negatif terhadap keberagaman norma kesopanan dan kesusilaan yang dianut oleh masyarakat.

3.	BAB VI PENGHORMATAN TERHADAP ETIKA PROFESI Pasal 10 (1) Lembaga penyiaran wajib memperhatikan etika profesi yang dimiliki oleh profesi tertentu yang ditampilkan dalam isi siaran agar tidak merugikan dan menimbulkan dampak negatif di masyarakat. (2) Etika profesi sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) adalah etika profesi yang diakui dalam peraturan perundang-undangan.	BAB VI PENGHORMATAN TERHADAP ETIKA PROFESI Pasal 10 (1) Program siaran wajib menghormati etika profesi yang dimiliki oleh profesi tertentu yang ditampilkan dalam isi siaran agar tidak merugikan dan menimbulkan dampak negatif di masyarakat. (2) Etika profesi sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) adalah etika profesi yang diakui dalam peraturan perundang-undangan.
4.	BAB VII PERLINDUNGAN KEPENTINGAN PUBLIK Pasal 11 (1) Lembaga penyiaran wajib memperhatikan kemanfaatan dan perlindungan untuk kepentingan publik. (2) Lembaga penyiaran wajib menjaga independensi dan netralitas isi siaran dalam setiap program siaran.	BAB VII PERLINDUNGAN KEPENTINGAN PUBLIK Pasal 11 (1) Program siaran wajib dimanfaatkan untuk kepentingan publik dan tidak untuk kepentingan kelompok tertentu. (2) Program siaran dilarang dimanfaatkan untuk kepentingan pribadi pemilik lembaga penyiaran bersangkutan dan/atau kelompoknya. (3) Program siaran yang berisi tentang kesehatan masyarakat dilarang menampilkan penyedia jasa pelayanan kesehatan masyarakat yang tidak memiliki izin dari lembaga yang berwenang.
5.	BAB IX PENGHORMATAN TERHADAP	BAB IX PENGHORMATAN TERHADAP

	HAK PRIVASI Pasal 13 Lembaga penyiaran wajib menghormati hak privasi seseorang dalam memproduksi dan/atau menyiarkan suatu program siaran, baik siaran langsung maupun siaran tidak langsung.	HAK PRIVASI Pasal 13 (1) Program siaran wajib menghormati hak privasi dalam kehidupan pribadi objek isi siaran. (2) Program siaran tentang permasalahan kehidupan pribadi tidak boleh menjadi materi yang ditampilkan dan/atau disajikan dalam seluruh isi mata acara, kecuali demi kepentingan publik. (3) Kepentingan publik sebagaimana dimaksud pada ayat (2) di atas terkait dengan penggunaan anggaran negara, keamanan negara, dan/atau permasalahan hukum pidana. Pasal 14 Masalah kehidupan pribadi sebagaimana dimaksud pada Pasal 13 dapat disiarkan dengan ketentuan sebagai berikut: a. tidak berniat merusak reputasi objek yang disiarkan; b. tidak memperburuk keadaan objek yang disiarkan; c. tidak mendorong berbagai pihak yang terlibat dalam konflik mengungkapkan secara terperinci aib dan/atau kerahasiaan masing-masing pihak yang berkonflik; d. tidak menimbulkan dampak buruk terhadap keluarga, terutama bagi anak-anak dan remaja;
--	--	---

		e. tidak dilakukan tanpa dasar fakta dan data yang akurat; f. menyatakan secara eksplisit jika bersifat rekayasa, reka-ulang atau diperankan oleh orang lain; g. tidak menjadikan kehidupan pribadi objek yang disiarkan sebagai bahan tertawaan dan/atau bahan cercaan; dan h. tidak boleh menghakimi objek yang disiarkan.
6.	BAB XI PERLINDUNGAN KEPADA ORANG DAN KELOMPOK MASYARAKAT TERTENTU Pasal 15 (1) Lembaga penyiaran wajib memperhatikan dan melindungi hak dan kepentingan: a. orang dan/atau kelompok pekerja yang dianggap marginal; b. orang dan/atau kelompok dengan orientasi seks dan identitas gender tertentu; c. orang dan/atau kelompok dengan kondisi fisik tertentu; d. orang dan/atau kelompok yang memiliki cacat fisik dan/atau mental; e. orang dan/atau kelompok pengidap penyakit tertentu; dan/atau f. orang dengan masalah kejiwaan. (2) Lembaga Penyiaran tidak boleh menyajikan program yang	BAB XI PERLINDUNGAN KEPADA ORANG DAN MASYARAKAT TERTENTU Pasal 17 (1) Program siaran dilarang menampilkan muatan yang melecehkan orang dan/atau kelompok masyarakat tertentu. (2) Orang dan/atau kelompok masyarakat tertentu sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) antara lain, tetapi tidak terbatas: a. pekerja tertentu, seperti: pekerja rumah tangga, hansip, pesuruh kantor, pedagang kaki lima, satpam; b. orang dengan orientasi seks dan identitas gender tertentu; c. lanjut usia, janda, duda; d. orang dengan kondisi fisik tertentu, seperti: gemuk, ceking, cebol, bibir sumbing, hidung pesek, memiliki gigi tonggos, mata juling;

	menertawakan, merendahkan, dan/atau menghina orang dan/atau kelompok masyarakat sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1).	e. tunanetra, tunarungu, tunawicara, tunadaksa, tunagrahita, autisme; f. pengidap penyakit tertentu, seperti: HIV/AIDS, kusta, epilepsi, alzheimer, latah; dan/atau g. orang dengan masalah kejiwaan.
7.	BAB XIII PROGRAM SIARAN BERMUATAN KEKERASAN Pasal 17 Lembaga penyiaran wajib tunduk pada ketentuan pelarangan dan/atau pembatasan program siaran bermuatan kekerasan.	BAB XIII PELARANGAN DAN PEMBATAHAN KEKERASAN Bagian Pertama Pelarangan Adegan Kekerasan Pasal 23 Program siaran yang memuat adegan kekerasan dilarang: a. menampilkan secara detail peristiwa kekerasan, seperti: tawuran, pengeroyokan, penyiksaan, perang, penusukan, penyembelihan, mutilasi, terorisme, pengrusakan barang-barang secara kasar atau ganas, pembacokan, penembakan, dan/atau bunuh diri; b. menampilkan manusia atau bagian tubuh yang berdarah-darah, terpotong-potong dan/atau kondisi yang mengenaskan akibat dari peristiwa kekerasan; c. menampilkan peristiwa dan tindakan sadis terhadap manusia; d. menampilkan peristiwa dan tindakan sadis terhadap hewan; dan/atau e. menampilkan adegan memakan hewan dengan cara yang tidak lazim. Bagian Kedua

	Ungkapan Kasar dan Makian Pasal 24 (1) Program siaran dilarang menampilkan ungkapan kasar dan makian, baik secara verbal maupun nonverbal, yang mempunyai kecenderungan menghina atau merendahkan martabat manusia, memiliki makna jorok/ mesum/cabul/vulgar, dan/atau menghina agama dan Tuhan. (2) Kata-kata kasar dan makian sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) di atas mencakup kata-kata dalam bahasa Indonesia, bahasa daerah, dan bahasa asing. Bagian Ketiga Pembatasan Program Bermuatan Kekerasan Pasal 25 Promo program siaran yang mengandung muatan adegan kekerasan dibatasi hanya boleh disiarkan pada klasifikasi D, pukul 22.00-03.00 waktu setempat.
--	--

(Sumber: Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran)

F. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Penjelasan tentang sistematika penulisan ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran umum rencana susunan bab yang akan diuraikan

dalam skripsi ini, adapun sistematika terdiri dari 5 bab dengan uraian sebagai berikut:

Bab I, berisi latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian pustaka, landasan teori, serta sistematika penulisan. Bab ini bertujuan untuk memberikan gambaran awal kepada pembaca mengenai rangkaian penelitian yang digunakan oleh peneliti serta gambaran urgensinya.

Bab II, berisi penjelasan mengenai metode penelitian yang terdiri dari jenis penelitian, definisi konseptual dan operasional, populasi dan sampel, metode dan instrumen pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas instrumen, dan metode analisis data.

Bab III, berisi tinjauan umum objek dan subjek yang diteliti berupa gambaran program *talkshow* Rumah Uya Trans7, Ramadhan di Rumah Uya, dan profil Ustadzah Ummi Qurrota A'yun.

Bab IV berisi pembahasan hasil penelitian meliputi hasil uji reliabilitas, serta pembahasan dari analisis data yang diteliti.

Bab V, merupakan bab penutup yang akan memaparkan kesimpulan-kesimpulan dari hasil penelitian, sebagai jawaban dari permasalahan yang telah ditulis pada bagian awal penelitian ini, serta saran-saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang dijabarkan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Pesan dakwah Umi Yuyun dalam program Rumah Uya edisi Ramadhan 2018 pasca teguran Komisi Penyiaran Indonesia dan Majelis Ulama Indonesia, apabila ditinjau dari kode etik penyiaran, sebagian besar masih melanggar kategori kode etik penyiaran yang digunakan. Indikator yang tidak ditemukan pelanggaran adalah indikator tidak melecehkan atau merendahkan SARA, karena tidak terdapat tamu yang persoalannya berkaitan dengan suku, agama, ras dan antar golongan. Sedangkan kategori pelanggaran paling banyak ditemukan karena kurang adanya kontrol emosi yang dilakukan Umi seperti larut dalam gaya menuduh, meghakimi atau menghina, adalah indikator norma kesopanan dan kesusilaan, menghormati hak privasi, tidak melecehkan orang atau kelompok tertentu serta tidak menampilkan ungkapan kasar atau makian. Indikator lainnya seperti indikator muatan yang berisi perbedaan pandangan agama disajikan berimbang, indikator menghormati etika profesi dan indikator memperhatikan kepentingan publik ditemukan pelanggaran karena pemilihan humor yang dilakukan Umi Yuyun sering kali kurang tepat.

2. Pesan dakwah yang disampaikan Umi Yuyun dalam 27 segmen yang dianalisis dari program Rumah Uya edisi Ramadhan 2018 pasca teguran Komisi Penyiaran Indonesia dan Majelis Ulama Indonesia sebagian besar belum menerapkan indikator-indikator dalam kode etik penyiaran secara keseluruhan. Sesuai teori tanggung jawab sosial, bahwa media memiliki tanggung jawab pada kepentingan sosial maka media wajib agar mengikuti peraturan yang berlaku. Dari 8 indikator, 7 diantaranya belum diterapkan oleh Umi Yuyun dalam pesan dakwahnya. Ditemukannya pelanggaran yang lebih banyak dari yang tidak dilanggar menunjukkan bahwa Umi Yuyun belum menerapkan kode etik penyiaran sepenuhnya.

B. PESAN DAN SARAN

1. Bagi lembaga penyiaran diharapkan mampu mematuhi setiap aturan yang telah dibuat dan melakukan siaran dengan lebih memperhatikan fungsi-fungsi media massa sebagaimana mestinya. Media massa sebaiknya mengutamakan kepentingan publik bukan hanya kepentingan pribadi atau golongan.
2. Bagi aktivis dakwah, saat melakukan kegiatannya sebaiknya didasari dengan etika dakwah yang baik. Sebelum terjun ke masyarakat, alangkah baiknya selain mempelajari keilmuan agama sebagai materi dakwah juga membekali diri dengan ilmu-ilmu etika agar tujuan dari dakwah itu sendiri dapat tersampaikan sebagaimana mestinya.

3. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan kode etik penyiaran, pesan media televisi, serta analisis isi dengan pendekatan kuantitatif. Pengembangan penelitian dapat dilakukan dengan menggunakan media massa, objek penelitian atau teori yang berbeda. Penggunaan metode analisis isi secara kuantitatif lebih sering digunakan untuk menganalisis berita media cetak dengan teori jurnalistik, oleh sebab itu penelitian selanjutnya bisa mencoba menggunakan media dan teori-teori lain.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Djamal, Hidajanto dan Andi Fachruddin, *Dasar-dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi, Operasional, dan Regulasi*, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2011.
- Effendy, Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013.
- Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial lainnya*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011.
- Ilaihi, Wahyudi, *Komunikasi Dakwah*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013.
- Latief, Rusman dan Yusiatie Utud, *Siaran Televisi Nondrama: Kreatif, Produktif, Public Relation dan Iklan*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2015.
- Mabruri, Anton, *Manajemen Produksi Program Acara TV: Format Acara Non-Drama, News, dan Sport*, Jakarta: PT Grasindo, 2013.
- Martono, Nanang, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, Jakarta: Rajawali Pers, 2016.
- Morrison, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2008.
- Munawir, Ahmad Warson, *Kamus Al-Munawwir*, Surabaya: Pustaka Progresif, 1997.
- Saerozi, *Ilmu Dakwah*, Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2013.
- Saputra, Wahidin, *Pengantar Ilmu Dakwah*, Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2012.
- Sudibyo, Agus, *Ekonomi Politik Media Penyiaran*, Yogyakarta: LKiS, 2004.
- Sumadiria, Haris, *Hukum dan Etika Media Massa: Panduan Pers, Penyiaran, dan Media Siber*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016.
- Sumadiria, Haris, *Sosiologi Komunikasi Massa*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2014.

Tajiri, Hajir, *Etika dan Estetika Dakwah: Perspektif Teologis, Filosofis, dan Praktis*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015.

Penelitian Terdahulu

Angelicha Adonia Sambuaga, *Pelanggaran Kode Etik Jurnalis Televisi Indonesia dalam Program Patroli Indosiar: sebuah Analisis Isi Kuantitatif*, Skripsi, Tangerang: Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara, 2016.

Ikbal Rachmat, “Analisa Penerapan Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran: Studi Kasus Perspektif antara KPI dan ANTV pada program acara Pesbukers, Eps. 20, 22, 23, 24, 25 Juli 2013”, *Jurnal Komunikologi*, vol. 12: 1, Maret, 2015.

Khairun Muthmainnah, *Analisis Isi Pesan Dakwah dalam Fan Page Asma Nadia: Analisis Isi Pesan Dakwah bulan Ramadhan 1436 H/ 2015 M*, Skripsi, Yogyakarta: Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Sunan Kalijaga, 2015.

Maulida Hazana, “Kontruksi Relasi Laki-laki dan Perempuan dalam Program Talkshow Rumah Uya di Trans7”, Skripsi, Yogyakarta: Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2017.

Reyhan Octaviandri, “Pengaruh Tayangan program *talkshow* Rumah Uya di Trans7 terhadap perilaku antisosial remaja di kota Pekanbaru”, *JOM FISIP*, vol. 5:2, Juli-Desember, 2018.

Undang-Undang

Peraturan Komisi Penyiaran Indonesia Nomor 01/P/KPI/03/2012 tentang Pedoman Perilaku Penyiaran, pasal 1 ayat (1).

Peraturan Komisi Penyiaran Indonesia Nomor 02/P/KPI/03/2012 tentang Standar Program Siaran, pasal 1 ayat (1).

Internet

Badan Pusat Statistik, “Penduduk Menurut Wilayah dan Agama yang Dianut: Indonesia”, <https://sp2010.bps.go.id/index.php/site/tabel?tid=321>, diakses tanggal 16 Agustus 2018.

Komisi Penyiaran Indonesia, “KPI dan MUI Dorong TV Evaluasi Program Ramadhan”, <http://www.kpi.go.id/index.php/id/umum/38-dalam-negeri/34534-kpi-dan-mui-dorong-tv-evaluasi-program-ramadhan>, diakses tanggal 13 Agustus 2018, pukul 12.49.

Majelis Ulama Indonesia, “MUI-KPI Umumkan Hasil Pantauan TV Ramadhan 2018”, <https://mui.or.id/berita/mui-kpi-umumkan-hasil-pantauan-tv-ramadhan-2018/>, diakses pada tanggal 17 Oktober 2018, pukul 00.24.

Trans7, “Rumah Uya”, <https://www.trans7.co.id/programs/rumah-uya> diakses pada tanggal 27 Juli 2018, pukul 15.05.

Trans7, “Penghargaan tahun 2016 dan 2017”, <https://www.trans7.co.id/about#award>, di akses pada tanggal 27 Juli 2018, pukul 15.13.

Tribun, “Namanya disebut MUI di Acara yang Dilarang selama Ramadhan, Ini sosok Ustazah Qurrota A’yunin”, <http://lampung.tribunnews.com/2018/06/06/namanya-disebut-mui-di-acara-yang-dilarang-selama-ramadan-ini-sosok-ustazah-qurrota-ayunin?page=2>, diakses pada tanggal 2 Desember 2018, pukul 22.04.