

Strategi Komunikasi Dakwah Komisi Penyiaran Indonesia Pusat terhadap Pengawasan Program Infotainment RCTI di Televisi

Alwahid Gozali^{*}, Rodliyah Khuza'i, Malki Ahmad Natsir

Prodi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*alwahidgozali7@gmail.com, khuzairodliyah90@gmail.com, malki_tea@yahoo.com

Abstract. The phenomenon of development in broadcasting industry seems to be more advanced, creative and innovative. However the television program, that is an infotainment, becomes in the spotlight of Indonesian Broadcasting Commission (KPI), because there are still many violations that are committed by broadcasters against Law No. 32 of 2002 on Broadcasting and Broadcasting Code of Conduct and Broadcast Program Standards (P3SPS). Therefore, an infotainment program still does not meet the quality program standard set by KPI, which is 3.0. This research aims to find out the da'wah communication strategy of KPI Central towards the supervision of RCTI's infotainment program on television. This type of research uses qualitative approaches with the method of descriptive-analysis, the data collection techniques are through observation, interviews, and documentation. The theory of six da'wah communication models are based on the Qur'an, namely Qaulan Sadidan, Qaulan Balighan, Qaulan Masysuran, Qaulan Kariman, Qaulan Layyinan, Qaulan Ma'rufan. The results of this study are, by applying the da'wah communication strategy carried out by KPI on an infotainment programs, having a positive impact to be better than before even though it has not been maximized.

Keywords: *Da'wah Communication Strategy, Supervision, Infotainment Program.*

Abstrak. Fenomena perkembangan zaman dalam dunia industri penyiaran terlihat semakin maju, kreatif dan inovatif. Akan tetapi program siaran televisi yaitu infotainment menjadi sorotan bagi Komisi Penyiaran Indonesia (KPI), dikarenakan masih banyaknya pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku penyiaran terhadap peraturan UU No. 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran maupun terhadap Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS). Oleh karena itu, program infotainment masih belum memenuhi standar program berkualitas yang ditentukan oleh KPI yaitu 3.0. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi dakwah KPI Pusat terhadap pengawasan program infotainment RCTI di televisi. Jenis penelitian ini menggunakan kualitatif dengan metode deskriptif-analisis. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Menggunakan teori enam model komunikasi dakwah berdasarkan Al-Qur'an yaitu Qaulan Sadidan, Qaulan Balighan, Qaulan Masysuran, Qaulan Kariman, Qaulan Layyinan, Qaulan Ma'rufan. Hasil dari penelitian ini yaitu, dengan menerapkan strategi komunikasi dakwah yang dilakukan oleh KPI terhadap program infotainment berdampak positif menjadi lebih baik dari sebelumnya meskipun belum maksimal.

Kata Kunci: *Strategi Komunikasi Dakwah, Pengawasan, Program Infotainment.*

A. Pendahuluan

Televisi saat ini seakan-akan menjadi suatu kebutuhan yang wajib bagi masyarakat atau publik. Televisi merupakan salah satu media massa yang sering digunakan oleh masyarakat dalam menunjang kehidupan guna mendapatkan informasi dan hiburan. Ketika televisi menjadi kebutuhan yang penting bagi masyarakat, hal ini tentu dimanfaatkan oleh pihak terkait guna mendirikan lembaga penyiaran. Pengaruh televisi walaupun bersifat satu arah sangat kuat dan berpengaruh terhadap perilaku, pendapat, dan emosional *audience*. Sebetulnya, media massa televisi berfungsi sebagai pemberi informasi dan edukasi, namun apabila informasi yang disajikan bersifat negatif, maka hal tersebut berbahaya bagi *audience* dapat meniru perilaku yang sama seperti apa yang ditonton pada tayangan dalam informasi tersebut (1).

Pada mulanya, media massa dianggap sebagai media penyebar informasi dengan peminat yang lebih besar. Tingginya intensitas masyarakat dalam menonton tayangan televisi membuktikan bahwa media elektronik televisi ini sangat disukai. Namun, saat ini sering berjalannya waktu berbagai informasi yang disajikan oleh televisi terbilang acuh terhadap batasan-batasan norma dan etika (2).

Peran media massa juga tidak bisa terlepas dari fungsi media massa itu sendiri. Media massa ketika menjalankan perannya, harus memperhatikan dan mengingat fungsinya. Berdasarkan UU Nomor 40 Tahun 1999 tentang pers, media massa berfungsi untuk menginformasikan, mendidik, menghibur, dan pengawasan sosial (*social control*) pengawas perilaku publik dan penguasa. Saat ini, kualitas tayangan televisi sangat minim dikarenakan mengejar rating tanpa mempertimbangkan tayangan yang bermutu dan mendidik (3) Sebagaimana yang dijelaskan dalam Q.S Al-Hujurat ayat 6: (4)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu.*” (Q.S Al-Hujurat: 6.)

Ayat tersebut menjelaskan bahwa pentingnya memilah dan memilih informasi yang baik dan benar supaya tidak mengakibatkan perilaku negatif dan menyimpang. Misalnya tayangan televisi yang dapat berpengaruh terhadap perilaku seseorang sesuai dengan apa yang mereka tonton dan mereka dengar. Sikap tabayyun, teliti dan selalu hati-hati dalam menangkap informasi yang didapat sehingga dapat dikelola informasi mana yang haus diterima dan ditolak.

Salah satu program acara hiburan yang disukai oleh khalayak yaitu program Infotainment. Infotainment adalah program berita yang banyak ditonton masyarakat dengan rating yang cukup tinggi (5). Padahal, berdasarkan hasil indeks kualitas program siaran televisi menunjukkan bahwa program Infotainment masih di bawah standar program berkualitas yang ditetapkan KPI yaitu 3.0. Bahkan, program Infotainment selalu mendapatkan rating dengan kualitas rendah dibandingkan dengan program-program lainnya (6).

Pada tanggal 29 Oktober 2019 Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) meminta untuk adanya pembenahan terhadap kualitas Infotainment yang harus bermanfaat bagi khalayak. Hasil riset indeks kualitas program siaran televisi yang dilakukan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) sejak tahun 2015, senantiasa menempatkan program Infotainment pada peringkat rendah dengan nilai indeks yang tidak berkualitas. Sementara itu, kehadiran Infotainment saat ini di tengah masyarakat memiliki kuantitas yang cukup signifikan jika dibanding dengan program siaran yang mendapatkan nilai indeks tinggi atau berkualitas lebih baik. Sedangkan dari data sanksi sepanjang tahun 2018, program Infotainment dan *variety show* mendominasi perolehan sanksi atas pelanggaran pedoman perilaku penyiaran dan standar program siaran (P3 & SPS) (7).

Oleh karena itu, hal tersebut tidak selaras dengan aturan agama dan UU Penyiaran pasal 4 bahwa penyiaran berfungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial. Kini, tayangan televisi tidak selaras dengan fungsi dan tujuan dari penyiaran, dikarenakan secara tidak langsung pemberitaan berupa informasi, adegan atau perilaku yang ditayangkan oleh program Infotainment saat ini sangat bertentangan dengan UU Nomor 32 Tahun 2002 tentang penyiaran dan tujuan Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3 & SPS) (8).

Berdasarkan konteks permasalahan di atas, untuk mengarahkan penelitian ini, penulis membatasi dan memusatkan fokus penelitian hanya pada strategi komunikasi dakwah yang digunakan oleh Komisi Penyiaran Indonesia Pusat terhadap pengawasan program Infotainment RCTI di televisi. Adapun rumusan masalah dari penelitian ini yaitu : *Pertama*, “Bagaimana program-program infotainment RCTI Di televisi?” *Kedua*, “Bagaimana proses pengawasan Komisi Penyiaran Indonesia Pusat Terhadap program infotainment RCTI di Televisi?” *Ketiga*, “Bagaimana strategi komunikasi dakwah Komisi Penyiaran Indonesia Pusat terhadap program infotainment RCTI Di televisi?” *Keempat*, “Bagaimana manfaat dari strategi komunikasi dakwah Komisi Penyiaran Indonesia Pusat terhadap program infotainment RCTI di televisi?”. Maka, adapun tujuan dari penelitian ini akan diuraikan sebagai berikut :

1. Untuk Mengetahui Program-Program Infotainment RCTI Di Televisi.
2. Untuk Mengetahui Proses Pengawasan Komisi Penyiaran Indonesia Pusat Terhadap Program Infotainment RCTI Di Televisi.
3. Untuk Mengetahui Strategi Komunikasi Dakwah Komisi Penyiaran Indonesia Pusat Terhadap Program Infotainment RCTI Di Televisi.
4. Untuk Mengetahui Manfaat Dari Strategi Komunikasi Dakwah Komisi Penyiaran Indonesia Pusat Terhadap Program Infotainment RCTI Di Televisi.

B. Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif analisis dengan menggunakan pendekatan kualitatif (9). Penelitian ini menggunakan teori enam model komunikasi dakwah berdasarkan Al-Qur'an. Subjek yang dipilih dalam penelitian ini yaitu Tenaga ahli penjatuhan sanksi Komisi Penyiaran Indonesia Pusat yaitu Bapak Irvan Priyanto, M.H., M.Si. yang menaungi bidang pengawasan isi siaran. Objek pada penelitian ini berfokus pada strategi komunikasi dakwah Komisi Penyiaran Indonesia Pusat dan pengawasan Komisi Penyiaran Indonesia Pusat terhadap program infotainment RCTI di televisi. Pada penelitian ini menggunakan teknik pengulan data wawancara, observasi, dan dokumentasi (10). Adapun teknik analisis data yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi (11).

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Program-Program Infotainment RCTI Di Televisi

RCTI merupakan salah satu stasiun televisi nasional yang dimiliki oleh Indonesia dan salah satu stasiun televisi yang memiliki jangkauan terluas di Indonesia. Banyaknya program yang dimiliki oleh stasiun televisi RCTI ini membuat RCTI semakin bersinar di dunia penyiaran dengan memuat konten-konten yang menarik, menghibur, dan memiliki daya jual yang tinggi untuk memperoleh rating terbaik.

Program infotainment yang dimiliki oleh stasiun televisi RCTI ada tiga program yang hampir tayang setiap hari yaitu: pertama, Go Spot ditayangkan setiap hari Senin hingga Jumat pada pukul 06:00 hingga 07:30 WIB, sedangkan Sabtu dan Minggu pada pukul 05:30 hingga 06:00 WIB. Kedua, Silet ditayangkan setiap Senin hingga Jumat pada pukul 08.45 hingga 10:30 WIB. Ketiga, Trending Banget Loh ditayangkan setiap hari Sabtu dan Minggu 07:30 - 08:45 WIB (12).

Program-program infotainment RCTI sebetulnya masih terbilang rendah karena belum memenuhi indeks kualitas program siaran yang telah ditentukan oleh KPI Pusat yaitu 3.0, dikarenakan masih menayangkan masalah privasi orang lain, memuat adegan seksualitas, tidak mengindahkan hak perlindungan kepada anak di bawah umur, tidak menghormati norma agama dan norma sosial. Oleh karena itu, program infotainment RCTI belum memenuhi standar kualitas program siaran dari aturan Penyiaran sebagaimana yang telah diatur dan telah ditetapkan dalam UU. No. 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran dan tidak mengindahkan terhadap Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS) yang telah ditentukan oleh Komisi Penyiaran Indonesia. Sehingga seluruh program infotainment RCTI mendapatkan teguran berupa sanksi administrasi dari KPI, yaitu *Pertama*, program infotainment Silet mendapat sanksi administratif teguran tertulis dari KPI pada tanggal 28 November 2018, *Kedua*, program

infotainment Go Spot mendapatkan sanksi administratif teguran tertulis dari KPI pada tanggal 28 September 2020, *Ketiga*, program infotainment Trending Banget Loh mendapatkan sanksi administratif teguran tertulis dari KPI pada tanggal 22 Agustus 2022 (13).

Maka, program siaran infotainment yang ditayangkan di stasiun televisi RCTI tidak selaras dengan aturan agama dan UU Penyiaran pasal 4 tentang asas, tujuan, fungsi, dan arah, yang berbunyi bahwa penyiaran berfungsi sebagai menghibur, mendidik, dan control sosial. Kini, tayangan televisi tidak selaras dengan fungsi dan tujuan dari penyiaran. Dikarenakan secara tidak langsung pemberitaan berupa informasi, adegan atau perilaku yang ditayangkan oleh program infotainment saat ini sangat bertentangan dengan UU Nomor 32 Tahun 2002 tentang penyiaran dan tujuan Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3 & SPS) (14).

Selain itu, program infotainment dikalarang para ulama dan organisasi masyarakat (ORMAS) Islam menjadi sesuatu pembahasan yang sangat intens, dikarenakan Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Organisasi Masyarakat (Ormas) Islam menginginkan masyarakat terhindar dari hal-hal yang negatif yang keluar dari aturan ajaran Islam.

Sebagai tindaklanjut dan penegasan dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Organisasi Masyarakat (Ormas) Islam terhadap program infotainment agar menayangkan tayangan yang sesuai dengan ajaran agama Islam, memberikan informasi dan hiburan yang mengandung unsur edukasi, dan memberikan kebermanfaatn bagi masyarakat, maka MUI mengeluarkan fatwa haram infotainment, fatwa tersebut dikeluarkan dan disahkan pada rapat pleno oleh Komisi C yang membidangi fatwa dalam Musyawarah Nasional (Munas) MUI yang bertempat di Jakarta.

Sebetulnya MUI dan Ormas Islam tidak mengharamkan adanya program infotainment yang disiarkan di televisi, melainkan yang menjadi haram dari program tersebut adalah tentang adanya unsur *ghibah* yang ada di dalamnya. Dikarenakan *ghibah* atau membicarakan urusan orang lain merupakan suatu hal yang diharamkan oleh ajaran Islam. “Saya juga tidak membenarkan berita bahwa NU mengharamkan infotainment, yang benar NU mengharamkan ghibahnya.” Kata KH Said Aqil Siradj (15).

Proses Pengawasan Komisi Penyiaran Indonesia Pusat Terhadap Program Infotainment RCTI Di Televisi

Kehadiran Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) merupakan bentuk partisipasi masyarakat dalam dunia penyiaran, baik sebagai wadah untuk menyampaikan aspirasi maupun sebagai perwakilan kepentingan masyarakat. Sebagai badan hukum publik, KPI memiliki kewenangan dalam melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan peraturan, pedoman, dan standar program siaran.

Komisi Penyiaran Indonesia dalam menjalankan proses pengawasan terhadap program siaran khususnya program infotainment tentu memiliki regulasi atau aturan dan memiliki batasan-batasan dalam menayangkan program siaran yang tertuang dalam UU No. 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran maupun Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Penyiaran (P3SPS). Dimana seluruh rangkaian pengawasan yang dilakukan oleh bidang pengasawan isi siaran terhadap program siaran mengacu kepada aturan yang telah ditentukan tersebut untuk melihat kesesuaian tayangan dengan aturan KPI.

Sebagaimana dijelaskan dalam Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran Pasal 8 Ayat (3) huruf e, KPI mempunyai tugas dan kewajiban menampung, meneliti dan menindaklanjuti aduan, sanggahan, serta kritik dan apresiasi masyarakat terhadap penyelenggaraan penyiaran. Peran serta masyarakat sangat dibutuhkan dalam segi pengawasan, hal tersebut tertulis pada Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran Pasal 52 Ayat (1), bahwa setiap warga negara Indonesia memiliki hak, kewajiban, dan tanggung jawab dalam berperan serta mengembangkan penyelenggaraan penyiaran nasional, peran serta masyarakat tersebut dapat mengajukan keberatan terhadap program siaran dan/atau isi siaran yang merugikan (16).

Komisi Penyiaran Indonesia Pusat memiliki dua jenis metode pengawasan yaitu, pengawasan secara internal dan pengawasan secara eksternal, sebagai berikut:

1. Pengawasan Internal (Pengawasan Langsung)

Pengawasan Internal merupakan pengawasan secara langsung yang dilakukan oleh bidang pengawasan isi siaran Komisi Penyiaran Indonesia. Kegiatan pengawasan langsung yang dilakukan oleh KPI yaitu dilakukan secara *monitoring* selama 24 jam penuh yang dilakukan oleh tim KPI yang berjumlah 130 orang lebih yang dibagi menjadi 4 shift dan bekerja selama 6 jam. Pengawasan KPI ini berlaku untuk semua Lembaga penyiaran radio dan televisi. Kegiatan pengawasan ini sangatlah penting dan merupakan garda terdepan dalam sistem siaran, dikarenakan untuk mengetahui dan mengoreksi program siaran ataupun lembaga penyiaran yang melakukan pelanggaran.

2. Pengawasan Eksternal (Pengawasan Tidak Langsung)

Pengawasan eksternal merupakan pengawasan dari luar yaitu publik tau masyarakat. Dikarenakan masyarakat memiliki hak untuk melakukan pengawasan terhadap program siaran dan memiliki frekuensi penyiaran. Sehingga apabila masyarakat merasakan ketidaknyamanan atas program siaran yang ditayangkan, maka masyarakat diperbolehkan untuk mengadukan atau melaporkan atas temuan pelanggaran dari program siaran tersebut. Prosedur pengaduan ini bisa secara langsung datang ke kantor KPI dan bisa secara *online* melalui 11 *website* resmi KPI dan media sosial KPI lainnya seperti, *website*, Instagram, Facebook, Twitter, Whatsapp, Email, SMS, Lapor SP4N, Call Center, Surat Masuk.

Sebagaimana yang telah dijelaskan di atas mengenai proses pengawasan Komisi Penyiaran Indonesia terhadap program infotainment, maka hal tersebut telah sejalan dengan teori yang disampaikan oleh Manullang (17) yaitu, sebagai berikut:

3. Menetapkan Alat Ukur (*standard*), Komisi Penyiaran Indonesia membuat, merumuskan, dan menetapkan alat ukur terhadap pengawasan yang dapat dijadikan sebagai patokan dalam penyiaran yang dirumuskan dalam peraturan UU No 32 Tahun 2002 Tentang penyiaran dan merumuskan Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran.
4. Mengadakan Penilaian (*evaluate*), Komisi Penyiaran Indonesia melakukan penilaian yang dikemas dalam proses pengawasan terhadap program siaran atas dasar dari aturan yang telah ditetapkan. Dalam hal ini penilaian yang dilakukan menggunakan dua metode yaitu, metode pengawasan internal (pengawasan secara langsung) dan eksternal (pengawasan dari luar) dalam memantau program siaran.
5. Mengadakan Tindakan Perbaikan (*corrective action*), Komisi Penyiaran Indonesia melakukan tindakan perbaikan terhadap program siaran yang melakukan tindak pelanggaran. Tindakan perbaikan yang dilakukan oleh KPI terhadap pelanggar berupa tindakan klarifikasi, mediasi dan pembinaan.

Strategi Komunikasi Dakwah Komisi Penyiaran Indonesia Pusat Terhadap Pengawasan Program Infotainment RCTI Di Televisi

Komunikasi dakwah yang dilakukan oleh Komisi Penyiaran Indonesia yaitu dengan cara memenuhi unsur komunikasi ataupun unsur dakwah. Pada dasarnya kedua unsur tersebut sangatlah penting dan akan selalu berkaitan antara satu unsur dengan unsur yang lainnya. Komunikasi dakwah KPI Pusat terhadap pengawasan program infotainment RCTI merupakan komunikasi yang dilakukan oleh Komisi Penyiaran Indonesia pada bidang pengawasan isi siaran berupa pesan dan tindakan yang disampaikan kepada lembaga penyiaran yang melakukan pelanggaran atas program siaran yang bermasalah.

Adapun tujuan Komisi Penyiaran Indonesia menerapkan komunikasi dakwah yaitu untuk mengajak kepada seluruh lembaga penyiaran baik radio maupun lembaga penyiaran televisi agar senantiasa patuh dan taat terhadap aturan UU No. 32 Tahun 2002 dan Pedoman Perilaku Penyiaran Dan Standar Program Siaran (P3SPS) dalam menayangkan program siaran, guna meminimalisir penyimpangan isi program siaran.

Komisi Penyiaran Indonesia Pusat dalam mengimplementasikan strategi Komunikasi Dakwah terhadap pengawasan seluruh lembaga penyiaran dan program siaran khususnya program siaran infotainment terbagi menjadi beberapa kegiatan yaitu, dengan komunikasi yang

baik, forum-forum diskusi, forum pembinaan program siaran, sekolah P3SPS, kegiatan sosialisasi regulasi, survei indeks kualitas program siaran, literasi media, evaluasi dan peningkatan kapasitas SDM isi siaran.

Strategi komunikasi dakwah yang dilakukan oleh Komisi Penyiaran Indonesia Pusat terhadap pengawasan program infotainment RCTI di televisi yaitu dengan menggunakan metode dakwah *bil-haal*. Mengingat bahwa metode dakwah *bil-haal* merupakan dakwah yang dilakukan dengan cara tindakan nyata yang meliputi keteladanan dan dapat dilakukan melalui program atau kegiatan kelembagaan. Maka, metode dakwah *bil-haal* ini selaras dengan Komisi Penyiaran Indonesia Pusat yang telah melakukan tindakan nyata melalui beberapa program atau kegiatan yang dimilikinya yaitu melakukan forum-forum diskusi, forum pembinaan program siaran, Sekolah P3SPS, sosialisasi regulasi, Survei Indeks Kualitas Program Siaran, Literasi Media, Evaluasi dan Peningkatan Kapasitas SDM Isi Siaran. Selain itu, bentuk dari tindakan nyata dakwah *bil-haal* Komisi Penyiaran Indonesia dalam proses pengawasan isi siaran yaitu menindak lanjuti dan memberikan sanksi kepada pihak-pihak terkait yang menyalahi aturan UU No 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran maupun yang menyalahi aturan dari P3SPS (18).

Selain itu, Komisi Penyiaran Indonesia Pusat menerapkan teori enam model komunikasi dakwah berdasarkan Al-Qur'an dalam menjalankan strategi komunikasi dakwah terhadap pengawasan program siaran televisi dan radio (19) yaitu sebagai berikut:

1. *Qaulan Sadidan* (Perkataan Yang Benar dan Tepat)

Komisi Penyiaran Indonesia Pusat dalam menerapkan model komunikasi *Qaulan Sadidan* terhadap pengawasan program siaran yaitu dengan memberikan ucapan atau perkataan yang benar dan tepat dalam memberikan informasi kepada lembaga penyiaran dan pihak-pihak terkait sebagai sasaran dakwahnya. Hal tersebut dilakukan agar menghindari perkataan yang mengandung unsur emosional disaat memberikan informasi tentang penyiaran kepada pihak lembaga penyiaran atas pelanggaran yang telah dilakukan. *Qaulan Sadidan* sebagaimana yang dijelaskan dalam Q.S. An-Nisa:9.

2. *Qaulan Balighan* (Perkataan Yang Efektif dan Berbekas di Jiwa)

Komisi Penyiaran Indonesia Pusat dalam menerapkan model komunikasi dakwah *Qaulan Balighan* terhadap pengawasan program siaran berusaha memberikan informasi dengan perkataan yang efektif dan memberikan kesan yang berbekas dalam menyelesaikan permasalahan yang tengah dihadapi oleh lembaga penyiaran atas pelanggaran yang diperbuatnya, agar berbekas ke dalam jiwa dan tidak mengulangi kesalahan yang sama. Sebagaimana yang diungkapkan *Qaulan Baligha* disebutkan dalam Q.S. An-Nisa: 63.

3. *Qaulan Maysuran* (Perkataan yang Pantas, Sederhana, dan Mudah Dicerna Maknanya.)

Komisi Penyiaran Indonesia Pusat dalam menerapkan model komunikasi dakwah *Qaulan Maysuran* terhadap pengawasan program siaran yaitu dengan memberikan informasi melalui pembinaan, sosialisasi P3SPS selalu menggunakan kata-kata yang pantas dan mudah dicerna oleh *audience*, hal tersebut agar komunikasi berjalan selaras dan dua arah. Sehingga informasi yang disampaikan dapat dicerna dengan baik dan tanpa menimbulkan perselisihan. Dalam Al-Qur'an *qaulan maysuran* terdapat dalam Q.S. Al-Isra': 28.

4. *Qaulan Kariman*, (Perkataan yang mulia, sopan santun budi bahasanya)

Komisi Penyiaran Indonesia sebagai lembaga Negera Independen dalam menerapkan model komunikasi dakwah *Qaulan Kariman* terhadap pengawasan program siaran sangat menjunjung tinggi perkataan yang mulia dan sopan santun ketika berhadapan dengan publik serta pihak-pihak terkait yang menjadi sasaran dakwahnya, karena KPI merupakan tolak ukur bagi lembaga penyiaran dan masyarakat. Sebagaimana dalam Al-Qur'an *qaulan karima* terdapat pada Q.S. Al-Isra : 23.

5. *Qaulan Layyinan*, (Perkataan yang Lemah Lembut dan Halus)

Komisi Penyiaran Indonesia Pusat dalam menerapkan model komunikasi dakwah *Qaulan Layyinan* terhadap pengawasan program siaran dengan perkataan yang lemah lembut dalam menyampaikan informasi kepada pihak-pihak terkait yang menjadi sasaran dakwahnya, seperti dalam forum-forum diskusi, sosialisasi, pembinaan dan lain sebagainya, agar mudah diingat. Sebagaimana dalam Al-Qur'an *Qaulan layyinan* disebutkan dalam QS. Thaha: 44.

6. *Qaulan Ma'rufan*, (Perkataan Untuk Membangun Tutar Kata yang Baik, Menggunakan Bahasa yang Mudah Di Mengerti.)

Komisi Penyiaran Indonesia Pusat dalam menerapkan model komunikasi dakwah terhadap pengawasan program siaran yaitu dengan membangun tutur kata yang baik dimanapun, kapanpun, dan kepada siapapun yang menjadi sasaran dakwahnya baik dalam dalam lingkungan internal KPI maupun dalam lingkungan eksternal KPI. Sebagaimana firman Allah dalam surat Q.S. An-Nisa:5.

Tidak sampai di situ, pada hal ini pula Komisi Penyiaran Indonesia sudah memenuhi unsur dari komunikasi dan dakwah. Hal tersebut dilakukan agar proses komunikasi dakwah dapat berjalan dengan efektif dan efisien yang disesuaikan dengan situasi dan kondisi yang terjadi di lapangan. Mengingat bahwa unsur komunikasi dakwah terdiri dari enam unsur yaitu, komunikator (da'i), komunikan (mad'u), pesan (materi), media, metode, dan efek.

Dengan demikian, hal di atas telah sejalan dengan teori yang disampaikan oleh Harold D. Laswell menyebutkan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi adalah menjawab pertanyaan sebagai berikut "*Who Says What in Which Channel to Whom with What Effect*" yang berarti "Siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui apa, kepada siapa, dan apa pengaruhnya". Sehingga teori ini telah menggambarkan proses strategi komunikasi dakwah Komisi Penyiaran Indonesia Pusat terhadap pengawasan program infotainment di televisi (20).

Manfaat Dari Strategi Komunikasi Dakwah Komisi Penyiaran Indonesia Pusat Terhadap Program Infotainment RCTI Di Televisi

Manfaat yang dihasilkan dari serangkaian strategi komunikasi dakwah yang dilakukan oleh Komisi Penyiaran Indonesia Pusat terhadap pengawasan program infotainment berdampak positif dan mengalami perubahan yang signifikan menjadi lebih baik dari sebelumnya bagi lembaga penyiaran televisi maupun lembaga penyiaran radio. Hal tersebut dikarenakan konten atau isi siaran yang ditayangkan oleh program infotainment sudah mengalami transisi yang baik dalam meminimalisir hal-hal yang berbau sensitif seperti, memberikan informasi tentang privasi orang lain, menyajikan tayangan seksualitas dan hal-hal yang tidak sesuai dengan norma dan aturan penyiaran yang berlaku.

Meskipun serangkaian strategi komunikasi dakwah yang dilakukan KPI belum sepenuhnya maksimal dan sempurna, dikarenakan masih adanya pihak lembaga penyiaran yang belum paham dan memahami apa yang diinginkan oleh KPI dan masih terdapatnya lembaga penyiaran dan program siaran infotainment yang melakukan pelanggaran UU No. 32 Tentang Penyiaran dan P3SPS, termasuk program infotainment RCTI. Akan tetapi, sebagaimana rekapitulasi data penjatuhan sanksi yang telah di jelaskan sebelumnya, pada tahun 2022 tidak terdapat lembaga penyiaran dan program siaran yang mendapat sanksi pemberhentian sementara dan pengurangan durasi. Hal tersebut menandakan bahwa strategi komunikasi dakwah KPI terhadap lembaga penyiaran dan program siaran khususnya program siaran infotainment berjalan dengan baik di 2022, dikarenakan tidak terdapatnya sanksi fatal yang dikeluarkan oleh KPI.

Dengan demikian, begitupun dengan hemat penulis terhadap strategi komunikasi dakwah Komisi Penyiaran Indonesia Pusat terhadap pengawasan program infotainment RCTI di televisi saat ini membuahkan hasil yang sangat baik dan positif. Dikarenakan KPI dalam melakukan tindakan pengawasan dan dalam menjalankan tugas, wewenang serta kewajibannya telah berjalan sesuai dengan teori dan aturan yang jelas. Optimalisasi strategi komunikasi dan dakwah yang dilakukan oleh KPI merupakan suatu langkah konkret dalam memperbaiki sistem penyiaran yang lebih baik dan berkualitas.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Stasiun televisi RCTI memiliki tiga program infotainment yaitu *silet*, *go spot* dan *trending banger loh*. Namun, masing-masing dari program tersebut pernah melakukan pelanggaran aturan dari UU No. 32 Tahun 2002 Tentang penyiaran dan tidak

mengindahkan terhadap Pedoman Perilaku Penyiaran Dan Standar Program Siaran (P3SPS) yang telah ditentukan oleh KPI. Sehingga mendapatkan sanksi administrasi teguran tertulis oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Oleh karena itu, program infotainment RCTI sebetulnya belum memenuhi indeks kualitas program siaran yang telah di tentukan oleh Komisi Penyiaran Indonesia yaitu 3.0.

2. Proses pengawasan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) Pusat terhadap program siaran dibagi menjadi dua sitem pengawasan yaitu secara internal (pengawasan langsung) dan eksternal (pengawasan dari luar/pengawaduan masyarakat). Adapun pengawasan internal dilakukan langsung oleh pengurus KPI pada bidang pengawasan isi siaran selama 24 jam penuh yang dilakukan oleh 130 orang dengan sistem kerja dibagi menjadi 4 shift. Sedangkan pengawasan eksternal dilakukan oleh masyarakat melalui sistem pengaduan dan KPI memiliki saluran pengaduan sebanyak 11 saluran.
3. Strategi komunikasi dakwah yang dilakukan oleh KPI Pusat terhadap program siaran yaitu menggunakan metode dakwah *bil-hall* dengan melakukan tindakan nyata dalam mengimplementasikan strategi komunikasi dakwah terhadap program siaran. Selain itu, KPI menerapkan 6 (enam) model komunikasi dakwah yaitu *Qaulan Sadidan, Qaulan Balighan, Qaulan Masysuran, Qaulan Kariman, Qaulan Layyinan, Qaulan Ma'rufan*. Adapun teori komunikasi secara umum KPI menggunakan teori Laswell "*Who Says What in Which Channel To Whom With What Effect*".
4. Manfaat yang dihasilkan dari serangkaian strategi komunikasi dakwah yang dilakukan oleh Komisi Penyiaran Indonesia Pusat terhadap pengawasan program infotainment berdampak positif dan mengalami perubahan yang signifikan menjadi lebih baik dari sebelumnya bagi lembaga penyiaran televisi maupun lembaga penyiaran radio. Meskipun serangkaian strategi komunikasi dakwah yang dilakukan KPI belum sepenuhnya maksimal dan sempurna.

Acknowledge

Dalam penelitian ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat terutama kepada:

1. Ketua orang tua saya, Umi Ai Sumarni dan Bapak Ayi Laelana, teteh Lisa Eka Pratiwi, Kakak Ronald Gozali, dan adik Niaga Gozali, serta kepada keluarga besar.
2. Ibu Dr. Ida Afidah, Dra., M.Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah Unisba.
3. Ibu Dr. Rodliyah Khuza'i, Dra., M.Si. selaku Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Unisba sekaligus sebagai Dosen Pembimbing I, dan Bapak Malki Ahmad N., M.IRK., PH.D. selaku Dosen Pembimbing II.
4. Ketua Tenaga Ahli Penjatuhan Sanksi Bidang Pengawasan Isi Siaran KPI Pusat Bapak Irvan Priyanto, M.H., M.Si. sebagai narasumber (Wawancara).
5. Ketua dan Staf Hubungan Masyarakat (Humas) KPI Pusat Ibu Dwi dan Bapak Robi yang menjadi kunci utama dalam proses penelitian ini.
6. Seluruh Ibu dan Bapak Dosen serta Staf Program Studi Komunikadi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Unisba.
7. Agung Cahyadi Sumirat, S.H.
8. Gugun Gumilar, M.A., Ph.D.

Daftar Pustaka

- [1] Effendy, *et al.* 2006, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- [2] Siti Lofita Abdalati. 2021, "Pengawasan Komisi Penyiaran Indonesia Daeah Jawa Barat Terhadap Tayangan Sinetron Religi", *skripsi tidak diterbitkan*, Bandung: Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.
- [3] Pemerintah Pusat. *Undang-Undang No 40 Tentang Pers*. Jakarta: JDIH BPK RI.
- [4] <https://tafsirq.com/49-al-hujurat/ayat-6> Diakses pada tanggal 20 Oktober 2022.

- [5] Ristiana, Yesi. "Program Infotainmen Ditinjau Dari Etika Komunikasi Islam (Analisis terhadap Insert Siang di TRANS TV Edisi Bulan Ramadhan 1437 H)". *dalam Jurnal Islamic Comunication Journal*, No. 2, Vol. 1. Tahun 2017.
- [6] Ira, 2017, *Anugrah KPI 2017 Hapuskan kategori Infotainmen, KPI siapkan penghargaan Peduli Perempuan dan Penyandang Disabilitas*, <https://kpi.go.id/index.php/id/umum/38-dalam-negeri/34159-anugerah-kpi-2017-hapuskan-kategori-Infotainmen-kpi-siapkan-penghargaan-peduli-perempuan-dan-penyandang-disabilitas>, diakses pada tanggal 26 Maret 2023.
- [7] <https://www.kpi.go.id/index.php/id/umum/38-dalam-negeri/35387-kpi-minta-pembenahan-kualitas-Infotainmen-harus-bermanfaat-bagi-publik?detail5=5624>, Diakses pada tanggal 20 Oktober 2022.
- [8] UU Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran <https://www.kpi.go.id/download/regulasi/UU%20No.%2032%20Tahun%202002%20tentang%20Penyiaran.pdf> Diakses pada tanggal 26 Oktober 2023.
- [9] Nugrahani Dan Farida. 2014, *Metode Penelitian Kualitatif*, Solo: Cakra Books.
- [10] Yusuf, *et al.* 2014, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenamedia Group.
- [11] Milles dan Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif*, Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- [12] <https://www.rcti.tv/> Diakses pada tanggal 22 Oktober 2022.
- [13] <https://www.kpi.go.id/index.php/id/edaran-dan-sanksi>, Diakses pada tanggal 15 Juni 2023.
- [14] Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2022 Tentang Penyiaran, Pasal 4 Tentang Asas, Tujuan, Fungsi, dan Arah.
- [15] <https://www.nu.or.id/warta/mui-haramkan-infotainment-pT8YB>, Ddiakses pada tanggal 17 Juni 2023.
- [16] Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran, Pasal 8 Ayat 3 huruf e, Tentang Tugas dan Kewajiban. Dan, Pasal 52 Ayat 1 Tentang Peran Serta Masyarakat.
- [17] M. Manullang. 2018. *Dasar-Dasar Manajemen*, edisi revisi, setakan tujuh, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- [18] Asep Samsul M. Romli. 2013. *Komunikasi Dakwah, Pendekatan Praktis*. Romli, www.romeltea.com.
- [19] Andi Abdul Muis. 2001. *Komunikasi Islam*, Bandung : Remaja Rosdakarya
- [20] Onong Uchjana Effendi. 2005. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.