

PENGATURAN HUKUM TERHADAP KONTEN NEGATIF DI YOUTUBE DALAM KONTEKS UU PENYIARAN

Alisha Virny Mutiara Sandhika, Fakultas Hukum Universitas Udayana,
e-mail: alishasandhika@gmail.com
Komang Pradnyana Sudibya, Fakultas Hukum Universitas Udayana,
e-mail: pradnyana@hotmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami kaitan antara pengaturan yang ada pada kebijakan konten Youtube dengan apa yang diatur dalam Undang – Undang No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran. Adapun penelitian ini mengambil subjek Youtube yang kontennya sangat beragam dengan menggunakan pendekatan studi literatur dan metode normatif dengan cara membandingkan antara kebijakan yang dikeluarkan Youtube, moderasi konten oleh youtube, dan pengaturan definisi penyiaran yang mengacu pada UU No. 32 Tahun 2002. Penelitian ini menghasilkan temuan norma kabur karena pengertian penyiaran yang dapat didefinisikan secara luas dan secara sempit. Jika didefinisikan secara luas, maka wewenang KPI sebagai regulator penyiaran di Indonesia juga turut berwenang dalam memoderasi konten di Youtube, namun yang terjadi adalah sebaliknya. Perlu adanya revisi ataupun pengaturan yang lebih lanjut mengenai konten digital.

Kata Kunci: Youtube, Konten digital, KPI, Penyiaran.

ABSTRACT

This study aims to compare the relation between the existing regulations in Youtube content policies and regulation in Law no. 32 of 2002 concerning Broadcasting. This research takes the subject of Youtube, which content is very diverse, using a literature study approach and normative methods by comparing the policies issued by Youtube, content moderation by YouTube, and broadcasting definitions that refer to Law no. 32 of 2002. This research resulted in findings of blurred norms because the notion of broadcasting can be defined broadly and narrowly. If defined broadly, KPI's authority as a broadcasting regulator in Indonesia also has the authority to moderate content on YouTube, but what is happening is quite the opposite. There is a needs to be revise or further regulation regarding the digital content.

Key words: Youtube, Digital Content, KPI, Broadcasting.

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang Masalah

Pada awal kemunculannya, penyiaran merupakan salah satu media yang dikategorikan sebagai media konvensional dengan kualifikasi spektrum frekuensi yang dikaitkan dengan jalur udara maupun kabel seperti halnya dengan radio maupun televisi.¹ Namun, karena kecanggihan teknologi saat ini radio sebagai salah satu media penyiaran digital yang telah mengalami modernisasi dan dipergunakan dengan menyambungkan pada jaringan internet atau lazim dikenal sebagai layanan *over to the top* atau OTT. Selaras dengan informasi yang telah dirilis dalam Surat Edaran Menkominfo Nomor 3 Tahun 2016 membahas tentang pelayanan mengenai internet

¹ Sugiana, Dadang, dkk. *Komunikasi Dalam Media Digital*. (Yogyakarta, Buku Litera, 2019), 34

yang berbasis OTT ini telah diketahui sebagai media penyediaan dari seluruh bentuk informasi digital baik gambar, animasi, video, film maupun music dan tulisan hingga suara.

Selain itu, beberapa elemen tersebut juga menyediakan berbagai layanan *game* atau permainan yang dapat memberikan hiburan bagi penggunaannya. Kombinasi yang ada dalam seluruh layanan OTT tersebut dapat difasilitasi dengan adanya aliran maupun *streaming* serta unduhan atau *download* yang secara langsung maupun tidak langsung dihubungkan dengan jasa telekomunikasi yang dihubungkan dengan jaringan berbasis protocol internet secara berkala.² Pada dasarnya layanan OTT juga membuat konten siaran, sehingga layanan OTT seharusnya termasuk pada media penyiaran. Layanan OTT banyak yang berbentuk aplikasi seperti YouTube, Netflix, Instagram maupun Twitter dan Meta serta dan lain-lain.

Beberapa *platform* media sosial yang saat ini mengalami popularitas dan banyak digunakan oleh masyarakat memiliki keberagaman untuk memberikan fasilitas bagi pengguna, salah satunya adalah youtube. Youtube menjadi salah satu media dalam *platform* yang banyak diminati oleh masyarakat untuk menikmati video maupun saling berbagai video dengan pihak lain yang akan memberikan kepuasan tersendiri bagi seluruh penikmatnya.³ Beberapa kelebihan yang dimiliki youtube berhubungan dengan radio maupun televisi, antara lain:⁴

- a. Memiliki lebih banyak pilihan hiburan
Konten yang disajikan *YouTube* lebih banyak serta dapat dipilih dengan mudah yaitu hanya dengan mengetik pada kotak penelusuran dengan kata yang berdasarkan topik yang diinginkan mulai dari berita, acara televisi, film, olahraga, edukasi hingga politik. Tidak seperti pada televisi atau radio yang jumlahnya terbatas serta terjadwal sehingga penonton perlu menunggu hingga acara yang diinginkan tayang atau diputar
- b. Lebih mudah diakses
Tidak seperti televisi atau radio, menonton melalui media platform *YouTube* dan dapat memberi peluang yang tepat dalam sebuah tempat yang berkaitan dengan hal luas. Peluang yang dapat dimanfaatkan melalui *smartphone* yang kini sudah tersambung dengan internet dapat memudahkan masyarakat untuk mengakses *YouTube*
- c. Iklan yang lebih sedikit dan durasi yang singkat
Dibandingkan dengan televisi atau radio, iklan yang disiarkan lebih banyak dan lama. Hal ini cukup mengganggu bagi penonton. Sedangkan pada *YouTube*, iklan yang diputar jauh lebih sedikit serta durasi yang singkat
- d. Video dapat disimpan dan diulang
Kelebihan lain dari *YouTube* yaitu penonton dapat menyimpan video sehingga dapat ditonton secara *offline* meskipun tidak memiliki internet. Selain itu penonton dapat mengulang video yang ditonton pada durasi yang dipilih sehingga penonton dapat menikmati video dengan jelas.

² Kominfo, "Surat Edaran Menteri Komunikasi Dan Informatika Nomor 3 Tahun 2016 Tentang Penyediaan Layanan Aplikasi Dan/Atau Konten Melalui Internet (Over The Top)," *JDIH Kominfo*, diakses pada 31 Oktober 2022.

³ Suciati, dkk. *Oase Broadcasting: Percikan Pemikiran Dinamika Dunia Broadcasting di Indonesia*. (Yogyakarta, Buku Litera, 2022). 19

⁴ <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/peter-eduard/7-alasan-banyak-orang-pilih-youtube-daripada-tv-kamu-salah-satunya-c1c2> Diakses pada 31 Oktober 2022

e. Siapa saja dapat membuat konten

Berbeda dengan televisi atau radio dimana biasanya yang dapat tampil hanya artis yang telah melakukan kerja sama dengan lembaga penyiaran suatu stasiun televisi, melainkan siapa saja dapat membuat konten kemudian mengunggahnya ke YouTube. Melebihi itu, apabila konten yang dibuat mendapat banyak penonton akun yang terdaftar dapat menghasilkan uang.

Dengan berbagai kelebihan yang dimiliki *YouTube* menimbulkan tingginya minat masyarakat untuk menggunakan media platform tersebut. Namun, meskipun banyaknya kelebihan yang dimiliki *YouTube*, siaran yang ditampilkan di *YouTube* tidak semuanya aman untuk ditonton. Banyaknya konten yang disiarkan sering kali memuat hal negatif dan tidak layak ditonton seperti mengandung pornografi, berita hoax, pelecehan atau *cyberbullying* hingga ajaran yang menyesatkan.

Seperti halnya yang dilakukan oleh seorang *Youtuber* yang bernama Ferdinan Paleka. Ferdinan mengunggah konten *prank* yaitu memberikan sembako yang berisi sampah kemudian diberikan kepada waria di kawasan Bandung. Perbuatan Ferdinan dianggap telah melakukan penghinaan sehingga korban melaporkan hal tersebut ke kepolisian. Kasus lainnya yang berasal dari *YouTube* yaitu dilakukan oleh seorang selebgram bernama Indira Khalista. Dalam konten podcast yang diunggah di *Youtube*, Indira dianggap telah meremehkan Covid-19 yang saat itu tingkat penyebarannya sangat tinggi dan berbahaya. Masyarakat menilai bahwa apa yang diucapkan Indira dapat membahayakan masyarakat karena telah menyebarkan informasi yang menyesatkan terutama dirinya mempunyai pengikut yang banyak. Melihat berbagai kasus yang berasal dari *YouTube* memberi kejelasan bahwa semua tayangan yang disiarkan di *YouTube* belum tentu aman sehingga membutuhkan perlindungan dari pemerintah. Sebab hal ini sungguh mengkhawatirkan terutama bagi anak-anak dimana seharusnya *YouTube* dapat dimanfaatkan dengan mudah sebagai media pembelajaran namun malah digunakan untuk hal yang tidak baik.

Undang-undang yang berlaku saat ini terkait penyiaran diatur dalam UU Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran. Tetapi setelah ditetapkan pada 28 Desember 2002, sampai pada saat ini. Agenda Dewan Perwakilan Rakyat dalam Program Legislasi Nasional (Prolegnas) yang menginginkan revisi untuk UU Penyiaran belum kunjung dilaksanakan. Hal ini akan berdampak pada suatu regulasi yang tidak bisa mengimbangi dengan kemajuan teknologi yang berkembang semakin pesat.⁵ Padahal hukum yang ideal adalah hukum yang bisa mengikuti perkembangan zaman (dinamis) sehingga dikala dibutuhkan akan menimbulkan suatu kepastian hukum bagi masyarakat.

Pasca disahkannya UU No. 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang No. 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang, telah merevisi sejumlah undang-undang di berbagai sektor salah satunya UU Penyiaran. Kemudian diterbitkannya peraturan pelaksana atas UU Penyiaran yaitu PP No. 46 Tahun 2021 tentang Pos, Telekomunikasi, dan Penyiaran. Namun, meskipun telah diterbitkannya peraturan pelaksana terbaru dari UU Penyiaran masih belum mengatur secara spesifik terkait layanan konten penyiaran berbasis internet.

Pengertian penyiaran menurut Pasal 1 angka 22 PP No. 46 Tahun 2021 yaitu penyiaran adalah pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran dan/atau sarana

⁵ Riyanto, Mochamad, "Arahan Revisi Undang-Undang Penyiaran Dalam Perspektif Hukum Ekonomi," *Jurnal Spektrum Hukum* 16, no. 1 (2019): hlm. 60-74.

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. Berdasarkan pengertian tersebut, hanya jasa penyiaran televisi dan radio saja yang masuk ke dalam lingkup penyiaran. Dalam pengertian tersebut tidak disebutkan secara spesifik apakah sarana pemancaran melalui internet terhadap layanan konten digital dalam seperti YouTube masuk ke dalam rumusan pasal tersebut sehingga mengakibatkan adanya kekaburan norma. Selain itu, masih belum adanya aturan yang secara khusus mengatur tentang layanan OTT melalui jaringan internet menyebabkan belum adanya payung hukum bagi masyarakat untuk melakukan aktivitasnya sebagai pengguna YouTube.

Penelitian ini merupakan sebuah penelitian yang orisinal, karena belum ada penelitian sebelumnya yang secara spesifik sama membahas mengenai kebijakan hukum terhadap konten yang mengandung muatan negative pada YouTube dalam konteks UU Penyiaran. Di dalam penulisan jurnal ini, penulis mengembangkan penelitian yang telah ada yaitu penelitian dari Abimanyu Rhesa Agatha dari Universitas Udayana Tahun 2020 dengan judul "Urgensi Pengawasan Layanan Konten Digital *Over the Top* (OTT) di Indonesia". Adapun yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian ini membahas secara rinci mengenai salah satu layanan OTT yaitu YouTube dengan membahas unsur-unsur materi muatan negative dalam konten serta pengaturan hukum terhadap konten negative yang disiarkan di YouTube dalam konteks penyiaran.

1.2. Rumusan Masalah

Adapun 2 (dua) permasalahan yang dapat dianalisis selanjutnya pada bagian hasil dan pembahasan, yaitu:

1. Apa saja unsur yang dapat dikualifikasikan sebagai materi muatan yang negatif pada konten YouTube?
2. Bagaimana pengaturan hukum terhadap konten negative yang disiarkan di YouTube dalam konteks UU Penyiaran?

1.3. Tujuan Penulisan

Adapun tujuan penulisan dari artikel ilmiah ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui unsur apa saja yang dapat dikualifikasikan sebagai materi muatan yang negatif pada konten YouTube
2. Untuk menggali pandangan terhadap pengaturan hukum terkait konten negatif yang disiarkan di YouTube dalam konteks UU Penyiaran.

2. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian hukum normatif, dimana dalam penelitian hukum normatif tersebut memberikan peletakkan pada hukum sebagai landasan utama yang membangun norma lain. Selain itu, normative juga mengangkat sebuah norma sebagai landasan analisis dalam menganalisis sebuah fenomena sosial. Selain itu, norma juga berhubungan dengan asas maupun dasar dalam kaidah maupun system perundangan yang berhubungan dengan perjanjian maupun doktrin hingga putusan pengadilan. Selain itu, penelitian yang mengacu pada penelitian hukum dengan jenis normative ini

memberikan suatu elemen penelitian yang berkaitan dengan procedural dalam data sekunder maupun bahan pustaka. Substansi dari bahan pustaka tersebut berhubungan dengan teori yang diintegrasikan dengan jurnal maupun internet dan hukum.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Unsur-Unsur Yang Dapat Dikualifikasikan Sebagai Materi Muatan Negatif Pada Konten Youtube

Hakikat dari sebuah Youtube sebagai bentuk dari layanan OTT yang memiliki banyak peminat sehingga saat ini marak dijadikan sebagai media sosial hiburan bagi masyarakat. Kinerja dari youtube sendiri dapat memberikan unggahan maupun berbagi informasi melalui tampilan video ke seluruh dunia. Situs media sosial tersebut telah digunakan secara universal oleh masyarakat sehingga keberadaan berita terkini dapat diperoleh dengan lebih cepat dan *up to date*. Youtube juga dikenal sebagai basis data dalam sebuah konten yang mengandung berbagai informasi berhubungan dengan layanan hiburan serta memiliki integrasi secara langsung untuk membantu generasi muda maupun khalayak umum memperoleh informasi yang relevan dengan perkembangan zaman⁶.

Tidak seperti pada televisi atau radio, siapa saja dapat memasukan video dan mengunggahnya ke YouTube baik dalam ukuran individual maupun kelompok yang telah terdaftar di Indonesia. Di Indonesia sendiri banyak orang yang telah beralih profesi menjadi *Youtuber* (sebutan orang yang aktif mengunggah video ke YouTube). Seperti saat ini, tidak sedikit artis televisi yang ikut membuat konten di YouTube untuk mendapatkan penghasilan tambahan. Penghasilan yang didapatkan *Youtuber* berasal dari bertambahnya jumlah *subscriber* dan *viewer* serta pemasangan AdSense (iklan) yang muncul pada bagian videonya ataupun di bagian *side bar*.⁷ Definisi dari *adsense* sebagai salah satu wujud dari program yang dilakukan atas dasar kerjasama antara internet dan mediana dengan program periklanan yang dilaksanakan oleh Google. Keberadaan *adsense* ini menjadi salah satu pemicu adanya dari pemilik akun youtube meningkatkan kualitas dari konten sehingga dapat memperoleh banyak iklan dalam laman web pribadi. Pemilik akun youtube bisa mendapatkan penghasilan dari hasil *adsenses* atau iklan tersebut.

Pemilik akun Youtube yang memiliki banyak pengunjung akan membuat pemilik akun youtube juga mendapatkan banyak pendapatan dan dibayar oleh pihak pengiklan. Pembayaran yang dilakukan kepada setiap pemilik akun disesuaikan dengan jumlah penonton. Kerjasama periklanan pada YouTube biasanya ditentukan pada jumlah *viewer* dan *subscriber* yang dimiliki pemilik akun. Semakin tinggi jumlahnya maka semakin mahal biaya yang dibayarkan pengiklan. Melihat penghasilan besar yang didapatkan dari YouTube menimbulkan banyak masyarakat yang ikut membuat konten untuk diunggah di YouTube terutama karena mudahnya proses pembuatan video yaitu hanya dengan modal kamera, internet, serta smartphone. Namun masyarakat tidak dapat mengunggah video ke YouTube secara sembarangan. Setiap konten yang ditayangkan di YouTube diharapkan sesuai dengan nilai-nilai Pancasila dengan tujuan mencerdaskan kehidupan bangsa serta memajukan kesejahteraan

⁶ Chandra, Edy. "Youtube, Citra Media Informasi Interaktif Atau Media Penyampaian Aspirasi Pribadi," *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni* 1, no. 2 (2018): 406.

⁷ Trinoviana, Anindita "Strategi Konvergensi Radio Sebagai Upaya Perluasan Pasar Audience Dan Iklan (Studi Kasus Pada Swaragama Fm (101.7 Fm), Geronimo Fm (106.1 Fm), Dan Pambors Radio (102.2 FM/95.8 FM)).," *Jurnal Komunikasi* 12, no. 1 (2017): 35-50.

umum. Adapun bagi pembuat konten tidak dapat mengunggah konten secara sembarangan. Konten yang ditayangkan di YouTube tetap tunduk pada undang-undang yang berlaku di Indonesia.⁸

Youtube sendiri memiliki pedoman dan kebijakan terkait konten yang diunggah yang wajib diikuti bagi para pembuat konten demi melindungi pengguna YouTube khususnya anak-anak di bawah umur. Adapun unsur-unsur yang dapat dikualifikasikan sebagai materi muatan negatif pada konten YouTube antara lain:⁹

- a. Konten yang mengandung pornografi.
- b. Konten yang membahayakan anak.
- c. Konten yang mendukung bunuh diri dan menyakiti diri sendiri.
- d. Konten yang merugikan atau berbahaya.
- e. Konten yang mengandung kekerasan.
- f. Konten yang mendukung organisasi kekerasan.
- g. Konten yang menyerukan ujaran kebencian.
- h. Konten yang mengandung pelecehan dan *cyberbullying*.
- i. Konten yang bertujuan untuk menjual barang ilegal.
- j. Konten yang mengajarkan cara pembuatan senjata api.
- k. Konten yang menyesatkan.
- l. Konten tentang peniruan identitas.
- m. Konten yang melanggar hak cipta.
- n. Konten yang melanggar privasi.

3.2. Pengaturan Hukum Terhadap Konten Negatif Yang Disiarkan Di Youtube Dalam Konteks Penyiaran

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. Apabila dikaitkan dengan UU Nomor 32 Tahun 2022 tentang Penyiaran, tayangan yang disiarkan di YouTube seharusnya masuk ke dalam konsep pengertian penyiaran pada Pasal 1 ayat 2. Dalam pasal tersebut terdapat frasa "serentak" yang dimaksudkan dalam pasal tersebut dijelaskan dengan menggunakan transmisi pemancaran yang menggunakan spektrum frekuensi radio, kabel dan media lainnya. Pada dasarnya layanan konten dalam bentuk video yang dilakukan melalui jaringan internet oleh masyarakat seperti fitur siaran langsung yang berada di dalam aplikasi Youtube serta pembuatan video yang di upload di Youtube dapat diterima langsung secara serentak oleh masyarakat, sehingga dapat disimpulkan aplikasi YouTube dapat dikategorikan sebagai penyiaran.¹⁰ Namun, dalam pasal tersebut tidak terdapat

⁸ Wahjudi, Sugeng dan Laurencia. "Analisis Isi Pada Program Desta and Gina in the Morning Pada Radio Prambors Jakarta," *SEMIOTIKA: Jurnal Komunikasi* 13, no. 1 (2019): 43-67.

⁹Youtube. "Kebijakan Dan Pedoman." *Youtube*. Last modified 2022. https://www.youtube.com/intl/id_ALL/creators/how-things-work/policies-guidelines/. Diakses pada 31 Oktober 2022

¹⁰ Agatha, Abimanyu Rhesa, and Edward Thomas Lamury Hadjon. "Urgensi Pengawasan Layanan Konten Digital Over The Top (OTT) di Indonesia." *Kertha Negara: Journal Ilmu Hukum* 8, no. 12 (2021): 24-39. hlm. 34.

penjelasan lebih lanjut mengenai frasa “media lainnya” sehingga kurang jelas apakah siaran yang ditayangkan pada YouTube dapat diatur oleh UU Penyiaran¹¹.

Meskipun telah diterbitkannya peraturan pelaksana UU Penyiaran yaitu PP No. 46 Tahun 2021, namun masih belum menyelesaikan permasalahan lama dimana terdapat kekaburan norma pada pengertian penyiaran yang kurang jelas sehingga timbul kebingungan terkait pengaturan pada layanan penyiaran digital berbasis internet seperti Youtube. Oleh karena hal tersebut memberikan ketidakpastian terhadap perlindungan terhadap masyarakat. Padahal hukum haruslah dirumuskan secara jelas sehingga menghindari kekeliruan dalam pemaknaan sehingga dapat menimbulkan kepastian hukum.¹²

Akibat tidak adanya pengaturan hukum yang secara spesifik mengatur mengenai layanan penyiaran digital berbasis internet seperti youtube menyebabkan kurangnya pengawasan terhadap konten yang disiarkan pada Youtube. Substansi dari undang-undang yang mengatur tentang penyiaran sebagai salah satu amanah dan tanggung jawab besar yang diberikan bagi KPI atau Komisi Penyiaran Indonesia.¹³ Tugas utama KPI sendiri memberikan pengembangan serta pengawasan pada berbagai macam aturan dan kebijakan yang telah secara rinci diberikan tugas utama dalam menyelesaikan permasalahan yang berhubungan dengan penyiaran. Peranan dari KPI dalam menjalankan kegiatan tersebut harus memperhatikan relasi dengan instansi yang terkait seperti masyarakat, pemerintah hingga instansi penyiaran sendiri agar informasi yang disajikan bisa relevan dengan kebutuhan dan standar regulasi pemerintah Indonesia. Procedural dalam sebuah penyelenggaraan penyiaran ini telah diatur sedemikian rupa sehingga proses dan dampak maupun pelaksanaannya telah diperhatikan dan dipertimbangkan dengan baik.¹⁴ KPI sendiri memiliki wewenang dalam evaluasi, proses operasi hingga tanggung jawab yang tinggi dalam implementasi sebuah system penyiaran dan media penyiaran.

Substansi dari Pasal 8 ayat 2 UU penyiaran sendiri telah memberikan standarisasi dalam keseluruhan elemen yang mencakup media penyiaran dan pelaksanaannya. Secara tegas KPI memberikan hukuman maupun sanksi kepada pihak yang telah menyalahi aturan dan melanggar prosedural yang telah disepakati bersama terkait dengan media penyiaran. Media penyiaran yang secara langsung berada di bawah naungan KPI ini banyak didukung dengan beberapa kebijakan maupun regulasi yang ada di Indonesia. Beberapa koordinasi yang harus ditegakkan terus mengalami penegasan kembali seperti hubungannya dengan penyiar maupun masyarakat umum hingga secara langsung dengan pembuat kebijakan yakni pemerintah. Selain itu, ditegaskan Kembali pada Pasal 13 yang termaktub dalam UU penyiaran juga menegaskan bahwa jasa penyiaran sebagai salah satu layanan yang diunggulkan dan hadir akibat dari televisi maupun radio. Hakikat keberadaan dari KPI sendiri tidak memiliki wewenang yang utuh dalam mengawasi penyiaran konten

¹¹ Ervan Ismail, Siti Dewi Sri Ratna Sari, and Yuni Tresnawati, “Regulasi Penyiaran Digital: Dinamika Peran Negara, Peran Swasta, Dan Manfaat Bagi Rakyat,” *Jurnal Komunikasi Pembangunan* 17, no. 2 (2019): 124–145.

¹² Rahardjo, Sutjipto. *Hukum Dalam Jagat Ketertiban*. (Jakarta, Uki Press, 2006)

¹³ Maros, Fadlun. *Model Komunikasi Massa*. (Medan, Universitas Sumatera Utara, 2016). 17

¹⁴ Eribka David, Mariam Sondakh, and Stefi Harilama, “Pengaruh Konten Vlog Dalam Youtube Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi,” *Acta Diurna* 6, no. 1 (2017).

digital seperti halnya dalam permasalahan yang diangkat dalam kasus konten youtube ini.¹⁵

Komisi Penyiaran Indonesia atau KPI merupakan salah satu instansi yang memiliki tugas utama dalam melakukan pengawasan pada berbagai media sosial dan substansi konten yang ada di setiap *platform*. Namun hanya terdapat beberapa media sosial saja yang tidak bisa disentuh dengan adanya kesewenangan KPI, hal ini dapat menambah suatu permasalahan yang ditimbulkan karena adanya konten negative membawa banyak pengaruh buruk bagi masyarakat maupun *audiens*, KPI sendiri selaku instansi yang memiliki wewenang dalam memastikan sebuah konten di media sosial tersebut memiliki relevansi dengan kebutuhan masyarakat maka harus melalui pemantauan yang cukup rumit diiringi dengan kebutuhan masyarakat yang ditunjang dengan keberadaan sebuah hakikat pesan moral. Pertimbangan yang diberikan dalam menyediakan layanan konten Youtube masyarakat harus disesuaikan dengan nilai dan beberapa hal yang berkaitan dengan Pancasila sebagai dasar negara dan memastikan relevansi dengan nilai, moral maupun etika. Kegiatan advokasi yang dilakukan oleh KPI sebagai wujud perluasan dari berbagai unsur pertimbangan yang dibahas dalam UU revisi Penyiaran ini telah dirasakan oleh banyak masyarakat di Indonesia.¹⁶

KPI sebagai Lembaga Pengawas Penyiaran Indonesia yang sempat memiliki wacana untuk mengawasi konten-konten digital berdasarkan UU Penyiaran, mereka beranggapan dasar ingin melakukan hal tersebut dikarenakan “media lainnya” yang terdapat di dalam Pasal 1 ayat (2) mencakup siaran yang dilakukan oleh penyedia atau pengguna layanan konten video yang menggunakan internet selama hal tersebut serentak dapat diterima oleh masyarakat. Sementara itu, Kemenkominfo yang memiliki argumennya sendiri dalam Menyusun sebuah pernyataan mengenai hakikat dari beberapa pasal yang telah diajukan tersebut, bahwasanya tidak terdapat entitas yang relevan dengan kebutuhan penyiaran sehingga proses yang diberlakukan tidak sesuai dengan basis internet yang diaplikasikan sebagai *new media* di dalam ruang lingkup penyiaran layaknya layanan internet OTT.¹⁷

Namun, adanya wacana KPI ingin melakukan pengawasan terhadap YouTube menuai pro dan kontra dari masyarakat. Masyarakat menilai bahwa tayangan yang disiarkan masa kini di televisi sangat tidak berkualitas. Masyarakat berpendapat KPI hanya mementingkan rating pada suatu program tayangan televisi dibanding acara yang benar-benar menghibur serta mendidik.¹⁸ Masih banyaknya tayangan tidak mendidik seperti acara gosip hingga sinetron azab yang dinilai tidak masuk akal oleh masyarakat menjadi bukti bahwa pengawasan yang dilakukan oleh KPI belum maksimal. Masyarakat khawatir jika KPI akan melakukan pengawasan terhadap YouTube mereka akan menikmati hiburan yang tidak berkualitas sama halnya seperti di televisi.

Adapun hukuman berdasarkan kebijakan YouTube sendiri yang diberikan kepada pembuat konten yang melanggar kebijakan YouTube dibagi menjadi empat kategori yaitu yang pertama akun pembuat konten tersebut diberi peringatan dimana

¹⁵ Zuhri, Syaifudin. “Peran Dan Fungsi Penyiaran Menurut Undang-Undang Penyiaran Tahun 2002 Dan Perkembangannya.” *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Sains dan Humaniora* 5, No. 2 (2021): 295-303

¹⁶ Alok Saxen Harman Preet Singh, Rahul Pratap Singh Kaurav, “Global Media and Journalism,” *SAARANSH: RKG Journal of Management* 3, No. 2 (2012): 78-80.

¹⁷ John Demuyakor, “Opportunities and Challenges of Digital Media: A Comprehensive Literature Review of Ghana,” *SSRN Electronic Journal* 5, No. 2 (2020): 95-101.

¹⁸ Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu Komunikasi*. (Bandung, Rosdakarya, 2018). 29-30

beberapa sanksi tersebut meliputi peringatan hingga teguran tidak dapat mengakses pengunggahan youtube dari teguran pertama hingga teguran yang ketiga dan dapat juga mengakibatkan pemblokiran akun youtube.

Keberadaan sanksi yang dibebankan pada *content creator* youtube ini dengan memenuhi berbagai undang-undang konstitusi yang ada di Indonesia seperti:

- a. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 yang membahas terkait dengan Pers
- b. UU Nomor 36 Tahun 1999 terkait dengan pembahasan telekomunikasi
- c. UU Nomor 11 Tahun 2008 membahas tentang ITE dan telah mengalami perubahan menjadi UU Nomor 19 Tahun 2016
- d. Kitab Undang-Undang Hukum Pidana
- e. UU Nomor 28 Tahun 2014 yang membahas mengenai Hak Cipta
- f. UU Nomor 44 Tahun 2008 yang membahas mengenai Pornografi

Pihak yang memiliki kewenangan dalam menuntaskan permasalahan terkait dengan ruang lingkup seorang youtuber ini harus beriringan dengan beberapa tugas atau kewajiban instansi terkait seperti peranan utama dari Direktorat yang bertindak selaku tindak pidana siber Bareskrim Mabes Polri hingga Kemkominfo. Pemberian sanksi yang diberikan oleh seorang *content creator* youtube dengan beberapa konten yang negative telah banyak mendapat saran dan peningkatan kualitas konstitusi yang menaungi regulasi tersebut. Prosedural dalam proses penghapusan akun maupun pemberian sanksi yang tercantum dalam UU ITE serta dengan beberapa gubahannya mengatur sebagaimana berikut:

- a. Pihak polisi virtual memiliki kewenangan dalam memberikan informasi atau pemberitahuan mengenai konten yang kurang sesuai dengan regulasi kebijakan youtube di Indonesia.
- b. Peran polisi virtual selanjutnya dengan memberikan sebuah peringatan berbentuk pesan dengan tujuan untuk memberikan pesan bagi pengguna akun youtube tersebut dalam mengelola sebuah penghapusan akun selama jangka waktu 24 jam setelahnya.
- c. Dalam peringatan kedua apabila belum terdapat jawaban tentu akan melakukan panggilan bagi pemilik akun.
- d. Upaya yang paling akhir dengan mengutamakan mediasi serta *restorative justice* yang akan dijadikan landasan dalam memberikan keterangan sanksi laporan di lingkup polisi.

4. Kesimpulan

Dengan penelitian ini dapat disimpulkan bahwasannya dengan diterbitkannya peraturan pelaksana terbaru atas UU Penyiaran, masih belum menyelesaikan permasalahan atas adanya kekaburan norma pada pengertian penyiaran yang telah diatur dalam UU Penyiaran. Hal ini mengakibatkan ketidakpastian atas perlindungan hukum kepada masyarakat karena masih belum adanya peraturan yang secara spesifik mengatur layanan penyiaran digital berbasis internet seperti youtube. Hal tersebut juga mengakibatkan kurangnya pengawasan terhadap konten yang disiarkan pada youtube khususnya konten negatif yang dapat merugikan masyarakat sebab konten yang disiarkan secara digital merupakan diluar wewenang KPI. Adapun apabila terdapat konten yang disiarkan pada youtube mengandung konten negatif maka terdapat sanksi yang diberatkan kepada *content creator* yang mengunggah sebagaimana diatur dalam beberapa undang-undang yang berlaku di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Maros, Fadlun. *Model Komunikasi Massa*. (Medan, Universitas Sumatera Utara, 2016)
- Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu Komunikasi*. (Bandung, Rosdakarya, 2018)
- Panuju, Redi. *Sistem Penyiaran Indonesia: Kajian Strukturalisme Fungsional*. (Jakarta, Kencana, 2017)
- Suciati, dkk. *Oase Broadcasting: Percikan Pemikiran Dinamika Dunia Broadcasting di Indonesia*. (Yogyakarta, Buku Litera, 2022)
- Sugiana, Dadang, dkk. *Komunikasi Dalam Media Digital*. (Yogyakarta, Buku Litera, 2019)

Jurnal:

- Agatha, Abimanyu Rhesa, and Edward Thomas Lamury Hadjon. "Urgensi Pengawasan Layanan Konten Digital Over The Top (OTT) di Indonesia." *Kertha Negara: Journal Ilmu Hukum* 8, no. 12 (2021): 24-39.
- Chandra, Edy. "Youtube, Citra Media Informasi Interaktif atau Media Penyampaian Aspirasi Pribadi." *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni* 1, No. 2 (2017): 406-417.
- David, Eribka, Mariam Sondakh, and Stefi Harilama. "Pengaruh Konten Vlog Dalam Youtube Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi." *Acta Diurna* 6, no. 1 (2017).
- Demuyakor, John. "Opportunities and Challenges of Digital Media: A Comprehensive Literature Review of Ghana." *SSRN Electronic Journal* 5, no. 2 (2020): 95-101.
- Harman Preet Singh, Rahul Pratap Singh Kaurav, Alok Saxen. "Global Media and Journalism." *SAARANSH: RKG JOURNAL OF MANAGEMENT* 3, no. 2 (2012): 78-80.
- Ismail, Ervan, Siti Dewi Sri Ratna Sari, and Yuni Tresnawati. "Regulasi Penyiaran Digital: Dinamika Peran Negara, Peran Swasta, Dan Manfaat Bagi Rakyat." *Jurnal Komunikasi Pembangunan* 17, no. 2 (2019): 124-145.
- Laurencia, Laurencia, and Sugeng Wahjudi. "Analisis Isi Pada Program Desta and Gina in the Morning Pada Radio Prambors Jakarta." *SEMIOTIKA: Jurnal Komunikasi* 13, no. 1 (2019): 43-67.
- Riyanto, Mochamad. "Arahan Revisi Undang-Undang Penyiaran Dalam Perspektif Hukum Ekonomi." *Jurnal Spektrum Hukum* 16, no. 1 (2019).
- Sundari, Cisilia, Mutiarawati Fajariah, Djoko Suryo, and Farid Abdullah. "Fenomena Digital 4.0." *Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa dan Desain* 8, no. 1 (2019): 47-58.
- Trinoviana, Anindita. "Strategi Konvergensi Radio Sebagai Upaya Perluasan Pasar Audience Dan Iklan (Studi Kasus Pada Swaragama Fm (101.7 Fm), Geronimo Fm (106.1 Fm), Dan Prambors Radio (102.2 FM/95.8 FM))." *Jurnal Komunikasi* 12, no. 1 (2017): 35-50.
- Zuhri, Syaifudin -. "Peran Dan Fungsi Penyiaran Menurut Undang-Undang Penyiaran Tahun 2002 Dan Perkembangannya." *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Sains dan Humaniora* 5, no. 2 (2021): 295.

Peraturan Perundang - Undangan:

- Kitab Undang-Undang Hukum Pidana
Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran
Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Undang-Undang Nomor 44 Tahun 2008 yang membahas mengenai Pornografi
Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 yang membahas terkait dengan Pers
Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 yang membahas mengenai Hak Cipta
Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2021 tentang Pos, Telekomunikasi, dan
Penyiaran

Artikel Website:

Kominfo. "Surat Edaran Menteri Komunikasi Dan Informatika Nomor 3 Tahun 2016
Tentang Penyediaan Layanan Aplikasi Dan/Atau Konten Melalui Internet
(Over The Top)." *JDIH Kominfo* Diakses pada 31 Oktober 2022

Youtube. "Kebijakan Dan Pedoman." *Youtube*. Last modified 2022.
[https://www.youtube.com/intl/id_ALL/creators/how-things-work/policies-
guidelines/](https://www.youtube.com/intl/id_ALL/creators/how-things-work/policies-guidelines/). Diakses pada 31 Oktober 2022

[https://www.idntimes.com/hype/entertainment/peter-eduard/7-alasan-banyak-
orang-pilih-youtube-daripada-tv-kamu-salah-satunya-c1c2](https://www.idntimes.com/hype/entertainment/peter-eduard/7-alasan-banyak-orang-pilih-youtube-daripada-tv-kamu-salah-satunya-c1c2) Diakses pada 31
Oktober 2022