

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Berbicara tentang jurnalisme kuning atau *Yellow Journalism* tidak lepas dari sejarah persuratkabaran di Amerika Serikat. Teori masyarakat massa muncul pada pertengahan abad 19. Teori ini dianggap merusak tatanan sosial. Stanley J. Baran dan Dennis K. Davis menyatakan bahwa abad 19, media informasi di Amerika mengalami perkembangan yang cukup pesat dengan disertai berdirinya banyak pabrik industri. Banyak warga urbanisasi sehingga menimbulkan efek terhadap suplay media cetak. Perusahaan media cetak disana semakin memperbanyak stok koran harian yang dikenal sebagai sebutan *Penny Pers*.¹

Penny press hadir pertama kali bersamaan dengan *Penny Newspaper*. Kedua jenis media cetak ini bermula dari harga nya yang hanya satu Penny. Kehadiran *penny newspaper* disinyalir untuk mengungguli koran informasi resmi yang didapat dengan cara berlangganan terlebih dahulu. Dibanding dengan koran resmi tersebut, harga *penny newspaper* sangat lebih murah dan segmentasi pasarnya juga lebih menasar kalangan kelas menengah ke bawah.² Era *Penny Newspaper* juga diimbangi dengan munculnya Koran Pos Kota yang berbelot dari aturan yang ada. Dimana Koran Pos Kota ini menyajikan berita sensasional tinggi. Koran Pos Kota menjadi *readertertinggi* dalam menyajikan berita bombastis maupun sensasional. Isi berita bombastis dan sensasional ini bukan hanya di judul semata sebagai *headline*, tetapi juga isi konten berita yang di muat. Keberhasilan Koran Pos Kota membuat banyak koran sejenis muncul dan laris di pasaran. Hal ini tidak ada lagi yang menggubris tentang etika dalam jurnalis bahkan untuk berita yang menyangkut privasi seseorang. Pengemasan berita dengan kategori jurnalisme kuning memiliki ciri khas menggunakan kata dan kalimat yang bebas, vulgar dan cabul serta memperlihatkan gambar objek dengan jelas tanpa menghiraukan kode etik jurnalis serta tidak memiliki empati.

Era Demokrasi Liberal menjadi awal mula praktik jurnalisme kuning di Indonesia hingga Era Orde Baru dengan munculnya surat kabar Pos Kota yang memiliki ciri khas muatan beritanya mengenai seksualitas, kekerasan dan kriminalitas. Lebih dari 17 tahun

¹Koran *Penny pers* di Amerika Serikat memiliki nama unik karena diambil dari harga koran tersebut yang senilai satu penny. Koran ini dibuat dengan kertas kualitas rendah yang berwarna kekuningan. Adanya *penny pers* membuat perubahan besar bagi jurnalistik di Amerika Serikat.

²Jacob Oetama, *Pers Indonesia: Berkomunikasi dalam Masyarakat tidak Tulus*, (Jakarta: Penerbit Buku Kompas, 2001), hal. 23

kebebasan Pers telah digenggam Indonesia dengan adanya Resolusi tahun 1999 mengenai pers. Resolusi ini tidak serta merta mendatangkan dampak positif semata, melainkan juga mendatangkan dampak negatif. Berdasarkan realitas sejarah perkembangan jurnalisme dunia, era kebebasan pers dan persaingan yang ketat dalam industri media menjadi pemicu berbagai pemberitaan media untuk mengangkat atau menggunakan unsur kekerasan, kemiskinan, seks dan juga hedonisme. Jurnalisme semacam itu dijuluki sebagai jurnalisme kuning. Informasi yang tersaji dalam jurnalisme kuning bukan tanpa sebab muncul di Indonesia. Pemberitaan *yellow journalism* disajikan dengan substansi aspek seram, sadis, vulgar, bahkan cabul, serta jauh dari kenyataan.

Hadirnya UU Pers No. 40 Tahun 1999 menjadi dasar penentuan peraturan SITU (Surat Izin Tempat Usaha) dan SIUP (Surat Izin Perdagangan Usaha) yang menjadi momok menakutkan bagi pengelola lembaga penyiaran. Adanya SITU serta SIUP membuat lembaga penyiaran menjadi monoton karena basic siarannya dalam televisi, surat kabar, serta radio diatur oleh negara. Media yang berjalan diatas naungan Pers No. 40 Tahun 1999 menjadi membosankan hanya menyajikan berita seputar politik dan tokoh yang berkuasa saat itu. Namun saat SITU dan SIUP di hapus, relasi perkembangan media mengerucut menjadi pola segitiga, dimana pola ini melibatkan masyarakat, isi berita, serta media. Dengan adanya hal demikian membuat pola pemikiran pers memiliki terminologi bahwa pers merupakan lembaga sosial, tempat masyarakat menyatakan atau mengekspresikan beragam pendapatnya.³

Sejak Demokrasi Liberal antara Tahun 1950-1959, persoalan sensasionalitas berita telah muncul dan dikeluhkan. Tahun 1950-1959 saat itu Indonesia menganut sistem multipartai. Dimana sebuah sistem yang terdiri dari berbagai politik dan memberi pengaruh kepada jajaran parlemen. Adanya sistem multipartai ini membuat perubahan besar dalam dunia pers dan saat itu berdampak pada media koran. Berbagai penerbitan dimiliki dan dipegang langsung oleh elit politik yang menjabat saat itu, sehingga media penyiaran Indonesia lebih mementingkan suara partai atau memberitakan mengenai partai nya semata. Adanya hal demikian membuat media satu dengan yang lainnya seringkali terlibat adu argumen dan *self branding* tentang pemilik lembaga yang berkuasa saat itu. Lempar bola panas dengan memberikan headline berita yang merusak reputasi petinggi partai lainnya yang

³Wina Armada Sukardi, *Keutamaan di Balik Kontroversi Undang-Undang Pers*, (Jakarta: Dewan Pers, 2007), hal. 6

menjadi lawan politik bahkan lawan bisnis media. Pojok pers dengan menampilkan tajuk rencana serta kerikatur yang saling menjatuhkan satu sama lain.. dalam hal ini tidak lagi memperdulikan aspek aktualisasi serta akurasi pemberitaan.⁴

Pemberitaan yang saling menjatuhkan satu sama lain menimbulkan persoalan tersendiri di kalangan pemerintah. Berbagai surat kabar sudah tidak menjaga akuntabilitas publik, dimana berita sudah menimbulkan kegaduan di masyarakat. Berita dengan bahasan politik cenderung mengarah kepada *realita by proxy* dimana berita cenderung menggiring opini masyarakat. Pemberitaan disajikan secara sensasionalitas dengan unsur provokatif. Pemberitaan setiap media menampilkan citra terbaik dari petinggi partai yang memiliki lembaga penyiaran tersebut. Polemik kebebasan pers ini membuat roda pemerintahan semakin panas. Wakil Presiden saat itu, Mohammad Hatta mengeluhkan sekaligus mengingatkan tentang peran pers di masyarakat yang seharusnya sebagai sarana media informasi hak masyarakat tetapi malah diisi dengan kepentingan politik.

Eksplorasi pemberitaan dengan unsur seksualitas, kriminalitas, hedonisme, kekerasan, serta kemiskinan membuat perkembangan dunia jurnalistik ke arah *popular news* dimana persaingan yang ketat memicu berita rendah muncul di pasaran. Berita yang mengandung unsur demikian itulah yang disebut sebagai *yellow journalism* atau jurnalisme kuning. Di Indonesia sendiri tentu bukan hal baru mengenai praktek produksi berita *yellow journalism*. Dominasi isi berita berkaitan dengan substansi kekerasan, cabul, sekseualitas, sadis, vulgar, serta jauh dari realita yang sebenarnya.

Perkembangan jurnalisme makin pesat, dulu zamanya media informasi masih menggunakan media cetak, mulai berkembang ke radio dan televisi. Perkembangan ini juga terus mendatangkan inovasi dan kreativitas berbagai kalangan. Saat ini di era millennial yang semua kebutuhan informasinya dipenuhi dari sosial media. Persaingan bisnis media penyiaran begitu ketat hingga muncul spekulasi bahwa menjatuhkan media lawan adalah sesuatu yang wajar. *Headline* dengan citra yang baik disertai embel-embel menjatuhkan lawan adalah hal lumrah yang ditemui pada laman pemberitaan saat itu. Tidak ada pilihan lain bagi stasiun televisi, radio, maupun media cetak untuk mengikuti alur demikian agar eksistensi media mereka tetap terjaga dan tetap diminati oleh masyarakat. Media penyiaran di Indonesia ada yang menggunakan cara positif untuk bertahan ditengah gempuran praktik *yellow journalism*. Menambah program acara dengan sajian kearifan lokal, wisata, dan kuis.

⁴Afan Gaffar, *Politik Indonesia, Transisi Menuju Demokrasi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2000), hal. 23

Tetapi tetap saja banyak media yang menggunakan metode popular news untuk tetap dilirik oleh masyarakat.

Berbagai acara program televisi disuguhkan demi memikat audiens, tidak peduli konten yang ditayangkan melanggar P3SPS, melanggar hak privasi pelaku atau aktor di dalam konten tersebut. TV mengejar rating yang tinggi agar eksistensinya tetap terjaga. Suatu program acara yang tayang di televisi harusnya disajikan dalam bentuk yang mengedukasi khalayak luas, serta sesuai dengan visi misi stasiun televisi tersebut. Segmentasi audiens juga harus dipertimbangkan agar tepat sasaran sehingga kualifikasi siaran pun tidak dilanggar. Strategi marketing diperlukan agar program acara laris manis dipasaran audiens sehingga mendapat rating dan ulasan yang baik dari audiens. Suatu program acara yang telah disepakati rilis dan ditayangkan juga harus memiliki kebijakan pelaksanaan agar sewaktu-waktu ada masalah dengan KPI (Komisi Penyiaran Indonesia) atau sanksi yang diterbitkan oleh KPI bisa bertanggung jawab secara hukum.

Dari sejumlah media penyiaran yang ada, media televisi memiliki peran penting dan paket komplit dalam menyiarkan informasi. Televisi lebih digandrungi ketimbang media cetak dan radio. Media audiovisual ini juga efektif dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat. Tidak hanya informasi jenis berita yang dapat diperoleh dari televisi, tetapi juga tayangan hiburan, drama sinetron, kuis, dan tayangan edukasi lainnya seperti wisata membahas kerajinan lokal setiap daerah. Menurut McQuail, media penyiaran di tekan oleh dua elemen, elemen pertama adalah politik dan kultural (*political and moral cultural reasons*) serta elemen ke dua adalah ekonomi dan teknologi (*technical and economic reasons*). Aturan yang berkaitan dengan elemen ke dua perlu diatur dengan seksama disesuaikan dengan era yang berjalan saat itu. Hal ini berpengaruh terhadap sikap dan perilaku audiens, terlebih untuk segmen kategori R (Remaja) yang belum memiliki kerangka pedoman siaran yang kuat.⁵

Maraknya tayangan program acara diberbagai stasiun televisi Indonesia lambat laun akan memberikan dampak positif dan negatif kepada pemirsanya. Pemirsa menjadi terminologi mendasar dan kompleks dalam media penyiaran. Masyarakat yang menjadi khalayak penikmat media saat ini bukan hanya menjadi *taken of granted* sebagai menerima paparan konten yang diproduksi oleh lembaga penyiaran yang penuh monopoli politik di

⁵Denis McQuail, *Mass Communication Theory: An Introduction, Third Edition*, (London: Sage Publication, 1994), hal. 25

dalam nya. Menonton, membaca serta mendengar merupakan pekerjaan yang dilakukan oleh khalayak sebagai pemirsa yang berhubungan dengan konten media. Dampak pengaruh media bisa berupa dampak afektif, konatif, dan kognitif. Menurut Val E. Limburg, terdapat beberapa dampak ekstrim yang di timbulkan akibat menonton TV. Dampak yang timbul ini disebut Val E. Limburg sebagai “*the extreme of heavy TV viewing*”, beberapa dampak tersebut diantaranya adalah sebagai berikut⁶:

1. *Loneliness*, audiens yang kehilangan interaksi sosial dan selalu merasa kesepian.
2. *Emotional Difficulties*, audiens yang mengalami depresi sosial.
3. *Youth*, audiens yang kehilangan dinamika masa muda.
4. *Low Income of Economic*, audiens yang sering menyepelekan masalah yang sedang dihadapi dan mencari pelarian dengan menonton televisi.
5. *Lack of Education*, audiens yang buruk dalam nilai akademik serta tidak ada prestasinya dan hidup dalam ketrampilan yang pasif.
6. *Availability of Free Time*, audiens yang menyukai waktu luang, santai, dan sedikit bekerja.

Berdasarkan besarnya dampak yang di timbulkan akibat menonton TV terhadap pembentukan karakter audiens, maka kebijakan tayangan televisi tidak terbatas pada materi siaran dan jadwal siaran, tetapi juga pada aspek kebijakan segmentasi sesuai umur khalayak dan mayoritas interaksi khalayak pada suatu program acara. Misalnya saja jam 06.00 sampai jam 09.00 acara hiburan untuk anak-anak, jam 10.00 sampai jam 18.00 di isi dengan siaran yang mengutamakan bisnis, kreativitas, acara yang memacu prestasi khalayak. Sementara jam 18.00 ke atas bisa di isi dengan siaran relaksasi dan hubungan sosial, seperti sinetron.

Media penyiaran televisi menjadi primadona yang menampilkan informasi dari segi gambar dan suara yang mumpuni sejak abad ke-21. Seluruh lapisan masyarakat dari segi usia, pekerjaan, tempat tinggal, semua memiliki televisi sebagai media penghibur, mencari dan mendengarkan berita. Hadirnya televisi yang mampu menjadi media satu arah menyiarkan berita secara serempak ke seluruh daerah dengan menembus jarak, waktu dan ruang. Industri televisi terus mengalami kemajuan, berbagai saluran televisi telah tersedia dengan *channel* yang sudah diatur oleh KPI. Baik televisi swasta maupun televisi milik pemerintah, TVRI.

Program siaran televisi pun juga diatur dalam beberapa kategori. Pertama ada kategori Drama atau Fiksi terdiri dari acara yang berbasis sinetron, FTV. Kedua, kategori Non Drama Non Fiksi berupa acara seperti konser musik, *talks show*, *variety show*, *reality show*, serta

⁶Val E. Limburg, *Electronic Media Ethics*, (London: Focal Press, 1994), hal. 34

program pendidikan. Sementara kategori ketiga Berita dan Olahraga, pada kategori ini program siarannya seperti berita ekonomi politik, berita seputar kejadian hari ini, berita investigasi, reportase, pertandingan bulu tangkis, sepakbola, Moto GP.⁷

Penelitian kali ini lebih mengarah kepada acara talk show. Program acara yang dikemas dengan santai tetapi lebih dominan mengulik kehidupan bintang tamu yang dihadirkan. Beralihnya sistem penyiaran rezim orde baru menjadi sistem demokrasi berpengaruh besar kepada tampilan media penyiaran di Indonesia. sistem informasi lebih terbuka dan mengedepankan akurasi publik, etika jurnalistik juga semakin digaungkan. Tetapi, adanya kebebasan pers ini membuat semua aturan yang ada dan seringkali dilanggar. Banyak sekali program acara televisi yang menyalahi aturan P3SPS dan mendapat teguran dari Komisi Penyiaran Indonesia atau lebih sering disebut KPI.

Peneliti tertarik menganalisa keterkaitan *yellow journalism* dengan perkembangan siaran televisi di Indonesia saat ini, khususnya kategori program siaran *talk show*. Siaran talk show di Indonesia saat ini cenderung mengarah kepada informasi pribadi yang seharusnya tidak diumbar atau di *blow up* ke media. Saling sindir antar bintang tamu juga sering kali ditayangkan di *talk show*. Hal ini membuat miris penyiaran di Indonesia yang seharusnya memberikan edukasi ke masyarakat tetapi digunakan untuk media sindiran dan terkadang membahas suatu hal yang melanggar hak privasi dan mengandung informasi yang tidak mengindahkan akuntabilitas publik.

Era globalisasi saat ini membuat beberapa stasiun televisi seperti Metro TV, Trans TV, Trans 7, Global TV, MNC, berbenah untuk menyajikan suatu program acara *talk show* yang menarik masyarakat yaitu dengan menyajikan program-program acara *talk show* yang bersifaringan, menghibur, mudah dipahami dan tidak membosankan. Penulis di sini tertarik untuk meneliti talk show *Rumpi No Secret* yang tayang di stasiun televisi Trans TV. Ketertarikan pada talk show tersebut dikarenakan sering mendapat teguran oleh KPI serta mendapat komentar negatif di laman instagram terkait bahasan yang terlalu mengumbar privasi bintang tamu. Hal ini tidak selaras dengan etika penyiaran yang seharusnya menjaga *privacy right* dan seharusnya media penyiaran menyajikan informasi yang mendidik untuk khlayak meski kategori siaran sebagai hiburan. Media penyiaran terkesan hanya memburu rating tinggi agar stasiun televisinya mendapat khalayak. Hal inilah yang menyebabkan praktik *yellow journalism* berkembang pesat di era digitalisasi media. Dilatar belakangi

⁷Sony, *Menjadi Perancang Program Televisi Profesional*, (Yogyakarta: Andi Press, 2008), hal. 17

masalah di atas, penulis mengambil judul penelitian “*Yellow Journalism Acara TV Indonesia (Studi Kasus Acara Rumpi No Secret Trans TV)*”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di jelaskan pada pembahasan sebelumnya, rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana *yellow journalism* di acara Rumpi No Secret?
2. Apa saja bentuk *yellow journalism* di acara Rumpi No Secret?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui *yellow journalism* yang terdapat di program acara Rumpi No Secret.
2. Untuk mengetahui bentuk-bentuk *yellow journalism* yang ada di program acara Rumpi No Secret.

D. Manfaat Penelitian

Pada bagian ini peneliti menjelaskan kontribusi yang akan diberikan setelah selesai penelitian, baik berupa manfaat teoritis, manfaat praktis, manfaat bagi peneliti, serta manfaat sosial. Berikut penjelasannya:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi positif kepada kalangan akademis lain, khususnya Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), Fakultas Ushuludin Adab dan Dakwah, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, yang hendak melakukan pengembangan ilmu analisa fenomenologi tayangan televisi.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi media penyiaran. Diharapkan media penyiaran khususnya Trans TV untuk memberikan siaran yang mendidik. Isi konten siar nya yang memberikan edukasi kepada khalayak. Bukan semata-mata menghadirkan konten yang mendongkrak rating. Media penyiaran lebih bisa menghargai privasi pengisi acara baik host maupun bintang tamu.

3. Manfaat bagi Peneliti

Penelitian diharapkan mampu membawa penulis untuk lebih paham makna *yellow journalism* dan keterkaitannya dengan hak privasi yang semakin tersisihkan di era digitalisasi media, sehingga pribadi penulis mampu untuk membawa diri ke ranah sosial dan dunia penyiaran yang baik untuk menyisihkan *yellow journalism* dan menghormati privasi orang lain.

4. Manfaat Sosial

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi wawasan bagi masyarakat untuk memilih serta memilah tayangan yang baik untuk dirinya sendiri, anak, kerabat, dan lingkungannya. Pemilihan tayangan yang bermutu akan berdampak baik bagi kecerdasan dan keterbukaan informasi di era gempuran digitalisasi ini. Apabila ada tayangan yang menyalahi aturan P3SPS dan melanggar hukum *privacy right* maka masyarakat bisa menyampaikan aduan langsung ke laman Komisi Informasi Pusat.

E. Batasan Masalah

Permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini mencakup fenomena *yellow journalism* yang terjadi pada program acara *Rumpi No Secret* yang terkena sanksi dari KPI Pusat.

F. Penelitian Terdahulu

Terkait penelitian ini, peneliti meninjau beberapa pustaka yang secara teoritis mengkaji fenomena *yellow journalism* di media Indonesia.

Katherine Eva Fadillah	<p>Judul: Agenda Media Dalam <i>Yellow Journalism News Paper</i> (Analisis Isi Berita Kriminalitas Pada Halaman Pertama dalam Surat Kabar Pos Kota Edisi Juni 2015).</p> <p>Perbedaan: Katherine Eva Fadillah menggunakan metode analisis isi, sementara pada penelitian yang penulis lakukan menggunakan metode fenomenologi. Eva melakukan penelitian dengan objek media surat kabar, sementara penulis pada penelitian ini memilih objek media televisi.</p>
------------------------	---

	<p>Persamaan: Membahas Yellow Journalism.</p> <p>Hasil: Berita kriminalitas merupakan indikator paling dominan pada berita halaman utama di Surat Kabar Pos Kota. Berita Kriminalitas paling banyak pertama adalah pembunuhan dan kedua adalah kecelakaan.</p>
Dinda Zhalia Kristi	<p>Judul: <i>Clikbait</i> Jurnalistik (Studi Fenomenologi Praktik <i>Clikbait</i> Pemberitaan “Mobil Ayla Tabrak Motor Cbr di Purwokerto” dalam Berita Online TribunBanyumas.dom).</p> <p>Perbedaan: Objek penelitian Dinda Zhalia pada media online berupa TribunBanyumas.com, sementara penulis pada penelitian ini objek penelitiannya berupa program acara di televisi. Fokus penelitian yang dilakukan penulis lebih ke <i>yellow journalism</i> secara umum, sementara fokus bahasan yang dilakukan Dinda Zhalia lebih ke <i>clikbait</i> (salah satu ranah <i>yellow journalism</i>).</p> <p>Persamaan: Menggunakan metode Fenomenologi.</p> <p>Hasil: TribunBanyumas.com menggunakan unsur <i>clikbait</i> dalam penulisan judul. TribunBanyumas.com dengan umpan klik sebagai strategi pembuatan berita menggunakan <i>bait and switch</i> dan membawa pengunjung untuk beralih ke situs lain dengan klik tambahan dalam suatu network dengan tujuan untuk menaikkan traffic sesuai tujuan <i>clikbait</i>.</p>
Afdal Makkuraga Putra	<p>Judul: Hubungan Pemerintah dan Media Indonesia (Antara <i>Quality</i> dengan <i>YellowJournalism</i>).</p> <p>Perbedaan: Afdal menggunakan metode</p>

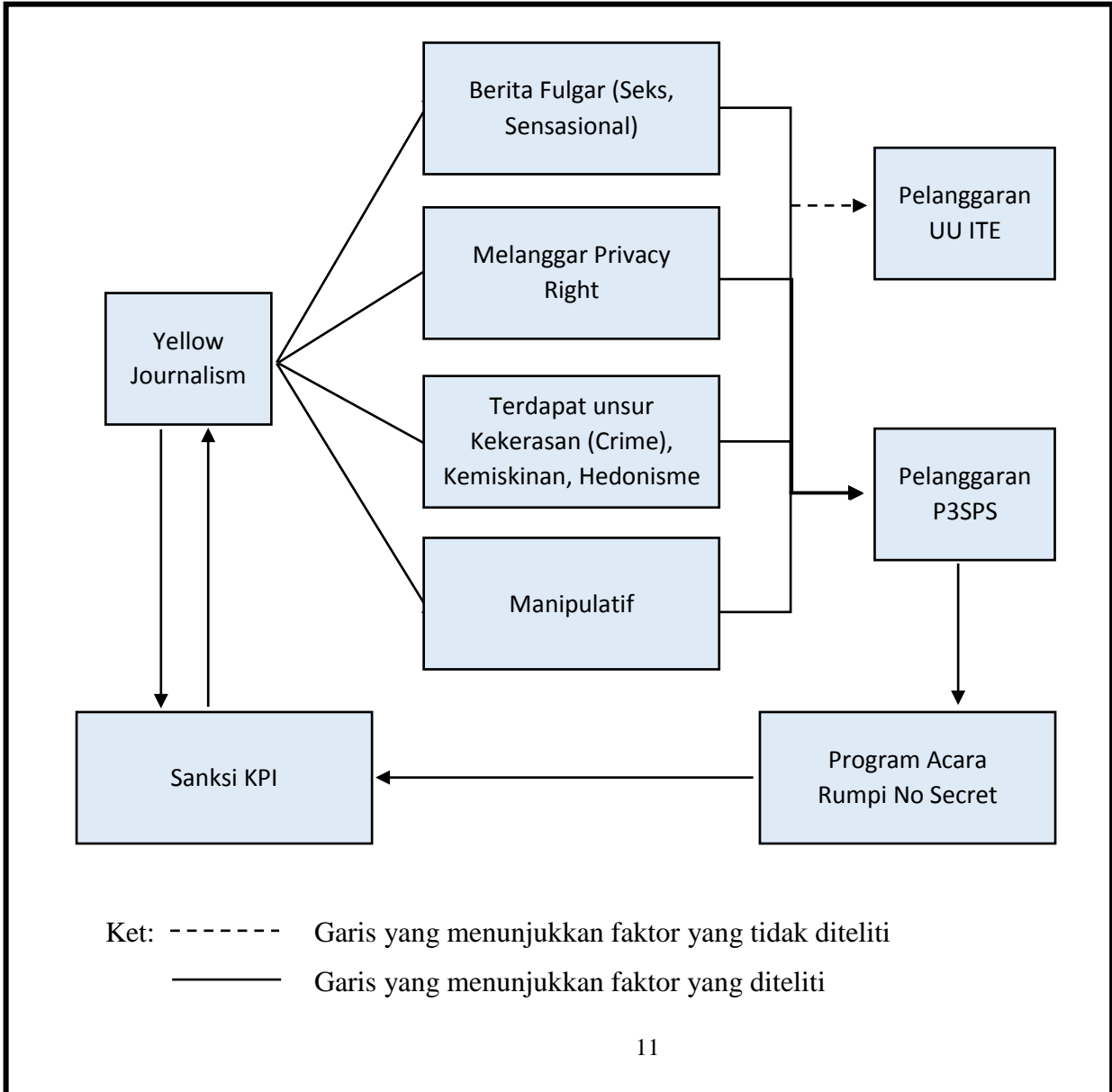
	<p>penelitian Literture Research, sementara penulis dalam penelitian ini menggunakan metode fenomenologi. Pembahasan yang menjadi objek yang dipilih Afdal ialah keterkaitan Yellow Journalism dengan kualitas isi berita yang dipengaruhi oleh pemerintah. Sementara penulis di penelitian ini membahas mengenai yellow journalism dengan pelanggaran hak privasi dalam sebuah tayangan di televisi.</p> <p>Persamaan: Pembahasan <i>Yellow Journalism</i>.</p> <p>Hasil: Media massa belum menerapkan public journalisme. Media massa masih terjebak dalam konteks media konvensional dimana media dipengaruhi oleh kepemilikan dan atau aktor politik yang menentukan isi berita.</p>
Abdul Malik	<p>Judul: Jurnalisme Kuning “Lampu Kuning” Etika Komunikasi Massa.</p> <p>Perbedaan: Objek penelitian yang dikaji keterkaitan Yellow Journalism dengan Undang-Undang Pers dan Kebebasan Pers. Sementara penulis dalam penelitian ini mengambil objek keterkaitan yellow journalism mengenai program acara televisi di Indonesia yakni Rumpi No Secret di Trans TV. Metode yang dipakai Abdul Malik ialah Literatur Research sementara penulis menggunakan Fenomenologi.</p> <p>Persamaan: Membahas Yellow Joirnalism.</p> <p>Hasil: Media Massa saat ini harus mengedepankan etika jurnalistik, tidak bisa terus berada dalam keadaan dimana isi berita terdantung permintaan orang penting dan tidak mengedepankan akuntabilitas publik.</p>
Marcelino	<p>Judul: Penerapan Kode Etik Jurnalistik dalam</p>

	<p>Berita Kejahatan Asusila (Analisis Isi Kuantitatif Penerapan Kode Etik Jurnalistik dalam Berita Kejahatan Susila di Harian Umum Koran Merapi Periode Januari-Juni 2011).</p> <p>Perbedaan: obojek penelitian media cetak berupa Koran Merapi Yogyakarta.</p> <p>Persamaan: Membahas Yellow Journalism.</p> <p>Hasil: Koran Merapi Yogyakarta menganut sistem yellow journalism.</p>
--	---

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu

G. Kerangka Pikiran

Berdasarkan Latar Belakang Masalah yang ada, maka kerangka pemikiran pada penelitian ini ialah sebagai berikut:



—————→ Garis yang menunjukkan keterkaitan Yellow Journalism

Gambar 1. 1 Kerangka Pikiran

H. Metodologi

1. Paradigma Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian pendekatan fenomenologi konstruksi sosial. Dimana peneliti akan mengkaji tayangan *Rumpi No Secret* pada Trans TV yang memiliki kaitannya dengan konten yellow journalism dan telah dikenai sanksi oleh pihak KPI. Fenomena yellow journalism pada media penyiaran akan mempengaruhi fenomena rating dan konstruksi masyarakat akibat tayangan yang melanggar P3SPS.

Penelitian fenomenologis berakar dari filsafat fenomenologi Edmund Husserl. Fenomenologi mengkaji tentang peristiwa, kejadian, serta aktivitas mental. Dalam ranah penelitian fenomenologi, mengarah kepada pengalaman hidup seseorang.⁸ Kata fenomenologi berasal dari bahasa Yunani “*Phainomenon*” serta dalam bahasa Inggris “*Phenomenon-Logos*”. Secara istilah, fenomenologi membahas tentang teori pengetahuan yang yang terbatas pada fenomena fisik dan mental.⁹

2. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini menggunakan objek tayangan *Rumpi No Secret* tahun 2019-2021 yang mendapatkan sanksi dari Komisi Penyiaran Indonesia. Ada 6 tayangan dari tahun 2019-2021 yang mendapatkan sanksi. Pertama SK No. 388/K/KPI/31.2/09/2019. Kedua, SK No. 81/K/KPI/31.2/02/2020. Ketiga, SK No. 328/K/KPI/31.2/07/2020. Keempat, SK No. 509/K/KPI/31.2/10/2020. Kelima, SK No. 593/K/KPI/31.2/12/2020. Terakhir tayangan yang mendapatkan sanksi dengan SK No. 252/K/KPI/31.2/3/2021. Tayangan yang mendapatkan sanksi ini akan peneliti ulas dengan kaidah yellow journalism serta hak privasi bintang tamu yang dilanggar.

3. Objek Penelitian

⁸YF La Kahija, *Penelitian Fenomenologis: Jalan Memahami Pengalaman Hidup*, (Yogyakarta: PT Kanisius, 2017), hal. 26-27

⁹Muhammad Farid, *Fenomenologi Dalam Penelitian Ilmu Sosial; Ed. Cetakan Pertama*, (Jakarta: Kencana, 2018), hal. 23

Objek penelitian adalah 6 tayangan Rumpi No Secret yang mendapatkan teguran sanksi dari KPI.

4. Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini meliputi data primer dan sekunder. Data primer dalam penelitian ini adalah hasil dari recording berupa 6 tayangan Rumpi No Secret antara tahun 2019-2021 yang disiarkan di lembaga televisi Trans TV. Peneliti menggunakan sumber pada laman Web resmi KPI Pusat, tayangan yang dinyatakan melanggar dengan sumber Youtube resmi Trans TV. Sementara data sekunder didapat dari kajian pustaka guna menunjang penelitian yang dilakukan, dengan membaca dan mengutip sumber-sumber tertulis dari berbagai jurnal serta buku.

5. Teknis Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan berbagai cara. Pertama, melakukan dokumentasi mengenai tayangan yang ada di Rumpi No Secret dan sebagai penunjang juga mengambil data di laman Instagram resmi @rumpi_ttv. Dokumentasi juga dilakukan dengan mengambil data di laman resmi KPI mengenai sanksi pelanggaran tayangan. Baik dari website resmi dan juga melalui intagram KPI Pusat. Kedua, melakukan pengamatan terhadap data yang telah didapat dari proses pertama. Ketiga, melakukan studi pustaka untuk mendapatkan data teoritis dari berbagai literatur.

6. Teknik Analisa Data

Analisis data dalam pendekatan kualitatif ini didahului dengan mencari data sanksi di laman KPI. Setelah mendapatkan data tersebut, maka akan mengamati tayangan yang mendapatkan sanksi tersebut. setiap tayangan akan dikupas mengenai bagian mana yang mengandung unsur *yellow journalism*. Setiap tayangan dibedah dengan melihat keterkaitannya dengan perkara fenomena rapping, P3SPS yang menjadi dasar terbitnya sanksi dari KPI.

I. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini peneliti akan menguraikan latar belakang masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, metodologi, dan sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini peneliti akan mengurai deskripsi teori antara lain: Televisi, Talk Show, Yellow Journalism, serta Hak Privasi.

BAB III OBJEK

Pada bab ini peneliti akan membahas mengenai objek penelitian berupa media televisi Trans TV, Program Acara Rumpi No Secret, serta Teguran dan Sanksi Penayangan dari Komisi Penyiaran Indonesia (KPI).

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini peneliti akan memaparkan deskripsi data, temuan penelitian, analisis data penelitian yang kemudian akan dipaparkan secara deskripsi.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini peneliti memberikan kesimpulan dari hasil penelitian sekaligus memberikan saran terhadap permasalahan yang muncul, guna memenuhi tujuan dan manfaat penelitian.