



## Etika Siaran Iklan: Analisis Pelanggaran Jam Tayang di Media Televisi

Azriel Raisian<sup>1</sup>, Muhammad Arif Aprihatno<sup>2</sup>, Irfandi Ardiansyah Handoko<sup>3</sup>,  
Daniel Handoko<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> Universitas Muhammadiyah Jakarta, Indonesia

Alamat: Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jl. K.H. Ahmad Dahlan, Cireundeu, Ciputat Timur,  
Kota Tangerang Selatan, Banten 15419

Korespondensi penulis: [azrielraisian@gmail.com](mailto:azrielraisian@gmail.com)

**Abstract.** *This research analyzes the ethics of broadcasting advertisements on television media, especially related to broadcasting time regulations. The significant role of television in shaping people's thoughts and behaviors, coupled with the proliferation of potentially unethical and inappropriate broadcasts, highlights the urgency of this issue. Such violations, especially those concerning children and adolescents, pose significant risks due to exposure to inappropriate content and the normalization of unethical behavior. This study emphasizes the importance of media commitment to the Broadcasting Behavior Guidelines and Broadcast Program Standards (P3SPS) and Law No. 32 of 2002, which aims to protect viewers from harmful information. This study uses a library observation method with a qualitative approach, analyzing existing reports, research, and written sources. Data analysis uses Miles and Huberman's qualitative decomposition technique, which includes data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The findings of the study are in line with previous studies, indicating that violations of broadcasting ethics and broadcasting hours are systemic problems that have not been resolved. This underlines the need for stricter supervision, sanctions, re-evaluation of broadcasting time classifications, and media literacy education for the community.*

**Keywords:** Advertising, Airtime Violations, Broadcast ethics, P3SPS, Television

**Abstrak.** Penelitian ini menganalisis pelanggaran etika penyiaran iklan di media televisi, khususnya terkait dengan regulasi jam tayang. Peran signifikan televisi dalam membentuk pemikiran dan perilaku publik, ditambah dengan proliferasi siaran yang berpotensi tidak etis dan tidak sesuai, menyoroti urgensi masalah ini. Pelanggaran semacam itu, terutama yang menyangkut anak-anak dan remaja, menimbulkan risiko signifikan karena paparan konten yang tidak pantas dan normalisasi perilaku tidak etis. Studi ini menekankan pentingnya komitmen media terhadap Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS) serta Undang-Undang No. 32 Tahun 2002, yang bertujuan untuk melindungi pemirsa dari informasi yang berbahaya. Penelitian ini menggunakan metode tinjauan pustaka dengan pendekatan kualitatif, menganalisis laporan, penelitian, dan sumber tertulis yang sudah ada. Analisis data menggunakan teknik dekomposisi kualitatif Miles dan Huberman, yang melibatkan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Temuan penelitian sejalan dengan penelitian sebelumnya, menunjukkan bahwa pelanggaran etika penyiaran dan jam tayang adalah masalah sistemik yang belum terselesaikan. Hal ini menggarisbawahi perlunya pengawasan yang lebih ketat, penegakan sanksi, evaluasi ulang klasifikasi jam tayang, dan edukasi literasi media bagi masyarakat.

**Kata kunci:** Etika penyiaran, Iklan, Pelanggaran jam tayang, Televisi, P3SPS

### 1. LATAR BELAKANG

Latar belakang penelitian mengenai "Etika Siaran Iklan: Analisis Pelanggaran Jam Tayang di Media Televisi" sangat penting mengingat begitu besar peran media televisi yang signifikan dalam membentuk suatu pola pikir dan perilaku seseorang. Seiring dengan berkembangnya teknologi dan meningkatnya cara untuk mencari sebuah informasi, banyak bermunculan tayangan di televisi yang berpotensi melanggar etika dan regulasi penyiaran hingga ketentuan jam tayang suatu iklan yang telah ditetapkan. Hal ini menjadi sebuah

permasalahan yang besar terutama ketika mempertimbangkan dampaknya bagi kalangan anak-anak bahkan remaja, yang mana mereka merupakan kelompok yang paling beresiko terkena dampak dari pengaruh negatif dari tayangan iklan yang tidak etis serta melanggar jam tayang yang telah ditentukan (Ihsandriawan et al., 2024; Fitriani et al., 2024).

Dari beberapa aspek yang berbeda, terdapat satu aspek yang begitu penting untuk dibahas yaitu komitmen media mengenai Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran atau dikenal dengan P3SPS yang mengatur, mengawasi serta memberikan regulasi mengenai jam tayang. Media televisi seharusnya menjunjung tinggi nilai etika dan hukum penyiaran yang dikelola dan tercatat dalam Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002, yang memiliki tujuan untuk melindungi penonton dari suatu informasi yang tidak tepat, berbahaya, serta memberikan dampak negatif bagi masyarakat (Hidayat, 2015). Selain itu, pelanggaran jam tayang iklan yang terjadi pada media terutama televisi juga dapat dipastikan merupakan suatu indikasi kurangnya perhatian media terhadap dampak dan pengaruh sosial dari suatu iklan yang ditayangkan pada media televisi. Seperti contohnya, penelitian yang berlangsung di beberapa program di televisi menunjukkan bahwa banyak tayangan yang ditayangkan di luar jam tayang yang telah ditentukan dan ini akan memberikan munculnya dampak negatif seperti perilaku menyimpang yang akan menimbulkan kenakalan pada remaja (Ihsandriawan et al., 2024; Melisa & Indari, 2024).

Lebih dalam lagi, suatu pelanggaran jam tayang pada iklan terutama media televisi tidak hanya berdampak pada perilaku suatu individu, melainkan dapat mempengaruhi norma sosial yang berlaku di lingkungan masyarakat. Ketika iklan-iklan yang melanggar jam tayang serta tidak sesuai dengan regulasi yang ditetapkan terjadi hingga terus menerus ditayangkan, maka hal ini dapat menimbulkan sebuah pandangan yang salah mengenai apa yang dianggap wajar dan dapat diterima dalam konteks sosial terutama pada norma yang berlaku di masyarakat. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa tayangan iklan yang tidak etis dapat berkontribusi pada pembentukan sebuah sudut pandang yang negatif dan ekspektasi yang tidak sesuai di kalangan para penonton, terutama anak-anak dan remaja (Sari & Prabowo, 2023). Maka dari itu, pentingnya untuk melakukan analisis yang lebih mendalam terkait pelanggaran jam tayang iklan yang terjadi pada media televisi, guna memahami lebih jauh implikasi etis dan sosial yang ditimbulkan serta menyelesaikan yang tepat dalam mengenai permasalahan tersebut.

## **2. METODE PENELITIAN**

Penulisan ini mengandalkan studi pustaka sebagai metode utamanya. Kami menganalisis berbagai literatur, laporan penelitian, dan catatan yang sudah ada. Pendekatan

ini termasuk dalam analisis kualitatif dikarenakan data yang kami kumpulkan berasal dari jurnal dan buku.

Untuk mendapatkan data, kami meninjau berbagai sumber tertulis dan penelitian relevan. Prosesnya melibatkan mengumpulkan, membaca, mencatat, dan mengolah materi penelitian. Dalam tulisan ini, fokus utama kami adalah sumber sekunder, yaitu materi yang menyajikan data seperti teori dan pendapat yang dikutip dari jurnal, buku, laporan penelitian, dan karya ilmiah lainnya. Sumber-sumber ini berfungsi untuk mendukung dan berkaitan langsung dengan topik penelitian yang sedang dibahas yaitu Etika Siaran Iklan: Analisis Pelanggaran Jam Tayang di Media Televisi.

Dalam menganalisis data, penelitian ini menggunakan teknik penguraian kualitatif. Kami berpegang pada metode yang diusung oleh Miles dan Huberman, yang memfokuskan tiga langkah utama dalam proses ini yaitu, reduksi data, penyajian data, dan pengambilan kesimpulan atau verifikasi (Miles dkk, 1992).

Pertama, pada tahap mereduksi data, kami meringkas dan memilih poin-poin penting saja dan yang relevan dengan fokus penelitian kami. Setelah itu, kami melanjutkan ke tahap penyajian data, di mana kami menyajikannya dalam bentuk teks deskriptif yang mudah dicerna dan dipahami. Dan ditahap akhir, kami melakukan verifikasi dan merumuskan kesimpulan yang tentunya didukung oleh data-data yang akurat dan valid.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### **Pelanggaran Waktu Siar Pada Program Entertain Insert Today**

Dalam studi penelitian yang dilakukan oleh Hasri dan kolega (2023), ditemukan bahwa adanya program hiburan seperti Insert Today yang disiarkan pada tanggal 23 Agustus 2022 pukul 15.00 WIB oleh pihak Trans TV terbukti sudah melanggar serta menyalahi aturan yang tercantum dalam isi Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS). Dua kesalahan utama yang terdapat dalam tayangan tersebut, yaitu:

Penayangan vulgar dan tidak senonoh dengan cara *close-up* kamera bagian paha dari narasumber, Erica Carlina, yang dikelompokkan sebagai konten berunsur seksual dan terbukti dengan jelas melanggar ketentuan dalam Pasal 18 P3SPS.

Serta adanya percakapan antar tokoh dengan bahasa kasar seperti “anjing lu...”, yang bertentangan dengan ketentuan Pasal 24 P3SPS, dengan ini terbukti bahwa tayangan tersebut melanggar, dan berpotensi mewariskan dampak yang cukup negatif terutama kepada kalangan remaja hingga anak-anak dibawah umur.

### **Implikasi Sosial dan Etis dari Tayangan**

Jam tayang pukul 15.00 WIB dikelompokkan sebagai waktu yang ramah dan baik untuk anak, sehingga seluruh konten dan iklan yang ditayangkan pada jam tersebut seharusnya sudah bersih dari unsur kekerasan, seksual, maupun ujaran tidak pantas dan memenuhi syarat dari etika penyiaran. Ketika ketentuan ini dilanggar oleh pihak media, maka anak-anak dan remaja sebagai kelompok penonton yang rentan, akan dengan mudah terdampak dalam bentuk peniruan perilaku serta pembentukan persepsi bahwa hal tersebut wajar untuk dilakukan.

Di sisi lain, tayangan seperti ini dapat mengikis norma-norma yang sudah berlaku serta dianut oleh masyarakat luas, terutama dalam hal etika, sopan santun, dan kesusilaan.

### **Evaluasi Fungsi KPI dalam Penegakan Etika Penyiaran**

Meskipun demikian Komunikasi Penyiaran Indonesia telah memberikan sanksi berupa peringatan serta teguran, efektivitasnya dalam mengendalikan pelanggaran serupa masih diragukan kejelasannya. Laporan dari KPID DKI Jakarta pada tahun 2024 menunjukkan bahwa adanya 445 pelanggaran yang terjadi pada iklan di media televisi, yang beberapa di antaranya menayangkan konten yang vulgar dan tidak senonoh di luar jam tayang yang diperbolehkan oleh lembaga KPI (KPI, 2024). Besarnya angka ini menjadi indikator yang menunjukkan bahwa sistem pengawasan serta penindakan perlu diperkuat dan diperketat sistemnya, baik secara struktural maupun teknis.

### **Perbandingan dengan Kajian Sebelumnya**

Hasil dari penemuan ini selaras dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rosiana dan tim pada tahun 2015, yang juga mengatakan bahwa pelanggaran yang dilakukan oleh program entertain atau hiburan “Raffi-Nagita” di stasiun televisi yang sama. Program tersebut mendapat sebuah teguran dari lembaga Komisi Penyiaran Indonesia dikarenakan tayangan hiburan tersebut mengandung konten yang melanggar regulasi P3SPS. Kesamaan bentuk pelanggaran yang terjadi dalam dua studi ini menandakan bahwa adanya persoalan etika siaran dan pelanggaran waktu tayang adalah masalah sistemik yang belum terselesaikan secara general hingga saat ini.

## **4. KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian kami, pelanggaran yang terjadi terhadap ketentuan waktu tayang pada media di televisi terutama dalam bentuk iklan komersil serta konten hiburan yang mengandung unsur vulgar atau penggunaan bahasa tidak senonoh atau kasar masih merupakan persoalan yang sering ditemukan. Hal ini mencerminkan kurangnya suatu pengawasan internal

dari pihak media serta kurangnya daya cegah dari sanksi ataupun hukuman yang diberlakukan oleh lembaga Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Salah satu contoh pastinya adalah sebuah acara entertain atau hiburan seperti tayangan *Insert Today* yang menampilkan muatan vulgar pada jam siar sore hari, yang mana pada jam tersebut merupakan jam dimana anak-anak dibawah umur masih menyaksikan tayangan televisi dan seharusnya dilindungi dari konten tidak layak, khususnya bagi kalangan muda serta anak-anak.

Untuk menjawab dan mencari solusi dari permasalahan ini, studi ini kami memberikan beberapa saran yang penting. Pertama, perlu diterapkan sistem pemantauan berbasis teknologi seperti *digital monitoring* yaitu sebuah teknologi yang memantau aktivitas berjalannya suatu iklan ataupun acara pada media televisi dan kecerdasan buatan (AI) guna mendeteksi konten yang berpotensi melanggar lebih cepat dan tepat. Kedua, sanksi bahkan denda yang diberikan kepada para pelanggaran perlu lebih dipertegas lagi guna memberikan efek jera kepada pelanggar, termasuk pemberlakuan denda serta penghentian sementara program siaran. Ketiga, membuat pengelompokkan jam tayang yang perlu dievaluasi dan di audit secara ulang agar lebih sejalan dengan kebiasaan baru masyarakat dalam mengakses suatu media terutama pada media televisi, termasuk melalui platform digital. Terakhir, yang paling penting yaitu melakukan edukasi serta literasi media bagi masyarakat, terutama orang tua dan remaja, supaya mereka mampu dengan cermat memilih serta menyaring tontonan tayangan yang sesuai dan tidak membahayakan serta memberikan dampak negatif bagi perkembangan karakter.

## 5. DAFTAR REFERENSI

### Artikel Jurnal

- Fitriani, R., Puspendari, A., & Nabila, L. (2024). Tinjauan etika dan hukum penyiaran dalam acara brownis bersama disabilitas. *Jurnal Audiens*, 5(1), 51-62. <https://doi.org/10.18196/jas.v5i1.293>
- Hasri, F. I., Fatin, I., & Mokodompit, A. A. A. P. (2023). Ethical Violations in the *Insert Today* Television Program on Trans TV. *Audience Journal*, 4(4). <https://doi.org/10.18196/jas.v4i4.287>
- Hidayat, D. (2015). Dinamika iklan pengobatan alternatif di televisi. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 3(2), 112. <https://doi.org/10.24198/jkk.v3i2.7401>
- Ihsandriawan, F., Dewi, R., & Putri, W. (2024). Tinjauan etika dan hukum penyiaran dalam program televisi pagi *ambayar* edisi 18 juli 2023. *Jurnal Audiens*, 5(1), 30-39. <https://doi.org/10.18196/jas.v5i1.289>
- Lainsamputty, J., Sugiarto, S., Lestari, L., & Souhoka, R. (2023). Meningkatkan kesadaran dalam belajar dilakukan melalui kegiatan bimbingan belajar yang ditujukan untuk anak-anak di Dusun Syota. Artikel ini dimuat dalam *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, volume 2, nomor 4, halaman 400–405. Tautan DOI: <https://doi.org/10.59025/js.v2i4.144>

Melisa, M. (2024). Dinamika kenakalan remaja pada siswa sekolah menengah pertama al azhar gresik. *Jurnal Bina Ilmu Cendekia*, 4(2), 31-36. <https://doi.org/10.46838/jbic.v4i2.473>

Rosiana, Y., Yusanto, F., & Putra, A. (2015). Violation of Broadcasting Code of Conduct and Broadcast Program Standards (P3SPS) on Momentum. *Impressio*, 2(3), 4429-4439. <https://doi.org/10.18196/jas.v4i4.287>

### **Buku Teks**

Bertens, K. (2007). *Ethics*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Miles & Huberman; Tjetjep Rohendi Rohidi; Mulyarto. (1992). Analisis data kualitatif: buku sumber tentang metode metode baru / Matthew B. Miles, A. Michael Huberman; penerjemah, Tjetjep Rohendi; pendamping, Mulyarto. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia (UI -Press).

### **Disertasi/Tesis/Paper Kerja**

Sari, N., & Prabowo, H. (2023). Iklan dan Pembentukan Stereotip di Kalangan Remaja. *Jurnal Sosial dan Budaya*, 10(4), 201-215.

### **Perundang-undangan**

KPI. (2023). Broadcasting Code of Conduct and Broadcast Program Standards (P3SPS). Indonesian Broadcasting Commission.

Law of the Republic of Indonesia No. 32 Year 2002 on Broadcasting.

### **Sumber dari internet dengan nama penulis**

Jainita, U. (2022). Nielsen Research Shows Increase in Indonesian TV Viewership. Antara News. <https://www.antaraneews.com/berita/3010785/>