

Diversifikasi Konten *Tonight Show* dan Regulasi yang Berlaku Pada Media Massa (*NET TV*) dan Media Online (*Youtube*)

Jasmin Jannatania¹, Eni Maryani², Dadang R. Hidayat³, dan Sri S. Indriani⁴

Program Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran

Jasmin16001@gmail.com¹, eni.maryani@unpad.ac.id²,

dadang.rahmat@unpad.ac.id³, rahadianindri@gmail.com⁴

Acara *Tonight Show* merupakan program berjenis *talkshow* yang ditayangkan di NET TV sejak tahun 2013 silam. Baru-baru ini NET TV membuat strategi baru untuk acara *Tonight Show* dengan membuat program baru yang khusus hanya ditayangkan melalui platform *Youtube* saja. Tujuan penelitian ini yaitu untuk menjelaskan strategi diversifikasi konten yang dilakukan oleh NET TV dengan menggunakan teori ekonomi politik milik Mosco, dengan metode studi komparatif deskriptif. Penelitian ini juga membandingkan regulasi dari media televisi dengan media *Youtube* ketika satu acara ditayangkan di dua platform berbeda, yang juga memiliki isi konten yang sangat berbeda. Temuan dari penelitian ini yaitu strategi NET TV melakukan diversifikasi konten cukup berhasil dilihat dari tingginya pelanggan kanal *Youtube* TonightShowNET ketika pertama kali acara *Tonight Show Premiere* ditayangkan, dan angka jumlah penonton yang terus naik ketika tayangan khusus tersebut diunggah. Temuan lainnya yaitu *Youtube* sudah memiliki regulasi bagi pengguna dan kreator yang memang melanggar aturan, namun jika dibandingkan dengan P3SPS yang sudah disusun oleh KPI, standar tayangan di *Youtube* masih belum sesuai.

ABSTRAK

Kata-kata Kunci: diversifikasi konten, ekonomi politik media, regulasi, media massa, media online

Diversification of Tonight Show Content and Regulations Applicable to Mass Media (NET TV) and Online Media (Youtube)

ABSTRACT

The Tonight Show is a talk show program that has been broadcast on NET TV since 2013. Recently, NET TV made a new strategy for the Tonight Show program by creating a new program that is only broadcast on the Youtube platform only. The purpose of this study is to explain the content diversification strategy carried out by NET TV using Mosco's political economy theory, with a descriptive comparative study method. This study also compares the regulation of television media with Youtube media when one program is broadcast on two different platforms, which also have very different content. The findings of this study are that NET TV's strategy to diversify content is quite successful, as seen from the high subscriber of the TonightShowNET Youtube channel when the Tonight Show Premiere was first broadcast, and the number of viewers who continued to rise when the special was uploaded. Another finding is that Youtube already has regulations for users and creators who do violate the rules, but when compared to P3SPS which has been compiled by KPI, the viewing standards on Youtube are still not appropriate.

Keywords: *diversification, economy politic, regulation, mass media, online media*

Published: September 2022

ISSN: 2622-5476 (cetak), ISSN: 2655-6405 (online) Website: <https://jurnal.amikom.ac.id/index.php/pikma>

PENDAHULUAN

Sejak berdirinya Televisi Republik Indonesia pada tahun 1962 pertama kali, industri media khususnya media pertelevisian Indonesia telah berkembang sangat pesat mulai dari kemajuan teknologinya hingga kini munculnya media baru (*new media*). Berkembangnya industri media pertelevisian ini semakin menjamur sejak pemerintah mengeluarkan izin atas kehadiran televisi swasta pada tahun 1989. Munculnya televisi swasta ini dimulai dari *Rajawali Citra Televisi Indonesia* atau yang biasa dikenal sebagai RCTI, kemudian *Surya Citra Televisi* atau SCTV pada tahun yang sama, dan diikuti oleh *Televisi Pendidikan Indonesia* atau TPI pada tahun 1991, lalu ada *Andalas Televisi* atau ANTV pada tahun 1993, kemudian Indosiar pada tahun 1995, dan mulai muncul televisi swasta lainnya yang muncul pada era 2000an seperti Metro TV, Trans TV, TVOne, Global TV, dan yang paling teranyar adalah NET TV yang didirikan pada tahun 2013 silam. Banyaknya televisi swasta yang berkembang di Indonesia sendiri memberikan dampak juga bagi masyarakatnya, mulai dari segi ekonomi, politik, sosial, maupun budayanya (McQuail, 2011). McQuail (2011) menjelaskan bahwa media massa memiliki beberapa fungsi utama; (1) politik, media massa menjadi sebuah arena bagi para politisi untuk membuat kebijakan, menjadikan media sebagai alat bagi mereka yang memiliki kepentingan, dan sebagai wadah untuk pemerintahan dapat menanamkan pengaruh mengenai kelompok politik tertentu; (2) lalu ada ekonomi, sebagai sebuah institusi, media massa

khususnya televisi ini menjadi sebuah industri bagi pemilik modal, menjadi sebuah komoditas untuk menghasilkan keuntungan bagi pengusaha media; (3) budaya, media massa dapat menjadi sebuah sumber utama untuk memberikan sebuah gambaran realitas sosial, membentuk sebuah kebudayaan dan dapat menjaga identitas sosial yang dianut oleh masyarakat tertentu; dan yang terakhir (4) sosial, yaitu masyarakat dapat terpengaruh melalui konten-konten yang disediakan oleh media massa, dimulai dari gaya hidup, hukum, norma, dan segala hal yang ditampilkan melalui media massa yang memang sifatnya satu arah dapat diterima dan berpengaruh secara mentah-mentah bagi masyarakat yang menontonnya.

Dalam membuat konten acara, acapkali media televisi Indonesia kurang memperhatikan kualitas, dan hanya melihat kuantitas. Persaingan media yang semakin ketat pun akhirnya mengubah idealismenya yang berawal dari untuk mengusung kepentingan publik, kini berubah menjadi sebuah bisnis ekonomi (Lase & Rio, 2014), apalagi dalam era konvergensi media saat ini. Konvergensi media saat ini memaksa pegiat media untuk membuat penyebarluasan usaha yang saling terkait, seperti pengadaan beberapa media berteknologi informasi dan komunikasi baru dengan isi yang sama. Dengan adanya hal ini juga akhirnya membuat bisnis media-media ini memutar otaknya dan membuat ekspansi media ke ranah yang lebih luas, yaitu diversifikasi media. Diversifikasi biasanya terjadi ketika suatu perusahaan melakukan ekspansi ke bidang usaha lainnya tanpa berhubungan dengan media yang

ada (Lase, 2012). Misalnya, sebuah bisnis media yang memiliki jenis bisnis lainnya seperti bisnis periklanan, bisnis perfilman, bahkan hingga bisnis yang tidak ada korelasinya sedikitpun dengan media seperti misalnya bisnis di bidang pariwisata seperti yang dilakukan oleh Kompas-Gramedia Grup. Penelitian mengenai diversifikasi telah dilakukan sebelumnya oleh Ismaqurotin & Aji (2012), yang membahas tentang strategi diversifikasi bisnis televisi lokal SBO TV ke platform digital, sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Dyanasari (2017) yang membahas adanya media baru untuk tabloid Nova demi mengikuti keinginan pasar dan konvergensi media saat ini. Prihartono (2016) juga melakukan penelitian mengenai model konvergensi media yang dilakukan oleh surat kabar Solopos, yaitu diversifikasi produk dari surat kabar Solopos, Solopos.com.

Penelitian ini tidak akan membahas mengenai diversifikasi media massa seperti yang dilakukan oleh beberapa penelitian sebelumnya, namun, penelitian ini tetap akan menggunakan konsep diversifikasi yang juga ada kaitannya dengan spesialisasi yang dikemukakan dalam teori ekonomi politik milik Mosco (2008). Diversifikasi yang akan menjadi pembahasan dalam penelitian ini adalah diversifikasi isi konten yang dilakukan oleh stasiun televisi swasta NET TV yang melakukan adanya keragaman konten Tonight Show yang telah tayang sejak tahun 2013 lalu.

Acara Tonight Show merupakan program tayangan *talk show* yang memiliki tujuan untuk memberikan informasi dan juga hiburan kepada masyarakat, seperti fungsi media massa yang

disebutkan oleh McQuail (2011) sebelumnya yaitu fungsi sosial. Program ini dipandu oleh duo Vincent dan Desta bersama dengan Hesti Purwadinata dan Enzy Storia di NET TV tiap hari Sabtu dan Minggu jam 21:30 WIB, dan di kanal *Youtube* TonightShowNET pada hari Rabu hingga Minggu secara eksklusif (Tonight Show Premiere). Acara Tonight Show Premiere tayang pertama kali pada tanggal 3 April 2021 dan langsung dapat menembus angka subscriber hingga 3 juta subscribers. Tayangan-tayangan yang ditayangkan di stasiun televisi NET semua diunggah kembali dalam kanal *Youtube* TonightShowNET, dan juga memiliki tayangan eksklusif dengan nama "Tonight Show Premiere" yang hanya tayang pada kanal *Youtube* TonightShowNET tersebut. Diversifikasi konten yang dilakukan oleh NET TV yaitu adanya perbedaan isi konten dari konten Tonight Show di televisi dengan program Tonight Show Premiere di *Youtube* TonightShowNET. Dengan perbedaan media yang digunakan, maka regulasi siaran yaitu UU Nomor 32 tahun 2002 tentang penyiaran tidak berlaku sama dengan media online (*Youtube*). Regulasi adalah peraturan yang wajib diikuti oleh media (dalam hal ini media massa) dalam menjalankan peran dan fungsinya di masyarakat (Akil, 2014). Media online di Indonesia khususnya untuk platform OTT (*Over the Top*) saat ini masih belum memiliki regulasi yang jelas, hanya ada Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang peraturan Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) yang juga masih menimbulkan banyak kontroversi. Berkenaan dengan hal tersebut, maka penelitian ini juga akan membahas

bagaimana regulasi mengenai perbedaan konten acara yang ada di televisi maupun di media online (dalam konteks ini adalah *Youtube*).

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka (*library research*), yang merupakan metode penelitian dengan teknik pengumpulan data berupa studi terhadap referensi, literatur, laporan, buku-buku, dan atau catatan-catatan secara komprehensif, yang memiliki hubungan dengan masalah atau fenomena yang akan diteliti (Haqu, 2020). Penelitian dengan metode studi pustaka ini terbatas pada catatan-catatan yang didapat dari buku-buku atau perpustakaan saja, tanpa perlu melakukan penelitian di lapangan (Zed, 2014). Selain itu, penelitian ini juga menggunakan teknik komparatif deskriptif untuk membandingkan regulasi media massa dengan regulasi media online yang hingga saat ini masih belum menemukan titik terangnya. Studi komparatif deskriptif merupakan sebuah teknik penelitian yang bersifat membandingkan dan memiliki tujuan untuk mencari jawaban yang secara mendasar mengenai sebab akibat dengan menganalisis faktor-faktor penyebab terjadinya sebuah fenomena (Siregar, 2014).

Penelitian ini juga menggunakan teori ekonomi politik media milik Mosco (2008) karena akan membandingkan isi konten dari program tayangan Tonight Show yang disiarkan di NET TV juga Tonight Show Premiere yang ditayangkan di media online *Youtube*. Diversifikasi konten ini jika ditinjau dari Mosco (2008) merupakan salah satu praktik dari

spasialisasi yang dilakukan oleh NET TV. Spasialisasi dalam konsep ekonomi politik media milik Mosco (2008), merupakan sebuah perpanjangan institusional media mulai dari bentuk korporasi, hingga ke seberapa besar bentuk usaha milik media tersebut (Hanifah et al., 2021). Mosco juga menjelaskan empat isu penting dalam spasialisasi (Adila, 2011) yaitu; ruang sebagai perluasan kelembagaan, negara, globalisasi, dan nasionalisme, lokalisme, dan sosialisme. Spasialisasi menurut Noor (2010) terdiri dari tiga bentuk; vertikal, horizontal, dan diversifikasi. Spasialisasi bentuk vertikal adalah melalui merger dari dua atau lebih perusahaan media yang walaupun berbeda jenis tetapi masih saling berkaitan. Spasialisasi bentuk horizontal adalah merger dari dua atau lebih perusahaan media yang masih sejenis, seperti merger surat kabar dengan surat kabar. Praktik dari spasialisasi horizontal ini seperti ketika TransTV mengakuisisi TV7 dan mengubah namanya menjadi Trans7. Dan yang terakhir adalah spasialisasi diversifikasi, yaitu adanya ekspansi bisnis ke bidang bisnis yang baru, seperti dari media massa ke media online.

Berkenaan dengan hal tersebut, spasialisasi yang dilakukan oleh NET TV di sini yaitu menggunakan media online sebagai ruang bisnis yang baru, keragaman tayangan program (diversifikasi konten) yang dimiliki oleh NET TV dalam acara Tonight Show ini memiliki jumlah peminat yang berbeda karena berada di ruang yang berbeda (media massa dan online). Maka dari itu, penelitian ini ingin melihat apakah pemberlakuan diversifikasi konten yang ada di media massa televisi NET TV dengan media

online *Youtube* merupakan salah satu cara untuk menaikkan pemasukan bagi stasiun televisi tersebut. Peralpnya, ketika akhirnya diversifikasi konten ini dilakukan, kanal *Youtube* TonightShowNET langsung mendapat 3 juta pelanggan dan memiliki penonton hingga ratusan ribu di tiap episodenya. Kedua program ini juga memiliki isi konten yang berbeda, dimana ketika disiarkan di NET TV, pembawa acara maupun bintang tamu memiliki batasan-batasan yang harus dipatuhi, sedangkan ketika acara yang memang ditujukan untuk disiarkan di media online *Youtube*, para pembawa acara juga bintang tamu tidak mengindahkan lagi batasan-batasan yang sudah dibuat sebelumnya di media massa televisi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Diversifikasi konten *Tonight Show*

Program tayangan Tonight Show pertama kali mengudara di stasiun televisi swasta NET TV pada tahun 2013. Acara Tonight Show merupakan acara hiburan yang termasuk dalam kategori *soft news* yang memiliki format *talk show* dengan mendatangkan berbagai bintang tamu dan berbincang dengan pemandu acara. Pada awal tayangan ini mengudara, beberapa kali program ini mengalami pergantian nama acara, jam tayang, serta yang menjadi pemandu acara, hingga saat ini sudah resmi ditetapkan dipandu oleh duo Vincent dan Desta, juga Hesti dan Enzy. Mulai tahun 2021 lalu, NET TV memberlakukan adanya program baru bertajuk Tonight Show Premiere di media online *Youtube*, yang juga memberikan perbedaan dengan acara Tonight Show yang tayang di televisi.

Kemunculan internet yang menumbuhkan adanya persaingan bagi stasiun televisi membuat NET TV, khususnya untuk program Tonight Show yang memang diminati oleh banyak penonton, akhirnya berkolaborasi dengan teknologi mutakhir saat ini yaitu internet atau yang disebut sebagai konvergensi. Konvergensi media ini bukan hanya masalah pergeseran teknologi, melainkan perubahan dari sisi industri, genre, pasar, maupun pengguna atau khalayak (Haquq, 2020). Langkah yang diambil oleh pihak NET TV dengan mengadakan platform baru di *Youtube* sebagai salah satu cara untuk menambah pemasukan bagi program tayangan cukup efektif, melihat antusiasme penonton pada saat Tonight Show Premiere pertama kali tayang di *Youtube*.

Penggunaan media online *Youtube* sebagai platform baru saat ini dapat menambah pemasukan bagi NET TV karena adanya peraturan *adsense* yang diberikan oleh pihak *Youtube* di tiap kontennya. Pemberlakuan diversifikasi ini juga merupakan cara untuk meminimalisir biaya produksi seefisien mungkin, serta memperluas kekuasaan dan memiliki pengaruh di pasar media. Seperti yang diketahui, pendapatan utama bagi stasiun televisi swasta selain didapat dari modal dan investasi, pengaruh khalayak juga bermain sebagai sumber pendapatan utama, yaitu pendapatan melalui iklan. Iklan sudah menjadi penggerak ekonomi utama bagi industri media hingga saat ini. Tidak dapat dipungkiri bahwa banyak stasiun televisi yang menggantungkan kebutuhan ekonominya dengan iklan sebagai sumber pendapatan utamanya. Pemberlakuan diversifikasi yang dilakukan oleh acara Tonight

Show ini juga merupakan strategi untuk bersaing di era konvergensi media saat ini.

Diversifikasi konten yang dilakukan oleh NET TV di platform *Youtube* ini banyak menarik antusiasme masyarakat, karena tayangan tersebut khusus ditayangkan hanya di platform *Youtube* saja. Tayangan yang disuguhkan biasanya mengundang artis-artis atau orang terkenal lainnya yang khusus untuk ditayangkan di media online, sehingga tidak banyak menuai kontroversi seperti pembatasan dalam berbicara dan sensor-sensor lainnya yang dibatasi dalam Undang-Undang penyiaran (media massa). Program yang ditayangkan di media online *Youtube* juga memiliki tema yang berbeda daripada yang biasa ditayangkan di televisi. Durasi tayangan program juga cenderung lebih lama jika dibandingkan dengan program Tonight Show biasa yang ada di televisi. Namun, dalam platform *Youtube* TonightShowNET tayangan-tayangan Tonight Show yang tayang di televisi juga turut diunggah pada kanal tersebut, sehingga masyarakat dapat mengulang tontonan yang ditayangkan di televisi melalui kanal *Youtube*. Di masa konvergensi media saat ini lebih banyak masyarakat yang memilih untuk menonton tayangan atau acara – acara televisi di platform *Youtube*, karena lebih mudah digapai hanya dengan satu gawai dan koneksi internet, acara tersebut sudah dapat ditonton dimana saja. Sudah jarang saat ini khususnya bagi masyarakat muda yang masih menonton televisinya di rumah, walaupun ada televisi, mungkin saja televisinya juga menggunakan televisi digital sehingga tayangannya sudah bukan tayangan lokal atau

nasional yang disiarkan oleh stasiun televisi swasta Indonesia. Dengan menggunakan platform *Youtube*, khalayak jadi lebih mudah mengakses acara – acara yang ingin ditonton, termasuk di dalamnya konten *Youtube* Tonight Show Premiere. Khalayak yang dimiliki oleh Tonight Show sendiri selama tayang di NET TV sebagian besar digandrungi oleh anak-anak muda, dengan gaya yang dibawakan oleh Vincent dan Desta sebagai pemandu acara yang sangat “milenial” turut menarik perhatian para penonton di kalangan muda, sehingga penggeseran media dari media konvensional televisi ke media online *Youtube* dianggap sangat efektif untuk menarik lebih penonton di kalangan muda.

Diversifikasi konten yang dilakukan oleh Tonight Show ini juga menarik khalayak selain karena platformnya yang mudah diakses kapan saja dan dimana saja, isi konten yang disuguhkan juga berbeda dari yang ditayangkan di televisi. Isi konten dalam tayangan Tonight Show Premiere di *Youtube* cenderung lebih terbuka dan sering mengundang bintang tamu yang sedang fenomenal saat ini seperti Ariel Tatum, Nikita Mirzani, Komika Arafah Rianti, dan sebagainya, sehingga dapat menggaet lebih banyak lagi penonton dalam platform *Youtube* tersebut. Berbagai macam *clickbait* juga diberikan sebagai judul dari program tayangan tersebut turut mengundang masyarakat untuk menonton lebih lanjut. Isi dari tayangan Tonight Show dan Tonight Show Premiere juga berbeda, jika dalam acara Tonight Show yang tayang di NET TV banyak menggunakan sensor, banyak terdapat batasan yang harus dipatuhi oleh pemandu acara

maupun bintang tamu saat berbincang, tayangan Tonight Show Premiere cenderung lebih bebas karena tidak terikat dengan Undang-Undang Penyiaran yang diberlakukan terhadap televisi. Untuk media online sendiri memang belum ada Undang-Undang atau peraturan yang mengikat tayangannya, hal tersebut juga mengundang banyak kontroversi bagi pemilik bisnis media baru-baru ini karena dianggap kurang adil karena banyak tayangan televisi yang kembali disiarkan di platform *Youtube* dan meraih keuntungan dari tayangan-tayangan tersebut.

Regulasi media massa dan media online ***Youtube***

Media massa televisi saat ini dipayungi oleh Undang-Undang Nomor 32 tahun 2002 tentang penyiaran. Regulasi yang mengatur ini menjelaskan bahwa “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 penerimaan siaran,” (Akil, 2014) yang dalam hal ini adalah televisi swasta NET TV. Stasiun televisi NET TV termasuk dalam lembaga penyiaran swasta yang bersifat komersial, dan modal awalnya dimiliki oleh warga negara Indonesia atau badan hukum. Dalam Undang-Undang penyiaran tersebut, pemerintah juga membuat adanya sebuah lembaga independen berbadan hukum yang berfungsi sebagai pengawas penyiaran. Lembaga ini merupakan lembaga non-pemerintah yang dibentuk

berdasarkan Undang-Undang dan bertanggung jawab secara langsung kepada DPR (Ridwan, 2021), lembaga ini yang dapat diketahui bersama adalah Komisi Penyiaran Indonesia atau disingkat menjadi KPI. Fungsi dari Komisi Penyiaran Indonesia ini adalah melakukan pengecekan terhadap kekuasaan eksekutif pemilik industri media, yang memiliki kewenangan untuk Menyusun dan mengawasi peraturan penyiaran yang telah dibuat dalam Undang-Undang seperti proses kegiatan penyiaran, operasionalisasi, pertanggungjawaban, hingga evaluasi (Ridwan, 2021).

Praktik pengawasan yang dilakukan KPI antara lain mengeluarkan P3SPS yang berarti Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran untuk lembaga penyiaran di Indonesia. Pedoman Perilaku Penyiaran (P3) merupakan ketentuan bagi industri penyiaran yang telah ditetapkan oleh KPI yang berisi batasan mengenai perilaku penyelenggaraan penyiaran dan sebagai pengawas penyiaran nasional. Peraturan P3 dari KPI memiliki 5 tujuan; (1) agar lembaga penyiaran menjunjung tinggi dan dapat meningkatkan persatuan dan rasa kesatuan NKRI; (2) agar lembaga penyiaran lebih meningkatkan kesadaran dan ketaatan terhadap hukum serta segenap peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia; (3) agar lembaga penyiaran menghormati dan menjunjung tinggi norma dan nilai agama dan budaya bangsa secara multikultural; (4) agar lembaga penyiaran menghormati dan menjunjung tinggi etika profesi yang diakui oleh peraturan perundang-undangan; dan (5) agar lembaga penyiaran menghormati dan

menjunjung tinggi prinsip-prinsip demokrasi, HAM, hak dan kepentingan publik, hak anak-anak dan remaja, hak orang dan/atau kelompok masyarakat tertentu, juga prinsip-prinsip dari jurnalistik itu sendiri (Khairani, 2018).

SPS atau Standar Program Siaran adalah standar dari isi siaran yang ditentukan oleh KPI untuk lembaga penyiaran yang berisi tentang batasan-batasan, pelarangan, kewajiban, peraturan penyiaran, serta sanksi yang telah ditetapkan berdasarkan Pedoman Perilaku Penyiaran oleh KPI. Standar Program Siaran sendiri ditetapkan untuk lembaga penyiaran agar lembaga penyiaran dapat menjalankan fungsinya sebagai media yang memberikan informasi, pendidikan, hiburan, dan fungsi sosial lainnya. Pada pasal 6 ayat 1 dalam peraturan Standar Program Siaran menyebutkan bahwa program siaran wajib menghormati perbedaan suku, ras, agama, dan antargolongan yang di dalamnya mencakup keberagaman budaya, usia, gender, dan/atau kehidupan sosial ekonomi. Selanjutnya masih dalam pasal 6 ayat 2 menyebutkan bahwa program siaran dilarang merendahkan dan/atau melecehkan hal-hal yang berkaitan dengan suku, agama, ras, dan/atau antargolongan, juga tidak boleh merendahkan dan/atau melecehkan individu tau kelompok karena perbedaan suku, agama, ras, antargolongan, dan kehidupan sosial ekonomi (Khairani, 2018).

Berdasarkan peraturan tersebut, acara Tonight Show di NET TV memiliki batasan-batasan tertentu yang harus diimplementasikan oleh pegiat medianya seperti pemandu acara dan bintang tamu. Maka ada hal-hal yang tidak boleh

dilakukan, dibicarakan, dan disiarkan dalam platform televisi tersebut. Dengan adanya peraturan ini, walaupun program acara Tonight Show ditayangkan di jam malam yang bukan jam untuk anak-anak, tetap saja media penyiaran televisi memiliki batasan tertentu untuk tetap mengikuti aturan yang telah ditetapkan oleh KPI dan pemerintah. Hal ini menjadi salah satu pendukung bagi acara Tonight Show untuk membuat tayangan baru (diversifikasi konten) di media online *Youtube*, karena *Youtube* sendiri merupakan lembaga penyiaran online yang sifatnya sangat fleksibel dan dapat diakses hanya dengan menggunakan internet. Peraturan perundang-undangan yang membawahi platform *Youtube* hanyalah Undang-Undang Nomor 19 tahun 2016 mengenai Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE). Undang-Undang ITE ini pun hanya membuat peraturan mengenai hak cipta, bukan mengenai isi konten seperti peraturan yang dibuat oleh KPI untuk lembaga penyiaran di Indonesia.

Platform *Youtube* memiliki kebijakannya sendiri, seperti tiap negara tetap memastikan adanya jaminan hak dan kewajiban bagi warga negaranya sebagai pengguna *Youtube*, yang termasuk di dalamnya mengatur pertanggungjawaban layanan *Youtube* ini terhadap masyarakatnya. Maka dari itu, *Youtube* hanya dapat menyesuaikan kembali regulasi yang berlaku di tiap negaranya (Hadiani et al., 2021). *Youtube* sebenarnya memiliki peraturannya sendiri dalam mengatur penggunaannya dan mengatur isi konten yang diunggah oleh para pembuat konten. Di Indonesia sendiri, kebijakan yang diberlakukan

oleh *Youtube* terhadap para penggunanya sebagai pembuat konten dan penonton berkaitan dengan pelanggaran hak cipta, hak cipta konten, komentar yang menjurus ke arah *bullying*, konten yang mengedarkan berita bohong, konten yang berbau seksualitas, serta konten-konten sensitif lainnya. Hal ini tertera pada kebijakan *Youtube* yang terdapat pada *support.google.com*. Sanksi yang diberikan oleh *Youtube* juga jelas, yaitu pemberlakuan *adblocks* atau pembatasan pendapatan bagi pembuat konten atau pengguna kanal *Youtube* tersebut. Namun, hal-hal yang dituliskan dalam kebijakan *Youtube* tersebut sifatnya masih berupa aduan dari penonton atau pelanggan. Ketika ada sebuah video atau konten yang berisi seksualitas atau kekerasan terhadap anak, jika tidak ada aduan yang masuk ke pemilik platform *Youtube*, maka pemilik akun atau pengunggah video tersebut bisa tidak mendapatkan sanksi dari *Youtube*.

Mengenai hal tersebut, tidak ada aturan yang membatasi pembuat konten selama tidak ada aduan yang masuk pemilik *Youtube*. Konten Tonight Show Premiere sendiri banyak berisi kata-kata kasar, bercandaan yang berisi seksualitas, serta hal-hal lainnya yang sebelumnya dilarang untuk ditayangkan dalam tayangan televisi swasta NET TV. Sama seperti podcast yang dipandu oleh Deddy Corbuzier yang banyak menggunakan kata kasar dan tidak disensor, hal tersebut boleh saja tayang dan ditonton oleh berbagai umur secara bebas, dapat diakses oleh siapapun, bahkan anak-anak. Diversifikasi konten yang dilakukan oleh NET TV ini salah satunya diberlakukan agar dapat menjangkau penonton

secara lebih luas, karena konten yang berisi obrolan ke arah seksual, berkata kasar, itu tidak ditayangkan di media televisi, maka ketika ditayangkan di platform *Youtube* tidak akan menjadi masalah. Hal ini lebih menarik banyak penonton karena dirasa 'berbeda', karena akhirnya lepas dari segala batasan dan peraturan yang diberikan oleh KPI pada lembaga penyiaran televisi Indonesia. Tidak ada peraturan P3SPS yang berlaku pada platform *Youtube*, sehingga apapun yang ditayangkan di platform tersebut tetap dapat tayang. Padahal, konten Tonight Show merupakan konten yang berawal dari televisi, yang seharusnya juga tetap mengindahkan aturan-aturan yang diberikan oleh KPI. Diversifikasi konten ini dapat dikatakan sebagai strategi baru untuk menarik banyak penonton karena tidak adanya pembatasan dalam hal pengucapan. Sangat disayangkan bagi stasiun televisi tersebut dengan tidak mengikuti aturan yang sudah dibuat sebelumnya, padahal tayangan ini tetap menjadi bagian dari acara yang ditayangkan atau yang secara original berasal dari stasiun televisi, sebagai salah satu lembaga penyiaran Indonesia.

Dalam penelitian Hadiani et al. (2021) yang membandingkan antara peraturan isi siaran dalam UU Nomor 32 tahun 2002 tentang penyiaran dengan kebijakan yang dimiliki oleh *Youtube* terkait konten, beberapa kewajiban dan batasan mengenai isi siaran yang telah diatur dalam UU Penyiaran tersebut telah diimplementasikan dengan baik, kecuali masalah penyensoran. Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, *Youtube* lebih mengandalkan aduan pengguna dan

tim peninjau dari *Youtube* sendiri terkait konten-konten yang dirasa tidak sesuai dengan isi kebijakan yang telah dibuat, sehingga sistem penyensoran yang dilakukan lebih bersifat represif. Sehingga dalam konten Tonight Show Premiere yang memiliki banyak penonton dan antusiasme yang tinggi dari penonton, walaupun pemandu acara dan bintang tamu yang diundang banyak mengeluarkan kata kasar, serta bercandaan atau olokkan yang sebelumnya dilarang untuk disiarkan dalam tayangan televisi, tetapi jika tidak mendapatkan aduan dari pengguna atau tidak ditinjau lebih lanjut oleh tim *Youtube*, maka tidak akan ada masalah bagi kanal *Youtube* tersebut. Undang-Undang ITE pun yang akhir-akhir ini selalu jadi senjata bagi para pembuat konten maupun pengguna internet (khususnya *Youtube*) tetap banyak menimbulkan kontroversi karena masih rancunya frasa serta kalimat yang terdapat dalam pasal-pasal nya.

KESIMPULAN

Diversifikasi konten yang dilakukan oleh stasiun televisi swasta NET TV dalam acara Tonight Show menarik perhatian penontonnya karena sebagian besar dari penontonnya adalah kaum milenial atau anak-anak muda yang sudah sangat jarang untuk menonton televisi. Hingga sampai tulisan ini dibuat, kanal *Youtube* TonightShowNET sudah memiliki sekitar 4 juta pelanggan, dan di tiap konten Tonight Show Premier nya selalu mendapat ratusan ribu penonton. Dengan diberlakukannya diversifikasi konten dari Tonight Show yang ditayangkan di NET TV dengan Tonight Show Premiere yang

ditayangkan di platform *Youtube* dapat menambah jumlah pelanggan dan penonton, yang di satu sisi juga dapat menguntungkan NET TV dengan adanya tambahan pemasukan melalui sistem *ads* atau iklan yang diberikan oleh *Youtube* di tiap videonya. Dalam era konvergensi media saat ini juga turut menuntut NET TV untuk bersaing dengan kompetitor media lainnya agar tidak tertinggal dan terus menarik perhatian khalayak untuk menonton konten yang dibuat. Sesuai dengan teori diversifikasi sebagai bentuk dari spesialisasi yang dikemukakan oleh Noor (2010), diversifikasi konten yang diberlakukan oleh NET TV ini sebagai bentuk efisiensi dari konten yang dibuat, karena memerlukan biaya produksi yang lebih sedikit namun dapat menarik perhatian dan mendapat pemasukan lebih dengan mengunggah konten di platform *Youtube*. Tidak lupa dengan tayangan Tonight Show lainnya yang sudah disiarkan di televisi sebelumnya diunggah kembali di platform *Youtube* TonightShowNET untuk dapat ditonton ulang oleh masyarakat secara luas kapanpun dan dimanapun.

Jika dibandingkan dengan peraturan P3SPS yang dikeluarkan oleh pemerintah dan diawasi oleh KPI, kebijakan *Youtube* di Indonesia saat ini sudah diimplementasikan dengan baik kecuali bagian penyensoran. Terlihat pada beberapa tayangan Tonight Show Premiere yang memang dikhususkan untuk tayang di *Youtube* masih banyak tayangan yang mengandung kata-kata kasar, bercandaan yang mengarah ke seksualitas, dan sebagainya, tidak mendapat teguran atau tindakan dari *Youtube* itu sendiri. *Youtube* yang memiliki sistem aduan sebagai tolak ukur dari

peraturannya masih sangat minim dalam pembatasan konten, sehingga masih banyak konten yang terus mengunggah hal-hal yang sebenarnya dilarang tayang di televisi, tetapi masih bisa tayang di platform *Youtube* tersebut. Peraturan P3SPS selanjutnya diharapkan dapat diberlakukan dalam media online terutama *Youtube*, melihat fungsinya yang merupakan media online hiburan berbasis video yang tidak berbeda jauh dengan fungsi media massa sebagai pemberi informasi dan hiburan. Penelitian ini hanya sampai pada penjabaran bagaimana diversifikasi konten Tonight Show yang dilakukan oleh NET TV dengan membuat konten baru di *Youtube* yaitu Tonight Show Premiere, dan pemberlakuan regulasinya terhadap isi konten tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Adila, I. (2011). Spasialisasi Dalam Ekonomi Politik Komunikasi (Studi Kasus MRA Media). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 93–108.
<https://doi.org/10.15642/jik.2011.1.1.93-108>
- Akil, M. A. (2014). REGULASI MEDIA DI INDONESIA (Tinjauan UU Pers dan UU Penyiaran). *Jurnal Dakwah Tabligh*, 15(2), 137–145.
- Dyanasari, R. (2017). Diversifikasi Produk Digital Untuk Pengembangan Pasar Tabloid Nova. *Widyakala Journal*, 4(1), 21.
<https://doi.org/10.36262/widyakala.v4i1.28>
- Hadiani, S., Zamil, Y. S., & Rafianti, L. (2021). 1365 ASPEK TANGGUNG JAWAB YOUTUBE DALAM PENYELENGGARAANNYA DI INDONESIA BERDASARKAN HUKUM PENYIARAN, TELEKOMUNIKASI, DAN HUKUM ITE. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(8), 1365–1380.
- Hanifah, R., Putri, V. F. H., & Utari, A. S. (2021). Commodification, Spatialization, and Structuring in Instagram (Vincent Mosco's Descriptive Political Economy Study on Instagram Anies Baswedan Related to Covid-19). *Jurnal Komunikatio*, 7(1), 1–14.
<https://doi.org/10.30997/jk.v7i1.4235>
- Haqq, R. (2020). Era Baru Televisi dalam Pandangan Konvergensi Media. *Rekam*, 16(1), 15–20.
<https://doi.org/10.24821/rekam.v16i1.3721>
- Ismaqurotin, A., & Aji, G. (2012). STRATEGI DIVERSIFIKASI BISNIS TELEVISI LOKAL MELALUI PLATFORM DIGITAL (Studi Kasus Pada SBO TV). *Commercium*, 03(02), 1–5.
- Khairani, S. (2018). STANDARISASI P3SPS KPI PADA PROGRAM INDONESIA BAGUS NET TV.
- Lase, F. J. (2012). DIVERSIFIKASI MEDIA MASSA SEBAGAI STRATEGI EKSPANSI MEDIA GROUP.
- Lase, F. J., & Rio, A. O. (2014). Ekonomi dan Diversifikasi Media Massa. *Jurnal Interaksi*, III(1), 15–25.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Salemba Humanika.
- Mosco, V. (2008). Political Economy of the Media. *The International Encyclopedia of Communication*.
<https://doi.org/10.1002/9781405186407.wbiecp057>
- Noor, H. F. (2010). *Ekonomi Media*. Rajagrafindo Persada.
- Prihartono, A. W. (2016). Surat Kabar & Konvergensi Media (Studi Deskriptif Kualitatif Model Konvergensi Media Pada Solopos). *CHANNEL: Jurnal Komunikasi*, 4(1), 105–116.
<https://doi.org/10.12928/channel.v4i1.4210>
- Ridwan, M. (2021). Peran KPI dalam Proses Pengawasan Siaran TV. 9(2), 21–28.
<https://ojs2.polimedia.ac.id/index.php/JIP/article/view/429>
- Siregar, E. A. (2014). Perbandingan Media Konvensional Dan New Media Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi. *Jurnal Universitas Sumatera Utara*, 1–11.
- Zed, M. (2014). *Metode Penelitian Kepustakaan*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.