



**SIARAN IKLAN DALAM TAYANGAN UNTUK ANAK**

**TESIS**

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan  
Pendidikan Strata 2  
Program Studi Magister Ilmu Komunikasi  
Universitas Diponegoro**

**Penyusun**

**NAMA : MUKAROMAH  
NIM : D4C009003**

**PROGRAM PASCA SARJANA  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2013**

UNIVERSITAS DIPONEGORO  
MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
PROGRAM PASCA SARJANA

**HALAMAN PENGESAHAN**

TESIS

**SIARAN IKLAN DALAM TAYANGAN UNTUK ANAK**

Disusun oleh :  
Mukaromah  
NIM: D4C009003

Telah disetujui untuk diujikan di depan Tim Penguji

Semarang, 5 April 2013  
Pembimbing

Dr. Turnomo Rahardjo  
NIP:19601030.198703.1.001

UNIVERSITAS DIPONEGORO  
MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
PROGRAM PASCA SARJANA

**LEMBAR PENGESAHAN TESIS**

Nama : Mukaromah  
NIM : D4C009003  
Program Studi : Kebijakan Media  
Judul Tesis : Siaran Iklan Dalam Tayangan Untuk Anak

**Pembimbing**

Dr. Turnomo Rahardjo  
NIP: 19601030.198703.1.001

**Ketua Program Studi**

Dr. Sunarto  
NIP: 19660727.199203.1.001

UNIVERSITAS DIPONEGORO  
MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
PROGRAM PASCA SARJANA

**LEMBAR PERSETUJUAN TESIS**

Nama : Mukaromah  
NIM : D4C009003  
Program Studi : Kebijakan Media  
Judul Tesis : Siaran Iklan Dalam Tayangan Untuk Anak

Telah dipertahankan dalam sidang Ujian Tesis Program Magister Ilmu  
Komunikasi Program Pascasarjana Universitas Diponegoro, pada :

Hari: :Rabu  
Tanggal :1 Mei 2013  
Waktu :13.00 WIB  
Tesis dinyatakan :Lulus

**PANITIA PENGUJI TESIS**

Pembimbing :Dr. Turnomo Rahardjo (.....)  
Ketua Sidang :Dr. Adi Nugroho (.....)  
Sekretaris Sidang :Dra.Sri Widowati H, MS (.....)  
Penguji : Dr. Hedi Pudjo santosa (.....)

## **SURAT PERNYATAAN KEASLIAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mukaromah  
NIM : D4C009003  
Program Studi : Kebijakan Media

Dengan ini menyatakan bahwa tesis yang saya susun dengan judul :

### **Siaran Iklan Dalam Tayangan Untuk Anak**

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari Tesis atau Karya Ilmiah orang lain dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Diponegoro maupun universitas lainnya. Apabila dikemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Semarang, 5 April 2013

Pembuat Pernyataan,

Mukaromah

NIM: D4C009003

## **PERSEMBAHAN**

**Penyusunan Tesis ini penulis persembahkan untuk:**

**Keluargaku tercinta:**

Suamiku yang penuh kasih Ardiansyah Harjunantio

Mutiara kami Rayya Nawal Ammar dan dedeknya yang masih di perut.

Inilah perjuangan ibu, semoga bisa dijadikan contoh yang baik.

Allah SWT selalu bersama orang-orang yang sabar dan bersyukur.

**Keluarga besarku:**

Bapak dan ibuku, Kastawi dan Musyarofah yang selalu membimbingku hingga kini beserta kakak-kakak dan adik-adikku tersayang.

Terimakasih atas doa-doanya.

Ibu mertuaku tersayang, Hj. Sumarah Slamet Waluyo. Terimakasih juga atas doa-doanya yang selalu dipanjatkanku, beserta keluarga besar Tanah Putih.

## **MOTTO**

*Kesabaran dan Ketekunan pasti membuahkan hasil. Mensyukuri setiap proses yang harus dilewati dengan bijaksana. Semoga kita selalu dalam lindungan ALLAH SWT*

## **KATA PENGANTAR**

Alhamdulillahirobbil'alamiin, penulis panjatkan pada Allah SWT atas limpahan rahmat, nikmat baik lahir maupun bathin yang telah penulis rasakan selama ini sehingga proses pembuatan dan terselesaikannya penulisan tesis yang berjudul *Siaran Iklan Dalam Tayangan untuk Anak*.

Penulisan tesis yang berjudul “*Siaran Iklan dalam Tayangan Untuk Anak ini*” diawali dengan maraknya tayangan acara televisi yang ditujukan bagi anak-anak, tetapi acapkali masih bermunculan iklan-iklan yang tidak patut dilihat oleh anak. Baik itu karena jenis produk yang diiklankan maupun tayangan gambar dan narasi iklan tersebut. Sementara iklan adalah ajakan persuasif yang dapat diresapi oleh anak-anak secara apa adanya karena keterbatasan pola pikir sesuai dengan taraf perkembangan psikologis mereka. Penulisan tesis ini ingin mengetahui sejauhmana kebijakan stasiun penyiaran televisi dalam menangani proses sebuah iklan yang masuk hingga layak tayang, dikaitkan dengan aturan yang tertuang dalam *Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran* yang dikeluarkan oleh Komisi Penyiaran Indonesia.

Banyak perjuangan dan lika liku yang penulis hadapi dalam menempuh pendidikan strata 2 di Magister Ilmu Komunikasi Undip ini hingga terselesaikannya penulisan tesis ini sebagai syarat penyelesaian studi pendidikan strata 2. Penulis menyadari bahwa dalam pembuatan tesis ini, banyak pihak yang telah membantu. Karena itu penulis ingin menyampaikan terimakasih atas bantuan, bimbingan serta pengarahan dalam proses penyusunan tesis ini, kepada:



1. Dr. Sunarto, selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Undip
2. Dr. Turnomo Rahardjo, selaku dosen pembimbing
3. Seluruh pengajar dan staff kesekretariatan di Prodi MIKOM Undip
4. Stasiun televisi Trans 7 terutama kepada ibu Zahara T. Rony selaku Kepala Dept HR Development yang telah memberikan ijin wawancara, Ibu Anita Wulandari selaku Ka. Dept Marketing Public Relations, Mas Ferry selaku supervisor bagian traffic iklan Trans 7 yang telah bersedia memberikan informasi untuk karya ini.
5. Teman-teman Mikom angkatan 2, ada Pak Irfan, Mas Budi, Mbak Uniek makasih atas supportnya, teman-teman angkatan sesudah itu yang sama-sama berjibaku mengerjakan tugasnya masing-masing di perpustakaan Mikom ada mbak Made, Anita, Mutia, Ruth, Rahmi, mas Ali, dan yang tak bisa saya sebutkan lagi satu persatu- saking ramainya pengunjung perpustakaan tercinta ini.
6. Semua pihak yang telah memberikan bantuan hingga terselesaikannya tesis ini yang tidak dapat disebutkan juga satu demi satu.

Harapan saya semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan mendatangkan keberkahan. Amiin.

Semarang, April 2013

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN TESIS .....	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
MOTTO .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABTRAKSI.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	9
1.3. Tujuan Penelitian .....	10
1.4. Signifikansi Penelitian .....	10
1.4.1. Signifikansi akademis .....	10

1.4.2. Signifikansi Praktis .....	11
1.4.3. Signifikansi Sosial.....	11
1.5. Kerangka Pemikiran Teoritis .....	11
1.5.1. Paradigma Penelitian.....	11
1.5.2. Penelitian Terdahulu (State of the Art) .....	13
1.5.3. Teori Tanggungjawab Sosial Media (Social Responsibility of Media Theory) .....	16
1.6. Operasionalisasi Konsep .....	28
1.7. Asumsi Penelitian .....	29
1.8. Metoda Penelitian.....	29
1.8.1. Desain Penelitian.....	29
1.8.2. Situs Penelitian.....	30
1.8.3. Subjek Penelitian.....	31
1.8.4. Jenis Data .....	31
1.8.5. Sumber Data.....	31
1.8.6. Teknik Pengumpulan Data.....	32
1.8.7. Analisa dan Interpretasi Data .....	33
1.8.8. Kualitas Data (goodness criteria) .....	33
1.9. Keterbatasan Penelitian.....	34
<b>BAB II PROGRAM TELEVISI BERORIENTASI PADA PENONTON</b>	
<b>ANAK-ANAK .....</b>	<b>35</b>
2.1. Siaran Iklan Sebagai Bagian Penting Dalam Industri Pertelevisionian Swasta Di Indonesia.....	35

2.2	Acara Edukasi Televisi Untuk Anak Di Indonesia .....	39
2.2.1	Trans 7 Dengan Tayangan Acara Yang Ditujukan Bagi Anak-Anak .....	43
2.2.2	Profil Beberapa Program Acara Anak Di Trans 7 .....	46
BAB III TEMUAN PENELITIAN .....		51
3.1	Kebijakan Penayangan Siaran Iklan di Trans 7 .....	51
3.2	Peran Komisi Penyiaran Indonesia .....	65
3.3	Penayangan Siaran Iklan di Acara Anak Trans 7 .....	69
BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN.....		81
4.1.	Implementasi Pedoman Perilaku Penyiaran Dan Standar Program Siaran Mengenai Siaran Iklan di Lembaga Penyiaran Trans 7 .....	81
4.2.	Terjadi Ketidakkonsistenan Aturan Terkait dengan Siaran Iklan Diantara Lembaga Yang Berwenang Karena Terjadinya Tumpang Tindih Peraturan .....	91
BAB V IMPLIKASI HASIL PENELITIAN .....		95
5.1	Implikasi Teoritis .....	95
5.2	Implikasi Praktis .....	106
5.3	Implikasi Sosial.....	108
BAB VI PENUTUP .....		109
6.1.	Kesimpulan.....	111
6.2.	Rekomendasi .....	112

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Beberapa Penelitian Yang Pernah Dilakukan Mengenai Iklan...	13
Tabel 1.2	Empat Dasar Media Massa.....	17
Tabel 2.1.	Penggolongan Program Siaran Berdasarkan Usia Berdasarkan P3- SPS KPI tahun 2012 .....	40
Tabel 2.2	Penggolongan Program Siaran Berdasarkan Usia Berdasarkan P3- SPS KPI tahun 2009 .....	41
Tabel 3.1	Daftar Siaran Iklan Yang Tidak Sesuai Antara Produk Dengan Acara .....	70
Tabel 4.1.	Analisa Data Penjadwalan Pola Berdasarkan Data Informan.....	84
Tabel 4.2.	Penggolongan Acara Televisi Berdasarkan Rentang Usia .....	91
Tabel 4.3	Ketentuan Jenis Acara Televisi Yang Harus Melalui Uji Sensor .....	92
Tabel 4.4	Penanggung Jawab Penayangan Materi Acara Televisi Yang Telah Disensor.....	94

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Kebijakan Sensor Internal Atas Iklan .....	57
Gambar 3.2	Skema Alur Siaran Iklan Hingga layak Tayang.....	58
Gambar 3.3	Potongan Adegan Iklan Fullo Twist Snack .....	73
Gambar 3.4	Potongan Adegan Iklan pembalut Charm Body fit.....	77

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1. Data Transkrip Wawancara Dengan Narasumber Trans 7
- Lampiran 2 Data Transkrip Wawancara Dengan Narasumber KPI
- Lampiran 3 Nota kesepakatan dan kesepakatan KPI dengan LSF tahun 2007
- Lampiran 4 Daftar Iklan Pada Tayangan Yang Diamati
- Lampiran 5 Koding Data Penelitian
- Lampiran6 Lampiran 7 Daftar Teguran Iklan Yang Dikeluarkan KPI kepada stasiun Televisi