



---

## ASPEK HUKUM DALAM PENGELOLAAN PRODUKSI MEDIA TELEVISI DAN FILM

**Ferdinanda**

Institut Teknologi Telkom Purwokerto

E-mail: [ferdinandpiliang@gmail.com](mailto:ferdinandpiliang@gmail.com)

---

**Abstract:** *Film and television works in the form of audio-visual media are the youngest fields of art compared to other branches of art. As with other sectors, in Indonesia itself regulations for art are also governed by rules and laws (laws), both in terms of production, distribution and consumption. Not to limit creativity, but these rules are enforced to protect consumers (art connoisseurs) and the artists themselves from misuse of works of art such as elements of pornography, copyright abuse and so on. This paper is a descriptive analysis supported by literature on television and film available in libraries and online media.*

**Keywords:** *Legal aspect, management, television and film media.*

---

### PENDAHULUAN

Film adalah salah satu alat komunikasi massa, sehingga segala sesuatu yang berkaitan dengan proses pembuatan seharusnya berpegang pada regulasi dan etika yang ada di masyarakat. Karena hakikatnya sebuah film diciptakan untuk ditonton oleh masyarakat dan bukan untuk perorangan. Bisa dibayangkan apabila tayangan tersebut memvisualisasikan pola hidup negatif seperti “mengumbar aurat”, dan adegan itu dipandang berjuta pasang mata. Suatu renungan, banyak pola hidup atau gaya hidup masyarakat dewasa ini berasal dari mereka yang menonton acara-acara film dan televisi.

Kajian estetika pada produksi film dan televisi selama ini perlu ditinjau lagi bagi para kreatornya. Sumbangan pemikiran dunia pendidikan formal yang mengkaji perfilman dan pertelevisian harus lebih banyak melakukan diskusi atau seminar dan *workshop* dengan masyarakat, dan melakukan langkah nyata dalam perubahan yang lebih baik. Kajian tersebut ditekankan pada konsep pembuatan film ataupun program televisi secara baik dan benar berdasarkan kode etik periklanan/perfilman dan diarahkan pada

fungsi kebaikan bersama. Karena pada kenyataannya tidak semua insan kreatif memahami hal ini. Dengan adanya regulasi diharapkan ada konsep film ataupun program televisi yang lebih bertanggung jawab sehingga dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah maupun secara sosial.

“Di sisi lain lembaga sensor film yang ada untuk mengontrol film berada dalam posisi dilematis, peran lembaga ini di tengah tarik menarik antara pembuat film dan kepentingan perkembangan hidup masyarakat” (Imanto, 2012). Disatu pihak melindungi masyarakat terhadap konten negatif dan dipihak lain penghambat kreatifitas perkembangan film. Dalam kondisi sekarang ini, pemerintah harus bertindak tegas. Kepentingan masyarakat jauh lebih utama dibanding melindungi segelintir pemilik modal ataupun pihak yang berkepentingan di sektor film dan pertelevisian.

## **PEMBAHASAN**

### **A. Manajemen Pengelolaan Produksi Media Film dan Televisi**

Film merupakan hasil dari proses kreatif berbagai unsur diantaranya seni musik, seni rupa, seni suara, teater serta teknologi dengan kekuatan gambar dan suara sebagai bentuk sajiannya. Sebuah film yang dikerjakan dengan konsep yang matang dengan melibatkan sentuhan teknologi akan memacu masyarakat untuk berpikir secara rasional. Unsur-unsur yang terkait dalam proses produksi sebuah film diantaranya produser, sutradara, penulis naskah, panata sinematografi, penata artistik, penata suara, editor, hingga sistem manajerial hendaknya bersinergi antara satu dengan yang lainnya, serta saling mengerti masing-masing yang menjadi tanggungjawabnya.

Manajemen produksi film sedikit berbeda dengan manajemen produksi pada umumnya, sebab film adalah hasil perpaduan antara seni dan teknologi. Hasil produksi tidak dilihat dari aspek teknis, tetapi film juga dinilai dari isi kandungan atau pesan yang disampaikan kepada penontonnya. “Manajemen produksi film berhubungan dengan semua aktifitas atau proses untuk mewujudkan suatu produksi sesuai dengan tujuan yang ditetapkan” (Muslimin, 2014). Dalam manajemen produksi film juga berlaku tahapan yang meliputi; Perencanaan, Pengorganisasian, Pelaksanaan dan Pengawasan.

Secara teknis, manajemen produksi film dan televisi biasanya mengacu pada SOP (*standard operational procedure*) yang terdiri dari empat tahapan yakni, *Pre Production* (pra produksi), *Set Up and Rehearsal* (persiapan dan latihan), *Production* (produksi), *Post Production* (pasca produksi). Akan tetapi, tahap *Set Up and Rehearsal* ini jarang diterapkan di Indonesia karena dirasa tidak begitu efisien karena terlalu bertele-tele dan hanya menambah anggaran produksi. Berbeda dengan di luar negeri tahapan ini benar-benar diterapkan secara serius, karena tahap ini bagian dari persiapan yang matang dan menentukan keberhasilan produksi.

Pada dasarnya, mengelola sebuah produksi karya film memerlukan tanggungjawab yang besar, karena seniman film (sineas) idealnya tidak hanya memproduksi karya yang mengikuti arus pasar yang belakangan ini seperti minim etika, akan tetapi juga bertanggungjawab terhadap esensi, nilai-nilai dan pesan yang disampaikan melalui film tersebut. Dengan mengacu kepada etika dan estetika, maka setiap tahapan perencanaan yang meliputi pembuatan skenario hendaknya benar-benar dilakukan dengan pertimbangan kebutuhan moral penontonnya.

Ketika tahap produksi akan dilaksanakan, disinilah sesungguhnya peran seorang manager dan produser diuji. Bagaimana mereka menentukan pemimpin kreatif yaitu sutradara yang akan merealisasikan skenario dalam bentuk karya audio-visual. Tentu saja seorang sutradara adalah seorang yang mengerti akan etika dan estetika sehingga pesan, nilai dan moral dalam skenario tersebut dapat disampaikan kepada penonton dengan baik dan benar. Tahap akhir pada pembuatan film adalah *post production*, meliputi tahap akhir yang secara umum bertugas melakukan seleksi gambar dan pemolesan sebelum film di-*realese*. Editor merupakan orang yang bertanggungjawab dalam tahap pasca produksi. Seorang editor dituntut peka terhadap kesempurnaan. Kesalahan kecil yang terdapat pada film dapat dimodifikasi (dirubah, dihilangkan, diperbagus) merupakan profesi seorang editor film. Hal ini bertujuan agar pesan yang tertinggal atau tersamarkan pada tahap sebelumnya dapat diperbaiki dan disempurnakan.

Setelah film melalui tahap *editing*, maka langkah selanjutnya berupa publikasi dan pemasaran. Cara yang digunakan dalam mempublikasikan atau memasarkan film adalah dengan membuat *spot* iklan dengan cara meringkas film. Membuat *spot* iklan bertujuan untuk menawarkan produk untuk menarik perhatian. Sementara itu, *merchandizing* merupakan salah satu bentuk promosi film. “Benda-benda kenangan atau cendera mata film tersebut menjadi kontribusi tersendiri untuk mendukung kesuksesan film pada khalayak” (Aris, 2006). Contoh *merchandise* yang dapat dijadikan cenderamata film, antara lain stiker, t-shirt, poster, pembatas buku, *post-card*, *property film*, dan *sound track* atau ilustrasi lagu pada film.

Sama seperti tahap-tahap sebelumnya, publikasipun seharusnya juga mengedepankan azas etika dan estetika yang baik bagi masyarakat, di Indonesia khususnya. Belakangan ini beberapa film terlihat menggunakan strategi *licik* dalam memviralkan produknya, menambahi bumbu kontroversial seperti mengangkat isu politik, SARA hingga tampilan pornografi dalam publikasi tersebut. Secara umum, strategi tersebut memang cukup sukses mendapatkan perhatian dari masyarakat, walaupun yang disoroti adalah hal-hal kontroversial yang jika dikaji lagi bukan merupakan hal yang penting, dan bahkan tidak berkaitan dengan konten film tersebut secara langsung. Kedepannya strategi seperti ini diharapkan tidak digunakan lagi, karena mendidik dan membangun mental masyarakat adalah hal utama dalam media.

## **B. Aspek Hukum Produksi Media Film dan Televisi**

### **1. Pornografi**

Secara etimologi, pornografi berarti “suatu tulisan yang berkaitan dengan masalah-masalah pelacuran, dan tulisan itu kebanyakan berbentuk fiksi (cerita rekaan) yang materinya diambil dari fantasi seksual” (Brandem, 2006). Pornografi biasanya tidak memiliki plot dan karakter, tetapi memiliki uraian yang terperinci mengenai aktivitas seksual, baik secara implisit maupun eksplisit. Pada awalnya pornografi hanya berbentuk tulisan seperti bahan bacaan bertema erotis, namun kini bentuknya beragam meliputi seperti gambar, foto, iklan, termasuk tulisan, maupun media elektronik berupa paparan audio visual.

Pembicaraan tentang pornografi media khususnya karya audio-visual tidak dapat dilepaskan dari kondisi sosial. Untuk pornografi, sebelum sampai ke media, sebutan populernya ialah pornoaksi, yaitu penampilan seksual dalam konotasi buruk atau ‘kecabulan’. Tampilan seksual tersebut berlangsung dengan tindakan dan bahasa. Permasalahan yang timbul dari realitas pornografi pada film adalah sejauh mana azas kebebasan ekspresi dapat menjadi acuan nilai dalam masyarakat. Untuk itu di satu pihak, kalangan non-media dapat menghargai nilai yang berlaku untuk kebebasan ekspresi sebagai landasan operasi dari produksi film. Dengan kata lain adalah mengupayakan agar setiap pihak (personal dan institusional) dalam masyarakat dapat menjadi faktor pendorong, bukan sebaliknya mematikan dinamika kreativitas dalam proses penciptaan materi dalam film. Pada pihak lain, kalangan media sendiri perlu memiliki etika profesi sebagai orientasi dalam menjalankan media. Untuk itu “kalangan media dituntut memiliki kode etik (*code of ethics*) dan kode perilaku (*code of conduct*) profesi yang disertai dengan ombudsman di lingkungan masing-masing” (Siregar, 2003). Sebagai ilustrasi di lingkungan industri televisi, kalangan produksi diharapkan memiliki standar etik (tata krama produksi), begitu pula kalangan penyiaran (tata krama *programming* dan penyiaran), sehingga secara internal setiap materi program telah melalui penilaian kepatutan sosial dan kultural.

## **2. Perlindungan Anak**

Dalam Pasal 1 UU Perlindungan Anak ditegaskan bahwa anak adalah seseorang yang belum berusia 18 tahun, termasuk anak yang masih dalam kandungan. “Lingkup perlindungan anak adalah meliputi anak yang masih dalam kandungan hingga sebelum usia 18 tahun” (Ni’am, 2014). Perkembangan media memungkinkan anak mengakses informasi dengan mudah, dengan munculnya berbagai alternatif media informasi komunikasi. Kemudahan akses terhadap informasi, khususnya melalui media digital berdampak positif bagi tumbuh kembang anak dan pemenuhan hak anak, khususnya hak memperoleh informasi. Di samping dampak positif, anak juga rentan terhadap eksploitasi dan dampak negatif akibat penyalahgunaan media tersebut.

Perlindungan anak dari pengaruh buruk dan penyalahgunaan media dapat mengacu kepada:

- a. Pasal 15 UU Pornografi “Setiap orang berkewajiban melindungi anak dari pengaruh pornografi dan mencegah akses anak terhadap informasi pornografi”
- b. Pasal 43 UU Nomor 33/2009 tentang Perfilman menegaskan “Pelaku usaha perfilman dilarang melakukan sulih suara film impor ke dalam bahasa Indonesia, kecuali film impor untuk kepentingan pendidikan dan/atau penelitian”.
- c. Pasal 38 ayat (3) UU Penyiaran, “Isi siaran wajib memberikan perlindungan dan pemberdayaan kepada khalayak khusus, yaitu anak-anak dan remaja... “
- d. Pasal 27 UU ITE tentang “larangan mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan yang melanggar kesusilaan dan perjudian.”
- e. Pasal 59 UUPA “Pemerintah dan lembaga negara lainnya berkewajiban dan bertanggung jawab untuk memberikan perlindungan khusus kepada anak dalam situasi darurat, anak yang berhadapan dengan hukum, anak dari kelompok minoritas dan terisolasi, anak tereksplotasi secara ekonomi dan/atau seksual, anak yang diperdagangkan, anak yang menjadi korban penyalahgunaan narkotika, alkohol, psikotropika, dan zat adiktif lainnya (napza), anak korban penculikan, penjualan dan perdagangan, anak korban kekerasan baik fisik dan/atau mental, anak yang menyandang cacat, dan anak korban perlakuan salah dan penelantaran”.

### **3. Hak Kekayaan Intelektual**

Pengaturan hak cipta dalam sistem hukum Indonesia merupakan langkah dalam melindungi kepentingan pencipta atas ciptaannya.

Undang-Undang Hak Cipta (UUHC) mengakomodir kepentingan pencipta dengan menentukan dan menempatkan hak ekonomi sebagai landasan hak eksklusif pencipta serta hak moral sebagai efektifitas jera terhadap pelanggar hak cipta. Pengaturan hak cipta dalam UUHC merupakan implementasi ratifikasi dari perjanjian internasional yang diakomodir dalam aturan hukum nasional dengan tujuan melindungi hak pencipta (Ulya, 2010).

Hak cipta yang diakui dalam sistem hukum Indonesia ada beberapa macam yaitu diatur dalam Pasal 12 UUHC, ada beberapa jenis hak cipta yang dilindungi oleh UUHC yang meliputi diantaranya yaitu:

1. Buku, pamflet dan semua karya tulis
2. Ceramah, kuliah dan pidato
3. Pertunjukan seperti musik, karawitan, drama, tari, pewayangan, pantomim, dan karya siaran diantaranya media radio, film, televisi dan rekaman video.
4. Ciptaan tari, ciptaan lagu atau musik dengan atau tanpa teks, dan rekaman suara.
5. Karya seni rupa seperti seni lukis, seni pahat, seni patung, dan kaligrafi.
6. Seni batik.
7. Arsitektur.
8. Peta.
9. Sinematografi.
10. Fotografi.
11. Program komputer.
12. Terjemahan, tafsir, saduran, dan penyusunan bunga rampai.

Berdasarkan ketentuan dalam UUHC, sinematografi merupakan salah satu hak yang termasuk dalam hak cipta, dan film merupakan sebuah karya yang dapat didaftarkan untuk mendapatkan hak cipta bagi pencipta. Hukum yang mengatur hak cipta film biasanya mencakup ciptaan yang berupa gagasan tertentu dan tidak mencakup gagasan umum, konsep, fakta, gaya, atau teknik yang mungkin terwujud atau terwakili di dalam ciptaan tersebut. Sebagaimana yang dimaksudkan dalam Pasal 12 UUHC, hak cipta yang mendapatkan perlindungan dalam sistem hukum nasional adalah sinematografi.

Sinematografi merupakan bagian dari tata cara pembuatan film. Perlindungan dalam sinematografi dan film juga melingkupi dua macam aspek yaitu hak ekonomi dan juga hak moral.

Hak ekonomi adalah hak untuk mendapatkan manfaat ekonomi atas ciptaan, sedangkan hak moral adalah hak yang melekat pada diri pencipta atau pelaku (seni, rekaman, siaran) yang tidak dapat dihilangkan dengan alasan apa pun, walaupun hak cipta atau hak terkait telah dialihkan (Atmaja, 2003).

Hak untuk mengumumkan dalam UUHC dijabarkan sebagai hak untuk membacakan, memamerkan, menyiarkan, mengedar dan menyebarkan suatu ciptaan dengan menggunakan alat apapun sehingga suatu ciptaan dapat dibaca, didengar, atau dapat dilihat oleh orang lain. Hak cipta adalah kekayaan personal maka hak cipta dapat disamakan dengan bentuk kekayaan yang lain, yakni dapat dialihkan. Secara khusus pengaturan mengenai pengalihan hak dan hukum hak cipta diatur dalam Pasal 3 ayat (1) UUHC, bahwa hak cipta dianggap sebagai benda bergerak maka hak ciptanya dapat dipindah tangankan, di lisensikan, dialihkan, dijualbelikan oleh pemilik atas pemegang haknya.

#### **4. Kontrak dan Perjanjian Kerja**

Kontrak adalah kesepakatan yang dapat dilaksanakan berdasarkan hukum yang berlaku. Definisi sederhana mengenai kontrak adalah suatu janji atau seperangkat janji-janji dan jika terdapat pengingkaran atau pelanggaran, maka akan ada sanksi terhadap pelanggaran atau pengingkaran tersebut sesuai dengan kesepakatan, dan hal tersebut dilindungi oleh hukum.

Sama halnya kontrak dalam bisnis perfilman, setiap kontrak setidaknya-tidaknya melibatkan dua pihak yaitu yang menawarkan, adalah pihak yang mengajukan penawaran untuk membuat suatu kontrak, kemudian pihak yang ditawarkan adalah pihak terhadap siapa kontrak tadi ditawarkan. Dalam mengajukan penawaran, pihak yang menawarkan berjanji untuk melakukan, sesuatu. Pihak yang ditawarkan kemudian memiliki kekuasaan untuk menciptakan kontrak, dengan menerima penawaran dari yang menawarkan. Kontrak tercipta apabila penawaran tadi diterima. Tidak akan tercipta suatu kontrak apabila penawarannya tidak bisa diterima ataupun disepakati. Ada dua prinsip bagi terlaksananya kontrak, yaitu ketulusan atau keikhlasan persetujuan serta bukti autentik berupa tulisan (isi perjanjian).

Unsur-unsur sebuah kontrak demi terwujudnya sebuah kontrak yang bisa dilaksanakan, ada empat persyaratan dasar atau unsur sebagai berikut:

*a. Kesepakatan*

Untuk memperoleh suatu kontrak para pihak harus saling menerima kesepakatan. Kesepakatan ini mensyaratkan adanya suatu pihak yang ditawarkan penawaran oleh pihak yang menawarkan, serta penerimaan dari pihak yang ditawarkan.

*b. Pertimbangan*

Perjanjian yang harus didukung dengan tawar menawar serta pertimbangan berdasarkan ketentuan perundang-undangan.

*c. Kapasitas mengadakan kontrak.*

Pihak-pihak dalam suatu kontrak harus memiliki kapasitas atau kemampuan untuk mengadakan kontrak. Pihak tertentu seperti orang berkebutuhan khusus tidak memiliki kapasitas untuk mengadakan kontrak.

*d. Obyek yang sah*

Obyek kontrak haruslah sah atau tidak melawan hukum seperti obyek illegal (obyek yang berkaitan dengan tindakan kriminal). Obyek kontrak yang bertentangan dengan hukum tidak dapat menjadi kotrak yang sah.

## **5. Perizinan**

Kebijakan pemerintah memegang peranan kunci dalam perkembangan industri perfilman. Adanya bentuk regulasi merupakan jaminan kepastian usaha bagi para pelaku bisnis film di Indonesia. Prosedur dalam produksi film Indonesia tercantum dalam Peraturan Pemerintah sebagai pelaksanaan terhadap Undang-undang Perfilman Nomor 8 Tahun 1992. Dalam peraturan tersebut diatur langkah-langkah pendaftaran produksi film. Tujuan pendaftaran adalah agar pemerintah dapat mengetahui data perkembangan produksi film, begitu juga penggunaan artis dan karyawan, serta perusahaan pendukung yang digunakan. Sedangkan pada Undang-undang Nomor 33 Tahun 2009 tentang perfilman tertera pengaturan khusus tentang tugas dan wewenang Pemerintah dan Pemerintah Daerah. Dimana secara umum

disebutkan bahwa Pemerintah memiliki tugas menyusun, menetapkan, dan mengkoordinasikan pelaksanaan kebijakan dan rencana induk perfilman nasional serta memfasilitasi pengembangan dan kemajuan perfilman. Yang mana dalam pelaksanaannya di tingkat daerah diselenggarakan oleh Pemerintah Daerah; (Pasal 53 Undang-undang Perfilman).

Undang-undang Perfilman telah memberikan pengaturan yang mengharuskan pemerintah daerah untuk berpartisipasi dalam menyediakan fasilitas mendukung berkembangnya perfilman daerah melalui dana APBD. bahwa pembangunan perfilman dilaksanakan oleh pemerintah pusat dan daerah, mulai dari perencanaan, penyelenggaraan dan pengawasan. Secara keseluruhan Undang-undang Nomor 33 Tahun 2009 tentang Perfilman mengandung pasal-pasal yang mengatur tata niaga dan perizinan serta mengatur pasal-pasal pidana dan sanksi.

## **KESIMPULAN**

Kebijakan pertelevisian dan perfilman sendiri telah banyak mengalami perubahan dari masa Orde Baru hingga sekarang. Pada intinya telah terbuka ruang bagi kebebasan berekspresi. Meskipun hal ini juga mengundang masalah baru, dengan adanya potensi konflik. Masing-masing produsen media audio-visual akan dapat bertahan ketika program ataupun karya yang mereka buat dijalankan dengan konsisten, beretika, berestetika dan profesional.

Dalam hal ini peran pemerintah cukup memastikan adanya situasi yang aman dan kondusif bagi berjalannya proses tersebut, dengan memberikan ruang yang seluas-luasnya bagi perkembangan produsen film yang ada. Pada dasarnya kebijakan aspek hukum terhadap perletevisian-perfilman tidak hanya menekankan pada peran pemerintah dalam proses pembuatan kebijakan, tetapi juga melihat peran masyarakat dalam pembentukan kebijakan tersebut.

Sehubungan dengan dukungan pemerintah secara khusus bagi sektor perfilman, perlu adanya pengawasan dan evaluasi yang fokus terhadap kebijakan yang telah dibentuk. Seperti halnya pengawasan perfilman terhadap pornografi, perlindungan anak dan kebijakan penyiaran, yang belakangan ini mulai terlihat mengkhawatirkan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Aris, Muslih. 2006. *Studi Peran Film dalam Dunia Pendidikan*. Jurnal Insania No. 2 Volume 11 .
- Atmaja, Hendra Tanu. 2003. *Konsep Hak Ekonomi dan Hak Moral Pencipta Menurut Sistem Civil Law dan Common Law*. Jurnal Hukum No. 23 Volume 10.
- Brandem, I Made. 2006. *Seminar Pornografi, Pornoaksi dan Kebebasan Berekspresi Dalam Seni*. Denpasar: Yayasan Sandhi Murti.
- Imanto, Teguh. 2012. *Film Sebagai Proses Kreatif Dalam Bahasa Gambar*. Jurnal Komunikologi No. 1 Volume 4.
- Muslimin, Ming. 2014. *Manajemen Produksi Film*. Jurnal Academia Edu.
- Ni'am Sholeh, Asrorun. 2014. *Penggunaan Media Digital di Kalangan Anak dan Remaja*. Jakarta: Kemkominfo.
- Siregar, Ashandi. *Seminar Pornografi Dan Kekerasan Di Media*. Yogyakarta: Lembaga Sensor Film.
- Ulya, Zaki. 2010. *Tinjauan Yuridis Tentang Hak Cipta Film*. Jakarta: Master de Rechten.

## **Website**

- www.hukumonline.com. 2014. *UU No. 11 tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik*.
- www.hukumonline.com. 2014. *UU No. 19 tahun 2002 Tentang Hak Cipta*.
- www.hukumonline.com. 2014. *UU No. 23 tahun 2002 Tentang Perlindungan Anak*.
- www.hukumonline.com. 2014. *UU No. 32 tahun 2002 Tentang Penyiaran*.
- www.hukumonline.com. 2014. *UU No. 33 tahun 2009 tentang Perfilman*.
- www.hukumonline.com. 2014. *UU No. 44 tahun 2008 Tentang Pornografi*.
- www.jdih.kominfo.go.id. 2014. *UU Nomor 33 Tahun 2009 tentang Perfilman*