

BAB II

LANDASAN TEORI

4.1 KOMUNIKASI

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KKBI) komunikasi adalah pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. Komunikasi berasal dari kata “*communicare*” (Bahasa Latin), yang berarti “berpartisipasi” atau “memberitahukan” yang kedua berasal dari kata “*comunis*” yang berarti “milik bersama” atau “berlaku dimanapun”. Berelson dan Stainer (1984) menyebutkan komunikasi adalah penyampaian informasi, ide, emosi, ketrampilan, dan seterusnya, melalui grafik, simbol kata, gambar, angka, dan lain-lain. Pendapat lain menurut Carl I. Hovland, komunikasi adalah proses di mana individu (komunikator) menyampaikan pesan untuk mengubah tingkah laku individu ((Mursito, 1999:5-6).

Berdasarkan pengertian-pengertian komunikasi di atas dapat diketahui unsur-unsur komunikasi sebagai berikut (Mursito, 1999:7):

1. Sumber

Sumber adalah pemerkasa pesan atau orang yang menyampaikan gagasan lewat simbol yang bermakna. Pengirim pesan biasa disebut sebagai komunikator.

2. Pesan

Pesan merupakan stimulus yang disampaikan sumber kepada penerima. Pesan merupakan gagasan yang diwujudkan dalam simbol-simbol.

3. Makna

Makna adalah referensi-referensi seperti gagasan, citra, dan pikiran yang dinyatakan dalam simbol-simbol. Makna termuat dalam pesan, dalam kata-kata, namun kata-kata tidak menciptakan makna. Manusia yang membuat pesan menjadi memiliki makna.

4. Saluran

Saluran adalah alat yang mana suatu pesan mengalir dari sumber kepada penerima. Saluran adalah jalur sebagai perantara penyampaian pesan dari sumber ke penerima.

5. Penerima

Penerima adalah orang yang menerima pesan dari sumber, menangkap dan menafsirkan simbol-simbol pesan yang disampaikan sumber. Biasanya penerima juga disebut sebagai komunikan.

6. Efek

Efek merupakan perubahan- perubahan dalam perilaku penerima yang terjadi akibat penyampaian pesan oleh sumber. Komunikasi efektif berarti komunikasi yang menghasilkan efek pada penerima sebagaimana yang dikehendaki sumber.

7. Umpan balik (feedback)

Umpan balik adalah respons oleh penerima terhadap pesan sumber. Umpan balik membuat komunikasi menjadi dinamis, dialogis, dan demokratis.

8. Penyandian (encoding)

Penyandian adalah kegiatan internal seseorang untuk mengubah ide, pikiran, perasaan, menjadi simbol-simbol verbal ataupun nonverbal. Simbol- simbol itu merupakan pesan yang memuat informasi.

9. Penyandian ulang (decoding)

Penyandian ulang adalah kegiatan internal seseorang untuk memberi makna- makna terhadap suatu pesan dari sumber, mengubah simbol-simbol menjadi suatu bentuk yang ditangkap otak lalu disimpan dalam memori.

Jadi Komunikasi adalah proses penyampain pesan dari sumber (komunikator) yang melakukan penyediaan gagasan, ide, atau pemikirannya yang diwujudkan dalam bentuk simbol-simbol. Kemudian simbol-simbol itu disebut sebagai pesan yang disampaikan kepada penerima (komunikator) melalui saluran. Pesan yang diterima dipahami penerima lalu menimbulkan efek dan imbal balik.

4.2 KOMUNIKASI MASSA

Komunikasi massa adalah suatu proses dimana komunikator menggunakan media untuk menyebarkan pesan secara luas, dan secara terus menerus, sehingga dapat mempengaruhi khlayak atau masyarakat umum dengan melalui berbagai cara (Riswandi, 2009:104).

Menurut Dani Vardiansyah (2004:33), komunikasi massa melibatkan jumlah komunikan, tersebar dalam area geografis yang luas, namun hanya punya perhatian dan minat terhadap isu yang sama. Karena itu agar pesan dapat diterima serentak pada waktu yang sama, maka digunakan media massa, seperti surat kabar, majalah, radio, dan televisi

Berdasarkan penjelasan komunikasi massa tersebut, penulis menyimpulkan bahwa komunikasi massa ialah suatu proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui media sebagai alat penyampaian pesan. Komunikator dalam komunikasi massa berbentuk lembaga/instansi, pesan yang disampaikan bersifat umum untuk publik, dan komunikannya bersifat heterogen, anonim serta dalam jumlah relatif besar.

1. Peran media massa

Media massa merupakan institusi yang berperan sebagai *agen of change*, yaitu sebagai institusi pelopor perubahan yang merupakan paradigma utama bagi media massa. Dalam menjalankan paradigmanya, media massa mempunyai peran penting, yaitu (Hardi D, 2011:176):

a. Sebagai institusi pencerah masyarakat

Perannya sebagai media edukasi, menjadi media yang setiap saat mendidik masyarakat supaya lebih cerdas, terbuka pikirannya, dan menjadi masyarakat yang maju.

b. Media massa menjadi media informasi bagi masyarakat

Dengan banyaknya informasi, masyarakat menjadi lebih mampu berpartisipasi dalam setiap aktivitasnya.

c. Media massa sebagai media hiburan

Sebagai *agen of change*, media massa juga menjadi institusi yang memberikan hiburan-hiburan yang bermutu dan berkualitas bagi masyarakat. Jenis-jenis media massa

Media massa sendiri juga terbagi atas beberapa jenis, ada dua paradigma yang menyebutkan tentang jenis media massa. Pertama, paradigma lama yang menyebutkan jenis media massa yaitu film, surat kabar, kaset atau cd, televisi, radio, buku, dan majalah. Kedua, paradigma baru menyebutkan jenis media massa yaitu surat kabar, televisi, radio, internet, majalah, dan tabloid (Nurudin, 2007: 13).

Berdasarkan jenis media massa tersebut berdasarkan paradigma baru media massa di kelompokkan menjadi tiga yaitu media cetak, media elektronik, dan media digital. Media cetak terdiri dari surat kabar, majalah, dan tabloid. Media elektronik yaitu televisi dan radio. Media digital yaitu internet.

4.3 MEDIA ONLINE

Media online adalah media generasi ketiga yang muncul setelah dua media konvensional (cetak dan elektronik). Menurut arti kata media online juga disebut *cybermedia* (media siber), *internet media* (media internet), dan dapat diartikan sebagai media yang tersaji secara online di situs web (*website*).

Menurut Pedoman Pemberitaan Media Siber (PPMS) yang dikeluarkan Dewan Pers mengartikan media online adalah bentuk media yang menggunakan wahana internet dan melaksanakan kegiatan jurnalistik, serta memenuhi persyaratan Undang-Undang Pers dan Standars Perusahaan Pers yang ditetapkan Dewan Pers

Media *online* disini artinya situs-situs berita atau portal yang memenuhi karakteristik media massa seperti bersifat melembaga, organisasi media berbadan hukum, dan dapat diakses dimana saja (Romli, 2018: 161).

Sebagai media massa terbaru media online memiliki karakteristik sendiri, berikut karakteristik media *online*: (Romli, 2018: 37)

- a. Multimedia, artinya media online dapat memuat atau menyajikan berita/informasi dalam bentuk teks, audio, video, grafis, dan gambar secara bersamaan.

- b. Aktualitas, artinya media online berisi info aktual karena kecepatan dan kemudahan dalam penyajian.
- c. Cepat, artinya media online begitu diposting atau diupload, langsung bisa diakses semua orang.
- d. Update, artinya media online dalam pembaruan informasi dapat dilakukan dengan cepat dan baik dari sisi konten maupun redaksional.
- e. Kapasitas luas, artinya media online memiliki halaman wes yang dapat menampung naskah maupun teks tidak terbatas.
- f. Fleksibilitas, artinya media online dalam pemuatan dan editing naskah dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja, juga jadwal terbit bisa kapan saja.
- g. Luas, artinya media online mempunyai jangkauan hingga seluruh dunia yang memiliki akses internet.
- h. Interaktif, adanya fasilitas kolom komentar atau *chatroom* terjadi feedback langsung oleh pengakses media online.
- i. Terdokumentasi, artinya semua informasi yang tersimpan di media online dapat ditemukan kembali melalui *link*, artikel terkait, dan fasilitas “cari”.
- j. Hyperlinked, artinya semua berita online terhubung dengan sumber lain (*link*) yang berkaitan dengan informasi yang tersaji.

Media online memiliki sendiri pedoman dalam melakukan pemberitaan. Dewan pers mengesahkan kode etik jurnalistik media online pada 3 Februari 2012. Nama resmi kode etik ini adalah Pedoman Pemberitaan Media Siber (PPMS). PPMS tetap mengaju kepada UU No. 40 tentang Pers, Kode Etik Jurnalistik (KEJ), dan Kode Etik Wartawan Indonesia (KEWI) yang isinya sebagai berikut (Romli, 2018, 49-56):

1. Ruang lingkup

- a. Media Siber adalah segala bentuk media yang menggunakan wahana internet dan melaksanakan kegiatan jurnalistik, serta memenuhi persyaratan Undang-Undang Pers dan Standar Perusahaan Pers yang ditetapkan Dewan Pers.
- b. Isi Buatan Pengguna (User Generated Content) adalah segala isi yang dibuat dan atau dipublikasikan oleh pengguna media siber, antara lain,

artikel, gambar, komentar, suara, video dan berbagai bentuk unggahan yang melekat pada media siber, seperti blog, forum, komentar pembaca atau pemirsa, dan bentuk lain.

2. Verifikasi dan keberimbangan berita

- a. Pada prinsipnya setiap berita harus melalui verifikasi
- b. Berita yang dapat merugikan pihak lain memerlukan verifikasi pada berita yang sama untuk memenuhi prinsip akurasi dan keberimbangan.
- c. Ketentuan dalam butir (a) di atas dikecualikan, dengan syarat:
 1. Berita benar-benar mengandung kepentingan publik yang bersifat mendesak;
 2. Sumber berita yang pertama adalah sumber yang jelas disebutkan identitasnya, kredibel dan kompeten;
 3. Subyek berita yang harus dikonfirmasi tidak diketahui keberadaannya dan atau tidak dapat diwawancarai;
 4. Media memberikan penjelasan kepada pembaca bahwa berita tersebut masih memerlukan verifikasi lebih lanjut yang diupayakan dalam waktu secepatnya. Penjelasan dimuat pada bagian akhir dari berita yang sama, di dalam kurung dan menggunakan huruf miring.
- d. Setelah memuat berita sesuai dengan butir (c), media wajib meneruskan upaya verifikasi, dan setelah verifikasi didapatkan, hasil verifikasi dicantumkan pada berita pemutakhiran (update) dengan tautan pada berita yang belum terverifikasi.

3. Isu buatan pengguna

- a. Media siber wajib mencantumkan syarat dan ketentuan mengenai Isi Buatan Pengguna yang tidak bertentangan dengan Undang-Undang No. 40 tahun 1999 tentang Pers dan Kode Etik Jurnalistik, yang ditempatkan secara terang dan jelas.

- b. Media siber mewajibkan setiap pengguna untuk melakukan registrasi keanggotaan dan melakukan proses log-in terlebih dahulu untuk dapat mempublikasikan semua bentuk Isi Buatan Pengguna. Ketentuan mengenai log-in akan diatur lebih lanjut.
- c. Dalam registrasi tersebut, media siber mewajibkan pengguna memberi persetujuan tertulis bahwa Isi Buatan Pengguna yang dipublikasikan:
 - 1. Tidak memuat isi bohong, fitnah, sadis dan cabul;
 - 2. Tidak memuat isi yang mengandung prasangka dan kebencian terkait dengan suku, agama, ras, dan antargolongan (SARA), serta menganjurkan tindakan kekerasan;
 - 3. Tidak memuat isi diskriminatif atas dasar perbedaan jenis kelamin dan bahasa, serta tidak merendahkan martabat orang lemah, miskin, sakit, cacat jiwa, atau cacat jasmani
- d. Media siber memiliki kewenangan mutlak untuk mengedit atau menghapus Isi Buatan Pengguna yang bertentangan dengan butir (c).
- e. Media siber wajib menyediakan mekanisme pengaduan Isi Buatan Pengguna yang dinilai melanggar ketentuan pada butir (c). Mekanisme tersebut harus disediakan di tempat yang dengan mudah dapat diakses pengguna.
- f. Media siber wajib menyunting, menghapus, dan melakukan tindakan koreksi setiap Isi Buatan Pengguna yang dilaporkan dan melanggar ketentuan butir (c), sesegera mungkin secara proporsional selambat-lambatnya 2 x 24 jam setelah pengaduan diterima.
- g. Media siber yang telah memenuhi ketentuan pada butir (a), (b), (c), dan (f) tidak dibebani tanggung jawab atas masalah yang ditimbulkan akibat pemuatan isi yang melanggar ketentuan pada butir (c).
- h. Media siber bertanggung jawab atas Isi Buatan Pengguna yang dilaporkan bila tidak mengambil tindakan koreksi setelah batas waktu sebagaimana tersebut pada butir (f).

4. Ralat, koreksi, dan hak jawab

- a. Ralat, koreksi, dan hak jawab mengacu pada Undang-Undang Pers, Kode Etik Jurnalistik, dan Pedoman Hak Jawab yang ditetapkan Dewan Pers.
- b. Ralat, koreksi dan atau hak jawab wajib ditautkan pada berita yang diralat, dikoreksi atau yang diberi hak jawab.
- c. Di setiap berita ralat, koreksi, dan hak jawab wajib dicantumkan waktu pemuatan ralat, koreksi, dan atau hak jawab tersebut.
- d. Bila suatu berita media siber tertentu disebarluaskan media siber lain, maka:
 1. Tanggung jawab media siber pembuat berita terbatas pada berita yang dipublikasikan di media siber tersebut atau media siber yang berada di bawah otoritas teknisnya;
 2. Koreksi berita yang dilakukan oleh sebuah media siber, juga harus dilakukan oleh media siber lain yang mengutip berita dari media siber yang dikoreksi itu;
 3. Subyek berita yang harus dikonfirmasi tidak diketahui keberadaannya dan atau tidak dapat diwawancarai;
 4. Media yang menyebarkan berita dari sebuah media siber dan tidak melakukan koreksi atas berita sesuai yang dilakukan oleh media siber pemilik dan atau pembuat berita tersebut, bertanggung jawab penuh atas semua akibat hukum dari berita yang tidak dikoreksinya itu.
- e. Sesuai dengan Undang-Undang Pers, media siber yang tidak melayani hak jawab dapat dijatuhi sanksi hukum pidana denda paling banyak Rp500.000.000 (Lima ratus juta rupiah).

5. Pencabutan berita

- a. Berita yang sudah dipublikasikan tidak dapat dicabut karena alasan penyensoran dari pihak luar redaksi, kecuali terkait masalah SARA, kesusilaan, masa depan anak, pengalaman traumatik korban atau berdasarkan pertimbangan khusus lain yang ditetapkan Dewan Pers.
- b. Media siber lain wajib mengikuti pencabutan kutipan berita dari media asal yang telah dicabut.

- c. Pencabutan berita wajib disertai dengan alasan pencabutan dan diumumkan kepada publik.

6. Iklan

- a. Media siber wajib membedakan dengan tegas antara produk berita dan iklan.
- b. Media siber lain wajib mengikuti pencabutan kutipan berita dari media asal yang telah dicabut.
- c. Setiap berita/artikel/isi yang merupakan iklan dan atau isi berbayar wajib mencantumkan keterangan 'advertorial', 'iklan', 'ads', 'sponsored', atau kata lain yang menjelaskan bahwa berita/artikel/isi tersebut adalah iklan.

7. Hak cipta

Media siber wajib menghormati hak cipta sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku.

8. Pencantuman pedoman

Media siber wajib mencantumkan Pedoman Pemberitaan Media Siber ini di medianya secara terang dan jelas.

9. Sengketa

Penilaian akhir atas sengketa mengenai pelaksanaan Pedoman Pemberitaan Media Siber ini diselesaikan oleh Dewan Pers.

Jadi media *online* adalah situs-situs yang dikelola secara berlembaga, berbadan dan melaksanakan kegiatan jurnalistik dengan tetap berpegang pada Pedoman Pemberitaan Media Siber (PPMS) yang mengacu pada UU Pers, KEJ, dan KEWI.

4.4 JURNALISTIK ONLINE

Pada media online terjadi proses jurnalistik yang disebut jurnalistik online atau *cyber journalism* atau jurnalistik internet atau jurnalistik web. Pengertian jurnalistik *online* terkait beberapa istilah yakni jurnalistik, *online*, internet, dan website (Romli, 2018:15).

Jurnalistik dipahami sebagai proses peliputan, penulisan, dan penyebarluasan informasi (aktual) atau berita melalui media massa. *Online* dipahami sebagai

keadaan ketersambungan mengacu kepada internet atau *world wide web* (www). *Online* merupakan bahasa internet yang berarti dapat diakses dimana saja dan kapan saja selama ada jaringan internet. *Website* atau situs adalah halaman yang mengandung konten (media) termasuk teks, video, audio, dan gambar. *Website* bisa diakses melalui internet dan memiliki alamat internet yang dikenal sebagai URL (*Uniform Resource Locator*) berawalan www atau http:// (*Hypertext Transfer Protocol*). Dari pengertian ketiga kata tersebut *jurnalistik online* adalah proses penyampaian informasi melalui media internet utamanya *website* (Romli, 2018: 15-16).

Jurnalistik *online* memiliki prinsip kerja yang berbeda dengan media konvensional. Dalam buku Romli (2018:17) Paul Bradshaw menyebutkan ada lima prinsip dasar jurnalistik yang disingkat B-A-S-I-C dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Keringkasan (*Brevity*)

Berita *online* dituntut ringkas sesuai kaidah jurnalistik KISS, yakni *Keep It Short and Simple* yang artinya buatlah naskah berita yang ringkas dan sederhana.

2. Kemampuan beradaptasi (*Adaptability*)

Wartawan *online* dituntut agar mampu menyesuaikan diri ditengah kebutuhan dan preferensi publik. Kemajuan teknologi membuat wartawan mampu menyajikan berita dengan berbagai format seperti suara, video, gambar, teks, dan lain-lain.

3. Dapat dipindai (*Scannability*)

Untuk memudahkan audiens, situs-situs jurnalistik *online* hendaknya memiliki sifat dapat dipindai agar memudahkan pembaca.

4. Interaktivitas (*Interactivity*)

Komunikasi dari publik kepada jurnalis dalam jurnalisme *online* sangat dimungkinkan dengan adanya akses yang semakin luas. Artinya ada *feedback* dari pengguna media online ada kemungkinan terjadi karena adanya fitur komentar.

5. Komunitas dan percakapan (*Community and conversation*)

Media *online* dapat berperan sebagai penjaring komunitas dan jurnalis *online* harus memberi jawaban atas timbal balik kepada publik atas balasan yang diberikan publik.

4.5 KODE ETIK JURNALISTIK

Ditinjau dari segi etimologi, pengertian kode etik ini telah dibahas dan dikembangkan oleh beberapa tokoh yang mempunyai jalan pikiran yang berbedabeda. Namun pada dasarnya mempunyai pengetahuan yang sama. Socrates seorang filosof yang hidup di zaman Romawi, yang dianggap sebagai pencetus pertama dari etika yang mana dia telah menguraikan etika secara ilmu tersusun. Malah sampai sekarang perkembangan etika semakin berkembang, hal ini dapat dirasakan dengan adanya fenomena-fenomena yang realita dalam masyarakat.

Kata “kode” berasal dari bahasa Inggris “code” yang antara lain berarti himpunan atau kumpulan ketentuan atau peraturan tertulis (Sukardi, 2008: 5). Istilah etika berasal dari bahasa latin Ethic, sedangkan dalam bahasa Yunani Ethikos (a body of moral principles or values). Dengan demikian ethic berarti kebiasaan, habit, custom. Maksud baik atau buruk dalam hal ini adalah sesuai atau tidak dengan kebiasaan masyarakat di sekitarnya, meskipun kebiasaan masyarakat itu akan berubah sejalan dengan perkembangan zaman. Etika dengan sendirinya bisa diartikan sebagai ilmu yang membicarakan masalah perbuatan atau tingkah laku manusia, mana yang dapat dinilai baik dan mana yang jahat. Etika sendiri sering disebut dengan kata moral, susila, budi pekerti dan akhlak. (Nurudin, 2007: 242)

Kode etik adalah canon, yaitu prinsip yang diterima sebagai landasan profesi. Dengan kode etik, pelaksana profesi menjalankan kegiatan profesional untuk menjaga eksistensi sosialnya. (Ashadi Siregar, 1998: 229)

Kode Etik Jurnalistik (KEJ) adalah Etika Profesi Wartawan Indonesia yang harus dipatuhi. Dirumuskan pertama kali pada konferensi PWI di Malang tahun 1947. (Kurniawan J, 1991:131). Berdasarkan rumusan Dewan Pers ada setidaknya tiga kategori kompetensi yang harus dipunyai seorang jurnalis antara lain:

1. Kesadaran (*awarness*): mencakup kesadaran tentang etika, hukum, dan karier.

2. Pengetahuan (*knowledge*): mencakup pengetahuan umum dan pengetahuan khusus sesuai bidang kewartawanan yang bersangkutan.
3. Keterampilan (*skills*): mencakup keterampilan menulis, wawancara, riset, investigasi, menggunakan berbagai peralatan, seperti komputer, kamera, mesin scanned, faksimili, dan sebagainya.(Nurudin, 2009:263)

Berdasarkan peraturan Dewan Pers Nomor:6/Peraturan-DP/V/2008 tentang pengesahan surat keputusan dewan pers Nomor 03/SK-DP/III/2006 tentang kode etik jurnalistik sebagai peraturan Dewan Pers. Untuk menjamin kemerdekaan pers dan memenuhi hak publik untuk memperoleh informasi yang benar, wartawan Indonesia memerlukan landasan moral dan etika profesi sebagai pedoman operasional dalam menjaga kepercayaan publik dan menegakkan integritas serta profesionalisme. Atas dasar itu, wartawan Indonesia menetapkan dan menaati Kode Etik Jurnalistik:

Pasal 1

Wartawan Indonesia bersikap independent, menghasilkan berita yang akurat, berimbang, dan tidak beriktikad buruk.

Penafsiran :

1. Independen berarti memberitakan peristiwa atau fakta sesuai dengan suara hati nurani tanpa campur tangan, paksaan, dan intervensi dari pihak lain termasuk pemilik perusahaan pers.
2. Akurat berarti dipercaya benar sesuai keadaan objektif ketika peristiwa terjadi.
3. Berimbang berarti semua pihak mendapat kesempatan setara.
4. Tidak beriktikad buruk berarti tidak ada niat secara sengaja dan semata-mata untuk menimbulkan kerugian pihak lain.

Pasal 2

Wartawan indonesia menempuh cara-cara yang profesional dalam melaksanakan tugas jurnalistik.

Penafsiran :

Cara-cara yang profesional adalah:

1. menunjukkan identitas diri kepada narasumber;
2. menghormati hak privasi;
3. tidak menyuap;
4. menghasilkan berita yang faktual dan jelas sumbernya;
5. rekayasa pengambilan dan pemuatan atau penyiaran gambar, foto, suara dilengkapi dengan keterangan tentang sumber dan ditampilkan secara berimbang;
6. menghormati pengalaman traumatik narasumber dalam penyajian gambar, foto, suara;
7. tidak melakukan plagiat, termasuk menyatakan hasil liputan wartawan lain sebagai karya sendiri;
8. penggunaan cara-cara tertentu dapat dipertimbangkan untuk peliputan berita investigasi bagi kepentingan publik.

Pasal 3

Wartawan Indonesia selalu menguji informasi, memberitakan secara berimbang, tidak mencampurkan fakta dan opini yang menghakimi, serta menerapkan asas praduga tak bersalah.

Penafsiran :

1. Menguji informasi berarti melakukan check and recheck tentang kebenaran informasi itu.
2. Berimbang adalah memberikan ruang atau waktu pemberitaan kepada masing-masing pihak secara proporsional.
3. Opini yang menghakimi adalah pendapat pribadi wartawan. Hal ini berbeda dengan opini interpretatif, yaitu pendapat yang berupa interpretasi wartawan atas fakta.
4. Asas praduga tak bersalah adalah prinsip tidak menghakimi seseorang.

Pasal 4

Wartawan Indonesia tidak membuat berita bohong, fitnah, sadis, dan cabul.

Penafsiran :

1. Bohong berarti sesuatu yang sudah diketahui sebelumnya oleh wartawan sebagai hal yang tidak sesuai dengan fakta yang terjadi.
2. Fitnah berarti tuduhan tanpa dasar yang dilakukan secara sengaja dengan niat buruk.
3. Sadis berarti kejam dan tidak mengenal belas kasihan.
4. Cabul berarti penggambaran tingkah laku secara erotis dengan foto, gambar, suara, grafis atau tulisan yang semata-mata untuk membangkitkan nafsu birahi.
5. Dalam penyiaran gambar dan suara dari arsip, wartawan mencantumkan waktu pengambilan gambar dan suara.

Pasal 5

Wartawan Indonesia tidak menyebutkan dan menyiarkan identitas korban kejahatan susila dan tidak menyebutkan identitas anak yang menjadi pelaku kejahatan.

Penafsiran :

1. Identitas adalah semua data dan informasi yang menyangkut diri seseorang yang memudahkan orang lain untuk melacak.
2. Anak adalah seorang yang berusia kurang dari 16 tahun dan belum menikah.

Pasal 6

Wartawan Indonesia tidak menyalahgunakan profesi dan tidak menerima suap.

Penafsiran :

1. Menyalahgunakan profesi adalah segala tindakan yang mengambil keuntungan pribadi atas informasi yang diperoleh saat bertugas sebelum informasi tersebut menjadi pengetahuan umum.
2. Suap adalah segala pemberian dalam bentuk uang, benda atau fasilitas dari pihak lain yang mempengaruhi independensi.

Pasal 7

Wartawan Indonesia memiliki hak tolak untuk melindungi narasumber yang tidak bersedia diketahui identitas maupun keberadaannya, menghargai ketentuan embargo, informasi latar belakang, dan “off the record” sesuai dengan kesepakatan.

Penafsiran :

1. Hak tolak adalah hak untuk tidak mengungkapkan identitas dan keberadaan narasumber demi keamanan narasumber dan keluarganya.
2. Embargo adalah penundaan pemuatan atau penyiaran berita sesuai dengan permintaan narasumber.
3. Informasi latar belakang adalah segala informasi atau data dari narasumber yang disiarkan atau diberitakan tanpa menyebutkan narasumbernya.
4. *Off the record* adalah segala informasi atau data dari narasumber yang tidak boleh disiarkan atau diberitakan.

Pasal 8

Wartawan Indonesia tidak menulis atau menyiarkan berita berdasarkan prasangka atau diskriminasi terhadap seseorang atas dasar perbedaan suku, ras, warna kulit, agama, jenis kelamin, dan bahasa serta tidak merendahkan martabat orang lemah, miskin, sakit, cacat jiwa atau cacat jasmani.

Penafsiran :

1. Prasangka adalah anggapan yang kurang baik mengenai sesuatu sebelum mengetahui secara jelas.
2. Diskriminasi adalah perbedaan perlakuan.

Pasal 9

Wartawan Indonesia menghormati hak narasumber tentang kehidupan pribadinya, kecuali untuk kepentingan publik.

Penafsiran :

1. Menghormati hak narasumber adalah sikap menahan diri dan berhati-hati.
2. Kehidupan pribadi adalah segala segi kehidupan seseorang dan keluarganya selain yang terkait dengan kepentingan publik.

Pasal 10

Wartawan Indonesia segera mencabut, meralat, dan memperbaiki berita yang keliru dan tidak akurat disertai dengan permintaan maaf kepada pembaca, pendengar, dan atau pemirsa.

Penafsiran :

1. Segera berarti tindakan dalam waktu secepat mungkin, baik karena ada maupun tidak ada teguran dari pihak luar.
2. Permintaan maaf disampaikan apabila kesalahan terkait dengan substansi pokok.

Pasal 11

Wartawan Indonesia melayani hak jawab dan hak koreksi secara proporsional.

Penafsiran :

1. Hak jawab adalah hak seseorang atau sekelompok orang untuk memberikan tanggapan atau sanggahan terhadap pemberitaan berupa fakta yang merugikan nama baiknya.
2. Hak koreksi adalah hak setiap orang untuk membetulkan kekeliruan informasi yang diberitakan oleh pers, baik tentang dirinya maupun tentang orang lain.
3. Proporsional berarti setara dengan bagian berita yang perlu diperbaiki.
(M.Badri, 2013:143-146)

4.6 BERITA

Berita berasal dari bahasa sansekerta, yaitu Vrit yang dapat dimaknai dengan Vritta dalam bahasa Inggris, memiliki arti ‘ada’ atau ‘terjadi’. Beberapa orang memaknainya dengan Vritta, yang berarti “kejadian” atau ‘sebuah peristiwa yang telah terjadi’. Dalam bahasa Indonesia Vritta memiliki arti yaitu sebuah ‘berita atau warta’ (Indah Suryati, 2011: 67). Sedangkan menurut KBBI, berita merupakan cerita atau keterangan mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat. Dalam konsep komunikasi, berita adalah pesan (*message*). Sementara dalam konsep jurnalistik,

berita adalah komoditas utama yang dicari, diolah dan disiarkan kehalayak (masduki,2009:9).

Menurut dean M, lyle Spencer berita merupakan setiap fakta yang akurat atau suatu ide yang dapat menarik perhatian bagi sejumlah besar pembaca. Sedangkan Mitchel V.Charnley menyebutkan berita sebagai laporan mengenai fakta atau opini yang memiliki daya Tarik atau hal penting atau kedua-duanya bagi masyarakat luas (Deddy Iskandar M,2005:21-22).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa berita adalah suatu fakta atau ide atau opini aktual yang menarik serta dianggap penting bagi sejumlah besar pembaca, pendengar maupun penonton. Dari pengertian itu dapat diketahui tujuan utama penyajian berita adalah menginformasikan peristiwa penting sebagai upaya untuk memberikan daya tarik agar orang mau membaca, menonton, mendengar sajian berita tersebut (Masduki, 2001:10)

2.7. IMPLEMENTASI KODE ETIK JURNALISTIK

Implementasi berasal dari bahasa inggris yaitu to implement. Dalam kamus bahasa inggris implement (mengimplementasikan) bermakna alat atau perlengkapan.(Joko S, 2000:347). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), penerapan adalah proses, cara, perbuatan menerapkan. (<http://kbbi.web.id/penerapan.html>). J.S Badudu dan Sutan Muhammad Zain, mengatakan penerapan adalah hal, cara, atau hasil yang memiliki tiga unsur, yaitu :

1. Adanya program yang dilaksanakan.
2. Adanya kelompok target, yaitu masyarakat yang menjadi sasaran dan diharapkan akan menerima manfaat dari program tersebut
3. Adanya pelaksanaan, baik perorangan atau organisasi yang bertanggung jawab dalam pelaksanaan, pengelolaan, dan pengawasan program penerapan tersebut.

Berdasarkan unsur diatas, Penerapan dapat terlaksana jika adanya program-program yang memiliki target/sasaran serta dapat memberikan manfaat kepada target

yang akan dicapai dan dapat dipertanggung jawabkan dengan baik. Hal ini dapat disimpulkan bahwa penerapan adalah suatu perbuatan yang menerapkan metode, teori, dan hal lain untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai dan untuk suatu kepentingan yang diinginkan oleh perorangan atau kelompok yang telah tersusun dan terencana sebelumnya.(J.S Badudu, 1996:1478)

Kode etik jurnalistik yang berlaku di Indonesia telah ditetapkan dalam Surat Keputusan Dewan Pers Nomor 03/SK-DP/III/2006. Dewan pers dan masyarakat pers telah bersepakat untuk merumuskan kode etik yang ringkas tetapi komprehensif dalam mengatur norma-norma jurnalisme. Kode etik jurnalistik dihasilkan dalam rangka mengatur perilaku moral anggota suatu komunitas wartawan. Seperti halnya kode etik profesi lainnya, kode etik jurnalistik dirumuskan secara tertulis oleh para anggota komunitas wartawan berdasarkan cita-cita dan nilai-nilai yang hidup di kalangan para anggota komunitas itu sendiri (Wahyu W, *ibid*:72).

Masalah kode etik, sangat penting khususnya bagi pegiat profesi jurnalis karena mereka bukan hanya dituntut untuk mengembangkan idealisme profesinya melainkan juga efek media yang sangat besar bagi khalayak. Kode etik merupakan hal yang penting dilakukan karena merupakan bagian dari profesionalitas wartawan. Sikap profesionalitas wartawan terdiri dari dua unsur yaitu hati nurani dan keterampilan. Hati nurani merujuk pada penjagaan dan kepatuhan terhadap kode etik jurnalistik dan pemeliharaan kewajiban moral. Sedangkan keterampilan menyangkut pada kemampuan teknis para jurnalis sesuai dengan bidang profesinya. Profesionalisme dan etika merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan. Peneliti menilai bahwa etika perlu mendapatkan perhatian khusus karena etika merupakan salah satu bentuk kontrol internal dalam media massa. Kontrol sosial inilah yang sangat mempengaruhi wartawan dalam memperlakukan fakta secara profesional. Dalam menjalankan tugasnya, para jurnalis dituntut untuk menaati dan menjalankan kode etik jurnalistik sesuai dengan perintah undang-undang Pasal 7 ayat 2 Undang-undang No. 40 Tahun 1999 tentang pers yang berbunyi, “Wartawan memiliki dan mematuhi Kode Etik Jurnalistik”. Serta bertanggung jawab dengan didasari etika penyampaian informasi yang mengarah kepada ketertiban dan perdamaian.

2.8. ANALISIS ISI

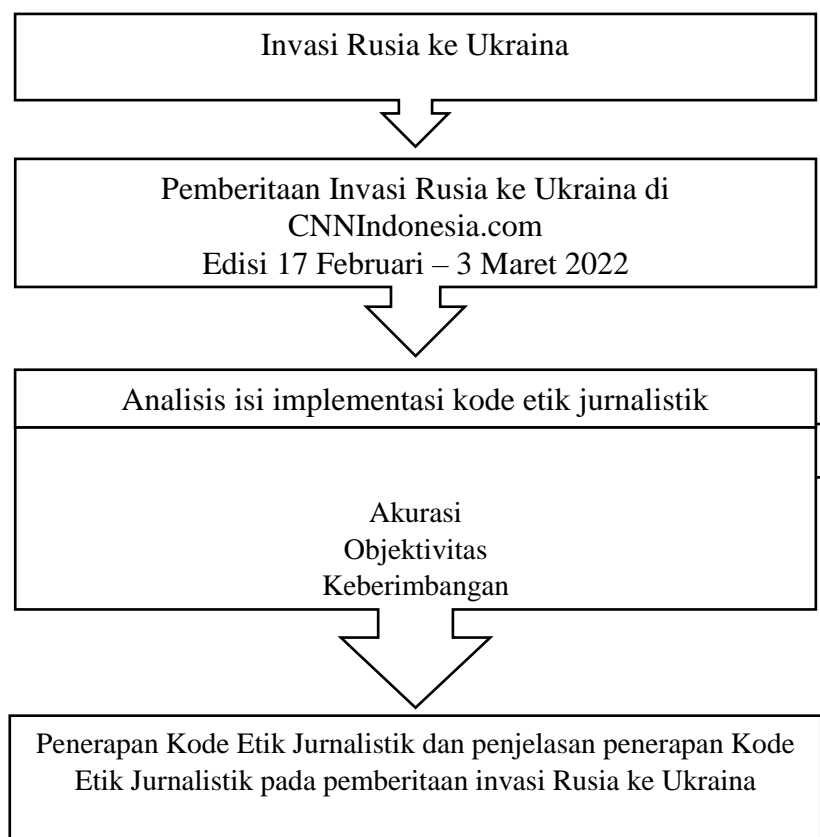
Barelson (1952:18) mendefinisikan analisis isi adalah suatu teknik penelitian yang dilakukan secara objektif, sistematis, dan deskripsi kuantitatif dari komunikasi yang tampak. Holsti (1969:14) menyebutkan analisis adalah suatu teknik penelitian untuk membuat inferensi yang dilakukan secara objektif dan identifikasi sistematis dari karakteristik pesan. Weber (1994:9) menyebutkan analisis isi adalah sebuah metode penelitian dengan menggunakan seperangkat prosedur untuk membuat inferensi yang valid dari teks. Menurut Neuendorf (2002: 10) analisis isi adalah sebuah peringkasan, kuantifikasi dari pesan yang didasarkan pada metode ilmiah (diantaranya objektif, intersubjektif, reliabel, valid, dapat digeneralisasikan, dapat direplikasi dan pengujian hipotesis) dan tidak dibatasi untuk jenis variable tertentu atau konteks di mana pesan dibentuk dan di tampilkan (Eriyanto: 2011:15-16).

Dari pemaparan definisi-definisi diatas dapat disimpulkan bahwa analisis isi adalah teknik penelitian ilmiah yang ditunjukkan untuk mengetahui gambaran karakteristik isi dan menarik inferensi dari isi. Penelitian analisis memiliki ciri-ciri seperti objektif, sistematis, replikabel, *manifest*, perangkuman, generalisasi. **Objektif** artinya penelitian analisis isi dilakukan untuk mendapat gambaran dari suatu isi secara apa adanya, tanpa adanya campur tangan dari peneliti. Penelitian ini harus menghilangkan bias, keberpihakan, atau kecenderungan tertentu dari penelitian agar hasil dari penelitian analisis isi benar-benar mencerminkan isi dari suatu teks. **Replikabel** artinya penelitian dengan temuan tertentu dapat diulang dengan menghasilkan temuan yang sama pula. *Manifest* artinya penelitian analisis isi dapat melihat semua karakteristik dari isi, baik yang tampak (manifest) ataupun yang tidak tampak (*latent*). Ciri lain analisis isi yaitu **perangkuman**, artinya analisis isi umumnya dibuat untuk membuat gambaran karakteristik dari suatu isi atau pesan bukan secara detail. **Genarilisasi**, artinya penelitian bertujuan untuk menarik kesimpulan umum dari suatu peristiwa (Eriyanto: 201 1, 16-30)

2.9. KERANGKA BERPIKIR

Kerangka berpikir diharapkan dapat memberikan gambaran maupun arahan serta mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian. Kerangka berpikir pada

penelitian ini diawali dari kesadaran bahwa pentingnya implementasi kode etik jurnalistik dalam penulisan berita di media online, karena hal ini akan membawa dampak yang besar bagi masyarakat, dan para pelaku jurnalistik hingga perusahaan media itu sendiri. Penelitian ini untuk melihat secara lebih rinci mengenai implementasi kode etik jurnalistik pada media *online* CNNIndonesia.com dalam pemberitaan Invasi Rusia ke Ukraina.



Gambar 2.1: Bagan kerangka berpikir

2.10. KERANGKA PENELITIAN

Kerangka penelitian merupakan suatu cara yang digunakan untuk menjelaskan hubungan atau kaitan antara variabel yang akan diteliti (Notoatmodjo, 2018: 83).

Pada penelitian ini, peneliti akan meneliti implementasi kode etik jurnalistik pada media *online* CNNIndonesia.com dalam pemberitaan Invasi Rusia ke Ukraina.



Gambar 2.2: Bagan kerangka penelitian

2.11. PENELITIAN TERDAHULU

1. Penelitian pertama adalah jurnal penelitian yang dilakukan oleh Olivia Lewi Pramesti, mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Gadjah Mada tahun 2014 dengan judul **“Penerapan Kode Etik di Kalangan Jurnalis”**. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus yakni sebuah metode penelitian untuk menyelidiki fenomena dalam konteks kehidupan nyata dengan pencarian kedalaman masalah untuk menjawab “how” dan “why”. Untuk subyeknya, penelitian ini menjadikan jurnalis di Yogyakarta (baik cetak, onlinedan elektronik) yang masuk atau terdaftar dalam organisasi profesi khususnya AJI dan PWI sebagai subyek penelitian. Anggota AJI sendiri hingga Januari 2013 ini tercatat 80 orang, sedangkan anggota PWI tercatat 518 hingga Januari 2013. Bila ditelaah dari pendekatan etika, praktik suap ini masuk dalam ranah etika deontologis. Menurut etika deontologis, orang harus mengikuti aturan yang diciptakan dalam masyarakat. Hal ini tentu saja sangat berkaitan erat dengan kerja media yang memutuskan bahwa kinerjanya diukur melalui

UU Pers dan kode etik. Hanya saja implementasi etika deontologis ini masih bertentangan dan menimbulkan dilema tersendiri. Akibatnya, terjadi ketidakpuasan masing-masing individu. Ketidakpuasan ini mendorong mereka untuk menciptakan aturan sendiri yang pada akhirnya nanti disahkan sebagai aturan universal. Hal ini jelas tercermin dalam praktik suap di media. Jurnalis melakukan suap karena berbagai faktor, yakni perusahaan media tidak bisa memberikan penghasilan layak dan memadai, perusahaan tidak bisa memberikan sanksi tegas, organisasi profesi yang kurang memberikan pengawasan terhadap praktiknya, serta keadaan individu jurnalis yang memiliki beban masing-masing.

2. Penelitian kedua adalah skripsi penelitian oleh Reza Novlizal, Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara tahun 2017 dengan judul **“Penerapan Kode Etik Jurnalistik Dalam Penulisan Berita Kriminal Pada Harian Metro 24”**. Skripsi ini meneliti tentang Penerapan Kode Etik Jurnalistik Pada Harian Metro 24, yang disajikan melalui pendekatan deskriptif dengan metode kualitatif. Data hasil penelitian diperoleh melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Studi penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan penerapan kode etik jurnalistik di Koran Metro 24 yang dibutuhkan oleh para insane pers yang mencari berita di lapangan. Kode Etik Jurnalistik tentunya diharapkan akan menjadi bekal para wartawan untuk menekuni sebuah profesi jurnalistik sehingga mereka dapat bekerja dengan baik dan benar. Kemudian upaya-upaya yang dilakukan oleh para wartawan dalam menekuni profesi ini sehingga mereka dapat melaksanakan, menyelesaikan tugas dan tanggaung jawabnya sebagai wartawan yang profesional. Instrumen (alat) penelitiannya adalah pedoman wawancara (interview), dan alat perekam (recorder). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harian Metro 24 telah menerapkan Kode Etik Jurnalistik dalam proses pemberitannya, namun masih ada sebagian wartawan harian Metro 24 belum memahami secara keseluruhan isi Kode Etik Jurnalistik karena beberapa faktor yaitu: pertama, latar belakang

pendidikan bukan dari jurusan komunikasi massa terkhusus jurnalistik, kedua, belum pernah mengikuti pelatihan jurnalistik terkhusus materi Kode Etik Jurnalistik. Adapun yang menjadi sumbangan dari penelitian tentang Penerapan Kode Etik Jurnalistik ini adalah untuk menjadi dasar pengetahuan, pegangan dan bekal yaitu (bersifat preventif, penyaluran, penyesuaian, perbaikan dan pengembangan). Usaha tersebut tidak berhenti sampai disitu tetapi kita berusaha memberikan motivasi kepada wartawan untuk dijadikan sebagai pegangan yang sifatnya prinsipil dalam menjalankan tugas sehari-harinya.

3. Penelitian ketiga adalah penelitian skripsi yang dilakukan oleh Widyawati, pada tahun 2018 dengan judul **“Penerapan Kode Etik Jurnalistik Dewan Pers dalam Pemberitaan di Media Massa”**. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana penerapan KEJ Dewan Pers dalam pemberitaan terkait aksi 411 di SKH Republika dan Kompas. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, Dalam hal ini, peneliti bertindak sebagai fasilitator yang ikut memberi makna secara kritis pada realitas yang dikonstruksi oleh subjek penelitian. Penelitian ini termasuk ke dalam library research (studi pustaka), yakni penelitian terhadap pemberitaan koran atau surat kabar. Pendekatan penelitian ini adalah subjektif-konstruktivis. Pendekatan ini menyatakan bahwa realitas merupakan hasil konstruksi mental dari individu pelaku sosial, sehingga realitas dipahami secara beragam serta dipengaruhi oleh pengalaman, konteks, dan waktu. Melalui pendekatan ini, penulis meneliti, mengkaji, dan menganalisis segala sesuatu yang menjadi bahasan penelitian untuk mencapai kesimpulan.). Setelah melakukan riset, diperoleh hasil penelitian bahwa pada pasal 1, terkait independensi wartawan, Republika dan Kompas belum menerapkan indikator secara keseluruhan. Pada pasal 2, terkait profesionalisme wartawan, Republika dan Kompas sudah menerapkan seluruh indikator. Pada pasal 3, terkait keberimbangan, Republika hanya menerapkan pada 6 pemberitaan, sedangkan Kompas 9 pemberitaan. Pada pasal 4, terkait isi pemberitaan

yang tidak bohong, fitnah, sadis dan cabul, Republika dan Kompas sudah menerapkan. Pada pasal 6, terkait larangan penyalahgunaan profesi dan menerima suap, Republika dan Kompas sudah menerapkan. Pada pasal 7, terkait penggunaan hak tolak, embargo dan off the record, Republika belum menerapkan sedangkan Kompas sudah menerapkan. Pada pasal 8, terkait larangan adanya unsur prasangka dan diskriminasi dalam pemberitaan, Republika dan Kompas hanya menerapkan pada beberapa pemberitaan. Pada pasal 9, terkait kewajiban wartawan menghormati kehidupan pribadi narasumber, Republika dan Kompas sudah menerapkan. Pada pasal 5, 10 dan 11, terkait larangan penyebutan identitas kejahatan susila, perbaikan berita, dan pelayanan hak jawab & hak koreksi, pemberitaan Republika dan Kompas tidak menerapkan karena isi pemberitaan tidak relevan dengan indikator pasal KEJ.

Secara garis besar penelitian diatas sama dengan penelitian yang akan penulis lakukan dalam bidang jurnalistik guna meneliti penerapan kode etik jurnalistik. Penelitian pertama menggunakan metode studi kasus, penelitian kedua dan ketiga menggunakan metode kualitatif deskriptif. Perbedaan dengan penelitian penulis yaitu, penulis meneliti dengan menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan analisis isi.