

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Karya jurnalistik, apapun bentuk dan jenisnya berfungsi membela kebenaran dan keadilan, dengan cara mengungkapkan fakta dan atau pendapat secara informatif, faktual, aktual dan berimbang (Muhtadi, 1999:23). Sepenggal kalimat tersebut mungkin sudah bisa mewakili makna dan keharusan dari sebuah hasil karya cipta tangan-tangan pers, baik itu dalam teks tertulis maupun teks-teks lain yang disajikannya kepada khalayak tidak terkecuali teks foto. Hasil yang membuat khalayak segan dan tidak berpihak kepada suatu kebenaran ataupun kesalahan. Ada kewajiban penting bagi pers untuk selalu mengkonstruksi fakta yang terjadi di lapangan secara benar. Apakah bisa seorang wartawan menyajikan berita tanpa mengubah formula penulisan dan juga tanpa sebuah opini.

Pers adalah salah satu tokoh yang terampil dalam memproduksi teks-teks kritis terhadap pemerintahan dan juga sistem kekuasaan lain. Dalam sejarahnya, pers memang semula dikenal sangat amat santun dan murah senyum dihadapan penguasa dalam tiap kemasan beritanya, dan berjalannya waktu pers dianggap berubah watak menjadi pers bebas yang mudah marah. Publik berlahan telah didominasi oleh pemaknaan realitas yang dilakukan oleh penguasa pers .

Pers lahir dari bahasa Belanda. Dalam Bahasa Inggris, istilah pers itu disebut dengan *press* yang berarti yang mencetak. Dalam pengertian yang operasional, pers berarti publikasi atau pemberitahuan secara tercetak (Effendy, 1997: 145). Dari sinilah muncul pemahaman bahwa ruang lingkup pers hanya

terbatas pada kegiatan publikasi kepada masyarakat luas yang menggunakan media cetak seperti surat kabar, majalah, dan jenis-jenis media yang tercetak lainnya. Dalam perjalanannya pers mengalami perkembangan dan meluas ke media yang lain yaitu media elektronik seperti radio, televisi dan juga film.

Menurut Jhon C Merrill dalam bukunya *Global Journalism*, istilah pers sering digunakan dalam konteks historis seperti pada konteks *press freedom or law* dan *power of press* (Effendy, 1997: 145). Untuk itulah pers dalam setiap fungsi dan kedudukannya selalu dipandang sebagai kekuatan yang mampu mempengaruhi masyarakat secara massal. Berbagai kekuatan politik sosial berlomba dalam memanfaatkan pers untuk memenuhi kepentingan rekrutmen massa, jajaran birokrasi menggunakannya dalam membangun jembatan komunikasi antar struktur yang terlibat, dunia bisnis memainkan peranan pers sebagai alat advertensi secara besar-besaran, dan bahkan perang sekalipun seringkali menggunakan pers sebagai media pembentukan opini publik yang diduga kuat dapat mempengaruhi suasana disekitar medan perang.

Sebenarnya ada dua kepentingan pers disini yaitu pers yang mementingkan unsur komersial dan juga pers yang mementingkan prinsip ideal. Dua kepentingan itu sudah menjadi “pakaian” pers yang senantiasa harus dipakai secara seimbang. Jika pers hanya mengutamakan aspek ideal maka pers tidak akan mampu bertahan hidup lebih lama, sebaliknya juga andai pers mengutamakan aspek komersial, tentu saja wujud kelembagaan seperti itu tidak layak lagi disebut dengan “pers”.

Terkait dengan hal diatas dan juga semakin banyaknya informasi serta

pada berita dan informasi telah membuat penggiat media menampilkan pemberitaannya secara terbuka. Terbuka dalam arti berani keluar dari kebakuan dalam kancah payung kode etik media massa dalam menyuguhkan teks yang mestinya tidak dipublikasikan ataupun “tidak diperbolehkan” untuk dikonsumsi khalayak. Contohnya masalah yang dekat dengan seks, kekerasan, kejahatan yang begitu mudah menjadi bisa menjadi komoditi empuk bagi bisnis media.

Media berhubungan langsung dengan proses produksi dan distribusi pengetahuan. Pesan media yang berupa informasi, *image* dan juga ide untuk sebagian orang merupakan sumber dari kesadaran. Media sebagai penghubung antara pengalaman individu dengan pengalaman yang berada diluar jangkauan observasi individu, sehingga mampu memberikan gambaran terhadap individu tentang situasi yang ada diluar atau yang tidak terjangkau oleh indera.

Pada perkembangannya, media informasi, baik cetak maupun elektronik bisa dijadikan sebagai alat ukur dalam melakukan *environmental scanning* (pengamatan terhadap lingkungan), mengingat aksesnya yang diterima oleh masyarakat luas. Ada kecenderungan masyarakat sekarang ini menuju kearah perubahan yang demokratis dimana kehidupan media seringkali dijadikan parameter. Dalam sistem demokratis, ada acuan kebebasan yang selalu dijunjung tinggi baik itu kebebasan dalam berkumpul, berpendapat, dan mengemukakan kritik. Maka konsumsi terhadap media menjadi suatu hal yang sangat vital.

Faktor penting lain yang perlu diperhatikan adalah konsumsi teks oleh khalayak pembacanya. Bagaimana publik atau khalayak menafsirkan teks-teks yang terdapat dalam sebuah media. Ada dua pandangan bagaimana khalayak

menafsirkan teks. *Pertama*, melihat khalayak sebagai pihak yang pasif. Media dibayangkan sebagai entitas yang otonom dan aktif. Apa yang dibayangkan oleh khalayak ditentukan oleh apa yang disajikan media. *Kedua*, pandangan yang melihat khalayak sebagai entitas yang aktif dan dinamis. Khalayak bukan lagi dimaknai sebagai konsumen media semata dan hanya memilih media serta berita apa yang sesuai, tetapi aktif dalam memaknai isi media tersebut. Disinilah khalayak akan mempunyai cara tafsir tersendiri terhadap teks.

Media mempunyai akses jangkauan yang luas dan berperan dalam mengkonstruksi suatu makna, maka media bisa dijadikan sebagai alat untuk memahami lingkungan/masyarakat bahkan perkembangan isu-isu internasional. Media juga kadang tidak objektif terhadap kejadian atau fakta yang ada di lapangan, terkadang dipengaruhi oleh penulis berita (wartawan), institusi (redaksi) atau relasi kekuasaan. Dan dari sinilah munculnya konstruksi media baik dalam penggunaan bahasa, lambang, sampai pada pemilihan narasumber oleh kerja wartawan yang bisa dikatakan kurang profesional dengan tanggung jawabnya.

Wartawan sendiri merupakan salah satu profesi di media massa yang memerlukan tanggung jawab yang begitu besar dan juga merupakan suatu profesi yang beresiko. Pekerjaan seorang wartawan kadang dibebani oleh hal-hal yang kadang kontra dengan keinginan dari hati mereka sendiri. Ada kebenaran yang seringkali harus menjadi rahasia si wartawan itu sendiri, sehingga yang terjadi adalah konstruksi dari pengolahan suatu berita. Pemberitaanya yang ada tidak seutuhnya asli, tetapi kadang ada gubahan-gubahan yang ditambah maupun dikurangi ada yang tepat etika jurnalistik dan bahkan ada yang sengaja

melanggarnya sebagai sebuah bumbu berita. Sejalan dengan hal tersebut, memang ada wartawan yang nantinya diam saja, tetapi ada juga wartawan yang mencari berita atau bahkan mempublikasikannya secara nekad walaupun itu *off the record* atau diluar batas pemberitaan yang seharusnya.

Surat kabar adalah senjata, dan “senjata” ini dapat digunakan untuk tujuan-tujuan baik atau dapat pula dipergunakan untuk tujuan-tujuan yang buruk begitu juga dengan wartawannya, sekali tercoreng di mata masyarakat maka noda itu akan sulit untuk hilang. Keberadaan wartawan sekarang ini memang tidak begitu gemilang wajahnya karena hal-hal yang diberitakannya sering melenceng dari profesionalannya. Seiring dengan hal tersebut wartawan yang diperlukan oleh suatu media biasanya adalah wartawan yang mempunyai idealisme serta ketangguhan hati untuk menghadapi resiko dan gejolak di masyarakat.

Istilah profesionalisme merujuk pada orang yang menghargai profesinya dan kemandiriannya dalam menjalankan profesinya tersebut (Masduki, 2003:35). Suatu profesi pada dasarnya adalah kegiatan dalam pranata sosial, karena tujuan profesional pelakunya adalah memenuhi harapan lingkungan sosial yang didalamnya ia berada. Dalam UU Pers No.40/1999 BAB 1 Pasal 1 ayat 10 tentang Pers dan Kode Etik Wartawan Indonesia (KEWI) disebutkan bahwa wartawan adalah sebuah profesi yang memiliki empat atribut professional yang melekat yakni pertama, otonomi artinya ada kebebasan melaksanakannya untuk mengatur dirinya sendiri. *Kedua*, komitmen yang menitikberatkan pada pelayanan bukan pada keuntungan ekonomi pribadi. *Ketiga*, adanya keahlian yakni menjalankan tugas berdasarkan noda ketramiliran yang berbasis pada pengetahuan

bersistematik tertentu. *Keempat*, tanggung jawab yang mana merupakan kemampuan memenuhi kewajiban dan bertindak berdasarkan kode etik mengacu pada norma sosial yang berlaku di masyarakat (Masduki, 2005:36).

Profesionalisme sebagai seorang wartawan dituntut bukan hanya karena idealisme yang melekat pada profesi tersebut, tetapi efek media yang begitu besar terhadap publik. Media massa menghadirkan pesona yang menyedot perhatian khalayak baik dari masalah yang menyangkut kepentingan sosial samapi pada masalah politik. Profesi wartawan adalah profesi yang bersifat *fulltime*, dia posisi menjadi wartawan diperlukan suatu bentuk pendidikan formal dan juga memerlukan bentuk keilmuan yang spesialis mengingat yang dilayani adalah khalayak luas yang kalau salah juga akan berdampak luas.

Di Indonesia, menjadi seorang wartawan adalah pilihan yang bisa dianggap profesional. Masing-masing pribadi dari wartawan akan menentukan sendiri definisi dari pekerjaannya tersebut sehingga akan mempengaruhi isi media yang ia produksi. Wartawan yang melihat dirinya sendiri sebagai desminator yang netral akan membuat berita yang berbeda dibanding mereka yang melihat diri sebagai partisipan dari sebuah fakta. Sebuah berita yang ditulis secara objektif dan akurat biasanya wartawan melihat dirinya sendiri sebagai penengah antara “ekstrim netral” dan “ekstrim partisipan” (Starck dan Soloski: 1997 dalam Masduki, 2005:37). Dan disinilah etika dan standar profesi menentukan apakah pemikiran wartawan berkaitan dengan kepentingan khalayak dan bagaimana sebuah berita di media itu dibangun.

Wartawan sangat dipengaruhi oleh hati nurani dan juga ketampilan. Wartawan yang memandang tugas kewartawanannya sebagai profesi yang harus menjaga ancaman erosi terhadap martabat profesinya. Asosiasi dan juga kode etik adalah fungsi untuk menjaga dan memelihara kewajiban moral para wartawan, jika kode etik berlaku untuk semua yang mengaku dirinya wartawan, organisasi wartawan lebih menegaskan lagi pemberlakuan kode etik untuk anggotanya.

Seorang wartawan biasanya terjerumus sebagai "buruh kasar" ketika ia hanya bekerja untuk tujuan mencari uang semata. Kesadaran profesional wartawan akan melampaui kepentingan "pragmatis" mengumpulkan materi dan pekerjaannya. Maka dari itulah, perkembangan media yang begitu menjamur tidak selaras dengan keprofesionalan wartawan dalam mencari berita hanya demi tujuan tertentu. Akibat kontaminasi tujuan mencari uang tersebut maka yang terjadi adalah batu sandungan terhadap realitas nilai berita itu sendiri.

Sejalan dengan hal tersebut, hasil dari sebuah berita di media yang dihasilkan oleh wartawan dilapangan sebenarnya telah mengalami kemungkinan dikonstruksi dan tidak sepenuhnya yang disajikan kepada khalayak adalah murni, dalam artian wartawan telah membubuhinya dengan kata-kata yang cenderung menarik minat pembacannya. Berita disulap sedemikian rupa, penggunaan bahasa berita yang lincah dan mempesona ataupun merekayasa suatu peristiwa dengan teknik peliputan, permainan lensa, proses editing serta penyusunannya menjadi sebuah program yang menarik bagi khalayaknya. Melalui media siapapun dapat mengatur kesan untuk memanipulasi kenyataan, artinya bahwa media kadang memunculkan berita yang terkesan biasa, fantastik dan selalunya mampu

membangun opini yang dikehendaki meski kenyataannya berita itu adalah hal yang sederhana dan tergolong berita yang biasa-biasa saja.

Keindahan bahasa kadang juga tidak bisa berdiri sendiri, masyarakat pembaca tidak akan tertarik membaca suatu teks andai tidak disugahi pelengkapannya bukti nyata kejadian yakni foto. Dan foto yang ditunggu khalayak adalah foto yang mampu membuat kagum dan terkesan cenderung mengandung unsur trauma yaitu foto yang bisa menyentuh hati bahkan bisa membuat orang menangis. Etika, empati, nurani merupakan hal yang dipilih dan merupakan sebuah nilai lebih yang ada dalam foto yang disuguhkan oleh media massa.

Foto merupakan salah satu media visual untuk merekam atau mengabadikan serta menceritakan suatu peristiwa. Foto atau gambar bisa menjadi media komunikasi yang tidak bisa diucapkan dengan kata-kata atau secara lisan, dengan kata lain seorang tidak harus bercerita lewat kata, karena foto sudah mewakili sebuah fakta tertentu. Dengan adanya foto yang dihadirkan oleh suatu media berarti bisa dikatakan ada sesuatu yang ingin disampaikan oleh media tersebut, sehingga pembaca akan mengkonsumsi teks tersebut

Sama halnya dengan teks tertulis, teks fotopun tidak sedikit yang keluar dari aturan yang seharusnya menjadi pegangan para penggiat media. Pelanggaran terhadap teks foto biasanya terletak pada penggambaran sesuatu itu secara “terbuka” dan tanpa mengenal belas kasihan. Padahal sejalan dengan hal tersebut ada ketentuan-ketentuan pemuatan dan juga syarat syarat bagaimana dan seperti apa sebuah gambar bisa dikatakan sebagai foto jurnalistik dan layak untuk



Sumber: Meteor, edisi 13 September 2006 hal:5

Dari foto pada Koran Meteor edisi 13 September 2006 diatas misalnya, kematian tragis yang menimpa Sangrib alias Tamer (40) warga asli Wonosari tersebut dikarenakan sakit jantung dideritanya. Dia tewas dikamar kosnya di gg. Podang Mranggen Tegal Sinduadi Mlati Sleman Minggu (12/11/06). Ditemukan oleh seorang warga dalam keadaan mulai membusuk, menghitam, kulit mengelupas dengan tubuh yang sudah...



Sumber: Meteor, 1 Agustus 2006 hal:12

Foto tersebut merupakan gambar Mbh Pawiro yakni salah satu warga Pandak Bantul sesaat setelah ditemukan didasar sumur (91). Posisinya digambarkan dengan jelas bagaimana keadaan tubuh Si Korban dalam keadaan utuh dari kepala sampai ujung jari hanya dengan ditutupi "jarit" dibagian kemaluannya. Tidak menggunakan jarak foto dan jelas sekali diperlihatkan sekujur tubuh korban dengan tubuh yang...

Dari kedua foto diatas tersebut sudah dapat menggambarkan bagaimana kecenderungan foto yang ditampilkan oleh Koran Meteor adalah begitu nyata dan jelas tanpa adanya blur yang semestinya ada. Foto dibuat seakan-akan hidup dan asli, tapi bagaimana relevansi foto yang cenderung bebas ini dengan etika media massa yang harus dijalankan oleh setiap redaksional media yang ada.

Berbicara mengenai manipulasi berita, terkadang kebebasan pers malah bisa menjadi cambuk bagi media untuk berekspresi secara besar-besaran dan keluar dari kebakuan. Begitu meluasnya kebebasan pers tersebut juga telah menciptakan suatu wacana baru yang kadang menjadi pro dan kontra di masyarakat. Sebutan terhadap pers sebagai "*The Fourth Estate*" atau pilar kekuasaan keempat setelah legislatif, eksekutif dan yudikatif cenderung diartikan sebagai pers *liberalism* yang cenderung *overlap* terhadap sesuatu yang seharusnya ada. Tidak mustahil media massa terkesan tidak terkontrol serta cenderung bebas berekspresi, sebagai contohnya saja adalah kedua foto diatas yang diberikan kepada pembacanya tanpa disertai dengan blur yang seharusnya ada.

Kebebasan pers yang bermula sesudah Orde Baru tumbang tersebut sering disalah artikan bahwa kebebasan seolah-olah hanya milik kebebasan pers semata yakni milik wartawan dan juga pemilik media. Sesungguhnya kebebasan pers terutama sekali ditujukan demi kebebasan masyarakat untuk memperoleh informasi (*right to know*) serta untuk mengungkapkan pikiran dan menyatakan pendapatnya (*right to express*), bebas dari (negatif) dan bebas untuk (positif). Menimbang kepentingan sosial serta menghormati privasi seseorang merupakan

salah satu norma moral yang seharusnya menjadikan institusi pers dalam memilih dan menyajikan setiap apa yang ditampilkannya, begitu juga dengan teks foto.

Foto bisa menjadi alat komunikasi yang ampuh, dimana foto sekarang ini sudah menempati kunci model dalam proses komunikasi massa. Sebagai lambang berdimensi visual, foto dapat mendeskripsikan sesuatu pesan yang tidak secara eksplisit tertuang dalam komunikasi kata baik itu lisan maupun tertulis. Kehadiran foto sebagai pelengkap artikelnya bukan hadir tanpa pesan, tetapi sebaliknya yaitu kehadiran foto dalam media massa malah memiliki efek yang begitu besar dengan komunikasi bentuk lainnya. Ia bisa mewakili pesan yang jika dengan kata-kata akan terasa tidak wajar bahkan cenderung terbuka dan “kebablasan”.

Foto dimuat dalam media sebagai sesuatu yang terasa hidup bahkan hidup sekali. Berbagai berita mengenai ekonomi politik, budaya, gossip, rumor maupun intrik sampai pada kekerasan telah menuntut perhatian pers untuk memproduksinya sebagai wacana publik. Disini teks media berkaitan erat dengan wacana yang ditampilkan dalam setiap tampilan dari media massa tersebut. Berkaitan dengan penelitian ini mengenai foto misalnya, redaksional surat kabar mempunyai acuan tertentu dalam setiap penyajiannya. Ada yang menjunjung tinggi sekali kode etik dan bahkan ada pula yang tidak sama sekali memandang kode etik jurnalistik sebagai sarana dan pedoman pemberitaan.

Satu koran dengan koran lain akan menanggapi suatu kematian karena kecelakaan dengan cara berbeda. Satu media akan menampilkan foto mayatnya dengan menambahkan blur pada bagian tertentu, tetapi ada juga media lain yang memamerkan mayat itu secara terbuka plus keadaan tubuh si korban. Media

massa dalam bentuk apapun, karena pilihannya sendiri selalu menempatkan dirinya ditengah antara kepentingan berbagai pihak. Agar tempatnya tetap ditengah-tengah, media menanggung kewajiban yang luar biasa yaitu menyampaikan kebenaran dan berusaha untuk tidak memihak. Media massa juga dihadapkan berbagai kepentingan yang ada disekitar lingkungannya, dan mediapun harus bertatap dengan pilihan etis, dan pelanggaran terhadap etika lalu tampil sebagai jalan keluar yang menggoda bagi media begitupun dengan Meteor.

Untuk itulah penulis beranggapan bahwa Meteor bisa menjadi contoh media, yang kebanyakan orang menganggapnya sebagai koran yang berani menampilkan sensasi dalam setiap pemberitaannya. Teks terutama dari sisi foto traumatik yang menciptakan realitas, memanipulasi dan mengkondisikan seseorang secara dominan dan realistik. Penyajian foto yang disajikan secara traumatik, orang menggantung maupun pembunuhan dengan berlumur darah ditampilkan dengan sajian yang bisa dikatakan keluar dari kebakuan.

Adanya penyampaian berita yang bisa dikatakan tidak seimbang yang dalam hal ini berupa teks foto, dan cenderung sensasional dalam kancab acuan etika bermedia telah menarik bagi penulis untuk menelitinya lebih lanjut. Dan inilah yang melatar belakangi penulis untuk meneliti bagaimana kebijakan redaksional pada Koran Meteor dalam pemuatan foto traumatik terutama foto ~~marat yang dilihat dari sisi pelanggaran etika media massa~~

B. Rumusan Masalah

Dari penjabaran latar belakang diatas maka rumusan masalahnya adalah sejauh mana pelanggaran yang dilakukan oleh Meteor terhadap Kode Etik Jurnalistik mengenai foto-traumatiknya serta bagaimana kebijakan redaksional Meteor dalam hal pemuatan foto-traumatik berupa foto mayat tersebut saat dihadapkan dengan Kode Etik Jurnalistik

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pelanggaran Kode Etik Jurnalistik yang dilakukan oleh Meteor dalam hal pemuatan foto-foto-traumatiknya
2. Untuk mengetahui bagaimana kebijakan redaksional Koran Meteor mengenai pemuatan foto-foto-traumatiknya

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis, hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi bagi pengembangan Ilmu Komunikasi yang berkaitan dengan studi kasus, terutama analisis media. Sebagai suatu sarana pembelajaran teoritik tentang bagaimana pers menjalankan fungsi dan perannya dalam memberikan informasi kepada masyarakat.
2. Manfaat Praktis, memberikan sumbangan pemikiran yang berasal dari penelitian sebagai acuan pembaca dalam menikmati teks media cetak dan juga dapat digunakan untuk menggambarkan bagaimana kebijakan dari redaksional Meteor dalam menyajikan foto-traumatiknya ketika dihadapkan pada Kode Etik Jurnalistik

E. Landasan Teoritik

E.1 Jurnalistik

E1.1 Pegertian dan Lingkup Jurnalistik

Jurnalistik atau *journalism* berasal dari kata *Journal*, artinya catatan harian. Selain itu *journal* bisa juga dimaknai sebagai catatan yang menjabarkan mengenai kejadian sehari-hari bahkan juga dimaknai sebagai surat kabar. *Journal* berasal dari perkataan Latin *diurnalis*, artinya harian atau tiap hari. Dari perkataan itulah lahir kata jurnalis yaitu seorang atau orang yang melakukan pekerjaan jurnalistik. Journalisme diartikan sebagai suatu kegiatan menghimpun berita, mencari fakta, dan juga melaporkan peristiwa. Menurut Muhammad Budyatna jurnalisme sangat penting dimanapun dan kapanpun. Perubahan yang terjadi di lapangan baik itu yang menyangkut masa depan, sosial, ekonomi, politik maupun bidang lain menuntut seseorang untuk berfungsi sebagai pencari berita. Apa saja peristiwa yang terjadi disampaikan kepada khalayak dan juga dibarengi dengan penjelasan tentang peristiwa tersebut (Budyatna, 2005: 16).

Di Roma 2000 tahun yang lalu *Aucta Diurna* (tindakan-tindakan harian), tindakan-tindakan senat, peraturan-peraturan pemerintah maupun berita-berita kelahiran dan kematian, dalam papan tulisan ditempat-tempat umum. Disinilah jurnalistik baru muncul sebagai siaran berita yang ditulis tangan, merupakan media informasi yang sangat penting bagi masyarakat (Mac Dougal:1972 dalam Budyatna, 2005: 16). Dan lambat laun mulai jurnalistikpun berkembang.

Jurnalistik adalah proses penulisan dan penyebaran informasi berupa berita *feature* dan opini melalui media massa. Informasi adalah keterangan

pesan, gagasan, atau pemberitahuan tentang suatu masalah atau peristiwa. Definisi jurnalistik yang dimaksud dengan informasi adalah *news* (berita), berisikan fakta-fakta dan juga opini-opini. Kemudian penulisan informasi sendiri adalah aktivitas penulisan atau penyusunan berita, opini, *feature* yang tujuannya adalah untuk dipublikasikan di media massa.

Pelaku dari jurnalistik sendiri adalah wartawan (*journalis*) dan penulis (*writer*). Bahasa jurnalistik bersifat komunikatif dan juga spesifik. Adapun karakteristik bahasa jurnalistik pada umumnya adalah sebagai berikut (Badudu dalam Budyatna, 2005:16) :

- a. Jelas, bahasa yang digunakan mudah dipahami dan tidak menimbulkan makna ganda, serta tidak menggunakan bahasa kiasan.
- b. Sederhana, menggunakan bahasa awam dan menghindari penggunaan kata dan istilah asing yang terlalu teknis dan ilmiah. Andai harus digunakan maka harus diberi penjelasan pada arti kata tersebut. Memilih kalimat tunggal dan sederhana, bukan kalimat majemuk yang panjang, rumit, dan kompleks. Kalimat yang efektif, praktis, sederhana pemakaian kalimatnya, tidak berlebihan pengungkapannya (*bombastis*)
- c. Hemat, kata-kata yang digunakan harus efisien sehingga tidak bosan untuk dibaca. Bahasa jurnalistik yang singkat itu sudah mampu menyampaikan informasi yang lengkap. Menerapkan prinsip 5W 1H, membuang kata-kata *mubadzir* dan menerapkan ekonomi kata.
- d. Menghindarkan kata yang *mubadzir* (kata yang bisa dihilangkan) dan kata

Terdapat empat prinsip retorika tekstual yang dikemukakan Leech mengenai bahasa dalam jurnalistik, yaitu prinsip prosesibilitas, prinsip kejelasan, prinsip ekonomi, dan prinsip ekspresifitas (<http://www.ialf.edu/klpbipa/papers/suroso.doc>):

1. **Prinsip prosesibilitas**, menganjurkan agar teks disajikan sedemikian rupa sehingga mudah bagi pembaca untuk memahami pesan pada waktunya. Dalam proses memahami pesan penulis harus menentukan (a) bagaimana membagi pesan-pesan menjadi satuan; (b) bagaimana tingkat subordinasi dan seberapa pentingnya masing-masing satuan, dan (c) bagaimana mengurutkan satuan-satuan pesan itu. Ketiga macam itu harus saling berkaitan satu sama lain.

Penyusunan bahasa jurnalistik dalam surat kabar berbahasa Indonesia, yang menjadi fakta harus cepat dipahami pembaca dalam kondisi apa pun agar tidak melanggar prinsip prosesibilitas. Bahasa jurnalistik Indonesia disusun dengan struktur sintaksis yang penting mendahului struktur sintaksis yang tidak penting

2. **Prinsip kejelasan**, yaitu agar teks itu mudah dipahami. Prinsip ini menganjurkan agar bahasa teks menghindari ketaksaan (*ambiguity*). Teks yang tidak mengandung ketaksaan akan mudah dan cepat dipahami.
3. **Prinsip ekonomi**. Prinsip agar teks itu singkat tanpa harus merusak dan mereduksi pesan (Suara Pembaharuan, edisi 21 desember 1998).
4. **Prinsip ekspresivitas**. Prinsip ini dapat pula disebut prinsip ikonitas. Prinsip ini menganjurkan agar teks dikonstruksi selaras dengan aspek pesan. Dalam wacana jurnalistik pesan bersifat kausalitas dipaparkan

menurut struktur pesannya, yaitu sebab dikemukakan terlebih dahulu baru dikemukakan akibatnya. Demikian pula bila ada peristiwa yang terjadi berturut-turut, maka peristiwa yang terjadi lebih dulu dipaparkan lebih awal dan peristiwa yang terjadi kemudian dipaparkan kemudian.

Apabila kita membicarakan masalah jurnalistik, maka hal tersebut sangat terkait dengan surat kabar sebagai media yang digunakan sebagai pendistribusi informasi, artinya pada dasarnya surat kabar merupakan sebuah media yang digunakan untuk menyebarluaskan informasi kepada khalayak. Surat kabar adalah sebuah media komunikasi yang dijadikan sebagai wadah penyalur komunikasi antar komunikator dengan komunikan.

E.1.2.1 Pengertian Berita

Berita atau *news* merupakan sajian utama sebuah media massa disamping *views* (opini). Mencari bahan berita lalu menyusunnya merupakan tugas pokok seorang wartawan dan bagian redaksi penerbitan pers. Dalam menulis berita tidak ada rumus tunggal atau paten digunakan. Bahkan "*news is difficult to define, because it involves many variable factors*,"kata Earl English dan Clarence Hach (Romly, 2003:3). Berita memang sulit didefinisikan, sebab ia mencakup banyak variabel. "Berita lebih mudah dikenali daripada batasannya", kemudian menurut Nothclife dikatakan bahwa berita ditekankan pada unsur keanehan atau ketidaklaziman, sehingga mampu menarik perhatian dan rasa ingin tahu (*curiosity*). Ia juga mengatakan bahwa "jika sajian online menyoal orang itu

bukanlah berita. Tetapi jika orang menggigit anjing, itulah berita”*If a dog bites man, it is not news. But if man bites a dog is news* (Romly, 2003 :4).

Selain pengertian berita menurut diatas, pengertian berita menurut Djafar H.Assegaff berita juga menekankan pada unsur “menarik perhatian” dalam definisi berita yang mereka buat “. Berita adalah laporan tentang suatu kejadian yang dapat menarik perhatian pembaca. Berita adalah laporan tercepat dari suatu peristiwa atau kejadian yang faktual, penting dan juga menarik bagi sebagian besar pembaca, serta menyangkut kepentingan mereka” (Assegaff,1985:5).
Sebenarnya berita adalah terminologi dalam ilmu jurnalistik yang pengertian atau batas-batasnya sebagai berikut (Wahyudi, 1996:27):

“ News is timely report of fact and opinion, to hold interest or importance, or both, for considerable number of people” (Charley, 1975). “Berita adalah uraian tentang peristiwa/fakta dan atau pendapat yang mengandung nilai berita dan yang sudah disajikan melalui media massa periodik (Wahyudi, 1994). *“Trends, situation, conditions, and interpretation are news”* (Neal, 1968). “asal ada fakta, selera dan khalayak, sudah ada berita” (English, 1968). *“The Unusual is news”.* *“What’s different is news”*

Semua berita adalah informasi, tetapi tidak semua informasi adalah berita, karena berita adalah informasi yang mengandung nilai berita yang telah diolah sesuai dengan kaidah-kaidah yang ada pada ilmu jurnalistik dan yang sudah disajikan kepada khalayak melalui media massa periodik baik itu cetak maupun elektronik. Realitas ditengah masyarakat seperti peristiwa, pendapat, masalah hangat dan masalah yang unik akan menghasilkan fakta dan hanya uraian fakta yang mengandung nilai berita serta yang sudah disajikan melalui media massa periodiklah yang dapat disebut sebagai berita

Kemudian ada batasan-batasan lain yang mengartikan apa makna berita itu sebenarnya (Assegaf,1991:23) yakni:

Dean M.Lyle Spencer mengatakan bahwa bahwa berita dapatlah dibataskan (didefinisikan sebagai suatu kenyataan atau ide yang benar yang dapat menarik perhatian sebagian besar dari pembaca)".

Dr. Willard C Bleyer, berita adalah sesuatu yang termasa yang dipilih oleh wartawan untuk dimuat dalam surat kabar, karena ia dapat menarik atau mempunyai makna bagi pembaca surat kabar, atau karena ia dapat menarik pembaca-pembaca tersebut".

William S.Maulsby, berita dapat dibataskan (didefinisikan) sebagai suatu penuturan secara benar dan tidak memihak dari fakta-fakta yang mempunyai arti yang penting dan baru terjadi, yang dapat menarik perhatian para pembaca surat kabar yang memuat berita tersebut."

Dari beberapa pengertian di atas menurut Assegaf dapat ditarik kesimpulan bahwa berita adalah" laporan tentang fakta dan juga ide yang termasa, yang dipilih oleh staff redaksi harian untuk disiarkan, yang dapat menarik perhatian pembaca, entah karena ia luar biasa, entah karena pentingnya atau akibatnya, entah pula karena ia mencakup segi-segi *human interest* seperti humor, emosi dan ketegangan ataupun faktor-faktor yang lain.

Adapun karakteristik utama dalam sebuah berita yang layak untuk dipublikasikan mengandung empat unsur yakni yang lebih dikenal dengan nilai-nilai berita (Romly, 2003:5):

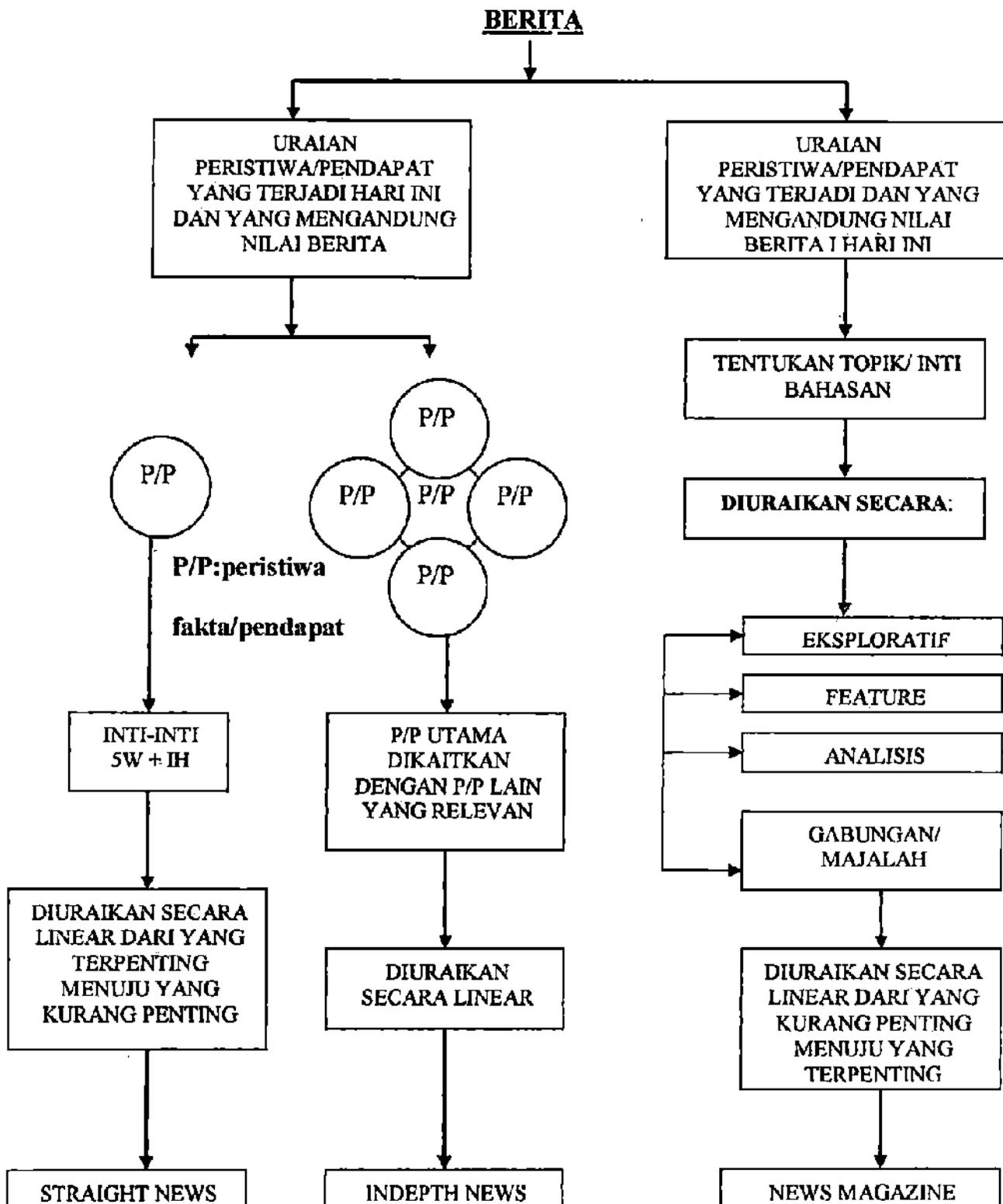
1. Cepat, yakni aktual dan ketepatan waktu. Dalam unsur ini terkandung makna harfiah berita (*news*), yakni sesuatu yang baru (*new*)
2. Nyata (faktual), yakni informasi tentang sebuah fakta (*fact*), bukan fiksi atau karangan. Fakta dalam dunia jurnalistik terdiri dari kejadian nyata (*real event*), pendapat (*opinion*) dan narasi

sumber berita. Dalam unsur ini terkandung pula pengertian, sebuah berita harus merupakan informasi tentang sesuatu sesuai dengan keadaan sebenarnya atau laporan mengenai fakta sebagaimana adanya “seorang wartawan harus menulis apa yang benar saja (ML.Stein, 1993:26) dan jangan sekali-kali mengubah fakta untuk memuaskan hati seseorang atau golongan, dan yang harus diperhatikan adalah sumber berita harus bisa dipercaya.

3. Penting, artinya menyangkut kepentingan orang banyak. Misalnya saja berita yang menyangkut kepentingan orang banyak seperti kebijakan baru pemerintah, kenaikan harga dan juga sebagainya.
4. Menarik, artinya mengandung orang untuk membaca berita yang kita tulis. Berita yang biasanya menarik perhatian pembaca, disamping yang aktual dan faktual serta menyangkut kepentingan orang banyak, juga berita yang sifatnya menghibur (lucu), mengandung keganjilan atau keanehan, atau berita *human interest* (menyentuh emosi, menggugah perasaan).

Secara ringkas berita dapat diartikan sebagai sebuah laporan peristiwa yang memenuhi keempat unsur tersebut, karena tidak semua peristiwa layak untuk dilaporkan atau diinformasikan kepada khalayak. Dan disinilah maka seorang reporter harus mampu untuk membedakan mana peristiwa yang mempunyai nilai berita dan mana yang biasa-biasa saja.

MENCARI BAHAN BERITA (REPORTASE)



Mencari berita (*news hunting, news getting, news gathering*) disebut pula dengan istilah meliput bahan berita dimana merupakan salah satu tahap proses penyusunan naskah berita (*news processing*), proses penulisan naskah (*news writing*) dan proses penyuntingan naskah (*news editing*). Peliputan berita dilakukan setelah melewati proses perencanaan dalam rapat proyeksi redaksi.

Ada tiga teknik peliputan berita yakni (Romly, 1999: 7-10):

1. Reportase

Reportase adalah kegiatan jurnalistik berupa meliput langsung dilapangan atau di TKP (Tempat Kejadian Perkara). Wartawan mendatangi langsung tempat kejadian atau peristiwa kemudian mengumpulkan fakta dan data seputar peristiwa tersebut. Setelah itu lalu mengumpulkan fakta dan data yang dikumpulkan harus memenuhi unsur-unsur 5 W+1H yakni *What* (peristiwa apa), *Who* (siapa yang terlibat dalam peristiwa tersebut), *When* (kapan kejadiannya), *Where* (dimana kejadiannya), *Why* (mengapa peristiwa itu terjadi dan *How* (bagaimana proses kejadian tersebut berlangsung). Peristiwa yang diliput dilapangan haruslah memenuhi nilai jurnalistik atau bernilai berita (*news value*) yakni aktual, faktual, penting dan juga menarik.

2. Wawancara

Segala jenis peliputan berita memerlukan proses wawancara (*interview*) dengan sumber berita / nara sumber (*interviewee*). Wawancara disini bertujuan untuk menggali informasi baik itu berupa opini, fakta mengenai masalah ataupun peristiwa dengan mengajukan pertanyaan kepada nara sumber

3. Riset Kepustakaan

Riset kepustakaan disebut juga dengan studi literatur yakni teknik peliputan atau mengumpulkan data dengan mencari klipping koran, makalah-makalah atau artikel-artikel koran, menyimak brosur-brosur, membaca buku atau menggunakan fasilitas *search engine* di internet.

UNSUR-UNSUR BERITA

Apa yang menarik perhatian pembaca haruslah terdapat dalam sebuah berita, karena tujuan pemuatan sebuah berita dalam suatu harian adalah untuk dibaca. Karena itu unsur-unsur yang menarik perhatian pembaca disebut dengan unsur berita. Dalam menulis berita seorang wartawan mengacu kepada nilai-nilai berita, kemudian dipadukan dengan unsur-unsur berita sebagai “rumus umum” penulisan berita agar nantinya dapat tercipta sebuah berita lengkap. Unsur-unsur berita dikenal dengan 5W+1H yakni (Romly, 1999: 10):

- What (peristiwa apa)
- Who (siapa yang terlibat dalam peristiwa tersebut)
- Where (dimana kejadiannya)
- When (kapan kejadiannya)
- Why (mengapa peristiwa itu terjadi)
- How (bagaimana proses kejadian tersebut berlangsung)

Kemudian syarat-syarat maupun ciri-ciri berita adalah sebagai berikut (Muhtadi, 1999:148-150):

- a. Berita itu haruslah termasa, artinya berita baru yang masih hangat akan menarik perhatian pembaca dari pada berita yang sudah lama ataupun akan

lama terjadinya maupun berita yang sudah basi. Pengertian termasa sendiri adalah mempunyai arti yang relatif, termasa disini dimaksudkan baru bagi pembaca yakni bahwa pembaca untuk pertama kalinya mengetahui adanya fakta baru. Adapun ciri yang memperlihatkan suatu berita masih hangat adalah adanya pemuatan kata-kata “pagi ini” atau “siang ini” dan lain sebagainya seperti pada pengantar berita atau lead. Termasa memang menimbulkan persaingan yang hebat antara harian berita satu dengan yang lain dan akhirnya disini timbullah persaingan yang mendorong seorang wartawan untuk bekerja keras mendapatkan berita terbaru dan melaporkannya kepada publik secepatnya. Jika ada yang ketinggalan maka ancaman bagi harian berita tersebut untuk tidak dibaca kepada khlayak.

- b. Jarak (dekat jauhnya) lingkungan yang terkena oleh berita. Dalam hal jarak akan menentukan sekali macam berita yang akan disajikan oleh suatu media. Bisa dikatakan berita yang semakin dekat dengan kehidupan kita misalnya tempat tinggal, lingkungan sekitar atau kota sebelah dan hal-hal yang menyangkut kehidupan individu itu sendiri akan mempunyai nilai berita yang semakin tinggi ketika dibandingkan dengan kejadian yang jauh tempatnya yang notabenenya mempunyai nilai berita yang kecil karena tidak mengenai hal ataupun tempat tersebut.
- c. Penting (ternama) tidaknya orang yang diberitakan. Dalam hal ini seseorang yang telah dikenal oleh masyarakat akan mempunyai nilai berita yang lebih tinggi dibandingkan dengan orang lain biasa baik itu pejabat publik atau maupun tokoh-tokoh ilmiah lain yang terkenal di bidangnya.

masing-masing. Selain itu tempat juga ikut mempengaruhi nilai suatu berita baik itu tempat-tempat bersejarah maupun tempat-tempat publik yang dikenal oleh masyarakat luas.

- d. Keluarbiasaannya dari berita. Sesuatu yang dikenal aneh pasti akan menarik perhatian pembaca orang, artinya kejadian tersebut terjadi diluar nalar kita yang cenderung tidak biasa terjadi sewajarnya.
- e. Akibat yang mungkin ditimbulkan dari berita tersebut. Berita menjadi bernilai dan berpengaruh terhadap masyarakat luas ketika berita tersebut akan dirasakan banyak orang nantinya misalnya saja kenaikan harga minyak yang dilakukan oleh pemerintah.
- f. Ketegangan yang ditimbulkan oleh berita. Wartawan sering menggunakan taktik ketegangan untuk meningkatkan oplah (*circulation builder*). Membaca berita tidak hanya sekedar membaca terus hilang dalam ingatan, tetapi pembaca dirangsang dengan perasaan ingin tahu akan kelanjutan berita yang telah disajikannya kemaren. Semakin misterius berita yang disajikan maka semakin tinggi ketegangan yang akan ditimbulkan dan semakin tinggi pula nilai beritanya.
- g. Seks yang ada dalam pemberitaan. Seks merupakan unsur berita yang selalu menarik dan selalu memainkan peranan karena sangat terkait sekali dengan kehidupan sehari-hari manusia.
- h. Kemajuan-kemajuan yang diberitakan. Manusia senang dengan kemajuan baik itu kemajuan dalam bidang pendidikan, teknologi bahkan kemajuan

peradaban kita sekarang ini. Jadi secara tidak langsung kemajuan mempunyai nilai berita dalam pemberitaan suatu media massa.

- i. Emosi yang ditimbulkan dari berita itu. Manusia tidak pernah lepas dari emosi, dan diantara emosi ada simpati. Simpati yang ditimbulkan oleh sesuatu berita selalu menarik perhatian pembaca baik itu dalam kasus bencana alam ataupun penderitaan yang dialami oleh orang lain.
- j. Humor yang ada dalam berita. Suatu berita yang terlalu serius pasti akan menimbulkan kebosanan bagi pembacanya. Maka humor merupakan unsur penting dalam menarik perhatian pembaca meski humor hanya ditampilkan dalam beberapa kolom.

E.1.2.2 MANAJEMEN PERS

Secara sederhana, jurnalistik dipahami sebagai proses kegiatan meliput, membuat dan menyebarkan/luaskan peristiwa (*news*) dan pandangan (*views*) kepada khalayak melalui saluran media massa (baik cetak maupun elektronik) Kemudian pelakunya disebut dengan jurnalis atau wartawan (Romly, 1999: 100). Sesuai dengan UU No 40/199 tentang pers, wartawan diartikan sebagai orang yang melakukan aktivitas jurnalistik secara rutin. Seorang wartawan bekerja pada sebuah perusahaan penerbitan pers atau sekedar menjadi wartawan lepas (*free lance*) yang rutin mengirimkan tulisan ke media massa (Romly, 1999: 101).

Pengertian wartawan diatas memberikan gambaran bahwa berita itu disajikan dengan memerlukan berbagai tahapan sesuai dengan susunan konsep dari jenis jurnalistik. Pertama meliput dan membuat news dan views dan

merupakan sisi ideal dari sebuah media. *Kedua*, menyebarluaskan kepada khalayak dan ini menjadi poin sisi komersial dan menjadi tugas bagian pemasaran yakni sirkulasi, iklan dan juga promosi (Romly, 1999: 100).

E.1.2.3 VISI DAN MISI REDAKSI

Dalam meliput dan membuat berita (*news dan views*) bagian redaksi biasanya mempunyai acuan tertentu sebagai "Garis Besar Haluan Redaksi" (GBHR) yang terdiri dari visi dan juga misi perusahaan. Visi dan Misi tersebut mengacu pada jenis jurnalistik apa yang ingin digarapnya.

Jenis-jenis jurnalistik itu sendiri meliputi (Romly, 1999: 101):

- *Jazz Journalism*, jurnalistik mengacu pada pemberitaan hal-hal yang sensasional, menggemparkan dan menggegerkan seperti meramu gossip dan juga humor.
- *Adversary Journalism*. Jurnalistik membawa misi penentangan atau permusuhan, yakni beritanya menentang terus pemerintah atau penguasa (oposisi)
- *Government-say-so-Journalism*. Jurnalistik yang memberitakan atau meliput apa saja yang disiarkan pemerintah layaknya koran pemerintah
- *Check book Journalism*. Jurnalistik yang untuk memperoleh bahan beritanya harus memberi uang pada sumber berita
- *Alcohol Journalism*. Jurnalistik liberal yang tidak menghargai

- *Crusade Journalism*. Jurnalistik yang memperjuangkan nilai-nilai tertentu, misalnya demokrasi, nilai-nilai Islam ataupun nilai-nilai kebenaran.

Penentuan visi dan juga misi pada sebuah perusahaan atau penerbitan (media massa) penting artinya untuk menjadi pedoman jajaran redaksi dalam menjalankan tugasnya. Visi sebuah media antara lain dapat dilihat dan dituangkan dalam tajuk rencana media tersebut karena lewat tajuk rencanalah biasanya sebuah media menunjukkan sikap secara jelas atas suatu masalah. Misi sebuah media dijabarkan dalam rubrikasi dan misi ini juga yang menentukan pangsa pasar mana yang dituju oleh media tersebut.

E.1.2.4 POSITIONING

Penentuan visi dan misi perusahaan media tentunya media tersebut harus menentukan *positioning*, yaitu penentuan pangsa pasar atau sasaran pembaca (konsumen). *Positioning* atau penentuan target pasar ini akan menuntun bagian redaksi dalam memilih dan menyajikan beritanya. Langkah ini kemudian diikuti dengan menciptakan atau membina “pembaca perintis” (Romly, 1999: 103):

Adapun tahap-tahap yang dapat dilakukan oleh sebuah media untuk eksis dalam menjadi besar antara lain:

1. Menumbuhkan fanatisme pembaca
2. Menciptakan kesetiaan pembaca
3. Menjadi media tersebut sebagai lambang status dan juga gengsi, dimana pembaca merasa bangga membeli dan membaca media

tersebut. Tahapan tersebut biasanya dilakukan oleh sebuah media melalui survey pembaca, untuk mengetahui keinginan dan aspirasi mereka (Romly, 2003:103-104).

Eksistensi sebuah media atau penerbitan sendiri bergantung pada Empat P (4P):

1. *Product*, yaitu kualitas media meliputi rubrikasi, isi berita, *lay out/setting*, artistik, perwajahan (*cover*) dan sebagainya sehingga menarik dan dibeli/dibaca orang.
2. *Promotion*, yaitu upaya media tersebut untuk menarik minat orang untuk membeli dan membaca (berlangganan)
3. *Please*, yakni kualitas pelayanan media tersebut, dalam hal ini bagian sirkulasi, untuk menyenangkan (*to please*) memudahkan orang mendapatkan media yang bersangkutan. Juga bisa berarti kualitas pelayanan redaksi atau bagian lain terhadap pembaca.
4. *Price*, yaitu harga media tersebut, apakah terjangkau oleh pembeli, sesuai dengan kualitas produk dan pelayanan dan juga sebagainya (Romly, 2003:104).

Dua P lagi yang turut menentukan eksistensi media yakni *people* dan *power*. *People* disini adalah media massa dan *power* adalah atau penguasa. Massa bisa membuat sebuah media mati, ketidaksetujuan massa terhadap keberadaan media tersebut untuk tidak beroperasi dengan berbagai alasan sehingga massa mempunyai peran yang sangat kuat. Sedangkan *power* untuk konteks di Indonesia adalah "kekuatan" antara pemerintah atau penerbitan SI/IDB (Surat Izin Penerbitan

function yakni merangkap sebagai Pemimpin Redaksi di beberapa perusahaan media. Pemimpin Umum bertanggungjawab atas keseluruhan jalannya penerbitan pers, baik ke dalam maupun keluar. Ia dapat melimpahkan pertanggungjawabannya terhadap hukum kepada Pemimpin Redaksi sepanjang menyangkut isi redaksional dan kepada Pemimpin Perusahaan sepanjang menyangkut perusahaan penerbitan.

Mekanisme dan aktivitas kerja keredaksionalan sehari-hari menjadi tanggung jawab Pemimpin Redaksi, selain itu dia juga mengawasi isi seluruh rubrik media massa yang dipimpinnya. Ia bertindak sebagai jendral atau komandan yang perintah atau kebijakannya harus dipatuhi oleh bawahannya. Dia pula umumnya yang bertanggungjawab jika pemberitaan medianya atau wartawannya "digugat" pihak lain. Dibawah Pimred biasanya ada Redaktur Pelaksana (Redpel). Tanggung jawabnya hampir sama dengan Pimred, namun lebih bersifat teknis. Dialah yang memimpin langsung aktivitas peliputan dan pembuatan berita oleh wartawan dan juga editor saat berada dilapangan.

Dibawah Redpel umumnya adalah para Redaktur Desk atau editor. Mereka bertanggung jawab penuh atas isi rubrik-rubrik yang dipercayakan untuk dikelola (Redaktur Desk dikenal pula dengan Jabrik: Penanggung jawab rubrik). Tugas utamanya antara lain bertanggung jawab menentukan, menyeleksi dan mengedit serta mengoreksi termasuk pembuatan judul, tema dan naskah yang akan dimuat

Downloaded by: pradiprasetyo@gmail.com (IP: 2002.106.107)

Adapun tugas dari editor adalah menyiapkan:

- Naskah Berita (*copy*) yakni bahan-bahan berita yang siap di set
- Naskah Jadi (*Canned Copy*) yakni bahan-bahan berita yang siap untuk disiarkan
- Naskah Kotor (*Dirty Copy*) yakni naskah yang berisi banyak koreksian
- Naskah untuk Disiarkan” (*Release Copy*) yakni naskah dapat dicetak/disiarkan pada waktu yang ditentukan (Romly, 2003:106-107).

Sejajar dengan Redaktur Desk adalah Koordinator Reporter dimana tanggung jawabnya adalah mengkoordinasikan atau mengatur para reporter dalam peliputan berita serta menugaskan reporter untuk meliput berita/menulis artikel. Jika diperlukan sebuah media massa juga memiliki Editor Bahasa dimana tugasnya adalah menjaga keseragaman bahasa yang dipergunakan dalam penulisan berita ataupun artikel yang menjadi gaya atau ciri khas mediana. Bersama para editor, iapun mendiskusikan pengubahan para editor dan ia juga mendiskusikan pengubahan bahasa atau kalimat agar lebih menarik, sederhana dan singkat sesuai prinsip ekonomi mengenai bahasa jurnalistik.

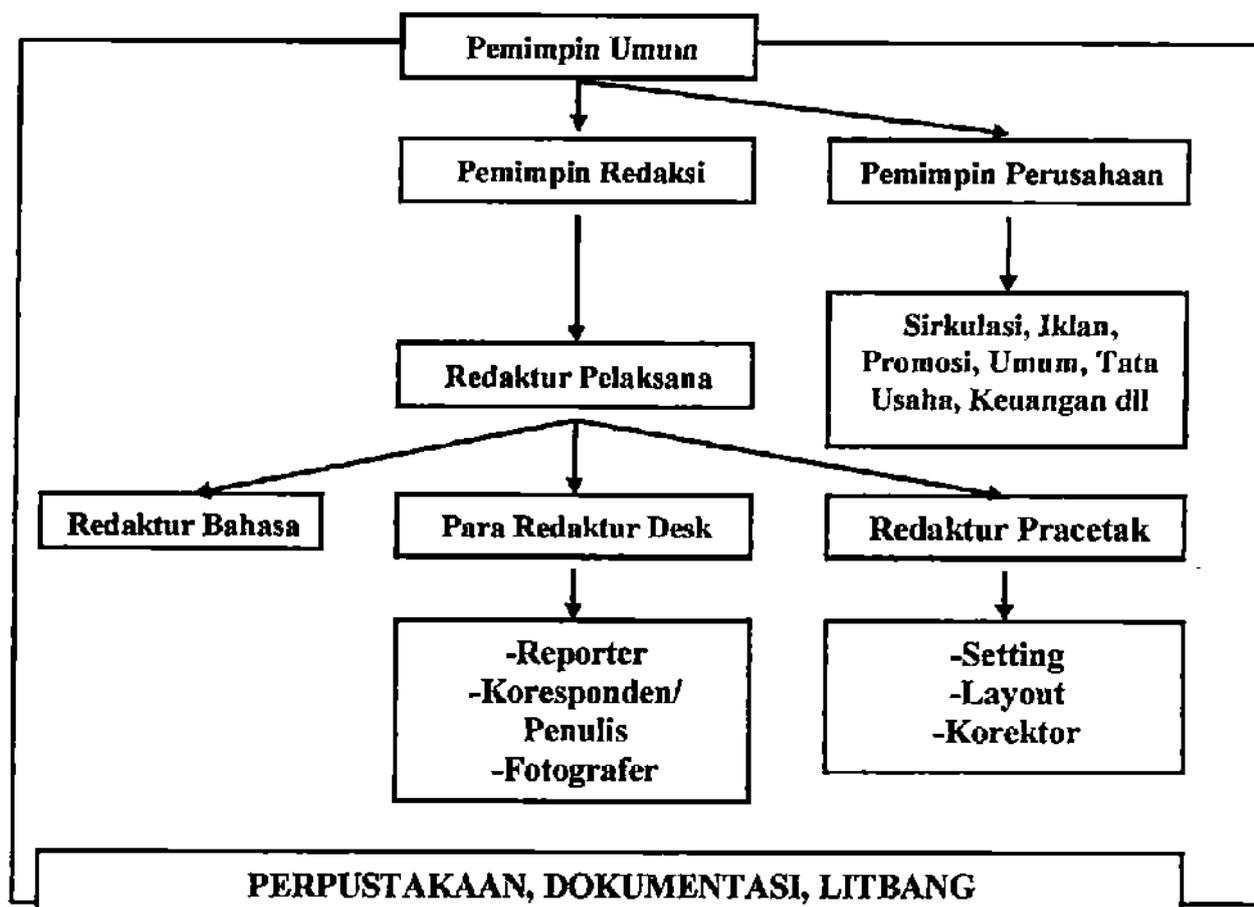
Setingkat dengan editor adalah Redaktur Desk Pracetak. Ia bertanggung jawab menangani “Naskah Siap Cetak” (*All In Hand / All Up*) dari pada redaktur, yaitu semua naskah berita yang sudah diturunkan ke percetakan dan diset bersih, desain *cover* dan perwajahan (tata letak, *lay out*, artistik), dan hal ihwal sebelum koran di cetak. Jadi, Redaktur Desk secara keseluruhan menerima berita yang sudah didit dari segala sudut berita yang akan disiarkan (Romly, 2003:108)

Selanjutnya dibawah para editor adalah para reporter. Mereka merupakan anak buah dibagian redaksi. Tugasnya dalah mencari berita lalu membuat dan menyusunnya. Kegiatan mencari berita pada prinsipnya bisa dikerjakan setiap waktu, bergantung pada *mood*, peristiwa yang terjadi atau ada-tidaknya penugasan dari redaksi. Mencari berita bisa dilakukan dengan berbagai cara seperti wawancara, mendatangi secara teratur, instansi pemerintah/swasta atau tempat-tempat lain yang dimungkinkan munculnya hal-hal yang dapat menjadi berita (*beat system*). Artinya cara pencarian berita dengan sistem, ini dilakukan dengan ngepos / mangkal di tempat-tempat tertentu. Berita juga didapatkan dengan mengembangkan berita yang sudah muncul (*follow up system*) yakni dengan cara melengkapi, mempertajam atau menekankan hal-hal khusus dari berita tersebut.

Sebuah media massa juga memiliki yang namanya koresponden (*correspondent*), yaitu wartawan yang ditempatkan dinegara lain atau dikota lain (daerah) diluar wilayah dimana medianya berpusat. Ada juga yang namanya *setter*, yakni jajaran redaksi yang tugasnya sebagai juru ketik naskah. Ia bertugas mengetik yang akan dimuat. Ada juga korektor yang bertugas membetulkan kesalahan ketik pada naskah yang siap cetak.

Selain itu ada juga bagian yang fungsinya untuk membantu kelancaran kerja redaksi yakni Perpustakaan dan Dokumentasi serta bagian Penelitian dan Pengembangan (Litbang). Secara jelas, litbang inilah yang memantau perkembangan sebuah penerbitan, *survey* pembaca, dan memberikan masukan-masukan bagi perkembangan redaksional dan bagian lainnya, termasuk pembinaan/mengembangkan kualitas Sumber Daya Manusia (Bomju, 2002:109)

STRUKTUR UMUM ORGANISASI REDAKSI



Sumber: Romly, 2003:110

E 1.2 Media Massa dalam Mengemas Berita

Di Indonesia sendiri setidaknya ada dua jalan untuk dapat melihat keberadaan pers, yaitu pertama dari tindakan professional hasil kerja perilaku profesi yang menjalankan kerja jurnalisme, dan kedua sebagai institusi sosial. Tingkat pertama berupa tindakan personal yang memiliki kaidah profesional. Dari keluaran tindakan personal ini kemudian mewujudkan penampilan (*performance*) media pers. Manakala penampilan ini memiliki makna sosial, barulah kita memasuki tingkat institusi sosial. Tindakan profesional dan keberadaan

institusional ini tidak terpisah. Seluruh tindakan profesional menjadi dasar untuk hadirnya media pers sebagai institusi sosial (Masduki, 2005:25).

Media tentunya sangatlah berperan dalam mempengaruhi dan membentuk opini publik, dengan sifatnya yang menyajikan sebagai akses informasi dan keterbukaan akses bagi masyarakat untuk berpartisipasi. Dalam penelitian terhadap pers Inggris abad ke-18, Hebernas menemukan bahwa media telah menjadi ruang dimana individu bersama-sama berkumpul dan mendiskusikan kehidupan keseharian mereka. Masuknya ruang publik ini telah menjadi basis dari potensi-potensi oposisi, kritik dan kontrol bagi kekuasaan. Dan dari sinilah media menjadi mediasi dan realitas empiris yang melingkupinya. Media mempunyai peran yang signifikan dalam langkah awal memproduksi sebuah berita atau pesan, dan bagaimanapun seorang wartawan akan mengintepretasikan sebuah peristiwa/berita yang akan diliput dipengaruhi sisi subjektifnya (Eriyanto,2001:34).

Media secara umum diartikan sebagai sebuah alat untuk menyampaikan pesan kepada khalayak luas/umum. Sebuah media tergantung bagaimana teknis alat tersebut dalam mentransformasikan tanda kedalam suatu pesan (Hart, 1991:4 dalam Eriyanto, 2001: 34). Dia membagi tiga jenis media terpenting yakni:

1. *Presentational Media*, pada media ini diperlukan kehadiran komunikasi yang *face to face* artinya diantara pemberi dan penerima pesan langsung bertemu hadap-hadapan untuk mengkomunikasikan pesan yang ingin disampaikan.
2. *Representational Media*, pada media ini si pemberi dan penerima

dalam kategori dalam *representational* media adalah telegram, surat kabar, komik, majalah dimana alat ini menggunakan simbol maupun gambar untuk merepresentasikan pesan yang disampaikan.

3. *Mechanical/ Electronic Media*, dalam media ini pesan disampaikan hampir sama dengan *representational*, hanya yang membedakan adalah pada ketergantungan elektronik media pada alat teknis untuk menyampaikan pesan. Ini secara umum bersifat lebih cepat dibandingkan dengan media yang *representational* serta selalu disertai dengan kode. Yang termasuk dalam kategori ini adalah telepon, radio dan juga media audio visual yakni televisi.

Secara keseluruhan media bisa menjadi alat representasi, karena mempunyai perspektif sendiri atas efek yang dihasilkan dari sebuah peristiwa/tanda. Kita bisa melihat kecenderungan itu dari dua peristiwa (wartawan dan institusi). Misalnya dalam pemilihan judul, struktur berita dan keperpindahan terhadap kelompok, meskipun kadang keperpindahan dari wartawan tersebut tidak sepenuhnya disadari dan bersifat subtil. Dan hal itu sangat berpengaruh dalam memaknai peristiwa/tanda yang mereka lihat (Eriyanto, 2001: 35).

Kedua adalah level rutinitas media yang berhubungan sekali dengan mekanisme dan proses penentuan berita maupun teks foto yang akan disajikan kepada khalayak. Setiap media umumnya mempunyai ukuran tersendiri tentang apa yang disebut berita, apa ciri-ciri berita yang baik atau apa ciri kriteria kelayakan berita. Ukuran tersebut adalah rutinitas yang berlangsung tiap hari dan menjadi prosedur standar bagi pengelolaan media yang ada di dalam

media ini juga berhubungan dengan mekanisme bagaimana berita dibentuk, seperti bagaimana bentuk pendelegasian tugas ketika ada sebuah peristiwa, siapa penulisnya, siapa editornya dan hingga pada akhirnya menjelaskan bagaimana mekanisme sebuah berita itu diproduksi.

Ketiga, Level Organisasi. Level yang berhubungan sekali dengan struktur sebuah organisasi yang secara hipotetik mempengaruhi pemberitaan media. Pengelola media bukan orang yang tunggal yang ada dalam organisasi berita, ia hanya sebagian kecil dari organisasi media. Masing-masing komponen dalam organisasi media bisa jadi mempunyai kepentingan sendiri dalam menyalurkan pesannya melalui teks yang mereka buat (Eriyanto, 2001: 36).

Keempat, Level Ekstramedia. Level ini berhubungan sekali dengan faktor lingkungan diluar media. Ada beberapa faktor yang termasuk dalam lingkungan diluar media yaitu seperti sumber berita, sumber penghasilan media dan pihak eksternal (pemerintah dan lingkungan bisnis) (Sudibyo, 2001:10). *Pertama*, sumber berita dipandang bukanlah sebagai pihak yang netral yang memberikan informasi apa adanya. Ia juga mempunyai kepentingan untuk mempengaruhi media dengan berbagai alasan misalnya opini publik. *Kedua*, sumber penghasilan media. Media harus *survive*. Untuk bertahan hidup kadangkala media harus berkompromi dengan sumber daya yang menghidupi mereka. *Ketiga*, pihak eksternal seperti pemerintah dan lingkungan bisnis. Pengaruh ini sangat ditentukan oleh corak dari masing-masing lingkungan eksternal media tersebut.

Kelima, level ideologi. Ideologi disini diartikan sebagai kerangka berfikir

dan bagaimana mereka menghadapinya. Ideologi sifatnya abstrak, ia berhubungan dengan konsepsi atau posisi seseorang dalam menafsirkan realitas. Pada level ini akan dilihat bagaimana media menentukan cirinya. Bagaimana unsur-unsur yang ada dalam internal media dan tentunya hal ini akan sangat mempengaruhi kebijakan atau apa yang akan ditampilkan media dalam merespon sebuah peristiwa dari sumber beritanya. Itu artinya media atau proses komunikasi media mempengaruhi pada proses produksi pesan yang ditampilkannya kepada khalayak (Eriyanto, 2001: 37).

Identifikasi sosial, kategorisasi dan kontekstualitas dari peristiwa adalah proses penting dimana peristiwa itu dibuat, berarti dan bermakna bagi khalayak. Proses membuat peristiwa agar kontekstual bagi khalayak ini adalah proses sosial dan menempatkan kerja jurnalistik dengan nilai-nilai yang ada dalam masyarakatnya. Ia menjadi latar asumsi (*back ground assumption*) yang dipahami bersama, yang oleh pemahaman jurnalis dipandang bernilai bagi khalayak melalui peristiwa bukan hanya dipandang berarti tetapi juga dimengerti oleh khalayak. Ia menjadi asumsi yang kira-kira bagi jurnalis dan bagi khalayak disepakati bersama bagaimana peristiwa seharusnya dijelaskan dan dipahami (Eriyanto. 2001:61).

1. Pola *Media Content*

Dalam mengerti pola media, ada beberapa fokus pertanyaan yang perlu diketahui:

- Ide, orang-orang, aktivitas, dan pandangan apakah yang paling sering muncul di media, dan dengan cara seperti apa?
- Dengan jalan apakah *media content* menyimpang secara sistematis dari sumber lain dalam realitas sosial?

Dari situ kita dapat *mereview* dan dapat melihat *content* sebagai kesatuan yang merepresentasikan suatu bentuk *cultural mapping*. Tentunya tidak semua pesan yang didistribusikan oleh medium mengandung pola *content*. Penulis akan memfokuskan diri pada pesan yang disampaikan oleh media yaitu surat kabar, karena pesan dari surat kabar memang paling banyak yang menjadi perhatian para peneliti karena sifatnya yang bisa dibaca berulang-ulang.

Untuk menentukan pola *content* ada beberapa hal yang paling sering dipelajari dalam penelitian (Reese and Shoemaker, 1996:27), yaitu:

- a. Bias Politik (*political bias*). Media dalam membangun ide atau gagasan yang akan dijadikan sebuah berita dalam sebuah industri media, baik disadari atau tidak sangat dipengaruhi oleh pemilik media, pemerintah/negara, maupun kelompok kepentingan. Dalam arti lain bahwa seringkali *media content* merupakan hasil dari bias politik.
- b. Perilaku (*Behaviour*). Seringkali apa yang diberitakan dalam sebuah media dapat mempengaruhi khalayak. Hal ini paling sering kita temukan dalam acara televisi, dimana “seks dan kekerasan” yang ditayangkan di televisi dapat berpengaruh bagi sebagian orang yang menonton acara tersebut.
- c. Penyimpangan (*deviance*). Terkadang pada titik tertentu media mengatakan kepada kita bahwa apa yang dianggap benar dengan menunjukkan hal-hal yang menyimpang.
- d. Sumber Berita dan Topik Berita (*News Source and Topics*). Sebelum televisi, sebagian besar *media content* ditujukan terhadap media cetak.

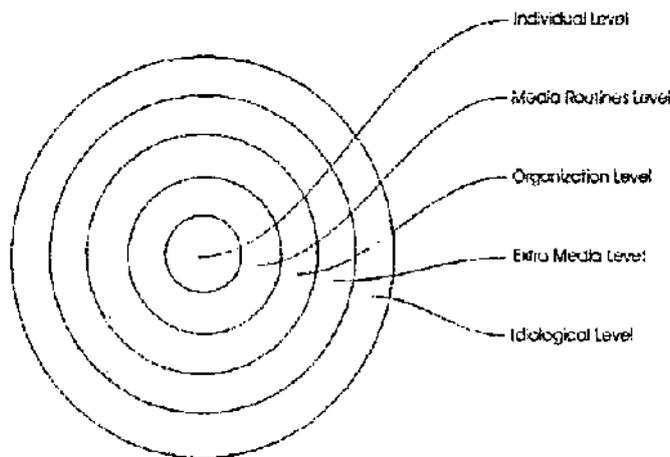
Dalam beberapa tahun belakangan ini beberapa studi sosiologi media telah

memberikan gambaran secara umum mengenai nama-nama dan kegiatan-kegiatan yang sering diberitakan dengan kepentingan tertentu dalam keanekaragaman pandangan-pandangan yang diekspresikan.

Adapun dalam melihat *pola content*, ditemukan dua *pola content*, yaitu:

- *Geographic Pattern* (Pola Geografis). Hal ini dibagi lagi menjadi dua pola yaitu domestik dan juga internasional
- *Demographic Pattern* (Pola Demografis). Dalam hal ini kita melihat karakteristik sosial, latar belakang sejarah, isu gender dan juga sejenisnya

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Media Content*



Gambar 1. *Influence on media content in the hierachial models* (Reese and Shoemaker, 1996:64).

Melihat hierarki diatas , dapat kita lihat faktor-faktor yang mempengaruhi *media content* yaitu diantaranya:

1. Pengaruh dari pekerja media itu sendiri yaitu yang meliputi latar belakang personal maupun profesional seperti latar belakang

budaya, pendidikan formal maupun informal. Selain itu juga meliputi perilaku personal, yakni nilai-nilai yang diyakini maupun kepercayaan seperti perilaku politik, maupun dari segi agama yang dianutnya. Dan yang terakhir adalah orientasi profesional dan etika jurnalistik yang dipegang oleh wartawan.

2. Pengaruh rutinitas, yakni menurut Karl Manheim, seorang sosiolog asal Jerman, sangatlah tidak benar apabila kita mengatakan bahwa hanya ada satu individu dalam media yang melakukan pemikiran, tetapi pada realitanya bahwa individu tersebut berpartisipasi dengan pemikiran dari individu lain atau dengan pemikiran yang memang sudah ada sebelumnya. Hal yang biasa terjadi itu disebut dengan *routines*, dan hal tersebut yang membentuk pola, menjadikan suatu kebiasaan, pengulangan kegiatan, dan membentuk apa yang digunakan pekerja media dalam melakukan pekerjaannya. Rutinitas media mempunyai dampak yang penting pada sebuah produksi *symbolic content*. Dan rutinitas itu akan membentuk suatu lingkungan dimana para pekerja melaksanakan pekerjaannya. Apabila rutinitas yang sangat berkaitan satu sama lain membatasi para pekerja media secara individual, maka rutinitas itulah yang akan kemudian berfungsi sebagai batasan itu sendiri.
3. Pengaruh organisasi media, ini mempunyai dampak kritis pada *media content*. Ketika kita melihat organisasi media akan timbul pertanyaan mengenai peran yang ditunjukkan oleh media terhadap

kebijakan-kebijakan yang berada dalam struktur dan metode yang digunakan dalam menjalankan kebijakan-kebijakan tersebut tujuan paling utama media adalah keuntungan ekonomi. Organisasi surat kabar pada khususnya telah menghadapi perkembangan tatanan ekonomi yang pada saat sekarang ini memegang peranan besar mendikte keputusan jurnalisrik. Cara suatu organisasi media terstruktur mempengaruhi *media content* dengan memberikan dampak budaya dan pekerjaannya dengan menentukan tingkat kemandirian yang dimiliki oleh organisasi media yang lebih besar.

Kekuasaan organisasi media tetap berujung pada kekuasaan para pemiliknya, yaitu menentukan kebijakan yang berlaku dan menjalankan kebijakan tersebut. Pengaruh dari pemilik organisasi media terhadap *media content* merupakan perhatian yang penting pada media surat kabar. Meskipun bagian dari organisasi media tersebut merupakan penyangga dari perusahaan yang lebih besar, *media content* masih dikendalikan secara tidak langsung dengan menyewa atau iklan serta melalui penyensoran sendiri. Perspektif organisasi tersebut menonjolkan konteks yang terdapat dalam rutinitas pekerja media yang dilakukan.

4. Pengaruh dari luar organisasi media. Ada berbagai macam pengaruh pada *media content* yang berasal dari luar organisasi media. Sumber-sumber berita dapat menstimuli atau mendesak difusi atau penyebaran informasi sesuai dengan kepentingan mereka dan mungkin

jurnalists terhadap sumber mana yang diwawancarai yang dapat mewarnai berita yang mereka tulis. Dalam sebuah institusi media dalam sebuah beritanya akan terdapat suatu kegiatan politik didalamnya. Isi media tidak diciptakan secara terisolasi tetapi selalu berinteraksi dan mempunyai hubungan timbal balik dengan konteks sosial dimana media itu berada yaitu dapat berupa pemilik media, pemerintah (negara) maupun dari kelompok kepentingan yang senantiasa terorganisir dan telah tercampur aduk.

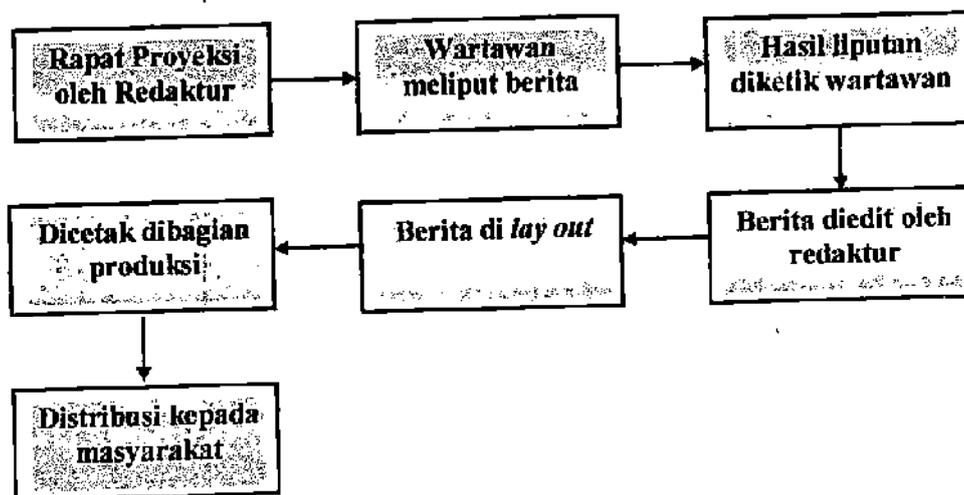
5. Pengaruh Ideologi. Ideologi memang mempunyai dua pengertian yang bertolak belakang sekarang ini yaitu yang bersifat positif dan negatif. Secara positif ideologi dipersepsikan sebagai suatu pandangan dunia (*world view*) yang menyatakan nilai-nilai kelompok sosial tertentu untuk membela dan memajukan kepentingan-kepentingan mereka. Sedangkan pengertian secara negatif lebih mengarah kepada suatu kesadaran palsu, artinya suatu kebutuhan untuk melakukan penipuan dengan cara memutar balikkan pemahaman orang mengenai realitas sosial (Sunarto, 2001:31)

Kelima dari *media content* tersebut telah menjadi satu pertimbangan kuat bagi media massa dalam menuliskan teks-teks beritanya. Dari sinilah, setiap media massa perlu memperhatikan etika media massa yang sudah ditentukan oleh dunia perjurnalistikan meski harus berhadapan dengan berbagai kepentingan. Dari proses produksi berita sendiri pada surat kabar pada khususnya dimulai dengan diadakannya rapat provokasi pada pagi hari sebelum wartawan menyebar untuk

mencari berita. Dalam rapat tersebut ditentukan isi berita untuk penerbitan surat kabar esok harinya serta pembagian tugas masing-masing wartawan. Berdasarkan pada proyeksi tersebut, wartawan barulah terjun untuk meliput berita ke lapangan mencari informasi dan investigasi sesuai dengan bagiannya. Hasil liputan kemudian diketik oleh wartawan itu dengan menggunakan komputer. Biasanya perusahaan media menggunakan sistem LAN (*network*) untuk dibuat berita.

Proses produksi berita selanjutnya adalah proses pengeditan. Dilakukan oleh redaktur melalui korektor, dalam proses ini dilakukan pengoreksian naskah berita yang telah dibuat oleh wartawan baik dari segi kesalahan pengetikan maupun tata bahasa. Setelah berita selesai diedit kemudian di *lay out* untuk disusun bersama naskah dan gambar yang telah diambil dari suatu peristiwa. Langkah selanjutnya adalah penyerahan naskah berita yang telah *clear* dan diedit tersebut ke bagian produksi untuk dicetak, dan setelah selesai surat kabar siap untuk dibaca dan dinikmati khalayak sesuai dengan jam terbit rutinnnya.

Proses Produksi Berita



Sumber: Romly, 2003:106

E.1.2 Kode Etik Jurnalistik

Reportase adalah titik rawan dalam jurnalistik dimana reportase yang benar dan juga baik selalu terkait dengan masalah-masalah etika jurnalistik, menjaga kerahasiaan, nama baik, tanggung jawab sosial untuk melayani publik. Misalnya saja peliputan mengenai kriminal, dimana itu merupakan pembelajaran awal yang melingkupi tantangan reportase yang selalu melibatkan aktor negara atau orang kuat lain yang ada di masyarakat. Reportase sejati dalam suatu negara demokratis adalah reportase yang selalu menjunjung tinggi pers sebagai sarana kontrol sosial berdasarkan pada kepentingan “demi kebaikan masyarakat” dan bukan demi kontroversi semata sehingga tidak akan terjadi distorsi informasi yaitu kekeliruan atau sengaja dikelirukan saat pesan sampai kepada khalayak. Untuk itulah reportase baik secara individu maupun kelompok selalu dibarengi dengan pemahaman mengenai apa itu kode etik jurnalistik.

Kajian terminologi kode etik selalu diawali dengan pemahaman etika. Etika adalah sebuah studi tentang formasi nilai-nilai moral dan prinsip-prinsip benar dan juga salah (Allthsul, 1990 dalam Masduki, 2005:47). Masyarakat profesional jurnalis percaya bahwa tujuan jurnalisme adalah untuk menyajikan kebenaran. Dari sinilah maka etik dipakai seperti akurasi dan obyektivitas, sportivitas dan juga sebagainya.

Etika dalam pengelolaan pers merupakan perspektif moral yang diacu dalam setiap mengambil keputusan peliputan dan pemuatan suatu fakta menjadi berita. Etika memiliki dua wilayah yaitu substantif dan operasional. Substantif adalah wilayah masalah yang diangkat wartawan sebagai persoalan misalnya prioritasnya

atas kasus publik ketimbang privat, memuat fakta empiris ketimbang fakta psikologis, mengambil fakta yang membantu situasi damai ketimbang yang memicu konflik. Etika operasional terkait dengan panduan teknis-etis bagaimana meliputi mempertimbangkan *balance* nara sumber, akurasi dan menolak sogokan.

Kode etik umumnya dirumuskan dan dikeluarkan oleh organisasi atau asosiasi profesi. Menurut Richard L. Johansen dalam buku Etika Komunikasi (1990) menyebut ada tiga fungsi kode etik (Masduki, 2005:48) yaitu: (1) fungsi kemanfaatan (2) fungsi argumentatif dan (3) fungsi penggambaran karakter. Dalam fungsi kemanfaatan sendiri meliputi (1) mendidik orang baru untuk mengenali pedoman dan tanggung jawab atas profesinya (2) mempersempit wilayah persoalan etis dalam profesi sehingga orang tidak perlu memperdebatkan persoalan etika yang tidak relevan (3) membantu anggota profesi memahami tujuan profesionalnya, cara-cara yang relevan dan dibenarkan untuk mencapai tujuan itu, kewajiban sesama anggota (4) memperkecil intervensi peraturan pemerintah kedalam persoalan profesi. Fungsi argumentatif adalah landasan terciptanya debat publik atas kebingungan atau kasus-kasus atas perilaku etis sebuah profesi dan fungsi penggambaran karakter adalah kode etik sebagai gambaran tentang sosok profesional yang ingin dibentuk dan jadi harapan publik.

Kode etik secara tidak langsung memuat unsur perlindungan konsumen media

Saat berada di lapangan seorang jurnalis selalu memakai sepuluh bentuk pertanyaan kritis (Masduki, 2004:49):

- 1) Apa yang saya ketahui dan apa yang perlu saya ketahui?
- 2) Apa tujuan aktivitas jurnalistik saya?
- 3) Apa saja pemihakan etis saya?
- 4) Apa kebijakan organisasi / petunjuk professional yang harus saya ikuti?
- 5) Bagaimana agar saya bisa memasukkan orang lain dengan perspektif berbeda dan ide yang berbeda dalam proses pengambilan keputusan memberitakan kasus/seseorang?
- 6) Siapa saja yang mempengaruhi keputusan saya ini, apa motivasi dan juga apakah mereka cukup *legitimated*?
- 7) Bagaimana jika aturan main yang ada menyimpang dan bagaimana peran saya saat berpihak pada salah satu kepentingan?
- 8) Apa saja konsekuensi dari pilihan aksi saya dalam jangka pendek dan juga jangka panjang?
- 9) Apa saja alternatif cara memaksimalkan tanggung jawab memberitahu kebenaran dan mengurangi kejahatan?
- 10) Bisakah saya menjelaskan dan merasionalisasikan setiap pemikiran dan keputusan saya dalam memilih fakta dan menyajikannya kepada publik?

Kode etik tanda (*sign*) secara luas diartikan sebagai “bangunan simbolik”. Adapun syarat perumusan sebuah kode etik yaitu harus bersifat rasional tetapi tidak kering dari emosi. Kode etik itu harus konsisten, tetapi tidak kaku dan juga harus bersifat universal (Gunawan,1991 dalam Masduki, 2004:49). Adapun pedoman untuk mengembangkan kode etik menurut Richard De George dan John Kultgen dalam (Sobur, 2001:31) adalah sebagai berikut:

1. Kode etik harus memperjelas pertanyaan-pertanyaan yang merupakan sasaran ideal untuk diperjuangkan ke tataran realistik
2. Dalam keadaan biasa, kode etik tidak memerlukan kebajikan heroik dan juga pengorbanan yang luar biasa. Ia ditunjukkan untuk semua orang yang berhati nurani mau mengikutinya dengan syarat orang lain juga mau melakukan hal tersebut.
3. Bahasa kode etik harus jelas dan juga spesifik, kesamaran dan juga kerancuan harus dihindari. Terma-terma dalam kode etik yang bernilai abstrak dapat diperjelas dalam penjelasan dan juga ilustrasi.
4. Ketentuan kode etik harus masuk akal, ada korelasi antara ketentuan, urutan dan juga prioritas, misalnya saja adalah kewajiban atasan, bawahan dan dan juga kewajiban klien.
5. Kode etik harus melindungi kepentingan masyarakat umum, kepentingan orang yang dilayani kelompok profesi itu, bukan individu.

6. Kode etik harus merangsang kelanjutan diskusi dan refleksi yang membawa pada perubahan atau revisi kinerja perjuangan profesi.
7. Kode etik harus secara operasional dan realistik dapat dilaksanakan atau dijalankan oleh profesi yang dirumuskannya
8. Kode etik harus memperjelas prinsip-prinsip moral yang berlaku, nilai-nilai universal seperti keadilan, penghargaan hak dan kesejajaran (Masduki, 2004:49-50).

Kinerja jurnalisisme memang selalu mendambakan nilai-nilai dasar yang disepakati secara universal atau menyeluruh. Prinsip dasar nilai universal adalah “perlakukanlah orang lain seperti Anda harapkan orang lain memperlakukan Anda”. Indikator untuk menentukan universalitas nilai itu sendiri yaitu ada empat (Masduki, 2004:51). *Pertama*, ia akan membawa manfaat yang obyektif pada masing-masing orang dan masyarakat dalam waktu yang lama. *Kedua*, memiliki validitas moral yang terhimpun dalam pertanyaan apakah baik kalau semua orang melakukan hal tersebut? *Ketiga*, setiap nilai universal menuntut kesadaran diri, apa yang dianggap betul akan selalu sesuai dengan perasaan dan penalaran individu. *Keempat*, nilai universal akan melahirkan kebudayaan, tindakan kepahlawanan yang akan dihargai. Pengakuan atas nilai universal itulah yang akan melahirkan atau yang menjadi inti ajaran dari kode etik jurnalistik.

Lebihnya kode etik jurnalistik dapat digambarkan secara sederhana pada

No	PRINSIP	OPERASIONALISASI
1	Pelaksanaan “ Pers yang bebas dan bertanggung jawab”	Bebas menyampaikan informasi dan bertanggung jawab kepada pemerintah (Orde Baru) atau kepada publik (Orde Reformasi)
2	Indonesia Negara hukum	UUD 1945 dan UU Pers No.40/1999
3	Kultur tepo-seliro dan keseimbangan hidup	Adanya ajaran harmoni “Hak dan Kewajiban” yang secara normatif tumbuh di masyarakat

Menurut Masduki, tujuan terpenting dari kode etik jurnalistik adalah melindungi hal masyarakat untuk memperoleh informasi obyektif di media massa dan juga memayungi kinerja wartawan dari segala macam resiko kekerasan. Jadi dalam hal ini ada keharusan disini wartawan untuk memberikan berita yang seimbang dan juga faktual kepada pembacanya (Masduki, 2004:51).

E.1.3 Bentuk-bentuk Kode Etik

Di Indonesia ada dua pandangan terhadap kode etik yang diberlakukan sebagai sebuah pedoman media massa. Dalam sejarah pers di negeri ini, ada dua kode etik yang dirumuskan oleh organisasi wartawan yakni PWI dan juga AJI sebagai organisasi alternatif di luar PWI. Kode etik yang dibuat bersama yaitu

bernama KEWI (Kode Etik Wartawan Indonesia) yang secara otomatis dibuat oleh seluruh perwakilan wartawan pada saat itu (saat rezim Soeharto). Dari sini juga muncul dua kode etik, yaitu kode etik praktek dan juga kode etik bisnis pers, berikut adalah model klasifikasinya (Masduki, 2004:53):

KLASIFIKASI	LINGKUP	BERLAKU
Organisasi Jurnalis	Kode Etik AJI Kode Etik PWI	Untuk para anggota organisasi yang bersangkutan
Institusi Media Pers	Kode Etik Bisnis Pers Konvensi Bisnis Pers	Untuk anggota asosiasi perusahaan pers
Struktur Media Pers	Kode Etik Reporter Radio-TV Kode Etik <i>Scriptwriter</i>	Untuk mereka yang bekerja menurut bidang terkait
Fokus Isu Pers	Kode Etik peliputan Konflik	Untuk para wartawan yang meliput isu tertentu

a) PWI (Persatuan Wartawan Indonesia)

PWI merupakan organisasi profesi wartawan di Indonesia yang berdiri pada 9 Februari 1946 di Solo. PWI berasaskan pada UUD 45 dan juga Pancasila dimana dalam setiap langkahnya selalu berpedoman pada Ketetapan MPR. Sebelum lahirnya PWI dibentuk sebuah panitia persiapan pada awal Januari 1946. Sebagai organisasi profesi, PWI menjadi wahana perjuangan bersama para

Aspirasi perjuangan kewartawanan Indonesia yang melahirkan PWI juga yang melahirkan SPS, empat bulan kemudian yakni pada Juni 1946 (<http://www.dewankehormatanpwi.com/profil.php?subject=1>)

Kemerdekaan pers merupakan suatu pemenuhan hak asasi manusia, yaitu hak berkomunikasi dan juga memperoleh informasi. Dalam setiap diri wartawan Indonesia perlu menyadari adanya tanggung jawab sosial yang tercermin melalui pelaksanaan kode etik profesi yang telah tersepakati secara jujur dan juga bertanggung jawab. Dan KEWI merupakan kode etik yang disepakati oleh semua organisasi wartawan baik itu media cetak maupun elektronik yang dijadikan acuan bersama dalam melaksanakan keprofesionalannya sebagai wartawan.

Dari PWI sendiri disusun beberapa poin penting dalam memajukan jurnalisme di era kebebasan pers (Masduki, 2004:54-55):

1. *Wartawan Indonesia menghormati hak masyarakat untuk memperoleh informasi yang benar.*

Wartawan Indonesia yang beriman dan bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa melaporkan dan menyiarkan informasi secara aktual dan jelas sumbernya, tidak menyembunyikan fakta serta pendapat yang penting dan menarik yang perlu diketahui publik sebagai hak masyarakat untuk memperoleh informasi yang benar dan akurat

2. *Wartawan Indonesia menempuh tata cara yang etis untuk memperoleh dan menyebarkan informasi serta memberikan identitas kepada sumber*

Wartawan Indonesia dalam memperoleh informasi dari sumber berita dari nara sumber baik itu berupa dokumen atau memotret dilakukan dengan cara-cara yang dapat dipertanggungjawabkan menurut hukum dan juga kaidah kewartawanan, kecuali dalam hal *investigative reporting*.

3. *Wartawan Indonesia menghormati asas praduga tidak bersalah, tidak mencampur fakta dan opini, berimbang dan selalu meneliti kebenaran informasi, serta tidak melakukan plagiat.*

Wartawan Indonesia tidak boleh menghakimi dan membuat kesimpulan kesalahan orang, terlebih kasus yang menyangkut peradilan. Tidak boleh memasukkan opini pribadinya, dalam melaporkan dan menyiarkan informasinya hendaknya wartawan meneliti kembali kebenaran informasi. Dalam sengketa dan juga perbedaan pendapat, masing-masing pihak harus diberikan ruang/waktu pemberitaan secara seimbang.

4. *Wartawan Indonesia tidak tidak menyiarkan informasi yang bersifat dusta, fitnah, sadis dan cabul serta tidak menyebutkan identitas korban kejahatan susila.*

Wartawan Indonesia tidak boleh memberitakan rumor dan berita yang belum jelas kebenarannya. Informasi yang secara gamblang memperlihatkan aurat yang bisa menimbulkan nafsu birahi atau mengundang kontroversi publik. Untuk kasus tindak kekerasan/pelecehan seksual tidak boleh menyebutkan identitas korban, untuk menjaga dan melindungi keselamatan korban.

5. *Wartawan Indonesia tidak menerima suap, dan tidak menyalahgunakan profesi.*

Wartawan Indonesia selalu menjaga kehormatan profesi dengan tidak menerima imbalan dalam bentuk apapun dari sumber berita yang berkaitan dengan tugas-tugas kewartawanan dan tidak menyalahgunakan profesi untuk kepentingan pribadi atau kelompok

6. *Wartawan Indonesia memiliki hal tolak, menghargai ketentuan embargo, informasi latar belakang dan Off The Record sesuai kesepakatan.*

Wartawan Indonesia melindungi nara sumber yang tidak bersedia disebut nama dan identitasnya. Berdasarkan kesepakatan, jika nara sumber meminta informasi yang diberikan ditunda pemuatannya, harus dihargai. Hal ini berlaku juga untuk informasi latar belakang.

7. *Wartawan Indonesia segera mencabut dan meralat dalam pemberitaan serta melayani hak jawab.*

Wartawan Indonesia segera mencabut dan meralat pemberitaan dan penyiaran yang keliru dan juga tidak akurat dengan disertai dengan permintaan maaf. Dalam hal pemberitaan yang merugikan kelompok atau seseorang, pihak yang dirugikan harus diberikan kesempatan untuk melakukan klarifikasi. Pengawasan dan penetapan sanksi terhadap pelanggaran kode etik ini diserahkan kepada jajaran pers dan dilaksanakan oleh organisasi yang dibentuk sebagai sebuah kesepakatan bersama

E.1.2 Kode Etik Jurnalistik

Reportase adalah titik rawan dalam jurnalistik dimana reportase yang benar dan juga baik selalu terkait dengan masalah-masalah etika jurnalistik, menjaga kerahasiaan, nama baik, tanggung jawab sosial untuk melayani publik. Misalnya saja peliputan mengenai kriminal, dimana itu merupakan pembelajaran awal yang melingkupi tantangan reportase yang selalu melibatkan aktor negara atau orang kuat lain yang ada di masyarakat. Reportase sejati dalam suatu negara demokratis adalah reportase yang selalu menjunjung tinggi pers sebagai sarana kontrol sosial berdasarkan pada kepentingan “demi kebaikan masyarakat “dan bukan demi kontroversi semata sehingga tidak akan terjadi distorsi informasi yaitu kekeliruan atau sengaja dikelirukan saat pesan sampai kepada khalayak. Untuk itulah reportase baik secara individu maupun kelompok selalu dibarengi dengan pemahaman mengenai apa itu kode etik jurnalistik.

Kajian terminologi kode etik selalu diawali dengan pemahaman etika. Etika adalah sebuah studi tentang formasi nilai-nilai moral dan prinsip-prinsip benar dan juga salah (Allthsul, 1990 dalam Masduki, 2005:47). Masyarakat professional jurnalis percaya bahwa tujuan jurnalisme adalah untuk menyajikan kebenaran. Dari sinilah maka etik dipakai seperti akurasi dan obyektivitas, sportivitas dan juga sebagainya.

Etika dalam pengelolaan pers merupakan perspektif moral yang diacu dalam setiap mengambil keputusan peliputan dan pemuatan suatu fakta menjadi berita. Etika memiliki dua wilayah yaitu substantif dan operasional. Substantif

atas kasus publik ketimbang privat, memuat fakta empiris ketimbang fakta psikologis, mengambil fakta yang membantu situasi damai ketimbang yang pemicu konflik. Etika operasional terkait dengan panduan teknis-etis bagaimana meliput mempertimbangkan *balance* nara sumber, akurasi dan menolak sogokan.

Kode etik umumnya dirumuskan dan dikeluarkan oleh organisasi atau asosiasi profesi. Menurut Richard L. Johansen dalam buku Etika Komunikasi (1990) menyebut ada tiga fungsi kode etik (Masduki, 2005:48) yaitu: (1) fungsi kemanfaatan (2) fungsi argumentatif dan (3) fungsi penggambaran karakter. Dalam fungsi kemanfaatan sendiri meliputi (1) mendidik orang baru untuk mengenali pedoman dan tanggung jawab atas profesinya (2) mempersempit wilayah persoalan etis dalam profesi sehingga orang tidak perlu memperdebatkan persoalan etika yang tidak relevan (3) membantu anggota profesi memahami tujuan profesionalnya, cara-cara yang relevan dan dibenarkan untuk mencapai tujuan itu, kewajiban sesama anggota (4) memperkecil intervensi peraturan pemerintah kedalam persoalan profesi. Fungsi argumentatif adalah landasan terciptanya debat publik atas kebingungan atau kasus-kasus atas perilaku etis sebuah profesi dan fungsi penggambaran karakter adalah kode etik sebagai gambaran tentang sosok profesional yang ingin dibentuk dan jadi harapan publik.

Kode etik jurnalis tidak hanya memuat unsur perlindungan konsumen media

Saat berada di lapangan seorang jurnalis selalu memakai sepuluh bentuk pertanyaan kritis (Masduki, 2004:49):

- 1) Apa yang saya ketahui dan apa yang perlu saya ketahui?
- 2) Apa tujuan aktivitas jurnalistik saya?
- 3) Apa saja pemihakan etis saya?
- 4) Apa kebijakan organisasi / petunjuk professional yang harus saya ikuti?
- 5) Bagaimana agar saya bisa memasukkan orang lain dengan perspektif berbeda dan ide yang berbeda dalam proses pengambilan keputusan memberitakan kasus/seseorang?
- 6) Siapa saja yang mempengaruhi keputusan saya ini, apa motivasi dan juga apakah mereka cukup *legitimated*?
- 7) Bagaimana jika aturan main yang ada menyimpang dan bagaimana peran saya saat berpihak pada salah satu kepentingan?
- 8) Apa saja konsekuensi dari pilihan aksi saya dalam jangka pendek dan juga jangka panjang?
- 9) Apa saja alternatif cara memaksimalkan tanggung jawab memberitahu kebenaran dan mengurangi kejahatan?
- 10) Bisakah saya menjelaskan dan merasionalisasikan setiap pemikiran dan keputusan saya dalam memilih fakta dan menyajikannya kepada publik?

Kode etik tanda (*sign*) secara luas diartikan sebagai “bangunan simbolik”. Adapun syarat perumusan sebuah kode etik yaitu harus bersifat rasional tetapi tidak kering dari emosi. Kode etik itu harus konsisten, tetapi tidak kaku dan juga harus bersifat universal (Gunawan,1991 dalam Masduki, 2004:49). Adapun pedoman untuk mengembangkan kode etik menurut Richard De George dan John Kultgen dalam (Sobur, 2001:31) adalah sebagai berikut:

1. Kode etik harus memperjelas pertanyaan-pertanyaan yang merupakan sasaran ideal untuk diperjuangkan ke tataran realistik
2. Dalam keadaan biasa, kode etik tidak memerlukan kebijakan heroik dan juga pengorbanan yang luar biasa. Ia ditunjukkan untuk semua orang yang berhati nurani mau mengikutinya dengan syarat orang lain juga mau melakukan hal tersebut.
3. Bahasa kode etik harus jelas dan juga spesifik, kesamaran dan juga kerancuan harus dihindari. Terma-terma dalam kode etik yang bernilai abstrak dapat diperjelas dalam penjelasan dan juga ilustrasi.
4. Ketentuan kode etik harus masuk akal, ada korelasi antara ketentuan, urutan dan juga prioritas, misalnya saja adalah kewajiban atasan, bawahan dan dan juga kewajiban klien.
5. Kode etik harus melindungi kepentingan masyarakat umum, kepentingan masyarakat dilayani kelompok profesi itu bukan individu

6. Kode etik harus merangsang kelanjutan diskusi dan refleksi yang membawa pada perubahan atau revisi kinerja perjuangan profesi.
7. Kode etik harus secara operasional dan realistik dapat dilaksanakan atau dijalankan oleh profesi yang dirumuskannya
8. Kode etik harus memperjelas prinsip-prinsip moral yang berlaku, nilai-nilai universal seperti keadilan, penghargaan hak dan kesejajaran (Masduki, 2004:49-50).

Kinerja jurnalisisme memang selalu mendambakan nilai-nilai dasar yang disepakati secara universal atau menyeluruh. Prinsip dasar nilai universal adalah “perlakukanlah orang lain seperti Anda harapkan orang lain memperlakukan Anda”. Indikator untuk menentukan universalitas nilai itu sendiri yaitu ada empat (Masduki, 2004:51). *Pertama*, ia akan membawa manfaat yang obyektif pada masing-masing orang dan masyarakat dalam waktu yang lama. *Kedua*, memiliki validitas moral yang terhimpun dalam pertanyaan apakah baik kalau semua orang melakukan hal tersebut? *Ketiga*, setiap nilai universal menuntut kesadaran diri, apa yang dianggap betul akan selalu sesuai dengan perasaan dan penalaran individu. *Keempat*, nilai universal akan melahirkan kebudayaan, tindakan kepahlawanan yang akan dihargai. Pengakuan atas nilai universal itulah yang akan melahirkan atau yang menjadi inti ajaran dari kode etik jurnalistik.

Selain itu, ada juga Kode Praktik (*Code of practices*) media sebagai upaya penegakan independensi serta penerapan prinsip pers mengatur sendiri (*self regulated*). Kode etik ini berfungsi menjamin berlakunya etika dan juga standar jurnalis profesional serta media yang bertanggung jawab. Diharapkan dari kode etik ini bisa menerapkan regulasi sendiri dan lepas dari ketentuan-ketentuan Undang-Undang dan juga peraturan khusus (Masduki, 2004: 54).

Berbagai kepentingan dapat berbenturan ketika dihubungkan dengan hak publik untuk mendapatkan informasi dan keinginan media untuk mempublikasikan informasi yang berhadapan dengan sistem nilai (norma-norma) yang berlaku dimasyarakat, kepentingan individu dan juga penghargaan privasi.

1. Akurasi

- a. Dalam menyebarkan informasi, pers wajib menempatkan kepentingan publik diatas kepentingan individu atau kelompok
- b. Pers tidak menerbitkan informasi yang kurang akurat, menyesatkan dan juga diputarbalikkan, ketentuan ini juga berlaku untuk foto maupun gambar
- c. Jika diketahui informasi yang dimuat/ disiarkan ternyata tidak akurat, menyesatkan atau diputarbalikkan, koreksi harus segera dilakukan jika perlu disertai permohonan maaf
- d. Pers wajib membedakan antara komentar, dugaan dan juga fakta
- e. Pers menyiarkan secara seimbang dan akurat hal-hal yang menyangkut pertikaian yang melibatkan dua pihak

- f. Pers kritis terhadap sumber-sumber berita dan mengkaji fakta dengan hati-hati (Masduki, 2004: 55).

2. Privasi

- a. Setiap orang berhak dihormati *privacynya*, keluarga dan rumah tangga, kesehatan dan kerahasiaan surat-suratnya. Menerbitkan hal-hal diatas tanpa izin dianggap gangguan atas *privacy* seseorang
- b. Penggunaan kamera lensa panjang untuk memotret seseorang diwilayah privasi tanpa seizin yang bersangkutan tidak dibenarkan
- c. Wartawan tidak boleh menelepon, bertanya, memaksa / memotret seseorang setelah diminta untuk menghentikan upaya tersebut.
- d. Wartawan tidak boleh bertahan dikediaman narasumber yang telah memintanya meninggalkan tempat, termasuk tidak membuntuti nara sumber yang dijadikan sasaran.
- e. Wartawan dan fotografer tidak diperbolehkan memperoleh atau mencari informasi dan gambar melalui intimidasi, pelecehan atau pemaksaan.
- f. Pers wajib berhati-hati, menahan diri menerbitkan menyiarkan informasi yang bisa dikategorikan melanggar *privacy*, kecuali hal itu demi kepentingan publik.
- g. Redaksi harus menjamin wartawanya mematuhi semua ketentuan tersebut, tidak menerbitkan bahan dari sumber-sumber yang tidak memenuhi ketentuan tersebut.

3. Pornografi

Pers tidak menyiarkan informasi ataupun produk visual yang diketahui menghina atau melecehkan perempuan. Media pornografi tidak termasuk kategori pers. Meski demikian adakalanya pers menyiarkan informasi, gambar yang dinilai menyinggung rasa kesopanan individu atau kelompok tertentu. Dalam penilaian pornografi harus disesuaikan dengan perkembangan jaman dan keragaman masyarakat (Masduki, 2004:59)

4. Diskriminasi

- a. Pers menghindari prasangka atau sikap merendahkan seseorang berdasarkan pada ras, warna kulit, agama, jenis kelamin atau kecenderungan seksual, dan terhadap kelemahan fisik dan mental penyandang cacat.
- b. Pers menghindari penulisan yang mendetail tentang ras seseorang, warna kulit, agama dan kecenderungan seksual, dan terhadap kelemahan fisik dan mental atau penyandang cacat, kecuali hal itu secara langsung berkaitan dengan isi berita.

5. Liputan Kriminalitas

- a. Pers menghindarkan identifikasi keluarga atau teman yang dituduh dan disangka melakukan kejahatan tanpa seijin mereka
- b. Pertimbangan khusus harus diperhatikan untuk kasus anak-anak yang menjadi saksi atau menjadi korban kejahatan

- c. Pers tidak boleh mengidentifikasi anak-anak dibawah umur 16 yang terlibat dalam kasus serangkaian seksual, baik sebagai korban maupun yang menjadi saksi.

6. Cara-cara yang tidak dibenarkan

- a. Jurnalis tidak memperoleh atau mencari informasi atau gambar melalui cara-cara yang tidak dibenarkan/menggunakan dalih-dalih
- b. Dokumen atau foto hanya boleh diambil dengan seizin pemiliknya
- c. Dalih dapat dibenarkan bila menyangkut kepentingan publik dan hanya ketika bahan berita tidak bisa diperoleh dengan cara-cara yang sewajarnya.

7. Sumber Rahasia

Pers memiliki kewajiban moral untuk melindungi sumber-sumber informasi rahasia atau konfidensial

8. Hak Jawab dan Bantahan

- a. Hak jawab atas berita yang tidak akurat harus dihormati
- b. Kesalahan dan ketidakakuratan wajib segera dikoreksi. Koreksi dan sanggahan wajib diterbitkan segera (Masduki, 2004:59-60)

b.) Kode Etik AJI (Aliansi Jurnalistik Independen)

Setiap etika atau tatakrama yang telah dibuat harus dipatuhi oleh wartawan dalam pekerjaannya dan ini berlaku keras bagi wartawan dalam setiap menjalankan misi jurnalistiknya. Begitu juga dengan Aliansi Jurnalis Independen dan yang lebih dikenal AJI ini yaitu merupakan organisasi profesi jurnalis yang

juga bergerak dalam hal pelanggaran dan tatakrama yang harus dijalankan dan dipatuhi oleh jurnalis ataupun wartawan. AJI didirikan oleh para wartawan muda Indonesia pada 7 Agustus 1994 di Bogor, Jawa Barat, melalui penandatanganan suatu deklarasi yang disebut "Deklarasi Sirnagalih". AJI merupakan organisasi alternatif jurnalis diluar PWI. Adapun latar belakang didirikannya AJI adalah adanya anggapan bahwa PWI hanya condong kepada kepentingan yakni pemerintahan Soeharto tanpa mementingkan perjuangan jurnalis sesungguhnya.

AJI berawal dari pembredelan tiga media yaitu Detik, Tempo dan Editor yang dilakukan pemerintah. Adanya ketidakadilan dalam bermedia maka diputuskanlah untuk mendirikan organisasi profesi jurnalis AJI. Karena PWI dikooptasi oleh pemerintah, maka imbalan yang pas adalah dengan membentuk organisasi yang sifatnya yang independen terhadap pemerintah.

Dalam sejarahnya, AJI dalam mitologi Jawa berarti suatu ilmu atau kesaktian tertentu. Sedangkan sebutan "Aliansi" berasal adalah untuk menghormati dan mengakui keberadaan komunitas jurnalis, yang sudah lebih dulu ada. Istilah "Jurnalis" pun disepakati digunakan, karena itulah istilah yang dianggap lebih sesuai dengan kata asalnya dalam bahasa Inggris (*journalist*), dan untuk membedakan dari PWI yang sudah menggunakan "wartawan." Terakhir, istilah "Independen" digunakan untuk menggarisbawahi perbedaan AJI dengan PWI. AJI itu independen, dan tidak mau mengklaim mewakili "Indonesia." Sedangkan, PWI tidak independen, tapi mengklaim mewakili Indonesia (<http://ajiindonesia.org/id/organisasi.php>). Waktu pembentukan AJI, deklarasi Sirnagalih merupakan suatu langkah taktis untuk meniadakan rekam jejak PWI.

rezim Soeharto untuk menghantam organisasi AJI yang baru lahir ini. Waktu itu, iklim represi sangat keras, dan ada kewajiban mencantumkan “Pancasila” sebagai satu-satunya asas bagi organisasi kemasyarakatan.

AJI adalah organisasi jurnalis alternatif. Kata “alternatif” perlu ditekankan, untuk membedakan dari sebutan “tandingan.” Istilah “tandingan” bermakna reaktif. Jika AJI sekadar tandingan dari PWI, maka eksistensi keberadaan AJI akan tergantung pada PWI. Jika PWI bubar, AJI juga harus bubar, karena kelahirannya hanyalah sebagai tandingan atau reaksi dari keberadaan PWI. Itulah sebabnya, sejak awal AJI tak pernah menyebut diri sebagai “tandingan PWI.” Sedangkan, sebutan “alternatif” pada semangatnya adalah menerima pluralitas dan perbedaan, dan juga tidak memonopoli. “Alternatif” bagi AJI artinya bisa menerima adanya organisasi-organisasi lain.

Sejak berdirinya AJI tidak pernah menuntut pembubaran PWI atau organisasi jurnalis lainnya. AJI tidak ingin melakukan kesalahan yang sama dengan PWI: memonopoli kebenaran dan legalitas dari pemerintah untuk dirinya sendiri, dengan menafikan organisasi jurnalis lain. Dengan terus menggunakan gedung dan aset dari pemerintah untuk kantor-kantornya sendiri, sampai saat ini secara esensial sebetulnya tak ada yang berubah dari PWI

Berdirinya AJI memberi gaung cukup besar di dunia jurnalistik Indonesia. Tekanan terhadap para jurnalis yang terang-terangan bergabung dalam AJI sangat besar. Pemerintah melalui Departemen Penerangan dan PWI melihat berdirinya AJI sebagai tantangan terbuka, yang harus ditindak keras agar tidak meluas. Berbagai tindakan “mendisiplinan” melalui nemipoin di media masing-masing

pun dilakukan. Kode etik yang dikeluarkan oleh AJI isinya tidak jauh berbeda dengan PWI, hanya terkesan lebih singkat saja.

Adapun Kode Etik yang dikeluarkan oleh AJI (Aliansi Jurnalis Independen) (Masduki, 2004:60-61):

1. Jurnalis menghormati hak masyarakat untuk memperoleh informasi yang benar
2. Jurnalis senantiasa mempertahankan prinsip-prinsip kebebasan dan keberimbangan dalam peliputan dan pemberitaan serta kritik dan komentar
3. Jurnalis memberi tempat bagi pihak yang kurang memiliki daya dan kesempatan untuk menyuarakan pendapatnya
4. Jurnalis hanya melaporkan fakta dan pendapat yang jelas sumbernya.
5. Jurnalis tidak menyembunyikan informasi penting yang perlu diketahui masyarakat
6. Jurnalis menggunakan cara-cara yang etis untuk memperoleh berita, foto dan dokumen
7. Jurnalis menghormati hak nara sumber untuk memberi latar belakang, *off the record* dan embargo
8. Jurnalis secara selektif memberikan informasi yang diketahui tidak

9. Jurnalis menjaga kerahasiaan sumber informasi konfidensial, identitas korban kejahatan seksual, dan pelaku tindak pidana dibawah umur
10. Jurnalis menghindari kebencian, prasangka, sikap, merendahkan, deskriminasi dan masalah suku, ras, bangsa, jenis kelamin, orientasi seksual, bahasa, agama, pandangan politik, cacat/sakit jasmani, cacat/sakit mental atau latar belakang sosial lainnya
11. Jurnalis menghormati privasi, kecuali hal-hal itu bisa merugikan masyarakat
12. Jurnalis tidak menyajikan berita dengan mengumbar kecabulan, kekejaman, kekejaman kekerasan fisik dan juga seksual
13. Jurnalis tidak memanfaatkan posisi dan informasi yang dimilikinya untuk mencari keuntungan pribadi
14. Jurnalis tidak dibenarkan menerima sogokan dalam bentuk apapun “sogokan yang dimaksud adalah semua bentuk pemberian uang, barang, fasilitas lain, yang secara langsung atau tidak langsung dapat mempengaruhi jurnalis dalam membuat kerja jurnalis
15. Jurnalis tidak dibenarkan menjiplak
16. Jurnalis menghindari fitnah dan pencemaran nama baik
17. Jurnalis menghindari setiap campur tangan pihak-pihak lain yang menghambat pelaksanaan prinsip-prinsip diatas
18. Kasus-kasus yang berhubungan dengan kode etik akan diselesaikan

E.2 Foto Jurnalistik

Pada awalnya orang mengira kalau pekerjaan yang berhubungan dengan memotret adalah pekerjaan yang hanya dilakukan oleh wartawan saja. Memotret dapat dilakukan oleh siapapun juga. Petugas humas, fotografer amatir, mahasiswa dan aparat keamanan sekalipun bisa melakukannya demi tujuan untuk mendokumentasikan suatu peristiwa. Dalam hal ini wartawan memang terkait erat dengan namanya memotret.

Hasil dari potretan itulah yang dinamakan dengan foto, tanpa foto maka berita bisa jadi tidak akan menarik untuk dibaca. Foto yang terpampang dimedia massa sering disebut dengan foto jurnalistik. Menurut Guru Besar Universitas Missouri, AS, Clief Edom pengertian dari foto jurnalistik sendiri berasal dari dua padanan kata yaitu kata *word* dan *picture*. Sementara itu menurut editor majalah Life dari 1937-1950, Wilson Hicks, foto jurnalistik merupakan kombinasi dari kata dan gambar yang menghasilkan satu kesatuan komunikasi saat ada kesamaan antara latar belakang pendidikan dan sosial pembacanya (Alwi, 2004:4).

Media foto sebenarnya ditemukan pertama kali oleh Joseph Nichephone pada tahun 1813 dimana masih menggunakan alat tradisional sebagai peralatannya yang mereka namakan sebagai kamera yaitu "*camera obscura*". Kemudian baru tahun 1877 George Eastman menemukan kodak dan gulungan film yang lebih modern. Ketika itu sudah diperkenalkan film transparansi dalam bentuk fleksibel film, dan pada 1920-an kamera berbentuk kecil mulai populer di Amerika Serikat.

Penggunaan foto dalam jurnalistik sendiri berawal dari pemakaian gambar-gambar dari lukisan dalam media yaitu berupa karikatur sebagai alat

bantu untuk menyampaikan pesan komunikasi penulis kepada pembacanya. Gambar terutama digunakan untuk menarik perhatian para pembaca koran sekaligus membangun kesan tentang suatu peristiwa yang terjadi.

Penggunaan foto dalam koran atau majalah berkembang ditahun 1930-an. Berkembang begitu cepat yang pada gilirannya juga mendorong perkembangan media jurnalistik. Foto jurnalistik menjadi suatu konsep dalam suatu system komunikasi yang sekarang disebut dengan komunikasi foto (*photographic communication*). Foto ataupun gambar bisa menjadi salah satu media dalam komunikasi sesama manusia dimana ini sudah menempati model dalam proses komunikasi massa dizaman sekarang ini (Muhtadi, 1999:101)

Dalam dunia persuratkabaran gambar merupakan suatu alat yang digunakan untuk mempengaruhi khalayak setelah kolom editorial dan artikel. Sikap dan bahkan perilaku publik dapat digerakkan dengan bantuan gambar. Foto ataupun gambar merupakan pesan-pesan yang hidup sekaligus menghidupkan deskripsi verbal lainnya, surat kabar akan menjadi lembaran-lembaran mati dan terasa membosankan jika hadir tanpa foto dan juga gambar. Seni menyampaikan suatu cerita lewat foto dan gambar, jauh lebih tua dibandingkan penyampaian dengan kata-kata (Edwin Emery 1971:248 dalam Muhtadi 1999:102).

Ada delapan karakter foto yang terkait dengan jurnalistik ini. Menurut Frank P Hoy dalam bukunya *Photojournalism The Visual Approach* delapan karakter tersebut antara lain (Alwi, 2004:4-5):

1. Foto jurnalistik adalah komunikasi melalui foto (*communication*

throughout). Komunikasi yang dilakukan adalah berhubungan

pandangan wartawan terhadap suatu objek, tetapi pesan yang disampaikan bukan merupakan ekspresi pribadi.

2. Medium foto jurnalistik adalah media cetak yang dalam hal ini koran ataupun cetak, media kabel ataupun satelit juga internet.
3. Kegiatan foto jurnalistik adalah kegiatan melaporkan berita
4. Foto jurnalistik adalah panduan dari foto dan teks foto
5. Foto jurnalistik mengacu pada manusia. Manusia merupakan subjek sekaligus pembaca dari foto jurnalistik.
6. Foto jurnalistik adalah komunikasi dengan orang banyak (*mass audience*). Ini berarti pesan yang disampaikan harus singkat dan harus segera diterima orang yang beranekaragam.
7. Foto jurnalistik juga merupakan hasil kerja editor foto.
8. Tujuan foto jurnalistik adalah memenuhi kebutuhan mutlak penyampaian informasi kepada sesama, sesuai amandemen kebebasan berbicara dan kebebasan pers (*freedom of speech and freedom of press*)

Dalam sebuah berita, foto itu meliputi politik, kriminal, olahraga dan ekonomi. Secara garis besar foto dalam berita itu dibagi menjadi dua yaitu foto tunggal dan foto seri. (Alwi, 2004:5-6):

1. Foto tunggal adalah foto yang dapat berdiri sendiri, maksudnya adalah foto yang tidak harus mengandalkan berita lain. Tetapi disisi lain foto tunggal ini juga bisa menyertai suatu berita. Foto tunggal banyak disiarkan dikantor-kantor berita kecuali jika ada permintaan dari redaksi kantor berita yang menandakan tulisan atau artikelnya disertai dengan foto

2. Foto seri atau foto esai, merupakan foto-foto yang terdiri atas lebih dari satu foto tetapi temannya satu. Foto-foto ini biasanya terdapat pada koran-koran atau majalah. Foto ini pembuatannya memerlukan waktu yang cukup lama. Menurut Gerald D.Hurley dan Augus McDougall dalam bukunya *Visual Impact in Print* menyebutkan bahwa foto esai lebih mengutamakan penyampaian argumentasi dari pada narasi. Foto esai lebih mengandung unsur pendidikan dan menganalisis suatu peristiwa secara kedua belah pihak. Penggambaran dalam foto ini yaitu dengan tiap-tiap foto esai tidak bergantung satu sama lain serta dapat berdiri sendiri.

Dalam sebuah berita foto biasanya dilengkapi dengan teks ataupun kata-kata yang menjelaskan apa isi foto tersebut. Foto disini harus mencerminkan etika dan norma hukum, baik dari segi pembuatannya maupun dari segi penyiarannya.

Kemudian jenis foto jurnalistik menurut Badan Foto Jurnalistik Dunia (*World Press Photo Foundation*):

1. Spot Photo

Foto spot adalah foto yang dibuat dari peristiwa yang tidak terjadwal atau tidak diduga. Foto ini diambil oleh fotografer saat kejadian itu berlangsung. Foto ini bersifat harus untuk segera disiarkan karena mengandung konflik dan ketegangan. Foto ini juga dibuat dengan memperhatikan emosi sehingga pembaca merasa tertarik ataupun emosi

2. *General New Photo*

Merupakan foto-foto yang diabadikan dari peristiwa yang terjadwal, rutin dan biasa yaitu bisa bertema politik, ekonomi dan humor.

3. *People in the new Photo*

In the news bisa tokoh populer atau bisa tidak tetapi kemudian menjadi populer setelah foto itu dipublikasikan. Adalah foto tentang orang atau masyarakat dalam suatu berita. Yang ditampilkan adalah sosok pribadi atau seseorang yang menjadi berita itu. Ini bisa disebabkan oleh kekhususan dalam sosok tersebut baik itu dari kelucuannya, nasibnya dan yang lainnya. Contohnya adalah foto Siti Nur Jazlillah saat melakukan operasi wajah total (*face off*) di RS Cipto Mangunkusumo Jakarta.

3. *Daily Life Photo*

Adalah foto tentang kehidupan sehari-hari manusia yang dipandang dari segi kemanusiawinya (*human interest*). Misalnya adalah foto tentang pedagang kaki lima di Malioboro

4. *Portrait*

Adalah foto yang menampilkan wajah seseorang secara *close up* dan “mejeng”. Ditampilkan karena memang ada kekhasan pada wajah yang dimilikinya maupun kekhasan yang lainnya.

5. *Sport Photo*

Adalah foto yang dibuat dari peristiwa olahraga. Karena olahraga berlangsung pada jarak tertentu antara atlet dengan

fotografer. Dalam pembuatannya, foto olahraga membutuhkan perlengkapan yang memadai seperti lensa panjang dan kamera yang menggunakan motor *drive*. Menampilkan gerakan atlet pada segi gerakan dan juga ekspresinya. Contohnya adalah foto pebulutangkis Indonesia Taufik Hidayat.

6. *Science and Technology Photo*

Adalah foto-foto yang diambil dari peristiwa-peristiwa yang ada kaitannya dengan ilmu pengetahuan dan juga teknologi. Misalnya adalah foto proses pengkloningan anjing.

7. *Art and Culture Photo*

Adalah foto yang dibuat dari peristiwa seni dan juga budaya. Misalnya pertunjukan group musik Peterpan, kegiatan para selebriti dibelakang panggung dan sebagainya.

8. *Social and Environment*

Adalah foto-foto tentang kehidupan sosial masyarakat serta lingkungan hidupnya. Contohnya adalah foto orang yang hidup dipinggir kali Code Yogyakarta yang sedang mencuci piring ataupun mandi (Alwi, 2004:7-9).

E.3 Foto Traumatik

Foto traumatik merupakan penjabaran dari definisi yang berhubungan dengan gambar yang menyentuh dengan keadaan jiwa (psikologi) seseorang (Alwi 2004:11). Dalam pemberitaan media khususnya media massa cetak

seringkali foto traumatik ini menjadi satu suguhan menarik dalam setiap penyajiannya. Disamping dapat menimbulkan perasaan iba seseorang, foto traumatik juga dapat berdampak lain yaitu dari sisi psikologi manusia itu sendiri maupun bagi setiap orang yang melihat serta menikmati gambar tersebut.

Tidak ada pengertian yang secara detail menjabarkan makna mengenai foto traumatik itu sendiri, tetapi kita bisa mendefinisikannya melalui makna dua kata dari foto traumatik itu sendiri yakni kata foto dan juga kata traumatik. Menurut Suara Merdeka edisi 10 Juli 2006, foto traumatik dianggap sebagai sesuatu hal yang bercirikan mengerikan, menjijikkan, menimbulkan emosi pembaca ataupun penikmatnya. Sedangkan dari sisi psikologi sendiri, traumatik diartikan sebagai sesuatu yang dapat menimbulkan kegelisahan, ancaman dan juga dapat mengganggu kebolehan seseorang untuk mengatasi pengalaman tersebut. Sebagai contohnya saja adalah pengalaman yang bersifat traumatik, yakni perasaan seseorang yang akan meninggal, melihat orang lain dibunuh atau tercedera, ketakutan yang dahsyat, penganiayaan dan dipaksa melakukan sesuatu diluar dugaan ataupun melihat kematian seseorang yang bersifat tragis.

Trauma yang terjadi dalam diri seseorang sendiri bisa meliputi beberapa ciri reaksi dan tindakan yaitu antara lain:

1. Reaksi emotif yaitu reaksi yang biasanya muncul antara lain terkejut (*shocked*), takut (obyek jelas), cemas (obyek tak jelas), marah, menyesal, merasa bersalah, mendapat cobaan, mendapat kutukan, malu, bersedih, takutnya dilaksanakan tidak adil, merasa tanpa

harapan (*hopeless*) atau tanpa pertolongan (*helpless*), tanpa arti, hampa, sendirian, kesepian, terasing, kehilangan minat, loyo, tak berdaya atau kehilangan rasa gembira dan cintakasih.

2. Reaksi kognitif yang reaksi yang biasanya muncul antara lain bingung, tanpa arah, tak mampu mengambil keputusan, tidak menentu, kuatir, kehilangan minat, tak bisa konsentrasi, kehilangan ingatan, mengutuk diri sendiri, membuang atau menghindari hal-hal yang dapat mengingatkannya pada peristiwa traumatik yang pernah dialaminya.
3. Reaksi somatik (atau psikosomatik) yang biasanya muncul antara lain denyut jantung lebih cepat, ada benda keras di ulu hati, tegang, badan mudah lelah, kaki dan tangan berat untuk diangkat, gemeteran, duduk tidak tenang, hiperaktif atau sebaliknya diam kaku, insomnia, tubuh terasa sakit atau nyilu atau nyeri seperti rematik, gigi nyilu-nyilu seperti sakit gigi, tenggorokan kering, lidah kaku, jantung berdebar lebih cepat, nafsu makan tidak ada, nafsu seks menurun, perut kembung, dada sesak, dada nyeri, sulit tidur atau sebaliknya ingin tidur terus, nafas pendek, batuk-batuk, dan, tekanan darah
4. Reaksi hubungan antarpribadi yang biasanya muncul antara lain: tidak percaya pada orang lain/yang tidak dikenal, mudah curiga, saling mempersalahkan, menyalahkan pihak lain, merasa tidak dapat menolong orang lain, merasa ragu membiarkan dia menderita, ragu

egois, mudah membenci, mudah marah, konflik, menarik diri, mengurung diri, berdiam diri, mudah tersinggung, tidak dapat akrab atau intim dengan orang lain, terlalu ngotot, merasa ditolak atau dibuang. Bisa juga orang mengalami "*lonely in the crowd*".
(www.kompas.com/kompas.cetak/0008126/opini/damp04.htm).

Menurut editor majalah Life dari 1937-1950, Wilson Hicks seperti pada penjabaran mengenai foto jurnalistik diatas, kata foto sendiri berarti hasil potretan dari kamera dimana gambar tersebut menggambarkan dan mengandung pesan komunikasi yang ingin disampaikan (Alwi, 2004, hal: 4) Sedangkan foto yang termuat dalam surat kabar disebut dengan fotojurnalistik yakni merupakan kombinasi dari kata dan gambar yang menghasilkan satu kesatuan komunikasi saat ada kesamaan antara latar belakang pendidikan dan sosial pembacanya.

Secara singkat dapat dipahami bahwa foto traumatik dapat diartikan sebagai foto yang dapat memunculkan emosi bagi siapa saja yang melihatnya, orang dapat merasakan ngeri, geli, jijik, bahkan gelisah serta dapat memunculkan rasa iba setelah foto itu dilihat, bahkan orang tersebut bisa jadi tidak mau untuk melihat kedua kalinya. Ciri khas dari foto traumatik tidak jauh dari foto jurnalistik, dan foto traumatik merupakan bagian dari foto jurnalistik.

Adapun ciri-ciri dari fotojurnalistik yang harus mencakup 5C ; *composition* (fotojurnalistik harus mempunyai komposisi/bahan-bahan yang lengkap dari kesesuaian dengan kejadiannya, wacana tulisnya, segi *colour* foto

(foto jurnalistik harus bersih, artinya saat laik muat foto tidak boleh mengandung unsur yang bersifat mendiskriminasi suatu pihak tertentu), *Contain* (hasil potretan harus memuat nilai berita yang layak muat), *Contexts* (konteks foto atau hasil dari potretan harus sesuai dengan wacana tulis dan juga kejadian yang sedang diberitakan) dan *Creativity* (hasil potretan mengenai kejadian harus kreatif dan tidak sekedar foto biasa, jika foto bagus pembacapun akan senang untuk melihatnya) (<http://www.fotografer.net/isi/artikel/lihat.php?id=16>). Sama halnya dengan foto jurnalistik, foto traumatik hanya lebih menonjolkan pada suatu kejadian yang luar biasa yang mana lebih menekankan pada *angle human interest* dengan segala peristiwanya.

Semua foto pada dasarnya adalah dokumentasi dan foto jurnalistik dengan segala bentuknya adalah bagian dari foto dokumentasi” (Kartono Ryadi, Editor foto harian Kompas dalam <http://kompas.com/kompas-cetak/0407/03/fokus/1120462.htm> tanggal 3 Juli 2004). Perbedaan foto jurnalis terletak pada pilihan, membuat foto jurnalis berarti memilih foto mana yang cocok. Seperti pada penelitian ini misalnya, Meteor akan membuat foto mengenai kematian tragis, pembunuhan ataupun juga korban pemerkosaan karena konteks korannya yang memang beraliran kriminal dan juga beritanya yang condong ke hal-hal yang sifatnya berbau kriminal baik itu alami maupun kriminal yang bersifat dibuat-buat.

Foto traumatik yang disajikan oleh Koran Meteor adalah bagian dari foto jurnalistik. Lebih dalam lagi bahwa foto traumatik mempunyai ciri khas yang dapat terkait dengan fisik maupun kejiwaan seseorang (<http://www.fotografer.net/isi/artikel/lihat.php?id=17>). Adapun kata

Adapun kategori foto traumatik dalam penelitian ini adalah orang-orang yang telah mati dimana orang tersebut digambarkan sangat luar biasa dari segi keterbukaan dan juga pelanggaran etika media massa. Ada foto orang yang mati dengan berlumuran darah disekitar wajahnya, ada foto orang yang membusuk, ada bayi yang telah membusuk, dan ada juga foto orang gila yang mati tanpa memakai sehelai bajupun. Ketika melihat foto tersebut pastilah perasaan iba dan juga empati yang akan hadir dalam perasaan pembacanya.

Seperti penyajian berita-berita tertulis ataupun berita yang lain, penyajian berita berupa foto oleh media juga mempunyai aturan-aturan yang harus diperhatikan. Semuanya diatur dalam Pedoman Perilaku dan Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3-SPS) dimana lembaga penyiaran ini menekankan pada penghormatan hak-hak privasi (hak atas kehidupan pribadi) subjek dan objek. Peraturan ini berlaku untuk semua media dimana meliputi media massa cetak maupun media massa elektronik Adapun empat hal yang harus dijadikan acuan dalam setiap penerbitan maupun penayangan beritanya (Suara Merdeka, *Siaran Bencana dalam Trauma Korban*, edisi 10 Juli 2006) yakni sebagai berikut:

1. Peliputan subjek yang tertimpa musibah harus dilakukan dengan mempertimbangkan proses pemulihan korban dan keluarganya. Artinya bahwa pencari berita tidak boleh sembarangan mengambil berita tanpa memikirkan keadaan korban, kalau kebablasan bisa jadi pihak yang

bencana alam), media massa harus mempertimbangkan perasaan korban, keluarga korban, maupun pihak terkait dengan peristiwa traumatik tersebut.

Seperti industri penyiaran, media massa cetakpun selalu berkompetisi menayangkan gambar eksklusif terkait bencana dalam arti musibah yang diderita seseorang, namun di sisi lain korban merasa dirugikan privasinya. Dua hal yang paradoks inilah yang patut untuk disinkronkan. Penyiaran wajib mencantumkan dan/atau menyebutkan klasifikasi khalayak sesuai dengan isi siaran.

Tayangan maupun gambar dari korban bencana yang menyejukkan bertumpu pada tiga hal. *Pertama*, tidak mengeksploitasi korban. Korban yang sudah menanggung duka lara tidak perlu dijadikan objek berita. *Indepth report* terfokus pada lokasi bencana yang diarahkan untuk menumbuhkan empati masyarakat. Nara sumber diprioritaskan pada orang yang sudah sehat. *Kedua*, siaran bencana diarahkan dapat mendidik warga. Minimal masyarakat mendapatkan informasi mengenai teknik kewaspadaan datangnya bencana dan bagaimana bisa aman. *Ketiga*, tidak banyak opini yang dikembangkan. Opini dalam berita secara normatif tidak dibenarkan. Namun dalam praktiknya hal itu seringkali tidak dapat dihindari ketika dihadapkan oleh berbagai kepentingan.

Dari penjabaran diatas, pembahasan mengenai pengertian trauma sendiri lebih terkait pada hal-hal yang bersifat psikologis. Artinya bahwa sesuatu yang dianggap traumatik itu adalah yang menjabarkan dan menggambarkan suatu peristiwa baik itu seseorang tokoh pejabat, orang awam, selebritis ataupun tokoh

... ..

untuk memunculkan emosinya baik itu rasa kasihan, iba maupun merasakan ketakutan, jijik, simpati maupun empati terhadap foto yang dimuat tersebut.

E. METODOLOGI PENELITIAN

Metode dalam penelitian ini adalah studi kasus yaitu suatu studi yang memusatkan perhatiannya pada suatu kasus secara intensif dan juga mendetail. Secara umum studi kasus merupakan strategi untuk menjawab pertanyaan “How” atau “Why” dan peneliti hanya mempunyai sedikit peluang untuk mengontrol suatu peristiwa yang akan diselidiki didalam fokus penelitiannya.

Penelitian mengangkat pada kasus kebijakan redaksional Koran Meteor dimana Meteor dalam pemuatan teksnya terutama foto mayatnya telah keluar dari etika media massa yang ada. Karena pengumpulan data dilakukan dalam jangka waktu yang relatif singkat, maka studi kasus ini diharapkan dapat menghasilkan gambaran secara menyeluruh mengenai gambaran bagaimana Koran Meteor keluar dari kebakuan yakni Kode Etik Jurnalistik.

F.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan pada Redaksi Koran Meteor:

Redaksi Pusat PT.Meteorberlian Media Nusantara (kelompok berlian Group Jawa Pos). JL. Printis Kemerdekaan 77 Watugong Semarang

Halaman 10 dari 10 | Mei Susanto, Jurnal (2019) | ISSN: 2502-3011 | Telp. (0274) 414103

F.2. Batasan Penelitian

F.2.a Objek Penelitian

Objek penelitiannya adalah foto-foto traumatik berupa foto-foto fisik dari mayat yang ditampilkan oleh Koran Meteor. Foto mayat sendiri disini adalah foto manusia yang sudah tidak bernyawa atau mati. Alasannya adalah karena Koran Meteor sering menampilkan foto traumatik dengan berbagai tema foto kematiannya, sehingga relevan dengan masalah yang akan diteliti.

F.2.b Waktu Penelitian

Adapun foto-foto traumatik berupa foto mayat akan mengambil Koran Meteor edisi 1 Agustus 2006 sampai 31 Oktober 2006, kemudian untuk penelitian ke redaksionalnya sendiri adalah Bulan Januari sampai dengan Februari 2006 serta menyesuaikan sesuai dengan kebutuhan peneliti dalam mengumpulkan bahan sampai selesai penelitian ini.

F.3 Teknik Pengumpulan data

a. Wawancara/ interview

Interview adalah suatu proses tanya jawab lisan yang mana dua orang atau lebih berhadap-hadapan secara fisik, yang satu dapat melihat muka yang lain dan mendengarkan dengan telinga sendiri suaranya (Hadi, 1979:225). Disini peneliti memperoleh datanya melalui wawancara langsung melalui serangkaian pertanyaan dengan menggunakan instrument *interview guide*.

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Wawancara dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan

atas pertanyaan yang diajukan. Maksud dari wawancara sendiri dalam (Maleong, 2001:135-136) yaitu dapat mengkonstruksi mengenai orang, kejadian, organisasi, perasaan, motivasi, tuntutan, kepedulian ataupun bisa mengkonstruksi kebulatan kejadian di masa lalu, memproyeksikannya, memverifikasi, mengubah dan memperluas informasi yang diperoleh oleh orang lain baik melalui manusia atau bukan manusia (triangulasi), (Lincoln dan Guba 1985: 266 dalam Maleong, 2001:137). Dalam penelitian ini wawancara yang digunakan adalah wawancara jenis informal, artinya pertanyaan yang diajukan sangat tergantung pada pewawancara itu sendiri, jadi bergantung pada spontanitas dalam mengajukan pertanyaan kepada yang diwawancarai, dengan catatan masih berpegang pada panduan penelitian itu sendiri. Wawancara ini juga bersifat tidak berstruktur yaitu lebih kepada kebebasan karena pewawancaranya bebas menanyakan apa saja kepada sumbernya.

b. Studi Pustaka

Cara mengumpulkan data yang diperoleh dari literatur-literatur, kamus, surat kabar, majalah, internet dan sumber lain yang mendukung dan relevan dengan penelitian ini. Peneliti berusaha mengumpulkan setiap data yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti, baik faktor-faktor, kategori maupun frekuensi kejadian yang berkaitan dengan faktor atau kategori tersebut.

c. Observasi

Observasi adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan cara pengamatan langsung dilapangan. Fungsi dari observasi sendiri adalah deskripsi

... .. ini merupakan teknik

penelitian yang berusaha menjelaskan, memberikan dan merinci gejala yang terjadi. Dalam observasi terdapat dua cara yaitu observasi terstruktur dan tidak terstruktur. Dalam penelitian penulis memilih akan menggunakan observasi tidak terstruktur dengan alasan karena penulis tidak sepenuhnya harus melaporkan, prinsip utama adalah penulis harus merangkumkan, mensistematiskan dan juga menyederhanakan suatu kasus. Penelitian ini lebih bebas dan lebih bersifat fleksibel dalam mengamati kasus yang jadi fokus pembahasan dalam penelitian.

F.6 Teknik Analisi Data

Penulis akan mengamati, mencari bahan-bahan tertulis serta mewancarai pihak-pihak yang bersangkutan mengenai tema yang akan dijadikan sorotan penelitian yaitu mengenai kebijakan redaksional dari Koran Meteor dalam hal pemuatan foto traumatik berupa mayat yang dianggap melanggar etika dalam bermedia karena penyajiannya yang begitu vulgar dan terbuka.

Dari alur tersebut, analisis data yang digunakan oleh penulis adalah dengan cara mengembangkan suatu kerangka kerja deskriptif untuk mengorganisasikan studi kasus atau deskripsi kasus. Untuk memudahkan peneliti menginterpretasikan data peneliti menggunakan pengolahan data kualitatif dimana data diperoleh dari hasil kita terjun dilapangan dalam mencari data. Alasannya karena metode tersebut lebih banyak menyediakan banyak cek internal (karena sifat langsungnya) atau lebih respon terhadap data dari metode lain yang

... (Mulyana, 2002: 167-168)

Menurut (K Yin, 2000) Studi kasus adalah suatu inkuri empiris yang menyelidiki fenomena didalam konteks kehidupan nyata bilamana batas-batas antara fenomena dan konteks tidak tampak dengan tegas, dan dimana multi sumber bukti dimanfaatkan. Kemudian seorang peneliti harus menggunakan metode desain kasus yang nantinya digunakan untuk menguji teori, sebagaimana dikemukakan:

Pada penelitian studi kasus ini, peneliti menggunakan metode desain kasus tunggal, disebut dengan desain kasus tunggal karena kasus tersebut menyatakan kasus penting dalam menguji satu teori yang telah disusun dengan baik (K Yin,2000:47).

Kemudian dia juga menyebutkan mengenai desain yang harus digunakan dalam studi kasus, yakni seperti pada kata-kata berikut:

Dalam studi kasus tunggal terdapat dua desain, yaitu desain studi terpancing dan desain studi kasus holistik, sedangkan pada penelitian ini peneliti menggunakan desain holistik karena peneliti hanya mengkaji sifat umum program yang bersangkutan (K Yin, 2000:51)

Data yang diperoleh akan menghasilkan informasi yang sifatnya kualitatif, penelitian ini juga akan secara umum mendiskripsikan inti yang akan dijadikan sumber ataupun kasus penelitian, kemudian data tersebut akan difokuskan langsung kepada kebijakan redaksional Koran Meteor dalam pemuatan foto traumatik berupa foto mayat yang cenderung terbuka serta bagaimana kebijakan

G. Sistematika Penulisan

Bab I Menyajikan latar belakang masalah yang bercerita mengenai apa saja yang menjadi sebab dan dorongan bagi peneliti untuk membahas dan mengungkap rumusan masalah sejauh mana dan mengapa foto traumatik yang disajikan oleh Meteor melanggar Kode Etik Jurnalistik, serta bagaimana sebenarnya kebijakan dari redaksional Meteor terkait dengan foto traumatik yang disajikannya. Manfaat penelitian membahas mengenai apa saja keuntungan dan faedah dari penelitian yang akan dilakukan. Tujuan penelitian yaitu bercerita mengenai apa saja yang ingin dicapai setelah ditemukannya hasil dari penelitian yaitu kasus pelanggaran etika oleh Koran Meteor serta kebijakan dari redaksional dari Meteor sendiri dalam menyuguhkan foto traumatik yang cenderung terbuka tersebut. Landasan teoritik membahas dan menerangkan mengenai jurnalistik, foto dan juga pengertian dari foto traumatik serta Kode Etik jurnalistik. Metodologi penelitian bercerita tentang studi kasus yang akan digunakan sebagai alat pengungkap kasus yang akan diteliti dengan melihat pada objek penelitian sendiri yaitu foto traumatis di Koran Meteor dan juga teknik pengumpulan datanya yang akan menggunakan wawancara, studi pustaka dan juga observasi langsung.

Pada Bab II menyajikan gambaran umum tentang Koran Meteor

Pada Bab III menyajikan temuan penelitian dan pembahasan mengenai kenapa Koran Meteor selalu menyajikan foto traumatik yang cenderung terbuka serta bagaimana kebijakan dari redaksional Koran Meteor sendiri dalam hal pemuatan foto tersebut ketika dihadapkan dengan Kode Etik Jurnalistik yang ada.