

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Perkembangan media di Indonesia saat ini semakin maju. Dunia percetakan perlahan mulai bergerak menuju dunia digital dan elektronik. Semakin banyak perusahaan media membuat kemajuan yang sangat pesat dalam dunia media massa. Media online adalah media massa yang disajikan secara online di website dan merupakan media massa generasi ketiga setelah media cetak seperti surat kabar, tabloid, majalah, buku dan media elektronik dan sifatnya yang memiliki keunggulan dibandingkan media konvensional lainnya. (Hidayah & Riauan, 2022). Penulisan dan penayangan berita online hampir sama dengan penulisan dalam media cetak, khususnya surat kabar. Tetapi perbedaannya dalam pola pemuatannya, dimana medianya adalah internet (Mondry 2008, p.146).

Dampak dari adanya perkembangan media massa berpengaruh sangat signifikan pada bidang jurnalisme yang dipraktikkan oleh media konvensional, seperti media cetak surat kabar, media radio maupun media penyiaran televisi, yang sudah mulai ketinggalan zaman. Melalui media online distribusi berita dapat dilakukan dengan cepat, bahkan *real time* diterima khalayak dalam media portal berita *online* (Waluyo 2018, p.33). Disisi lain perkembangan media online memiliki sisi positif, dan memiliki sisi negatif. Sejak perkembangannya, media telah memasuki babak baru yang ditandai dengan munculnya jurnalisme online, semua berita lebih mudah diproduksi dan menjangkau publik (Ariefyanto, 2012).

Perkembangan media online dan perkembangan teknologi memberi kesempatan terjadinya plagiat oleh masyarakat bahkan di kalangan para jurnalis.

Jurnalisme adalah kegiatan untuk meliput, mengolah serta menyebarluaskan informasi secara tepat dan terpercaya terhadap suatu kejadian yang disebarluaskan kepada publik baik melalui media cetak, elektronik, dan digital. Jurnalisme konvensional kerap dianggap lebih berbobot dibandingkan dengan media online. Menyebarakan berita yang cepat, *update*, dan *trend*, awal mulanya akibat dari detik.com yang merupakan pelopor pertama media online dengan gaya yang cepat dan ringkas pada tahun 1998 (Margianto & Syaefullah 2022, p. 33). Akibatnya menjadi kiblat bagi situs-situs media online yang lainnya untuk menyebarakan berita dengan adu cepat, yang dimana berdampak pada akurasi, sering kali berita-berita yang bertebaran di internet tidak ada akurasi, mulai dari hal nama narasumber sampai substansi berita. Dengan munculnya Jurnalisme online ini memungkinkan berita yang diproduksi dalam beberapa hari menjadi hitungan detik dan terdapat perubahan terhadap cara kerja jurnalistik itu sendiri, yang dimana wartawan harus mampu menyebarakan informasi dengan menggunakan beberapa media sekaligus mulai dari teks, audio, dan video (Marhamah & Fauzi 2021, p.17).

Menurut Cottle (1999) dalam (Maharaniv& Pasandaran 2017, p.70) jurnalis media online harus memiliki kemampuan *multi-tasking* dan kemampuan bekerja di bawah *deadline* yang serba cepat. Dampak yang terjadi adalah pendeknya waktu yang dimiliki jurnalis sehingga kualitas informasi yang dihasilkan lebih rendah. Atas nama kecepatan yang ingin di kejar, media sekarang seolah-olah tidak memperdulikan hak masyarakat untuk memperoleh informasi yang benar

sebagaimana tercantum dalam Kode Etik Wartawan Indonesia (KEWI) butir 1, “Wartawan Indonesia menghormati hak masyarakat untuk memperoleh informasi.” Atas nama kecepatan pula, pasal 3 Kode Etik Jurnalistik (KEJ) seperti diabaikan. Pasal 3 menyatakan, “Wartawan Indonesia selalu menguji informasi, memberitakan secara berimbang, tidak mencampurkan fakta dan opini yang menghakimi, serta menerapkan asas praduga tak bersalah.”

Undang-Undang no. 40 tahun 1999 pasal 4 ayat 1 yaitu “Kemerdekaan pers dijamin sebagai hak asasi warga negara”. Pers memiliki kemerdekaan atau kebebasan dalam mencari, memperoleh, serta menyebarluaskan gagasan dan informasi. Namun, kebebasan tersebut bukan berarti bebas tanpa batas sehingga dapat menginjak hak-hak orang lain. Ada juga pasal-pasal yang mengatur kebebasan tersebut. Salah satunya adalah Kode Etik Jurnalistik yang berarti himpunan atau kumpulan mengenai etika di bidang jurnalistik yang dibuat oleh, dari dan untuk kaum jurnalis (wartawan) sendiri. Dengan kata lain, Kode Etik Jurnalistik dibuat oleh kaum jurnalis (wartawan) sendiri dan berlaku juga hanya terbatas untuk kalangan jurnalis (wartawan) saja.

Disisi lain kinerja pada media cetak lebih teratur, profesional dan birokratis, sedangkan jika dibandingkan media online saat ini, banyak jurnalis online yang dengan mudah membuat berita dan mempublikasikan kepada khalayak umum tanpa adanya tahap pengecekan oleh kepala redaksi, dan proses pengecekan yang ketat, mulai dari sumber, kutipan, dan plagiarisme, hal ini tidak dilakukan oleh semua media online (Kusuma 2016, p.62). Dalam penulisan berita di media massa

cetak, elektronik ataupun online harus berpedoman kepada KEJ (Kode Etik Jurnalistik) yang ada. Namun, masih saja terdapat pelanggaran yang dilakukan oleh wartawan dalam memberitakan informasi kepada publik. Masalah kode etik ini sangat penting untuk diperhatikan bagi sebuah profesi khususnya jurnalis karena mereka tidak hanya dituntut untuk mengembangkan idealisme profesinya tetapi juga efek media yang besar bagi publik. Kode etik sendiri penting dilakukan karena merupakan bagian dari profesionalitas jurnalis.

Dilansir dari laporan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dewan Pers (2018) menemukan bahwa jurnalis di Indonesia pada isu profesionalitas, kepatuhan terhadap pemilik media masih sangat besar, yang pada umumnya pemilik media lebih mengutamakan dan memfasilitasi kepentingan kelompok/organisasi yang berkaitan dengan kepentingan sang pemilik media dari pada kepentingan publik. Di sisi lain jika dilihat dari sikap independensi dan hak publik berkaitan dengan tugas jurnalis dengan pencarian iklan atau menggagap berita dengan iklan yang terselubung adalah hal yang biasa, dan banyak jurnalis yang melanggar etika pada bagian ini. Lalu untuk pemahaman dan pelanggaran atas hak cipta, plagiarisme, kloning, dan berbagi berita tanpa turun lapangan juga masih terjadi pada wartawan di Indonesia.

Nezar Patria yang merupakan anggota Dewan Pers mengatakan perkembangan media online yang sedang tumbuh pesat tidak diimbangi dengan kepatuhan pada kode etik jurnalistik. Nezar mengatakan dari 100 persen, 70 persen sudah memenuhi kode etik sedangkan 30 persen media online di Indonesia mempraktekkan jurnalisme tanpa akurasi dan melanggar kode etik jurnalistik. 30

persen media online itu didirikan terkadang bukan dengan niat untuk kerja jurnalistik dan kepentingan publik. Sebaliknya ada banyak orang mendirikan media online dengan tujuan kepentingan politik, ekonomi, kekuasaan, hingga tujuan untuk melakukan pemerasan. (Tempo.id)

Laporan yang masuk ke Dewan Pers mengenai keluhan berita di media online jumlahnya terus meningkat. Rata-rata karena masalah akurasi informasi yang dipaparkan lembaga media online. Data dari Dewan Pers ini bukan sekadar statistik, tapi sudah lebih pada peringatan bahwa harus ada yang dibenahi dalam institusi media massa internet (Margianto & Syaefullah 2022, p. 5). AJI Indonesia mendorong media-media online yang berbasis berita untuk mengacu pada Pedoman Penulisan Berita Siber yang dikeluarkan oleh Dewan Pers. Dewan Pers Indonesia membentuk beberapa perusahaan pers untuk mengatasi hal ini, diantaranya adalah Jaringan Media Siber Indonesia (JMSI), Serikat Media Siber Indonesia (SMSI), Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia (PRSSNI), Asosiasi Televisi Lokal Indonesia (ATVLI), Asosiasi Televisi Swasta Indonesia (ATVSI), Serikat Perusahaan Pers (SPS), dan Asosiasi Media Siber Indonesia (AMSI).

AMSI dibentuk pada 18 April 2017. Melalui wadah organisasi AMSI, anggota perusahaan media diharapkan bisa makin meningkatkan kualitas pemberitaan maupun kesejahteraan perusahaannya. AMSI didirikan di tengah suasana psikologis penuh keprihatinan merebaknya berita bohong, berita palsu, atau yang kerap diistilahkan sebagai hoax di tengah masyarakat Indonesia. AMSI secara aktif membantu melakukan verifikasi media, mengadakan pelatihan, pendidikan, dan meningkatkan kemampuan teknis maupun pemahaman etik tentang

membangun media siber yang profesional sesuai amanat UU Pers dan Pedoman Media Siber.

Asosiasi Media Siber Indonesia (AMSI) merupakan salah satu perusahaan pers di Indonesia yang menarik penulis, karena bertepatan sedang menjalankan program *Human vetting* yang bekerja sama dengan Global Alliance for Responsible Media (GARM) yang merupakan industri media pertama yang menyatukan pemasar, agensi media, platform media, dan asosiasi industri untuk menjaga potensi media digital dengan mengurangi ketersediaan dan meminimalisir konten berbahaya pada media online. Hal ini menjadi penting untuk di perhatikan karena mengingat media massa mempunyai peranan penting untuk mempengaruhi publik, maka itu perlu adanya pengawasan terhadap muatan konten dari sebuah informasi yang disampaikan sejumlah media, khususnya media online, karena tidak sedikit dari banjir informasi (*overload of information*) yang ada di tengah masyarakat memunculkan beragam informasi yang justru menyesatkan (disinformasi) (Ahmad 2013, p.1).

Dengan adanya *media research* yang dilakukan oleh AMSI melalui program *human vetting* ini, dapat mewujudkan tujuan dewan pers untuk menjaga potensi media digital dengan mengurangi ketersediaan dan meminimalisir konten berbahaya pada media online dan melakukan pengecekan terhadap 700 portal berita online apakah sudah mengikuti Pedoman Penulisan Berita Siber yang dibentuk oleh dewan pers. Program *human vetting* ini sudah dilaksanakan pada tahun 2022 pada bulan april, yang dimana tugasnya untuk meriset kurang lebih 700 portal berita online di Indonesia yang sudah didaftarkan pada AMSI.

I.2 Bidang Kerja Praktik

Pada kerja praktek ini, penulis akan bekerja dalam lingkup jurnalistik, khususnya menjadi *researcher* dibagian *Human vetting for Media Research* Asosiasi Media Siber Indonesia (AMSI). Dalam pekerjaan ini, penulis akan fokus meriset 30 website berita online, mulai dari kelengkapan informasi perusahaan, pemilik media, isi konten, sampai tampilan iklan.

I.3 Tujuan Kerja Praktik

1.3.1 Tujuan Umum

Mahasiswa mampu menerapkan teori yang telah diperoleh dan dipelajari selama perkuliahan serta mendapatkan pengalaman terkait di lingkungan kerja yang nyata dan membuka wawasan mahasiswa terutama mengenai bagaimana implementasi dan cara kerja *Human vetting for Media Research* Asosiasi Media Siber Indonesia (AMSI).

1.3.2 Tujuan Khusus

Mahasiswa dapat mengetahui bagaimana implementasi *Human vetting for Media Research* Asosiasi Media Siber Indonesia (AMSI) yang berfokus pada portal berita online serta dapat mengetahui bagaimana standarisasi dalam penulisan berita online yang baik dan benar

I.4 Manfaat Kerja Praktik

Melalui kerja praktek ini, penulis berharap dapat menghasilkan beberapa manfaat, yakni:

I.4.1 Bagi Asosiasi Media Siber Indonesia (AMSI)

Proses serta hasil dari kerja praktek ini dapat menjadi evaluasi, pengetahuan tambahan, serta bahan pertimbangan bagi perusahaan Asosiasi Media Siber Indonesia (AMSI) untuk mengembangkan *human vetting* khususnya dalam hal *media research*

I.4.2 Bagi Akademisi

Melalui kerja praktek ini, penulis berharap dapat menjadi pengetahuan tambahan, khususnya mengenai peran dan tugas menjadi *researcher* bidang jurnalistik, khususnya pembahasan mengenai *Human vetting for Media Research*

I.4.3 Bagi Penulis

Penulis dapat mengetahui lebih dalam mengenai *Human vetting for Media Research dalam* bidang jurnalistik. Selain itu, penulis dapat mengetahui serta memahami bagaimana penulisan berita yang benar, dan membangun sebuah perusahaan media yang baik.

I.5 Tinjauan Pustaka

I.5.1 Media Online

Media Online didefinisikan sebagai media massa yang tersajikan secara online di situs web. Media online merupakan media massa generasi ketiga setelah media cetak (*printed media*) yaitu koran, tabloid, majalah, buku, dan media elektronik (*electronic media*) seperti radio, televisi, film/radio. Media online merupakan produk jurnalistik online yang di definisikan sebagai bentuk pelaporan

fakta atau suatu peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet (Subakti, 2011).

Pada tahun 1994-1997 ada beberapa media yang menjadi generasi pertama media online, di antaranya yaitu Repbulika Online, Tempo, Bisnis Indonesia, Waspada Online, Kompas Online. Saat itu konten media online hanya bersidat statis karena hanya memindahkan halaman edisi cetak ke internet, dan perkembangan internet masih belum begitu populer di Indonesia dan situs-situs berita di atas belum berorientasi bisnis. (Syaefullah & Margianto 2012, p.16)

Media online berada dalam ruang lingkup media sebagaimana disebut dalam UU Pers, tapi aturan dalam UU Pers tidak memuat aturan mengenai aneka praktik yang kini terjadi pada halaman-halaman media online. Akibatnya dewan Pers bersama sejumlah komunitas pers merilis Pedoman Pemberitaan Media Siber. Pedoman ini dimaksudkan sebagai reformulasi penerapan kaidah-kaidah etik jurnalistik dalam ranah dunia maya. Pedoman ini juga dimaksudkan untuk menyeimbangkan kebebasan berpendapat di media siber dengan prinsip-prinsip ruang publik yang beradab. Selain itu, pedoman ini mereduksi potensi kriminalisasi terhadap media siber dan para komentator/partisipan berdasarkan UU ITE, KUHP dan lainnya. (Syaefullah & Margianto 2012, p.54)

I.5.2 Jurnalisme Online

Jurnalisme online merupakan hasil dari konvergensi media, yaitu pengawinan media konvensional (cetak) dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi (Erlita, 2012, p. 558). Meski tujuan jurnalistik tetap sama, perubahan platform mengubah standar kerja jurnalistik. Menurut Foust (2005) dalam

(Haristya, dkk. 2012, p.6) ada beberapa keunggulan jurnalisme online berdasarkan karakteristiknya, yaitu:

1. *Audience control*, khalayak memiliki kebebasan dalam memilih berita.
2. *Nonlinearity*, tiap berita mampu berdiri sendiri dan tidak harus dibaca secara linear atau berurutan.
3. *Storage and retrieval*, Berita tersimpan dan dapat diakses kembali dengan mudah.
4. *Unlimited space*, Platform bisa mengakomodir jumlah berita yang tidak terbatas dan memungkinkan lebih lengkap dibandingkan media lainnya.
5. *Immediacy*, Berita bisa disajikan lebih cepat dan aktual.
6. *Multimedia capability*, Berbeda dengan media cetak, media online mampu menggabungkan teks, suara, gambar, video, dan komponen lainnya dalam satu tampilan berita.
7. *Interactivity*, Media bisa membangun partisipasi dengan pembaca dalam berbagai bentuk, seperti melalui kolom komentar.

Menurut Craig (2005, p.8) pada awalnya jurnalisme online muncul hanya memiliki sedikit perbedaan dengan jurnalisme konvensional. Saat awal mulanya kemunculan situs berita-berita online, terkadang isi beritanya hanya menyalin ulang apa yang sudah ada dalam versi cetak. Hal ini dapat terjadi dikarenakan situs berita online berdiri di bawah induk media cetak. Lalu, dengan kemampuan teknologi yang sudah berkembang dengan pesat, banyak yang mulai menyadari bahwa ada banyak potensi yang bisa dikembangkan dalam jurnalisme online.

Meskipun media massa memiliki batasan-batasan yang mengikat serta aturan-aturan yang berlaku, tetapi tidak selamanya hal tersebut menjadikan para jurnalis dapat menghasilkan berita yang objektif. Terutama jurnalis online yang ditekan untuk bekerja dalam kecepatan yang luar biasa sehingga cenderung menghasilkan berita yang tidak objektif. Disisi lain jurnalis memiliki keleluasaan untuk mengakses informasi, yang berdampak pada produksi berita yang saling mirip antara satu sama lain yang akibatnya konten media online rata-rata terlihat sama (Fenton 2010, p. 15).

Dengan adanya kelebihan pada aspek ruang yang dimiliki oleh jurnalisisme online yang tidak terbatas seringkali di abaikan untuk mengejar kecepatan, dibandingkan dengan memproduksi berita yang mendalam malah seringkali cenderung lebih mementingkan informasi-informasi yang serba cepat (Lee-Wright, Philips, dan Witschge 2012, p. 91).

I.5.3 Kode Etik Jurnalisme

Secara umum Kode Etik Jurnalistik (KEJ) berarti, himpunan atau kumpulan mengenai etika di bidang jurnalistik yang dibuat oleh, dari dan untuk kaum jurnalis (wartawan) sendiri dan berlaku juga hanya terbatas untuk kalangan jurnalis (wartawan) saja. Tiada satu orang atau badan lain pun yang diluar dari yang ditentukan oleh Kode Etik Jurnalistik tersebut terhadap para jurnalistik (wartawan), termasuk menyatakan ada tidaknya pelanggaran etika berdasarkan Kode Etik Jurnalistik itu (Garnida 2021, p.178).

Kode etik jurnalistik memiliki empat asas, yaitu: asas moralitas (nilai-nilai moral yang terkandung didalamnya); asas profesionalitas (membuat berita yang

akurat, faktual, jelas sumbernya, dapat membedakan fakta dan opini, tidak membuat berita bohong dan fitnah, menghargai off-record, dll); asas demokratis (wartawan harus bertindak adil, fair, dan berimbang) asas supremasi hukum (wartawan tidak boleh melakukan plagiat, menghormati praduga tidak bersalah, memiliki hak tolak dan tidak menyalahgunakan profesinya) (Kencana & Junaidi, 2019).

Kemerdekaan pers adalah sarana masyarakat untuk memperoleh informasi dan berkomunikasi, guna memenuhi kebutuhan hakiki dan meningkatkan kualitas kehidupan manusia. karena itu pers dituntut profesional dan terbuka untuk dikontrol oleh masyarakat. Untuk menjamin kemerdekaan pers dan memenuhi hak publik dalam memperoleh informasi yang benar, wartawan Indonesia memerlukan landasan moral dan etika profesi sebagai pedoman operasional dalam menjaga kepercayaan publik dan menegakkan integritas serta profesionalisme (Garnida 2021, p.178). Isi dari Kode Etik Jurnalis Indonesia (PWI) yakni: yang harus dipatuhi dan ditaati oleh para wartawan ataupun jurnalis ada 11 pasal yakni:

a. Bab 1: Kepribadian dan Integritas

1. Pasal 1: Wartawan Indonesia beriman dan bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berjiwa Pancasila, taat kepada Undang-Undang Dasar Negara, Ksatria, menjunjung tinggi harkat dan martabat manusia dan lingkungannya, mengabdikan pada kepentingan bangsa dan negara serta terpecaya dalam mengemban profesinya.
2. Pasal 2: Wartawan Indonesia dengan penuh rasa tanggung jawab dan bijaksana mempertimbangkan patut tidaknya menyiarkan berita, tulisan

atau gambar, yang dapat membahayakan keselamatan dan keamanan negara, persatuan dan kesatuan bangsa, menyinggung perasaan agama, kepercayaan dan keyakinan suatu golongan yang dilindungi oleh Undang-undang.

3. Pasal 3: Wartawan Indonesia tidak menyiarkan berita, tulisan atau gambar yang menyesatkan, memutarbalikkan fakta, bersifat fitnah, cabul, sadis dan sensasi berlebihan.
4. Pasal 4: Wartawan Indonesia tidak menerima imbalan untuk menyiarkan atau tidak menyiarkan berita, tulisan atau gambar yang dapat menguntungkan atau merugikan seseorang atau sesuatu pihak.

b. Bab II: Cara Pemberitaan

5. Pasal 5: Wartawan Indonesia menyajikan berita secara berimbang dan adil, mengutamakan kecermatan dari kecepatan serta mencampurkan fakta dan opini sendiri. Tulisan berisi interpretasi dan opini wartawan agar disajikan dengan menggunakan nama jelas penulisnya.
6. Pasal 6: Wartawan Indonesia menghormati dan menjunjung tinggi kehidupan pribadi dengan tidak menyiarkan berita, tulisan, atau gambar yang merugikan nama baik atau perasaan susila seseorang, kecuali menyangkut kepentingan umum.
7. Pasal 7: Wartawan Indonesia dalam pemberitaan peristiwa yang diduga menyangkut pelanggaran hukum dan atau proses peradilan harus

menghormati asas praduga tak bersalah, prinsip adil, jujur, dan penyajian yang berimbang.

8. Pasal 8: Wartawan Indonesia dalam memberitakan kejahatan susila tidak menyebut nama dan identitas korban. Penyebutan nama dan identitas pelaku kejahatan yang masih dibawah umur, dilarang.
9. Pasal 9: Wartawan Indonesia menulis judul yang mencerminkan isi berita.

c. Bab III: Sumber Berita

10. Pasal 10: Wartawan Indonesia menempuh cara yang sopan dan terhormat untuk memperoleh bahan berita, gambar, atau tulisan dan selalu menyatakan identitasnya kepada sumber berita.
11. Pasal 11: Wartawan Indonesia dengan kesadaran sendiri secepatnya mencabut atau meralat setiap pemberitaan yang kemudian ternyata tidak akurat, dan memberi kesempatan hak jawab serta proporsional kepada sumber dan atau obyek berita.
12. Pasal 12: Wartawan Indonesia meneliti kebenaran bahan berita dan memperhatikan kredibilitas serta kompetensi sumber berita.
13. Pasal 13: Wartawan Indonesia tidak melakukan tindakan plagiat, tidak mengutip berita, tulisan, atau gambar tanpa menyebut sumbernya.
14. Pasal 14: Wartawan Indonesia harus menyebut sumber berita, kecuali atas permintaan yang bersangkutan untuk tidak disebut nama dan identitasnya sepanjang menyangkut fakta dan data bukan opini. Apabila

nama dan identitas sumber berita tidak disebutkan, segala tanggung jawab ada pada wartawan yang bersangkutan.

15. Pasal 15: Wartawan Indonesia menghormati ketentuan embargo, bahan latar belakang, dan tidak menyiarkan informasi yang oleh sumber berita tidak dimasukkan sebagai bahan berita serta atas kesepakatan dengan sumber berita tidak menyiarkan keterangan off the record.

d. Bab IV: Kekuatan Kode Etik Jurnalistik

16. Pasal 16: Wartawan Indonesia menyadari sepenuhnya bahwa penataan Kode Etik Jurnalistik ini terutama berada pada hati nurani masing-masing.
17. Pasal 17: Wartawan Indonesia mengakui bahwa pengawasan dan penetapan sanksi pelanggaran Kode Etik Jurnalistik ini adalah sepenuhnya hak organisasi dari Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) dan dilaksanakan oleh Dewan Kehormatan PWI. Tidak satu pihak pun di luar PWI yang dapat mengambil tindakan terhadap wartawan Indonesia dan atau medianya berdasarkan pasal-pasal dalam Kode Etik Jurnalistik ini.