

PELANGGARAN ETIKA JURNALISTIK OLEH JURNALIS MEDIA ONLINE DI TENGAH PANDEMI COVID-19: STUDI KASUS PEMBERITAAN CNNI DENGAN HEADLINE "PASIEN POSITIF CORONA DI INDONESIA BERTAMBAH JADI 19 ORANG"

Penulis : Alvino Garnida
Institusi : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta
Email Korespondensi : alvinogarnida@gmail.com
DOI : 10.53947/perspekt.v1i2.45

Abstrak

Kata Kunci:

Pemberitaan pasien COVID-19 Media online Kode Etik Jurnalistik Pelanggaran Kode Etik Jurnalistik Komunikasi massa

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk pelanggaran dari pemberitaan "Pasien Positif Corona di Indonesia Bertambah Jadi 19 Orang" Adapun yang menjadi objek penelitian ini adalah media *online* "CNNI". Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Etika, Etika Komunikasi, Komunikasi massa, Jurnalistik, Kode Etik Jurnalistik dan berita. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi (*content analysis*) kuantitatif dengan pendekatan deskriptif untuk menggambarkan aspek-aspek dan karakteristik dari suatu pesan, menggambarkan secara lengkap suatu pesan yang ada pada teks berita. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pelanggaran Kode Etik Jurnalistik oleh portal berita CCN I dengan *Headline*" Pasien Positif Corona di Indonesia Bertambah Jadi 19 Orang". Dengan masih adanya pelanggaran Kode Etik Jurnalistik oleh CNNI diharapkan agar lebih memperhatikan kesalahan-kesalahan dalam pemberitaannya. Lebih memperhatikan Kode Etik Jurnalistik dan objektivitas pemberitaan dalam hal memproduksi sebuah berita.

Abstract

Keywords:

COVID-19 patient news Online media Journalistic code of ethics Violation of the journalistic code of ethics Mass communication

This study aims to determine the form of violation of the news "Corona Positive Patients in Indonesia Increase to 19 People". The object of this research is the online media "CNNI". The theories used in this research are Ethics, Communication Ethics, Mass Communication, Journalism, Journalistic Code of Ethics, and news. This study uses a quantitative content analysis method with a descriptive approach to describe the aspects and characteristics of a message, fully describing a message in the news text. The results of this study indicate a violation of the Journalistic Code of Ethics by the CCNI news portal with the headline "Corona positive patients in Indonesia have increased to 19 people". With the ongoing violations of the Journalistic Code of Ethics by CNNI, it is hoped that they will pay more attention to errors in their reporting. Pay more attention to the Journalistic Code of Ethics and the objectivity of reporting in terms of producing news.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan media massa saat ini diperlukan untuk mendukung berbagai kegiatan masyarakat. Di era globalisasi sekarang ini, teknologi semakin berkembang. Perkembangan tersebut memudahkan masyarakat untuk cepat mendapatkan

informasi dan mengikuti perkembangan dari media massa, seperti pesan dan tanda lisan, telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari komunikasi interpersonal. Pada dasarnya, media telah menjadi sebuah alat perpanjangan lidah dan tangan yang dapat meningkatkan kemampuan manusia mengembangkan struktur sosial. Kebutuhan

masyarakat akan informasi yang tinggi dan cepat dijadikan oleh berbagai media massa untuk menyampaikan informasi, memberikan pembaca informasi, pendidikan, opini dan pengetahuan. Untuk memenuhi kebutuhan khalayak tersebut, media massa selalu aktif menghasilkan informasi yang cepat, hangat dan orisinal.

Media massa pada dasarnya dapat dibedakan menjadi dua, yaitu media massa cetak dan media massa elektronik. Media massa dianggap mampu mempengaruhi pengetahuan, sikap dan perilaku banyak orang. Bahkan media massa dapat dengan mudah membimbing orang-orang membentuk opini tentang apa yang akan terjadi selanjutnya. Pada awalnya surat kabar sering kali diidentifikasi dengan pers. Oleh karenanya dalam artian sempit Pers hanya meliputi media cetak saja, salah satunya surat kabar. Namun karena media elektronik sekarang ini sudah dikategorikan sebagai media juga, maka pengertian Pers saat ini menjadi lebih luas.

Media baru atau yang sering disebut sebagai media *online* adalah media yang sejauh ini diminati oleh sebagian besar masyarakat karena alasan bebas, murah, cepat dan praktis. Menurut Rossler jenis media massa tersebut pun telah disambut juga oleh media lama dengan ketertarikan yang kuat, positif dan bahkan pengharapan serta perkiraan yang bersifat euforia, serta perkiraan yang berlebihan mengenai signifikansi mereka (McQuail, 2005).

Media massa *online* berperan penting dalam memajukan kemajuan peradaban sosial. Hal ini berkembang pesat karena tidak menghilangkan peran teknologi komunikasi

yang kompleks. Faktanya, tidak jarang kerumitan ini disalahgunakan sampai-sampai media massa saat ini memainkan dua peran yaitu dehumanisasi yang melemahkan kesadaran pengharagaan pada nilai-nilai kemanusiaan atau humanisasi yang memperkuat dan mempertajam kesadaran humanisasi. Perkembangan media *online* dan perkembangan teknologi memberi kesempatan terjadinya plagiat oleh masyarakat bahkan di kalangan para jurnalis.

“Media baru” yang dibahas di sini adalah berbagai perangkat teknologi komunikasi yang dicirikan oleh digitalisasi dan ketersediaannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi. Fokus perhatian terutama pada aktivis kolektif bersama yang berjudul “Internet” terutama pada publik, seperti berita daring, iklan, aplikasi penyiaran (termasuk mengunduh musik, dan lain-lain), forum dan aktivitas diskusi, WWW, pencarian informasi dan potensi pembentukan komunitas tertentu (McQuail, 2005).

Dewasa ini, internet telah tumbuh menjadi sedemikian besar dan berdaya sebagai alat informasi dan komunikasi yang tak dapat terabaikan. Menurut Straubhar dan LaRose, pengguna internet menggantungkan pada situs untuk memperoleh berita. Dua sampai tiga pengguna internet mengakses situs untuk mendapatkan berita terbaru setiap minggunya (Ardianto dkk., 2007).

Media *online* sebagai media baru turut memberikan andil akan perubahan pola komunikasi masyarakat. Media baru, internet sedikit banyak mempengaruhi cara individu berkomunikasi dengan individu lainnya. Internet di kehidupan sekarang hadir untuk

memenuhi kebutuhan manusia dalam berkomunikasi dan memperoleh informasi. Internet berfungsi sebagai jaringan global untuk komunikasi dari satu lokasi ke lokasi lainnya di belahan dunia. Internet juga berfungsi sebagai aspek penyedia informasi yang tidak ada batasan.

Mengakses internet saat ini sudah menjadi rutinitas kebanyakan masyarakat dan dengan adanya pandemic COVID-19 internet telah menjadi bagian sangat penting untuk kebutuhan manusia. Tidak hanya dengan menggunakan komputer atau laptop saja namun setiap orang kini dapat mengaksesnya melalui handphone dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan oleh sejumlah provider telepon seluler.

Kita akan melihat dua sisi teknologi baru (kemampuannya untuk melahirkan efek baik dan buruk). Kemampuan Internet untuk mendorong kebebasan berekspresi yang lebih besar, upaya untuk mengendalikan kebebasan tersebut, perubahan makna dan ancaman bagi privasi pribadi, serta kesempatan dan bahaya dalam praktik demokrasi secara *online* (Stanley dkk., 2000).

Menurut Undang-Undang no. 40 tahun 1999 pasal 1 ayat 1 yang berbunyi bahwa pers adalah lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik, dan segala jenis saluran yang tersedia (Kusmadi & Samsuri, 2010). Tercantum juga dalam 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.

Secara singkat dan umum Kode Etik Jurnalistik 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. Tiada satu orang atau badan lain pun yang diluar yang ditentukan oleh Kode Etik Jurnalistik tersebut terhadap para jurnalis (wartawan), termasuk menyatakan ada tidak pelanggaran etika berdasarkan Kode Etik Jurnalistik itu (Sukardi, 2012).

Sesuai dengan Surat Keputusan Dewan Pers Nomor 03/SK-DP/III/2006 tentang Kode Etik Jurnalistik yang berisi untuk menjamin kemerdekaan pers dan memenuhi hak publik untuk memperoleh informasi yang benar, wartawan Indonesia memerlukan landasan moral dan etika profesi sebagai pedoman operasional dalam menjaga kepercayaan publik dan menegakkan integritas serta profesionalisme. Atas dasar itu, wartawan Indonesia menetapkan dan menaati Kode Etik Jurnalistik (Kusmadi & Samsuri, 2010).

Sejak diberlakukannya Undang-Undang No.40 tahun 1999 tentang Pers maka Kode Etik Wartawan Indonesia (KEWI) yang disepakati oleh 26 organisasi wartawan di Bandung pada tanggal 6 Agustus 1999 dinilai perlu dilengkapi sehingga dapat menampung berbagai persoalan pers yang berkembang saat ini, terutama yang terjadi pada media pers elektronik. Bahwa berbagai perusahaan pers dan organisasi wartawan telah mempunyai kode etik, dengan demikian perlu ditetapkan Kode Etik Jurnalistik yang baru tentunya berlaku secara nasional. Sebagai landasan moral atau etika profesi dan menjadi pedoman operasional dalam menegakkan integritas dan profesionalitas wartawan (Kusmadi & Samsuri, 2010).

Wartawan bersama seluruh masyarakat, wajib mewujudkan prinsip-prinsip kemerdekaan pers yang profesional dan bermartabat. Tugas dan tanggung jawab yang luhur itu hanya dapat dilaksanakan, apabila wartawan selalu berpegang teguh kepada Kode Etik Jurnalistik, dan masyarakat memberi kepercayaan penuh serta menghargai integritas profesi tersebut. Namun dalam kenyataannya terkadang ada saja wartawan yang tidak menjalankan tugasnya sebagaimana telah diatur oleh Kode Etik Jurnalistik.

“Pasien Positif Corona di Indonesia Bertambah Jadi 19 Orang” yang diberitakan oleh CNNI telah menyebut nama-nama orang yang terpapar COVID-19. Pertanyaannya, apakah ini melanggar atau tidak melanggar Kode Etik Jurnalistik? Untuk itu menurut penulis menarik untuk diteliti.

2. PEMBAHASAN

Dalam sebuah penelitian, landasan teori digunakan untuk membantu peneliti menganalisis data yang didapatkan dengan menggunakan teori-teori yang telah ada pada penelitian sebelumnya. Dengan adanya teori-teori yang didapat, peneliti mendapatkan pengetahuan yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan. Suradika menyatakan bahwa teori dapat digunakan sebagai pedoman yang mengarahkan penelitian. Berikut ini akan dikemukakan uraian teori yang digunakan dalam penelitian ini (Suradika, 2000).

Etika

Secara etimologi (bahasa) “etika” berasal dari kata bahasa Yunani *ethos*. Dalam bentuk tunggal, “*ethos*” berarti tempat tinggal yang biasa, padang rumput, kandang, kebiasaan, adat, akhlak, perasaan, cara berpikir. Dalam bentuk jamak, *ta etha* berarti adat kebiasaan. Dalam istilah filsafat, etika berarti ilmu tentang apa yang biasa dilakukan atau ilmu tentang adat kebiasaan.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, etika adalah ilmu pengetahuan tentang asas- asas akhlak. Etika dibedakan dalam tiga pengertian pokok, yaitu ilmu tentang apa yang baik dan kewajiban moral, kumpulan asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak, dan nilai mengenai benar dan salah yang dianut suatu golongan atau masyarakat. Agus Suradika dan Bambang Ipuyono menyatakan bahwa etika adalah ilmu yang mempelajari tentang baik atau buruk, benar atau salah yang dapat dibedakan menjadi etika deontologi dan etika teleologi (Suradika & Maskun, 2005).

Lebih lanjut Suradika menjelaskan bahwa istilah “deontologi” berasal dari kata bahasa Yunani yang berarti “kewajiban” (*duty*) atau keharusan (Suradika, 2000). Oleh karena itu etika deontologi menekankan kewajiban manusia untuk bertindak secara baik. Menurut pandangan deontologi, suatu tindakan itu dikatakan baik bukanlah dinilai dan dibenarkan berdasarkan cara-cara mencapai tujuan. Jika cara mencapai tujuan dimaknai baik, maka dikatakan tindakan itu etis. Demikian sebaliknya. Atas dasar pandangan demikian, etika deontologi sangat menekankan pentingnya motif, kemauan baik, kesadaran dan watak yang kuat dari para pelaku, terlepas dari akibat yang timbul dari perilaku para pelaku itu. Berbeda dengan etika deontologi, etika teleologi justru menilai baik buruknya suatu tindakan berdasarkan tujuan yang ingin dicapai dengan tindakan itu, atau berdasarkan akibat yang ditimbulkan oleh tindakan itu. Suatu tindakan dinilai baik jika bertujuan mencapai sesuatu yang baik, atau jika akibat yang ditimbulkan oleh tindakan itu baik. Baik atau buruknya tindakan mencuri, sebagai contoh, bagi etika teleologi tidak ditentukan oleh tindakan itu sendiri baik atau buruk, melainkan ditentukan oleh tujuan dan akibat dari tindakan itu. Jika tujuannya baik, maka tindakan mencuri, yang dalam pandangan deontologi disebut sebagai perbuatan buruk, dapat dipandang baik dalam pandangan teleologi. Seorang anak yang mencuri uang karena tidak mempunyai cara lain untuk membeli obat bagi ibunya yang sedang sakit parah, dalam perspektif etika teleologi dipandang sebagai tindakan yang baik, tetapi jika ia mencuri untuk membeli narkoba atau keperluan tidak baik lainnya, maka tindakan itu dinilai jahat. Demikian

juga seorang lak-laki yang berprofesi sebagai dokter ahli kandungan, ketika harus melihat, maaf, “alat vital” wanita bukan muhrimnya untuk sebuah pemeriksaan atau persalinan, dari perspektif teleologi merupakan tindakan yang dapat diterima sebagai perbuatan baik karena mempunyai tujuan atau akibat yang baik.

Dalam pembahasan kali ini, etika diartikan sebagai nilai-nilai atau norma yang menjadi pegangan bagi seseorang atau kelompok dalam mengatur tingkah lakunya yang didasarkan pada pespektif deontologi. Dengan demikian baik buruknya tindakan tidak hanya dilihat dari tujuannya, tetapi juga dari proses yang mengindahkan kaidah dan norma hukum yang berlaku.

Etika Komunikasi

Dalam berbagai kesempatan, komunikasi diperlihatkan sebagai ilmu yang berhubungan dengan berbagai macam ilmu pengetahuan yang lain. Ini menandakan bahwa komunikasi menyentuh berbagai macam bidang kehidupan manusia. Komunikasi juga menyentuh aspek ilmu dalam bidang komunikasi. Apa yang terjadi apabila nilai, gagasan, dan ide komunikasi justru tidak dikomunikasikan (Mufid, 2009).

Etika komunikasi mencoba untuk mengelaborasi standar etis yang digunakan oleh komunikator dan komunikan. Setidaknya ada tujuh perspektif etika komunikasi yang bisa dilihat dalam perspektif yang bersangkutan, yaitu perspektif (a) politik, (b) sifat manusia, (c) dialogis, (d) situasional, (e) religius, (f) utilitarian, dan (g) legal.

Komunikasi Massa

Banyak definisi tentang komunikasi massa yang telah dikemukakan para ahli komunikasi. Banyak ragam dan titik tekan yang dikemukakannya. Tetapi, dari sekian banyak definisi itu ada benang merah kesamaan definisi satu sama lain. Pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik). Sebab, awal perkembangannya saja komunikasi massa berasal dari pengembangan kata media komunikasi massa. Media massa yang dihasilkan oleh teknologi modern. Jadi di sini jelas media massa menunjuk pada hasil produk teknologi modern sebagai saluran dalam komunikasi massa (Nurudin, 2009).

Menurut para ahli komunikasi, yang dimaksudkan dengan komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa, jelasnya merupakan singkatan dari komunikasi media massa (mass media communication) (Effendy, 2018). Komunikasi massa juga dapat didefinisikan sebagai proses penggunaan sebuah medium massa untuk mengirim pesan kepada audien yang luas untuk tujuan memberi informasi, menghibur atau membujuk (Vivian, 2015).

Pengertian komunikasi massa menurut Jay Black dan Frederick C. Whitney seperti dikutip Nurudin adalah sebuah proses di mana pesan-pesan yang diproduksi secara massal/tidak sedikit itu disebarkan kepada massa penerima pesan yang luas, anonim dan heterogen (Nurudin, 2009).

Menyimak berbagai definisi komunikasi massa yang dikemukakan para ahli komunikasi, nampaknya tidak ada perbedaan yang mendasar atau prinsip,

bahkan definisi-definisi itu satu sama lain saling melengkapi. Hal ini telah memberikan gambaran yang jelas mengenai pengertian komunikasi massa. Bahkan secara tidak langsung dari pengertian komunikasi massa dapat diketahui pula ciri-ciri komunikasi massa yang membedakannya dari bentuk komunikasi lainnya.

Jurnalistik

Jurnalistik atau *journalism* berasal dari perkataan *journal*, artinya catatan harian, atau catatan mengenai kejadian sehari-hari, atau bisa juga berarti surat kabar. MacDougal seperti dikutip Kusumaningrat menyebutkan bahwa jurnalisme adalah kegiatan menghimpun berita, mencari fakta dan melaporkan peristiwa. Jurnalisme sangat penting dimana pun dan kapan pun dan sangat diperlukan dalam suatu negara demokratis (Kusumaningrat & Kusumaningrat, 2017).

Menurut Junaedhie bahwa jurnalistik adalah suatu kegiatan dalam komunikasi yang dilakukan dengan cara menyiarkan berita atau ulasan mengenai berbagai hal atau peristiwa sehari-hari yang bersifat umum dan hangat, dalam waktu yang secepat-cepatnya. Lebih lanjut dikemukakan bahwa jurnalistik adalah suatu bidang profesi yang menyajikan informasi tentang kejadian sehari-hari, secara berkala dengan menggunakan sarana media massa yang ada (Junaedhie, 1991).

Orang yang bertugas mengatur cara penyampaian isi pernyataan manusia dengan menggunakan surat kabar adalah wartawan. Istilah wartawan di Indonesia mulai digunakan sesudah Indonesia merdeka. Wartawan adalah karyawan yang melakukan kegiatan/pekerjaan/usaha yang sah dan

berhubungan dengan pengumpulan, pengolahan, dan penyiaran dalam bentuk fakta, pendapat, ulasan, gambar-gambar dan sebagainya untuk perusahaan pers (Soehoet, 2003). Hal itupun dikuatkan oleh UU No. 40 tahun 1999 tentang Pers Pasal 1 Ayat 4 yang mengatakan, wartawan adalah orang yang secara teratur melaksanakan kegiatan jurnalistik.

Jurnalistik pun sangat berkaitan dengan pers, yang mana kata *pers* berasal dari Belanda *pers* yang artinya menekan. Kata pers juga merupakan padanan kata Bahasa Inggris *press* yang juga berarti menekan. Jadi, secara harfiah kata pers atau *press* mengacu pada pengertian komunikasi yang dilakukan dengan perantara barang cetakan.

Namun sekarang pers digunakan untuk merujuk semua kegiatan jurnalistik, terutama kegiatan yang berhubungan dengan menghimpun berita, baik oleh wartawan media elektronik maupun wartawan media cetak (Kusumaningrat & Kusumaningrat, 2017).

Kode Etik Jurnalistik

Kode Etik Jurnalistik adalah aturan prinsip yang dirumuskan oleh pengemban etika, mereka adalah orang-orang profesional yang mengemban profesi. Kode etik tidak dibuat sebagai cara yang mendetail dalam pemecahan masalah etika, tapi prinsip umum yang dapat mendorong pilihan moral. Kode Etik Jurnalistik didesain untuk memotivasi pekerja, memperkuat stamina etika mereka, dan membantu dalam pengembangan pekerjaan (Kunto, 2006).

Secara singkat dan 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 (Sukardi, 2012).

Kemerdekaan berpendapat, berekspresi, dan pers adalah hak asasi manusia yang dilindungi Pancasila, Undang-Undang Dasar 1945, dan Deklarasi Universal Hak Asasi Manusia PBB. Kemerdekaan pers adalah sarana masyarakat untuk memperoleh informasi dan berkomunikasi, guna memenuhi kebutuhan hakiki dan meningkatkan kualitas kehidupan manusia. Kemerdekaan pers itu diwujudkan oleh wartawan Indonesia yang juga menyadari akan adanya kepentingan bangsa, tanggung jawab sosial, keberagaman masyarakat, dan norma-norma agama (Sukardi, 2012).

Melaksanakan fungsi, hak, kewajiban dan peranannya, pers menghormati hak asasi setiap orang, 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. Atas dasar itu, wartawan Indonesia menetapkan dan menaati Kode Etik Jurnalistik (Kusmadi & Samsuri, 2010).

Isi dari Kode Etik Jurnalistik yang harus dipatuhi dan ditaati oleh para wartawan ataupun jurnalis ada 11 pasal yakni:

- 1) Wartawan Indonesia bersikap independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang, dan tidak beritikad buruk.
- 2) Wartawan Indonesia menempuh cara-cara yang profesional dalam melaksanakan tugas jurnalistik.
- 3) Wartawan Indonesia selalu menguji informasi, memberitakan secara berimbang, tidak mencampurkan fakta dan opini yang menghakimi, serta menerapkan asas praduga tak bersalah.
- 4) Wartawan Indonesia tidak membuat berita bohong, fitnah, sadis, dan cabul.
- 5) Wartawan Indonesia tidak menyebutkan dan menyiarkan identitas korban kejahatan susila dan tidak menyebutkan identitas anak yang menjadi pelaku kejahatan.
- 6) Wartawan Indonesia tidak menyalahgunakan profesi dan tidak menerima suap.
- 7) Wartawan Indonesia memiliki hak tolak untuk melindungi narasumber yang tidak bersedia diketahui identitas maupun keberadaannya, menghargai ketentuan embargo, informasi latar belakang, dan “off the record” sesuai dengan kesepakatan.
- 8) Wartawan Indonesia tidak menulis atau menyiarkan berita berdasarkan prasangka atau diskriminasi terhadap seseorang atas dasar perbedaan suku, ras, warna kulit, agama, jenis kelamin, dan bahasa serta tidak merendahkan

martabat orang lemah, miskin, cacat jiwa atau cacat jasmani.

- 9) Wartawan Indonesia menghormati hak narasumber tentang kehidupan pribadinya, kecuali untuk kepentingan publik.
- 10) Wartawan Indonesia segera mencabut, meralat, dan memperbaiki berita yang keliru dan tidak akurat disertai dengan permintaan maaf kepada pembaca, pendengar, dan atau pemirsa.
- 11) Wartawan Indonesia melayani hak jawab dan hak koreksi secara proposional

Hasil Penelitian Sebelumnya

Berbagai penelitian mengenai pelanggaran kode etik telah banyak diteliti sebelumnya. Jurnal dan penelitian yang membahas kemiripan teori maupun subjek penulisan dijadikan sebagai acuan dalam penulisan ini. Berikut merupakan penelitian terdahulu yang membahas pelanggaran Kode Etik Jurnalistik oleh jurnalis media *online*:

pertama, penelitian yang dilakukan oleh Novita Arum dalam jurnal *Komunka* (jurnal ilmu komunikasi). Dalam jurnalnya peneliti melakukan penelitian tentang pelanggaran Kode Etik Jurnalistik pada pemberitaan Penculikan Sahlan bin Bandan di *Media Online* (Harahap & Arum, 2020).

Berdasarkan analisis yang dilakukan terhadap pemberitaan kasus penculikan Sahlan bin Bandan di media *online* Detik.com edisi 26 dan 27 Juli 2015, maka dapat disimpulkan beberapa hal yaitu, Sesuai dengan pengamatan yang dilakukan peneliti, pemberitaan kasus penculikan Sahlan bin Bandan yang merupakan Warga Negara

Malaysia di media *online* Detik.com Edisi 26 dan 27 Juli 2015. Ada sebanyak 10 teks berita yang berhubungan dengan kasus penculikan Sahlan bin Bandan, dan keseluruhan populasi menjadi sampel dalam penelitian ini. Dalam pemberitaan kasus penculikan Sahlan bin Bandan memiliki pelanggaran Kode Etik Jurnalistik (pasal 1,3,4,5,8,10, dan 11) yang berbeda-beda.

Ke-dua, penelitian yang dilakukan oleh Dea Vona Dimtha, Rahmat Saleh dan Nur Anisah dalam jurnal ilmiah dengan judul “Pelanggaran Kode Etik Jurnalistik Pada Media *Online* AJNN”.

Hasil penelitian dari jurnal tersebut menunjukkan terdapat 13 pelanggaran, dengan pelanggaran tertinggi pada bulan desember 2015 sebanyak 4 pelanggaran. secara keseluruhan pelanggaran KEJ poin pasal 2 pada kategori “masuk pada kategori foto yang dilampirkan pada berita tidak terdapat sumbernya dan ini dianggap sebagai berita plagiat” cukup tinggi sebesar 38% dan pasal 3 pada kategori “memberitakan secara tidak berimbang, tidak mencampurkan fakta dan opini yang menghakimi, serta menerapkan asas praduga tak bersalah” sebesar 28% dibandingkan dengan pasal 1, pasal 5 yang memiliki persentase tingkat pelanggaran sebesar 11%, dan pada pasal 4, pasal 11 persentase pelanggaran sebesar 6 %. Akan tetapi, sejauh ini media *Online* AJNN masih ada beberapa yang melanggar KEJ sehingga diperlukan pembelajaran tentang KEJ bagi wartawan di AJNN, agar penulisan ke depan lebih baik dan bermutu (Dimitha dkk., 2017).

Ketiga, penelitian dilakukan oleh Didik Haryadi Santosod dan Rani Dwi

Lestari dalam jurnal pekomas dengan judul “Penerapan Etika Jurnalistik dalam Pemberitaan Politik di Media *Online*” (Studi Kasus Pemilihan Gubernur DKI Jakarta).

Berdasarkan dalam jurnal tersebut hasil analisis terhadap pemberitaan politik mengenai Pilkada DKI Jakarta di 7 media *online* nasional periode 1 Desember 2016–30 April 2017 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pada berita yang berkaitan dengan pemberitaan politik tentang pilkada DKI Jakarta, terdapat beberapa pelanggaran etika jurnalistik, yaitu pasal 1, 2 dan 3 Kode Etik Jurnalistik. Pelanggaran pasal 1 Kode Etik Jurnalistik yakni mengenai independensi. Pemberitaan politik pada pemilihan Gubernur DKI Jakarta di media-media *online* tidak mengindahkan asas independen dan terjadi intervensi berlebih dari pemilik media atau perusahaan pers terhadap isi pemberitaan. Pemberitaan tersebut juga tidak objektif, dan menjatuhkan atau menyudutkan salah satu pasangan calon Gubernur. Pelanggaran pasal 2 Kode Etik Jurnalistik yang terjadi terkait kejelasan sumber berita dan plagiarisme (*self plagiarism*). Terakhir, pelanggaran pasal 3 Kode Etik Jurnalistik terkait dengan keberimbangan yakni tidak menutup kedua sisi (*not cover many sides*) (Santoso & Lestari, 2018).

Penerapan etika jurnalistik di media-media *online* pada pemilihan Gubernur DKI Jakarta belum optimal karena dua faktor. Dua faktor ini jugalah yang menjadi penyebab terjadinya pelanggaran etika jurnalistik yaitu, faktor ekonomi dan politik. Dari sisi faktor ekonomi, terdapat upaya media *online* dalam mengejar rating *online* dengan hitungan per-klik dan tentu hal ini berkaitan dengan

orientasi profit, akumulasi modal dan kalkulasi laba. Faktor ekonomi lainnya, yaitu minimnya anggaran untuk operasional yang berujung pada minimnya biaya produksi berita, pelatihanpelatihan bagi wartawan baru serta berimbas pada keterbatasan SDM wartawan di lapangan, dan perilaku instan dan pragmatis dari sebagian pegiat media *online*.

Dari tiga jurnal diatas dapat disimpulkan bahwa masih banyak sekali pelanggaran Kode Etik Jurnalistik oleh jurnalis media *online* dan penerapan kode etik oleh jurnalis masih belum optimal. Maka dari itu, Kode Etik Jurnalistik merupakan hal yang harus dipatuhi oleh pers. Sudah seharusnya sebagai pers apalagi yang sudah terverifikasi melaksanakan hak, kewajiban, dan peranannya, selain itu pers juga harus menghormati hak asasi setiap orang. Atas dasar itulah wartawan Indonesia harus menetapkan dan menaati Kode Etik Jurnalistik.

Pelanggaran Kode Etik Jurnalistik

Kode Etik Jurnalistik merupakan hal yang harus dipatuhi oleh pers. Sudah seharusnya sebagai pers apalagi yang sudah terverifikasi melaksanakan hak, kewajiban, dan peranannya, selain itu pers juga harus menghormati hak asasi setiap orang. Atas dasar itulah wartawan Indonesia harus menetapkan dan menaati Kode Etik Jurnalistik.

Seorang wartawan harus memiliki sikap objektif, hal ini merujuk pada objektivitas informasi dan signifikansi atau relevansi informasi bagi masyarakat. Media sangat dituntut untuk menyajikan berita yang berimbang adil, dan tanpa bias. Dengan

begitu khalayak akan mendapatkan informasi yang berkualitas.

Kode Etik Jurnalistik adalah panduan untuk jurnalis supaya tidak melakukan pelanggaran dan memahami etika ketika bekerja menjadi seorang jurnalistik. Dewan Pers mengatakan bahwa ada 30% media *online* yang melanggar Kode Etik Jurnalistik. Dijelaskan juga bahwa rata-rata pelanggaran yang dilakukan adalah soal akurasi (*Demi Rating, Media Online Langgar Kode Etik Jurnalistik Halaman All - Kompasiana.Com*, n.d.).

Data diatas merupakan data pelanggaran Kode Etik Jurnalistik yang didapatkan dari kompasiana.com. Artikel tersebut pun menjelaskan bahwa pelanggaran yang sering dilakukan oleh media *online* yaitu pelanggaran Kode Etik Jurnalistik Pasal 1 bagian menghasilkan berita yang akurat. Mengutamakan kecepatan adalah hal yang sangat diharuskan dalam media *online* sehingga jarang ditemukan media yang menjalankan kedua sisi yaitu keakuratan dan kecepatan. Meskipun dikenal sebagai media baru, namun media *online* tetap harus mempertahankan citra sebuah media, sebagai pemberi informasi bagi masyarakat. Jika media *online* masih terus melakukan pelanggaran, bukan tidak mungkin jika suatu saat masyarakat akan mempertanyakan mengenai media mana yang kontennya akurat dan dapat dipercaya. Media memang meyakini adanya kebebasan pers, tapi tetap sebagai sebuah media harus mematuhi apa yang tertera di dalam Kode Etik Jurnalistik dalam peliputannya.

Berita

Berita menurut Djuroto berasal dari bahasa Sanskerta, yakni *Vrit* atau dalam Bahasa Inggris disebut *Write* yang memiliki arti ada atau terjadi. Ada juga yang menyebutkan dengan *Vritta*, artinya “kejadian” atau “yang telah terjadi”. *Vritta* dalam Bahasa Inggris disebut *News*, menunjukkan unsur waktu, apa yang baru, yaitu lawan dari yang lama. Berita memang selalu baru, selalu hangat (Kusumaningrat & Kusumaningrat, 2017).

Jurnalisme merupakan rangkaian cerita yang diangkat wartawan sebagai pencari fakta. Wartawan dituntut mencari fakta yang benar dan sesuai dengan kebenaran yang ada dari sebuah peristiwa yang dari suatu peristiwa. Cerita dalam jurnalisme disebut berita.

Berita adalah suatu kejadian yang nyata dan memiliki tema serta suatu tujuan, di mana baru saja terjadi. Berita memiliki penekanan terhadap waktu, karena keadaan yang selalu berubah maka terdapat tuntutan dari masyarakat untuk mendapatkan informasi baru setiap saat (Ishwara, 2005).

Sekarang ini komunikasi massa semakin canggih dengan adanya media baru. Seiring dengan bertumbuhnya media baru (*new media*) secara masif, proses dan karakteristik komunikasi massa mengalami perubahan. Ketika tendensi ini cenderung meningkat, maka model baru akan diperlukan. Model tradisional yang menggambarkan penyebaran tegas antara sumber dengan penerima dan mengabaikan peran dari reaksi dan feedback khalayak tidak akan mampu menjelaskan proses komunikasi massa secara utuh (Perry, 2001).

Namun sekarang internet telah berkembang menjadi ajang komunikasi yang sangat cepat dan efektif, sehingga telah menyimpang jauh dari misi awalnya. Dewasa ini, internet telah tumbuh menjadi sedemikian besar dan berdaya sebagai alat informasi dan komunikasi yang tak dapat diabaikan (Ardianto dkk., 2007). Adanya internet menjadikan media *online* semakin menyebar luas dan hampir menguasai dalam penyebaran informasi dalam bentuk berita.

Cirinya yang bisa diakses di mana saja membuat media *online* menjadi sumber informasi bagi masyarakat saat ini, terlebih lagi bagi mereka yang tidak memiliki waktu untuk membaca koran atau menyaksikan berita di pagi hari. Media *online* bahkan bisa menjadi teman bagi beberapa orang yang hendak mengetahui informasi di saat sedang terjebak kemacetan.

Pada dasarnya jurnalisme *online* adalah salah satu inovasi media yang dibuat untuk memudahkan masyarakat untuk mengakses dan berbagi informasi yang aktual dan dapat dipercaya. Di dalam kode etik jurnalis seorang harus benar-benar mengambil keputusan yang benar untuk membuat sebuah berita yang terdapat di dalamnya suatu kebenaran berita, entah memperlihatkan data yang sudah valid atau gambar yang jelas tentang berita tersebut. Masyarakat dapat dengan mudah memberikan tanggapan dan membagikan informasi yang mereka dapat dengan khalayak ramai. Ini merupakan beberapa dari banyak kelebihan dari media *online* yang mungkin tidak bisa didapat pada media pemberitaan yang lain.

Analisis Pelanggaran Kode Etik Jurnalistik Oleh Jurnalis Media Online Pada Pemberitaan Covid-19

Sesuai dengan kriteria atau fokus masalah yang telah dibuat, penulis melakukan Analisa terhadap berita yang membahas COVID-19 dari media *online* CNN Indonesia dengan *headline* “Pasien Positif Corona di Indonesia Bertambah Jadi 19 Orang”. Salah satu bentuk pelanggaran Kode Etik Jurnalistik yang dilakukan oleh jurnalis media *online* berdampak pada korban atau pasien yang terjangkit virus corona. Dalam berita ini tertulis jelas data diri pasien, dan kondisi pasien seperti apa. Hal ini sudah sangat jelas merupakan pelanggaran Kode Etik Jurnalistik Pasal 5 yang berisi :

“Wartawan Indonesia tidak menyebutkan dan menyiarkan identitas korban kejahatan susila dan tidak menyebutkan identitas anak yang menjadi pelaku kejahatan”, begitulah bunyi dari Pasal 5 Kode Etik Jurnalistik.

Identitas merupakan semua data dan informasi yang menyangkut diri seseorang yang memudahkan orang lain untuk mengetahui dan mengenal seseorang lainnya. Identitas dapat berupa alamat rumah, umur, ciri-ciri fisik ataupun atribut yang sering digunakan. Identitas merupakan hal yang tidak boleh disebarkan apabila berita yang memberitahukan data diri dan kondisi korban. Berakibat dengan adanya perasaan “diteror” nya korban karena merasa privasinya telah tersebar luas dan dibaca oleh khalayak ramai. Bukan hanya itu bisa juga akan mengganggu psikologisnya, pasalnya ia akan terus dipojokkan dan dijauhi atau diasingkan dari lingkungannya. Maka dari itu

perlu dilihat juga sejauh mana media yang diteliti menerapkan pasal tersebut.

Wartawan atau Jurnalis bertindak sebagai mata dan telinga publik, melaporkan peristiwa-peristiwa yang diluar pengetahuan masyarakat dengan netral dan tanpa prasangka. Sudah seharusnya wartawan atau jurnalis menyampaikan informasi yang benar. Banyaknya wartawan media *online* yang tidak bertanggung jawab sebagai mata dan telinga publik merusak kepercayaan masyarakat terhadap media yang menghasilkan berita.

Banyak jurnalis yang menambahkan fakta yang bahkan terkadang tidak sesuai ataupun keliru dari peristiwa yang sebenarnya. Kelebihan dari jurnalisisme *online* tidak hanya bisa diakses dimana saja, namun juga kecepatannya dalam memberitakan sebuah informasi bagi masyarakat. Tidak heran lagi, ketika sebagian besar masyarakat saat ini lebih senang mengakses portal berita *online* untuk mengetahui isu apa yang sedang terjadi. Dengan antusiasme yang tinggi ini kemudian setiap portal berita *online* saling bersaing untuk mendapatkan pengunjung di *web* mereka. Memberitakan semua informasi yang mereka dapatkan dengan secepat-cepatnya. Namun dalam melakukan pekerjaan jurnalistik tersebut, tak jarang kualitas berita yang diberikan tidak sesuai dengan harapan. Mereka yang ingin mengabarkan informasi dengan cepat, akhirnya mereka tidak melihat sisi aktual dari sebuah berita yang seharusnya diangkat di dalam jurnalisisme *online*. Dalam pemberitaan ini terdapat kesalahan pasal 5 Kode Etik Jurnalistik oleh jurnalis yang membeberkan identitas korban sehingga korban atau pasien

mengalami kerugian dengan adanya perasaan diteror dan dikucilkan atau diasingkan.

3. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis pada pemberitaan media *online* dengan *headline* “Pasien Positif Corona di Indonesia Bertambah Jadi 19 Orang” dari portal media *online* CNN Indonesia terdapat pelanggaran Kode Etik Jurnalistik Pasal 5 yang berisi :

“Wartawan Indonesia tidak menyebutkan dan menyiarkan identitas korban kejahatan susila dan tidak menyebutkan identitas anak yang menjadi pelaku kejahatan”. Identitas merupakan hal yang tidak boleh disebarakan apabila berita yang memberitahukan data diri dan kondisi korban akan berakibat fatal pada diri korban lebih lagi pada berita ini korban merupakan orang yang terjangkit virus COVID-19.

Meski seorang wartawan memiliki kebebasan dalam menjalankan tugasnya dan telah dijamin oleh undang-undang, mereka tidak dapat secara semena-mena menggunakan kebebasan yang mereka miliki, karena terdapat batasan-batasan dan aturan-aturan yang mengatur agar tidak ada pihak yang merasa dirugikan atas tindakan yang dilakukan oleh para jurnalis, karena bagaimanapun wartawan atau pers harus tetap menjunjung tinggi norma yang berlaku dalam suatu masyarakat. Namun terkadang terdapat segelintir kasus mengenai pelanggaran Kode Etik Jurnalistik. Kode etik pada dasarnya dibuat untuk mengawasi, melindungi, sekaligus membatasi kerja sebuah profesi, termasuk profesi sebagai wartawan.

Pada dasarnya jurnalisme *online* adalah salah satu inovasi media yang dibuat untuk memudahkan masyarakat untuk mengakses dan berbagi informasi yang aktual dan dapat dipercaya. Di dalam kode etik jurnalis seorang harus benar-benar mengambil keputusan yang benar untuk membuat sebuah berita yang terdapat di dalamnya suatu kebenaran berita, entah memperlihatkan data yang sudah valid atau gambar yang jelas tentang berita tersebut. Masyarakat dapat dengan mudah memberikan tanggapan dan membagikan informasi yang mereka dapat dengan khalayak ramai. Ini merupakan beberapa dari banyak kelebihan dari media *online* yang mungkin tidak bisa didapat pada media pemberitaan yang lain. Tingginya minat masyarakat tersebut menjadikan ketatnya persaingan antar media pemberitaan *online* yang berakibat pada kecurangan dan pelanggaran dilakukan oleh para jurnalis dan pewarta.

Saran

Diharapkan CNNI lebih memperhatikan kesalahan-kesalahan dalam pemberitaannya. Lebih memperhatikan Kode Etik Jurnalistik dan objektivitas pemberitaan dalam hal memproduksi sebuah berita. Agar medianya lebih berkualitas, tidak merugikan orang lain dan tidak mendapatkan anggapan bahwa media *online* khususnya CNNI hanya mengutamakan kecepatan tanpa mementingkan unsur lainnya. Pembaca pun akan lebih tertarik jika berita disajikan dengan cepat tetap dengan informasi yang akurat dan terpercaya. Selain itu juga di harapkan CNNI tetap bisa menjaga eksistensinya dalam menyajikan pemberitaan

dengan cepat tetapi dengan berita yang akurat sesuai dengan Kode Etik Jurnalistik. Karena dari hasil analisis terhadap CNNI mengenai berita dengan *headline* “Pasien Positif Corona di Indonesia Bertambah Jadi 19 Orang” masih terdapat pelanggaran Kode Etik Jurnalistik.

4. REFERENSI

- Ardianto, E., Komala, L., & Karlinah, S. (2007). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*, Bandung. *Simbiosa Rekatama Media*. <http://library.stikptik.ac.id/detail?id=9218&lokasi=lokal>
- Demi Rating, Media Online Langgar Kode Etik Jurnalistik Halaman all - Kompasiana.com*. (n.d.). Retrieved October 7, 2021, from <https://www.kompasiana.com/shesauli/571079a2327b61a706f65aa9/demi-rating-media-online-langgar-kode-etik-jurnalistik?page=all>
- Dimitha, D. B., Saleh, R., & Anisah, N. (2017). Pelanggaran Kode Etik Jurnalistik Pada Media Online AJNN. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah*, 2(3), 1–15. http://etd.unsyiah.ac.id/index.php?show_detail&id=32486
- Effendy, O. U. (2018). Ilmu komunikasi. In *Bandung Rosdakarya*. PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Harahap, H., & Arum, N. (2020). PELANGGARAN KODE ETIK JURNALISTIK DALAM MEDIA ONLINE. *Komunika*, 16(1), 71–80. <https://talenta.usu.ac.id/komunika/article/view/5393>
- Ishwara, L. (2005). Catatan-Catatan Jurnalisisme Dasar. In *PT Kompas media nusantara*. PT Kompas Media Nusantara. <https://books.google.co.id/books?id=2eGUXIfyxkAC&printsec=copyright#v=onepage&q&f=false>
- Junaedhie, K. (1991). *Ensiklopedi pers Indonesia*. Gramedia Pustaka Utama. https://books.google.com/books/about/Ensiklopedi_pers_Indonesia.html?id=yKjDEReVDZcC
- Kunto, A. (2006). *Cara gampang jadi Wartawan : dilengkapi dengan kiat menembus tes wartawan, cara menembus narasumber, metode wawancara, contoh penulisan berbagai berita, menulis laporan yang menarik, Kode Etik Jurnalistik terbaru / AA kunto; Editor: Sunarwoto Dema*. Yogyakarta.
- Kusmadi, & Samsuri. (2010). *Profil Dewan Pers*. Dewan Pers. https://dewanpers.or.id/assets/ebook/buku/buku_profil_dewan_pers.pdf
- Kusumaningrat, H., & Kusumaningrat, P. (2017). *Jurnalistik: Teori & Praktik*. In *Jurnalistik: Teori & Praktik*. PT Remaja Rosadakarya.
- McQuail. (2005). *McQuail's mass communication theory*. SAGE Publication Ltd. https://books.google.co.id/books/about/McQuail_s_Mass_Communication_Theory.html?id=vfCtbqCrrkC&printsec=frontcover&source=kp_read_button&hl=en&newbks=1&newbks_redir=0&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Mufid, M. (2009). Etika dan Filsafat Komunikasi. In *Jakarta: KencanaKencana* (p. 307 hlm). Prenadamedia Group. https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=hFFADwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA3&dq=Etika+dan+filsafat+komunikasi&ots=7SDnmtj4uw&sig=Z2e3U1CDBhnHLawpTp1HMih_Sv0&redir_esc=y#v=onepage&q=Etika+dan+filsafat+komunikasi&f=false
- Nurudin. (2009). *Pengantar Komunikasi Massa – Nurudin*. Raja Grafindo Persada.
- Perry, D. K. (2001). Theory and Research in Mass Communication. In *Theory and Research in Mass Communication*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781410604033>
- Santoso, D. H., & Lestari, R. D. (2018). Penerapan Etika Jurnalistik dalam Pemberitaan Politik di Media Online (Studi Kasus Pemilihan Gubernur DKI Jakarta). *Jurnal Pekommas*, 3(2), 203–212. <https://core.ac.uk/download/pdf/304721934.pdf>

- Soehoet, A. . H. (2003). *Dasar-dasar jurnalistik*. Yayasan Kampus Tercinta.
[//lib.litbang.kemendagri.go.id/index.php?p=show_detail&id=2849](http://lib.litbang.kemendagri.go.id/index.php?p=show_detail&id=2849)
- Stanley, J., Barran, K., & Belmont, D. (2000). *Mass communication Theory, Ferment and future*. Thomson/Wadsworth.
- Sukardi, W. A. (2012). *Kajian Tuntas 350 Tanya Jawab UU Pers dan Kode Etik Jurnalistik*.
https://dewanpers.or.id/publikasi/publikasi_detail/37/Kajian_Tuntas_350_Tanya_Jawab_UU_Pers_dan_Kode_Etik_Jurnalistik
- Suradika, A. (2000). *Metode Penelitian Sosial*. UMJ Press.
- Suradika, A., & Maskun, B. I. (2005). *Etika Profesi Pekerjaan Sosial*. Balatbangsos Depsos RI.
- Vivian, J. (2015). *Teori Komunikasi Massa Edisi 8*. Kompas.