

MEDIAMORFOSA : TRANSFORMASI MEDIA KOMUNIKASI DI INDONESIA

Penulis

Abdullah, Aceng Abdullah, Ahsani Taqwim Aminuddin, Anis Ferisa Nurlistiani, Bestian Nainggolan, Budi Dwi Arifianto, E. Nugrahaeni Prananingrum, Eko Harry Susanto, Ellen Meianzi Yasak, Fajar Junaedi, F.X. Lilik Dwi Mardjianto, Hanna Nurhaqiqi, I Gusti Ngurah Putra, Ido Prijana Hadi, Jonas Klemens Gregorius Dori Gobang, M. Abdul Ghofur, Made Dwi Adnjani, Mazdalifah, Mellysa Widyastuti, Mubarak, Neneng C. Marlina, Puji Rianto, Rahmat Edi Irawan, Rangga Saptya Mohamad Permana, Rila Setyaningsih, Rouli Manalu, Sa'adatina, Surokim, T. Titi Widaningsih, Tita Melia Milyane, Tri Susanto, Yovita Sabarina Sitepu.

Kata Pengantar

Setio Budi H. Hutomo
Wk. Ketua ASPIKOM Pusat

Editor

Fajar Junaedi



MEDIAMORFOSA : **TRANSFORMASI MEDIA KOMUNIKASI DI INDONESIA**

© ASPIKOM

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang All Rights Reserved
Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian
atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit

Cetakan Pertama, 2017
420 hal (xiv+ 406 hlm). ; 15.5 x 23.5 cm
ISBN: 978-602-6751-81-2

Kata Pengantar

Setio Budi H. Hutomo
Wk. Ketua ASPIKOM Pusat

Penulis

Abdullah, Aceng Abdullah, Ahsani Taqvim Aminuddin, Anis Ferisa Nurlistiani,
Bestian Nainggolan, Budi Dwi Arifianto, E. Nugrahaeni Prananingrum,
Eko Harry Susanto, Ellen Meianzi Yasak, Fajar Junaedi, F.X. Lilik Dwi Mardjianto,
Hanna Nurhaqiqi, I Gusti Ngurah Putra, Ido Prijana Hadi,
Jonas Klemens Gregorius Dori Gobang, M. Abdul Ghofur, Made Dwi Adnjani,
Mazdalifah, Mellysa Widyastuti, Mubarak, Neneng C. Marlina, Puji Rianto,
Rahmat Edi Irawan, Rangga Saptya Mohamad Permana,
Rila Setyaningsih, Rouli Manalu, Sa'adatina, Surokim, T. Titi Widaningsih,
Tita Melia Milyane, Tri Susanto, Yovita Sabarina Sitepu.

Editor:

Fajar Junaedi

Diterbitkan oleh:

Buku Litera Yogyakarta
Minggiran MJ II/1378, RT 63/17
Suryodiningratan, Mantrijeron, Yogyakarta
Telp. 0274-388895, 08179407446
Email: bukulitera@gmail.com, bukulitera2@gmail.com

Pengantar ASPIKOM

Jika masih ingat pada masa Orde Baru, sering dipropagandakan tentang masyarakat Indonesia akan mengarah ke arah tinggal landas, sebuah masyarakat yang maju dan sejahtera. Mengacu teori WW Rostow tentang teori pembangunan dan pertumbuhan, Indonesia oleh rezim ORBA menggunakan REPELITA (rencana pembangunan lima tahun) dan GBHN (garis besar haluan negara) sebagai landasan untuk mencapai tahapan pembangunan : *masyarakat tradisional, pra-kondisi tinggal landas, tinggal landas (lepas landas), menuju kedewasaan, era konsumsi tinggi.*

Intinya Indonesia akan melaksanakan pembangunan melalui tahapan dan perubahan dari struktur masyarakat tradisional, agraris, industri sampai informasi, sebagaimana yang terjadi dinegara barat yang dianggap maju dan sejahtera. Dari sekian problematika pembangunan di Indonesia, salah satu yang menarik adalah adanya lompatan-lompatan dan perbedaan yang signifikan pada upaya pencapaian tahapan tersebut. Ringkasnya ketika industrialisasi dikembangkan, kondisi masyarakat pertanian masih problematik, sebagian besar masih tradisional dan berhadapan dengan kepemilikan lahan yang semakin menyempit (inefisiensi), serta masih kental dengan kemiskinan pada kaum petani. Demikian pula ketika infrastruktur informasi berkembang pesat, industrialisasi di Indonesia belum sehebat negara berkembang lainnya, masih banyak kendala mulai dari infrastruktur, sumberdaya sampai regulasi, serta nilai jual dan atau export yang belum bisa disebut kompetitif secara global. Dengan kata lain, model Rostow, sebagai acuan tidak sepenuhnya selesai pada tiap tahapannya, akibatnya adalah lompatan-lompatan yang banyak menyisakan berbagai problematika sosial ekonomi sampai pada nilai tawar pada ekonomi global yang belum kompetitif.

Pada sisi lain, fenomena lompatan-lompatan tersebut juga terjadi pada media di Indonesia. Dari berbagai sudut, dinamika media di Indonesia menarik untuk dikaji. Setelah lepas dari cengkraman politik perijinan dan sensor orde baru, pada era reformasi, media massa di Indonesia menjadi sangat bebas dari berbagai aspek, dari perijinan, manajemen, sampai isi. Ditambah dengan percepatan sebaran teknologi

internet, media konvensional (radio, surat kabar, televisi, majalah sampai film) berkembang dan beradaptasi dengan meluncurkan media online-nya, sekaligus mengalami problem perubahan minat pasar atas media konvensional ke media yang serba digital dan online. Konsumsi media berubah dari produk fisik, membaca surat kabar, menonton tv atau mendengarkan radio, bergeser ke arah serba “handy” melalui smartphone. Sementara kehadiran media sosial, menambah alternatif konsumen atau pengguna untuk menikmati berbagai ragam bentuk media.

Setiap perubahan memiliki dampak dan tentu problematika. Demikian pula media konvensional semakin berat menghadapi media digital/ online, banyak majalah, surat kabar yang mulai tutup. Menonton TV, radio tidak harus memiliki media tersebut, cukup “streaming” lewat smartphone. Bisnis media berubah, mereka melakukan berbagai adaptasi untuk tetap bertahan hidup dan berkembang. Dengan kata lain dunia komunikasi bermedia telah mengalami perubahan yang signifikan dari waktu ke waktu, termasuk perubahan “platform”, cara, teknik berkomunikasi orang atas media. Problem lain adalah etika dan moral bermedia.

Kembali pada isu lompatan-lompatan, pada era digital ini, media konvensional harus memilih cara untuk bertahan atau melakukan adaptasi. Apakah konsumen yang menggunakan media digital telah berubah atas media barunya? atau media baru hanya sebatas alat baru saja sementara pola lama masih berlangsung, yang mengakibatkan persoalan etika komunikasi. Belum lagi soal politisasi dan kedewasaan orang dalam bermedia.

Buku *Mediamorfosa: Transformasi Media Komunikasi* Yang digagas ASPIKOM ini menarik, terutama karena membahas lompatan bermedia yang serba digital dan problematikanya sembari tetap punya harapan atas media lama-nya. Perkembangan media bukan hanya soal bagaimana media bermetamorphosis, isu perkembangan dan kematian media, bertemu dengan aspek etika dan problem keadilan, ketimpangan, perilaku konsumen/ pasar dan tentu bisnis.. Buku yang menarik, karena tulisan-tulisannya banyak yang berasal dari hasil penelitian.

Selamat membaca

Setio Budi H. Hutomo

Wk. Ketua ASPIKOM Pusat

Pengantar Editor

Perkembangan media komunikasi mengalami perubahan yang sangat cepat sejak teknologi digital menjadi bagian dari keseharian publik. Terjadinya transformasi di berbagai ranah komunikasi menjadi tantangan bagi para akademisi komunikasi. Buku ini disusun sebagai bagian dari menjawab tantangan tersebut.

Untuk memudahkan pembacaan mengenai transformasi media di Indonesia dengan beragam implikasi dan perspektif teoritisnya, maka buku ini dibagi ke dalam tiga bagian.

Bagian 1 bertajuk *Media dan Publik : Perubahan*, yang memfokuskan pada relasi transformasi media dan publik. Bagian ini meliputi artikel berjudul *Transparansi Informasi, Kebebasan Komunikasi dan Karakteristik Masyarakat* yang ditulis oleh Eko Harry Susanto, *Pengembangan Komunikasi Masyarakat Kepulauan Timur Madura Melalui Keterbukaan Informasi, Open Mindset, dan Media Lokal* yang ditulis oleh Surokim, *Ahok Effect dan Etika Bermedia* yang ditulis oleh M. Abdul Ghofur dan Ellen Meianzi Yasak, *Model Pemberdayaan Literasi Media Internet Berbasis Komunitas* yang ditulis oleh Mazdalifah dan Yovita Sabarina Sitepu, *Strategi Pemerintah Kabupaten Ponorogo dalam Implementasi Literasi Media di Desa Biting* yang ditulis oleh Rila Setyaningsih dan Abdullah

Bagian 2 bertajuk *Media Konvensional : Bertahan* yang terdiri dari artikel berjudul *Kebangkitan Pers Populer di Era Hiperkomersialisasi Media:*

Kecenderungan Koran Lokal DIY dalam Mendefinisikan Berita dan Pembaca yang ditulis oleh Puji Rianto, *Benteng Daerah : Persaingan Grup Koran Nasional dan Lokal pada Pasar Pembaca Daerah* yang ditulis oleh Bestian Nainggolan, *Perselisihan Internal dan Kematian Surat Kabar : Studi Kasus Penutupan Harian Sore Sinar Harapan* yang ditulis oleh F.X. Lilik Dwi Mardjianto, *Penyiaran Publik Lokal sebagai Ruang Publik : Studi Kasus pada Ratih TV Kebumen* yang ditulis oleh I Gusti Ngurah Putra, *Profesionalisme Jurnalis dan Kepentingan Ekonomi Media* yang ditulis oleh T. Titi Widaningsih, *Analisis Framing Pemberitaan “Aksi 4-11” Pada Radio RRI Pro 3 dan Radio Sindotrijaya Jakarta* yang ditulis oleh Anis Ferisa

Nurlistiani dan Rahmat Edi Irawan, *Diskriminasi Media Lokal dalam Pemberitaan Pembubaran Hizbut Tahrir Indonesia (Studi Kasus pada Proses Produksi Berita Pembubaran HTI di Media Lokal Jategpos)* yang ditulis oleh Ahsani Taqvim Aminuddin, *Peliputan Korupsi pada Media Massa yang ditulis oleh Aceng Abdullah dan Rangga Saptya Mohamad Permana, Berita Korupsi yang Elitis (Studi Wacana Kritis atas Berita Korupsi untuk Membongkar Praktik Pemberitaan yang Elitis oleh Media Massa Cetak di Provinsi NTT)* yang ditulis oleh Jonas Klemens Gregorius Dori Gobang, *Dinamika Sosialisasi Kebijakan Digitalisasi Penyiaran di Jawa Tengah* yang ditulis oleh Made Dwi Adnjani dan Mubarak, *Otonomi Individu Jurnalis dalam Pengambilan Keputusan Etis Peliputan Bencana* yang ditulis oleh Mubarak dan *Ideologi yang Berkembang dalam Penyiaran di Media Radio* yang ditulis oleh Tita Melia Milyane.

Bagian 3 dari buku ini berfokus pada perkembangan media baru, yang banyak difasilitasi oleh perkembangan teknologi internet. Bertajuk Media Baru : Berkembang, Bagian 3 terdiri dari artikel berjudul *Smartportal : Satu Sentuhan Beragam Kepuasan, Sebuah Eksplorasi Model Uses and Gratifications di Era Konvergensi* yang ditulis oleh Mellysa Widyastuti, *Pencarian Informasi, Presentasi Diri dan Pengawasan Pasangan : Studi Peran Penggunaan Media Sosial dalam Dinamika Relasi Antar – Pribadi* yang ditulis oleh Sa'adatina dan Rouli Manalu, "*Kuliah Whatsapp (Kulwap)*" pada *Komunitas Virtual Family Support Group* yang ditulis oleh Neneng C. Marlina, *Akurasi Berita di Media Sosial Menurut Pengguna (Studi Fenomenologi Praktisi Media Pengguna Media Sosial)* yang ditulis oleh Ido Prijana Hadi, *Dua Sisi Mata Uang Media Sosial : Ekonomi Politik Facebook sebagai Inovasi Teknologi dan Kuasa Politik* yang ditulis oleh Hanna Nurhaqiqi dan *Kampanye, Media Sosial dan Toleransi (Studi Kasus Kampanye Gerakan Sabang Merauke dalam Membangun Sikap Toleransi Beragama melalui Media Sosial)* yang ditulis oleh Tri Susanto, dan terakhir *Berawal Dari Kecintaan, Berproses dalam Media Komunitas Sepakbola : Menengok Manajemen Media Komunitas Berbasis Fans Sepakbola* oleh Fajar Junaedi dan Budi Dwi Arifianto

Hampir secara umum, artikel yang terdapat dibuku ini berasal dari hasil penelitian yang dilakukan oleh masing – masing penulis. Inilah yang membuat buku ini menjadi wajib dibaca akademisi komunikasi di Indonesia. Selamat membaca.

Biodata Editor

Fajar Junaedi mengajar di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY). Juga menjadi dosen tamu di beberapa kampus lain pada program studi yang sama, seperti Universitas Muhammadiyah Surakarta (UMS), dan Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta (UNISA). Menulis beberapa buku tentang komunikasi dan sepakbola. Saat ini mengemban amanah sebagai koordinator publikasi pada Divisi Penelitian dan Pengembangan Pengurus Pusat Aspikom, serta menjadi inisiator pendirian Asosiasi Pendidikan Ilmu Komunikasi – Perguruan Tinggi Muhammadiyah (APIK – PTM). Surat elektronik fajarjun@gmail.com.

Daftar Isi

Pengantar ASPIKOM	v
Pengantar Editor	vii
Bagian 1.	
Media dan Publik : Perubahan	xix
Transparansi Informasi, Kebebasan Komunikasi dan Karakteristik Masyarakat	
<i>Eko Harry Susanto</i>	1
Pengembangan Komunikasi Masyarakat Kepulauan Timur Madura Melalui Keterbukaan Informasi, <i>Open Mindset</i> , dan Media Lokal	
<i>Surokim</i>	21
Ahok <i>Effect</i> dan Etika Bermedia	
<i>M. Abdul Ghofur dan Ellen Meianzi Yasak.....</i>	45
Model Pemberdayaan Literasi Media Internet Berbasis Komunitas	
<i>Mazdalifah dan Yovita Sabarina Sitepu</i>	53
Strategi Pemerintah Kabupaten Ponorogo dalam Implementasi Literasi Media di Desa Biting	
<i>Rila Setyaningsih dan Abdullah.....</i>	71
Bagian 2.	
Media Konvensional : Bertahan	85
Kebangkitan Pers Populer di Era Hiperkomersialisasi Media: Kecenderungan Koran Lokal DIY dalam Mendefinisikan Berita dan Pembaca	
<i>Puji Rianto</i>	87
Benteng Daerah : Persaingan Grup Koran Nasional dan Lokal pada Pasar Pembaca Daerah	
<i>Bestian Nainggolan</i>	101
Perselisihan Internal dan Kematian Surat Kabar : Studi Kasus Penutupan Harian Sore Sinar Harapan	
<i>F.X. Lilik Dwi Mardjianto</i>	123

Penyiaran Publik Lokal sebagai Ruang Publik : Studi Kasus pada Ratih TV Kebumen <i>I Gusti Ngurah Putra</i>	141
Profesionalisme Jurnalis dan Kepentingan Ekonomi Media <i>T. Titi Widaningsih dan E. Nugrahaeni Prananingrum</i>	161
Analisis Framing Pemberitaan “Aksi 4-11” Pada Radio RRI Pro 3 dan Radio Sindotrijaya Jakarta <i>Anis Ferisa Nurlistiani dan Rahmat Edi Irawan</i>	179
Diskriminasi Media Lokal dalam Pemberitaan Pembubaran Hizbut Tahrir Indonesia (Studi Kasus pada Proses Produksi Berita Pembubaran HTI di Media Lokal Jategpos) <i>Ahsani Taqwim Aminuddin</i>	193
Peliputan Korupsi pada Media Massa <i>Aceng Abdullah dan Rangga Saptya Mohamad Permana</i>	215
Berita Korupsi yang Elitis (Studi Wacana Kritis atas Berita Korupsi untuk Membongkar Praktik Pemberitaan yang Elitis oleh Media Massa Cetak di Provinsi NTT) <i>Jonas Klemens Gregorius Dori Gobang</i>	225
Dinamika Sosialisasi Kebijakan Digitalisasi Penyiaran di Jawa Tengah <i>Made Dwi Adnjani dan Mubarak</i>	233
Otonomi Individu Jurnalis dalam Pengambilan Keputusan Etis Peliputan Bencana <i>Mubarak</i>	247
Ideologi yang Berkembang dalam Penyiaran di Media Radio <i>Tita Melia Milyane</i>	261
Bagian 3.	
Media Baru : Berkembang	273
<i>Smartportal</i> : Satu Sentuhan Beragam Kepuasan, Sebuah Eksplorasi Model <i>Uses and Gratifications</i> di Era Konvergensi <i>Mellysa Widyastuti</i>	275
Pencarian Informasi, Presentasi Diri dan Pengawasan Pasangan : Studi Peran Penggunaan Media Sosial dalam Dinamika Relasi Antar - Pribadi <i>Sa’adatina dan Rouli Manalu</i>	295
“Kuliah Whatsapp (Kulwap)” pada Komunitas Virtual Family Support Group <i>Neneng C. Marlina</i>	311

Akurasi Berita di Media Sosial Menurut Pengguna (Studi Fenomenologi Praktisi Media Pengguna Media sosial) <i>Ido Prijana Hadi</i>	333
Dua Sisi Mata Uang Media Sosial : Ekonomi Politik Facebook sebagai Inovasi Teknologi dan Kuasa Politik <i>Hanna Nurhaqiqi</i>	351
Kampanye, Media Sosial dan Toleransi (Studi Kasus Kampanye Gerakan Sabang Merauke dalam Membangun Sikap Toleransi Beragama melalui Media Sosial) <i>Tri Susanto</i>	365
Berawal Dari Kecintaan, Berproses dalam Media Komunitas Sepakbola : Menengok Manajemen Media Komunitas Berbasis Fans Sepakbola <i>Fajar Junaedi dan Budi Dwi Arifianto</i>	389

Profesionalisme Jurnalis dan Kepentingan Ekonomi Media

T. Titi Widaningsih¹ dan E. Nugrahaeni Prananingrum²

¹Universitas Sahid Jakarta

✉ titi_widaningsih@usahid.ac.id

²Universitas Negeri Jakarta,

✉ enugrahaeni@gmail.com

Pendahuluan

Televisi (TV) merupakan salah satu media komunikasi massa yang mempunyai keunggulan jangkauan khalayak yang luas serta mampu menyajikan informasi secara lebih menarik dalam bentuk *audio* dan *visual*. Bentuk *audio* dan *visual* itu membawa dampak yang sangat besar bagi masyarakat.

Program berita kriminal berisi informasi tindakan yang melanggar peraturan atau undang-undang. Karakter yang menonjol dalam berita kriminal adalah penampilan gambar atau adegan kekerasan. Jurnalis yang melakukan kegiatan peliputan berita kriminal memiliki keunikan tersendiri karena diperlukan keberanian, kecepatan bahkan menantang maut. Seorang jurnalis dalam meliput kasus-kasus tindak kejahatan menggunakan teknik-teknik tertentu yang tentu saja dibatasi dengan etika. Etika berperan sebagai standar moral yang diperlukan dalam menyajikan sebuah berita.

Kode etik berkaitan dengan tingkah laku dan nilai-nilai moral. Kode Etik Jurnalistik merupakan kumpulan atau himpunan norma atau etika di bidang jurnalistik yang dibuat oleh, dari dan untuk wartawan yang mengandung berbagai elemen jurnalisme. Aturan-aturan ini dibuat sebagai kaidah penuntun moral dan etika para wartawan dalam menjalankan profesinya. Tujuan utama jurnalisme adalah menyediakan informasi, untuk memenuhi tugas tersebut jurnalisme harus berpatokan pada kode etik jurnalistik.

Kode Etik Jurnalistik menjadi pedoman bagi wartawan untuk melaksanakan tugas jurnalistiknya secara profesional. Seperti yang diatur dalam Pasal 2 Kode Etik Jurnalistik yang berbunyi, “Wartawan Indonesia menempuh cara-cara yang profesional dalam melaksanakan tugas jurnalistiknya”. Mematuhi kode etik jurnalistik dan menerapkannya merupakan wujud profesional seorang wartawan. Pelaksanaan Kode Etik Jurnalistik merupakan perintah dari undang-undang, Pasal 7 ayat 2 undang-undang No. 40 Tahun 1999 tentang pers yang berbunyi “Wartawan memiliki dan menaati kode etik jurnalistik”.

Kode etik sebagai pedoman pelaksanaan tugas wartawan dan diatur oleh undang undang harus dipatuhi oleh wartawan. Namun pada kenyataannya belum ada kepatuhan wartawan untuk menerapkan kode etik jurnalistik. Penelitian ini mengkaji pelanggaran kode etik yang dilakukan dan penyebab terjadinya pelanggaran kode etik program tayangan berita kriminal. Pemilihan berita kriminal karena hampir semua TV menayangkan program berita kriminal. Tindakan menyimpang menarik untuk diliput dan masyarakat cenderung memberi perhatian besar terhadap berita-berita seperti itu (Rivers & Matthews, 1994:xiii). Tayangan tindak kriminal dalam berita televisi berpotensi mengajari khalayak untuk bertindak hal yang sama (Srikit Syah dalam Jewkes,2004 :36). Berita kriminal yang dipilih adalah berita kriminal Patroli Indosiar karena berita kriminal ‘Patroli’ Indosiar memiliki rating yang lebih besar dibandingkan televisi swasta yang lain. (AC Nielsen).

Kajian Teori

Profesionalisme Jurnalis

Profesionalisme jurnalis adalah nilai-nilai profesional yang diterapkan pada praktek jurnalisisme yang mana nilai-nilai tersebut disepakati dan diakui secara kolektif. Individu dan kolektif jurnalis merupakan pelaku dari profesionalisme jurnalisisme. Profesionalisme merupakan salah satu kunci bagi media untuk dapat menjalankan fungsi sosial media masa. Media yang profesional yang mampu memproduksi jurnalisisme yang baik. Tujuan utama jurnalisisme adalah menyediakan informasi yang diperlukan orang agar bebas dan bisa mengatur diri sendiri.

Jurnalisme merupakan praktek profesional: pemberian layanan yang didasarkan pada keterampilan yang spesifik pada basis teoritis atau pengetahuan ilmiah, dilakukan oleh individual profesional dan diawasi oleh organisasi profesional. Jurnalisme harus berpatokan pada sembilan elemen jurnalisme Untuk memenuhi fungsi media (Kovach dan Rosentiel, 2001:6) yaitu, (1) menginformasikan kebenaran, (2) loyalitas utama jurnalisme pada warga, (3) esensi jurnalisme adalah verifikasi, (4) jurnalis harus menjaga independensi (5) jurnalisme harus berlaku sebagai pemantau kekuasaan, (6) jurnalisme sebagai forum publik, (7) jurnalisme harus berupaya membuat hal yang penting, menarik dan relevan, (8) jurnalisme harus menjaga agar berita komprehensif dan proporsional (9) para jurnalis mengikuti hati nurani. Sembilan elemen jurnalisme ini tersirat di dalam kode etik jurnalistik. Ketika para jurnalis melaksanakan tugas sesuai dengan kode etik berarti para jurnalis telah bekerja secara professional.

Berita Kriminal

Berita adalah laporan yang tepat waktu mengenai fakta atau opini yang memiliki daya tarik atau hal penting atau kedua-duanya bagi masyarakat (Charnley dalam Triamansyah, 2001 : 36). Berita sebagai setiap fakta yang akurat atau suatu ide yang dapat menarik perhatian bagi sejumlah besar pembaca (Spencer dalam Muda, 2008, 21).

Berita adalah laporan tentang fakta atau pendapat atau ide yang aktual, penting, dan menarik perhatian khalayak yang disebarluaskan melalui media massa periodik seperti surat kabar, radio, televisi, maupun *online*.

Berita adalah laporan pertama dari kejadian yang penting yang dapat menarik perhatian umum. (Eric C, dalam Sumadiria, 2006 : 64). Berita adalah suatu penuturan secara benar dan tidak memihak dari fakta-fakta yang mempunyai arti yang penting dan baru terjadi, yang dapat menarik perhatian pembaca. (Blayer dalam Sumadiria, 2006 : 64).

Semua berita adalah informasi, tetapi tidak semua informasi adalah berita. Berita adalah informasi yang mengandung nilai berita yaitu aktual, faktual, penting dan menarik. Informasi tersebut diolah sesuai dengan kaidah-kaidah ilmu jurnalistik, dan disajikan kepada khalayak melalui media massa secara periodik, baik cetak maupun elektronik.

Berita kriminal adalah berita atau laporan mengenai peristiwa dan tindak kejahatan yang diperoleh terutama dari pihak kepolisian yang melanggar undang-undang negara. Yang termasuk dalam berita kriminal adalah pembunuhan, penganiayaan, perampokan, pemerkosaan, penipuan, penculikan dan lain-lain, serta peristiwa lainnya seperti kecelakaan, razia yang dilakukan oleh aparat, bunuh diri, psikotropika, dan lain-lain (Muda, 2003 : 36).

Program televisi ialah bahan yang telah disusun dalam satu format sajian dengan unsur video yang ditunjang unsur audio yang secara teknis memenuhi persyaratan layak siar serta telah memenuhi standar estetik dan artistik yang berlaku. (P.C.S Sutrisno, 2001: 9). Program dikelompokkan menjadi dua yaitu: 1) program informasi (berita) dan 2) program hiburan (*entertainment*). Program informasi dibagi dua yaitu berita keras (*hard news*) yang merupakan laporan berita terkini yang harus segera disiarkan dan berita lunak (*soft news*) yang merupakan kombinasi dari fakta, gosip, dan opini. Sementara program hiburan terbagi atas tiga kelompok besar, yaitu musik, drama permainan (*game show*), dan pertunjukan (Morissan, 2008 : 208)

Kode Etik Jurnalistik

Etika tidak hanya dibutuhkan dalam menjalani kehidupan bermasyarakat namun juga dalam menjalani suatu profesi tertentu yang kemudian disebut dengan etika profesi. Etika profesi sebagai nilai-nilai dan asas moral yang melekat pada pelaksanaan profesional tertentu dan wajib dilaksanakan oleh pemegang profesi itu (Masduki, 2003 : 56).

Kode Etik Jurnalistik adalah kumpulan atau himpunan norma atau etika di bidang jurnalistik yang dibuat oleh, dari dan untuk wartawan. Aturan-aturan ini dibuat sebagai kaidah penuntun moral dan etika para wartawan dalam menjalankan profesinya, agar para wartawan tidak bekerja sembarangan dan tetap menghargai serta menghormati hak orang lain.

Kode Etik dibuat sebagai kaidah penuntun moral dan etika para wartawan dalam menjalankan profesinya. Melalui kode etik diharapkan wartawan di Indonesia (1) profesional, artinya memiliki kompetensi dalam bidang jurnalistik, independen dan bekerja sepenuhnya untuk publik, (2) beretika, artinya mengenal, memahami dan menaati Kode

Etik Jurnalistik, dan (3) berwawasan, artinya memiliki pengetahuan umum dan pengetahuan khusus yang luas.

UU Pers No. 40 tahun 1999 Bab I Pasal 1 ayat 1 tentang pers dan Kode Etik Jurnalistik Wartawan Indonesia (KEWI), menyatakan wartawan sebagai sebuah profesi. Sebagai sebuah profesi, wartawan wajib melaksanakan etika yang mendasari profesinya, dalam hal ini Kode Etik Jurnalistik. Pelaksanaan Kode Etik Jurnalistik merupakan perintah dari undang-undang Pasal 7 ayat 2 Undang-undang No.40 Tahun 1999 tentang Pers yang berbunyi, "Wartawan memiliki dan mentaati Kode Etik Jurnalistik". Ini berarti wartawan yang melanggar Kode Etik Jurnalistik sekaligus juga melanggar undang-undang.

Keberadaan Kode Etik Jurnalistik Wartawan Indonesia tidak akan mengurangi hak setiap organisasi wartawan dan perusahaan pers untuk memiliki kode etik jurnalistik bagi kepentingan para anggota atau wartawannya sendiri. (Atmakusuma dalam Siregar, 2005: 61). Alwi Dahlan menekankan betapa pentingnya kode etik jurnalistik karena kode etik setidaknya-tidaknya memiliki lima fungsi, yaitu (1) Melindungi keberadaan seseorang profesional dalam berkiprah di bidangnya (2) Melindungi masyarakat dari malpraktek oleh praktisi yang kurang profesional (3) Mendorong persaingan sehat antar praktisi (4) Mencegah kecurangan antar rekan profesi (5) Mencegah manipulasi informasi oleh narasumber. (M. Alwi Dahlan dalam Alex Sobur, 2001 :95)

Kode Etik Jurnalistik menghasilkan norma-norma yang berguna bagi wartawan agar berperilaku sesuai dengan rambu-rambu yang berlaku demi kepentingan pribadi, organisasi pers yang menaungi dan khalayak umum (Budyatna, 2005 : 106). Kode Etik Jurnalistik berguna bagi wartawan agar berperilaku sesuai dengan rambu-rambu yang berlaku demi kepentingan pribadi, organisasi pers yang menaungi dan khalayak umum. Kode Etik Jurnalistik dapat menjadi salah satu tolak ukur profesionalisme wartawan dalam melaksanakan tugas jurnalistiknya. Kode Etik Jurnalistik Televisi Indonesia (KEJTI) sebagai pedoman dalam melakukan kegiatan jurnalistik TV. Kode etik hadir dengan tujuan melindungi hak masyarakat memperoleh informasi objektif di media massa dan memayungi kinerja wartawan dari segala macam kekerasan. Jadi etika sangat diperlukan sebagai standar etika

yang pasti, sehingga pers tidak akan mengalami krisis kepercayaan dan krisis kehormatan (Masduki, 2003:51).

KEJTI dibuat oleh Ikatan Jurnalis Televisi Indonesia (IJTI) menjadi pedoman utama perilaku penyiaran. Kode etik jurnalistik pada dasarnya menghendaki setiap berita bersifat jujur, adil dan berimbang sebagai wujud tanggung jawab pers kepada khlayak (Tebba, 2005:43)

Metode Penelitian

Metode penelitian deskriptif kualitatif untuk mendeskripsikan secara sistematis, factual dan cermat (Rakhmat, 2011 : 60) pelanggaran kode etik jurnalistik secara faktual dan cermat. Penelitian dilakukan dengan analisis isi media dan wawancara mendalam untuk mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan pelanggaran kode etik jurnalistik. Analisis isi media dilakukan terhadap berita patroli indosiar selama bulan Februari 2017. Analisis dilakukan terhadap pelanggaran Kode Etik Jurnalistik Televisi Indonesia yang meliputi (1) pasal 5a menayangkan berita secara akurat, jujur dan berimbang, menolak sensasi, berita menyesatkan, memutarbalikkan fakta, fitnah, cabul dan sadis. (2) pasal 6, Jurnalis televisi Indonesia menjunjung tinggi azas praduga tak bersalah. (3) Pasal 7 Jurnalis televisi Indonesia dalam memberitakan kejahatan susila dan kejahatan anak di bawah umur, wajib menyamarkan identitas wajah dan suara tersangka maupun korban. (4) Pasal 11 Jurnalis Televisi Indonesia menghargai harkat dan martabat serta hak pribadi sumber berita

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pelanggaran Kode Etik Jurnalistik

Kode Etik jurnalistik merupakan penuntun moral dan etika para wartawan dalam menjalankan profesinya. Walaupun sudah memiliki kode etik bagi para jurnalis, namun pada prakteknya masih terjadi jurnalis yang tidak mengindahkan aturan dan norma dalam kode etik jurnalistik. Pelanggaran kode etik jurnalistik dilakukan tayangan berita kriminal patrol terjadi dalam berbagai bentuk. Berita **sensasional** dengan menggunakan kalimat yang dilebih-lebihkan. Kalimat yang didramatisasi dapat menimbulkan berbagai emosi seperti ngeri, jijik, takut dan sebagainya. *“Tak bisa menghindari sepeda motor, korban*

menghantam sisi belakang mobil kanan, hingga tubuh korban terpental sejauh 2 meter lalu mendarat dengan kepala mencium aspal hingga pecah dan hancur, dan korban tewas seketika". Merupakan pelanggaran pasal 5 kode etik jurnalistik.

Pelanggaran terjadi karena terdapat unsur **dramatisasi** berita, dengan menayangkan berita yang sadis *"Di tubuh korban lebih dari 15 bekas luka tusukan senjata tajam pada wajah, tubuh, dan lengannya, dengan usus terburai dimana-mana dan bekas cekikan pada leher "*

Unsur sadisme dalam pemberitaan dengan memperlihatkan gambar tanpa sensor. Gambar yang ditayangkan antara lain kaki yang terputus akibat tertabrak kereta api, gambar korban bersimbah darah akibat luka bacokan. Gambar berdarah-darah mayat korban pembunuhan, mayat korban mutilasi, gambar tersangka yang jalan terseok-seok karena luka tembak.

Tayangan berita **cabul dan vulgar**, tidak sopan. Tayangan cabul dapat dapat menimbulkan berbagai kejahatan seksual. Tayangan berita cabul secara visual terlihat pada tayangan gambar pekerja seks komersial yang berpakaian minim, foto-foto bugil, video adegan-adegan mesum, dan lain sebagainya.

Melanggar **azas praduga tidak bersalah** Kode Etik Jurnalistik Televisi Indonesia pasal 6 melarang jurnalis membuat pernyataan yang mengadili atau memberatkan tersangka. Pelanggaran tersebut dapat dilihat dari kalimat berikut *"Diduga pelaku juga melakukan aksi teror yang sama di sejumlah mal", "Kuat dugaan tersangka merupakan komplotan penipu ulung yang bekerja lintas provinsi"*

Jurnalis **tidak menyamarkan** gambar korban asusila dan tersangka kejahatan dibawah umur. Gambar seorang gadis SMP korban asusila, yang diracuni hingga mabuk lalu diperkosa oleh pamanya. Pada gambar wajah korban ditayangkan tanpa disamarkan. Hal ini merupakan bentuk pelanggaran pasal 7 kode etik jurnalistik yang dilakukan oleh jurnalis

Mengambil gambar sumber berita dengan **memaksa**. Gambar dua perempuan pekerja seks komersial yang terjaring dalam sebuah razia yang dilakukan oleh aparat. Kedua perempuan tersebut tidak ingin gambar wajahnya diambil dengan menutupi wajah dari sorotan kamera. Seorang anak korban asusila gurunya yang tidak ingin

gambar wajahnya diambil dengan menutupi wajah dari soroton kamera. Penayangan berita ini melanggar Kode Etik Jurnalistik Televisi Indonesia pasal 11.

Profesionalisme Jurnalis

Kebijakan redaksi berita kriminal Patroli telah mengacu pada undang-undang maupun kode etik yang ada. Aturan yang ditetapkan redaksi antara lain tidak menayangkan adegan asusila/mesum, Gambar yang mengerikan/menjijikan serta gambar jenazah diupayakan tidak ditayangkan / di blur. Prosedur harus teliti dan melakukan cek dan ricek sebelum Program ditayangkan. Tidak mewawancarai anak tentang sebuah peristiwa yang dapat membangkitkan trauma.

Program berita kriminal “Patroli” tidak boleh ada gambar berdarah-darah, mayat korban pembunuhan, dan sejenisnya. Kalaupun ada, wajib disamarkan dengan durasi 3 detik. Namun seringkali editor kebablasan menayangkan luka yang diderita oleh tersangka maupun korban. (informan 1).

Desakan waktu tayang, yang membuat jurnalis bekerja mengejar target sehingga menyebabkan terjadi pelanggaran kode etik. “Ya karena desakan waktu yang sudah mepet dengan jam siaran, maka kadang-kadang editor tidak sempat lagi untuk menyamarkan gambar-gambar yang ditayangkan” (Informan 3).

Tugas produser adalah mengecek naskah dan gambar yang masuk. Mengedit naskah sehingga menjadi layak tayang. Karena keterbatasan waktu produser tidak sempat mengedit naskah yang masuk, banyak naskah masuk di saat-saat terakhir. Produser tidak sempat mengecek semua gambar dan menyerahkan ekstensi gambar pada editor. “karena keterbatasan waktu menjelang siaran, produser hanya sempat mengedit naskah dan gak sempat lagi mengecek gambar, semuanya di serahin pada editor” (informan 3)

Waktu kerja yang selalu berkejaran dengan deadline maka prosedur kerja tidak dilaksanakan dengan baik. Contoh produser jarang mendampingi editor mengedit berita yang didapat di lapangan. Reporter tidak mendampingi editor ketika mengedit berita Padahal salah satu tugas reporter adalah mem-preview gambar yang direkam juru kamera dan mendampingi editor untuk memilih gambar yang tepat sehingga sesuai dengan naskah yang dibuat oleh reporter. “Tidak

mungki mendampingi editor. Kalau saya harus meliput berita pukul 10.00 malam dan pulang pukul 06.00 pagi, pukul 09.00 pagi editing baru dimulai". (Informan 1).

Membedakan kasus besar atau kecil sehingga tidak mengikuti aturan yang berlaku. *"Penyamaran identitas korban atau tersangka tergantung seberapa besar kasusnya. Kalau kasus kecil, saya gak mau repot-repot menyamarkan wajah atau identitas korban dan tersangka kejahatan anak di bawah umur"* (informan 3) Penerapan kode etik adalah standar kerja bukan pada besar kecilnya kasus, atau kasus yang berhubungan dengan publik figur.

Prosedur kerja tidak dijalankan, padahal prosedur kerja merupakan aturan yang harus dilaksanakan. Karena prosedur tidak dilakukan, maka terjadi pelanggaran kode etik seperti wajah korban asusila yang tidak disamarkan. *"Produser atau reporter seharusnya mendampingi editor ketika mengedit gambar untuk memastikan bahwa tidak ada gambar/identitas korban dan tersangka yang tidak disamarkan. Tetapi pada kenyataan, produser terlalu sibuk untuk menyiapkan keseluruhan tayangan sehingga editor terabaikan".(informan 1).*

Prosedur kerja yang tidak dijalankan dengan baik menyebabkan fungsi dan peran yang seharusnya dijalankan baik oleh reporter, produser, editing tidak berjalan sesuai dengan yang ditentukan organisasi. Jurnalis melakukan berbagai cara untuk dapat mengejar sebuah program dapat diselesaikan dan ditayangkan. *"saya mensiasatinya dengan mempreview gambar dan mencatat timecode wawancara di naskah, jadi editor punya acuan wawancara mana yang harus dipakai. Untuk pemilihan gambar diserahkan sepenuhnya kepada editor"* (Informan 1)

Profesionalisme jurnalis terbentuk melalui proses dan aturan tertentu. Aturan yang menjadi standar praktek dan perilaku jurnalis meliputi metode jurnalistik, proses kerja tim, dan presentasi yang dianggap sebagai profesional. Dalam metode kerja jurnalistik penyamaran gambar bisa dilakukan langsung dari kamera oleh para jurnalis di lapangan. Sehingga jika terjadi *deadline* gambar sudah langsung tersamarkan tanpa perlu dilakukan penyamaran oleh editor. Atau dengan cara menshooting wajah tersangka dengan format extreme close. *"Tidak sempat merekam gambar dengan melakukan berbagai*

teknik karena dituntut bekerja cepat, liputan berita kriminal tidak bisa diatur”. (informan 3)

Proses pemberitaan dari pencarian sampai penayangan berita tidak dijalankan sesuai dengan aturan dalam proses produksi berita kriminal patroli. Proses produksi dalam media tidak melalui pengawasan yang kaku seperti pabrik, melainkan berdasarkan pendapat-pendapat profesional jurnalis. Kebebasan tersebut seharusnya tetap dilakukan dengan mengindahkan kaidah kaidah yang berlaku.

Kode etik sulit diimplementasikan karena intepretasi yang berbeda antara pekerja media, masyarakat bahkan dengan pemerintah. Ketiga terjadi penafsiran yang berbeda maka pelaksanaan etika akan sulit dilakukan.. *“batasan setiap individu berbeda-beda, ada yang menganggap gambar ini cabul, tapi menurut yang lain biasa aja. Jadi kita sebagai jurnalis susah menentukan batasan-batasan itu”* (informan 2)

Jurnalis harus mencari informasi yang factual dan melakukan cek dan ricek. Jurnalis berita kriminal Patroli masih menyertakan opini dan praduga tidak bersalah yang dapat menjadikan khalayak memiliki kesimpulan yang salah terhadap tersangka. Jurnalis yang profesional haruslah selalu berusaha untuk mencari informasi yang akurat, sehingga berita yang disajikan tidak bersifat praduga atau prasangka.

Prinsip keadilan dalam berita kriminal sangat penting, seseorang tersangka kriminal yang belum didakwa atau divonis pengadilan tidak diberikan kesempatan berbicara mengenai latar belakang, alasan, atau pembelanya, maka tersangka itu akan merasa dirugikan. Publik akan langsung mencapnya sebagai penjahat meski belum tentu kejahatan yang disangkakan pada dirinya terbukti dan memang benar-benar dilakukanya. Publik akan sulit mengetahui kebenaran dari sebuah tindak kejahatan. Berita kriminal harus selalu menyediakan kesempatan bagi kedua pihak baik korban maupun tersangka perseorangan maupun kelompok untuk menjelaskan versi mereka dan membiarkan publik mengevaluasi sendiri.

Jurnalis telah bersikap tidak adil pada tersangka sehingga menciptakan image bersalah meski tersangka belum tentu bersalah atau membantu pembentukan stigma bersalah sebelum tersangka dijatuhi hukuman.

Panduan Jurnalis dalam bekerja bukan kode etik tetapi berdasarkan instruksi pimpinan redaksi dan produser. Implementasi disesuaikan dengan kondisi di lapangan. *“selama ini panduan kerjanya Cuma berdasar pada intruksi pemred dan Produser saja, dan implementasinya disesuaikan sama keadaan di lapangan. Itu saja”* (informan 1)

Para jurnalis tidak tahu dan tidak memahami kode etik jurnalistik yang seharusnya dijadikan standar profesionalisme dalam bekerja. *“Tahu kode etik tapi saya tidak pernah baca isinya, cuma pernah denger saja. Pedoman kinerja di buat oleh Pemred. Isinya intruksi format gambar, format pemberian title, dan format-format lainnya”* (informan 3)

Kepentingan Ekonomi media

Kebijakan redaksi program berita kriminal “Patroli” menetapkan *“tidak boleh ada gambar berdarah-darah, mayat korban pembunuhan, dan sejenisnya. Kalaupun ada, wajib disamarkan dengan durasi 3 detik”*. (informan 1). Namun pada kenyataannya seringkali editor kebablasan menayangkan luka yang diderita oleh tersangka maupun korban.

Program kriminal adalah komoditas TV. Sebagai sebuah komoditas program berita kriminal tidak ada daya jualnya jika tidak menayangkan hal-hal yang berbau sadistik, tidak berdarah, dan tidak mengandung kekerasan.

“Justru gambar-gambar yang sadis, berdarah, dan hal-hal yang berbau kekerasan itu yang mempunyai daya jual yang tinggi” (Informan 1) Berita kriminal adalah komoditas yang memiliki nilai jual yang tinggi karena disukai masyarakat. *“Berita mengenai kekerasan, seperti misalnya pembunuhan, itu menarik untuk diketahui bagi masyarakat luas, jadi sebagai pembelajaran supaya lebih berhati-hati. Mungkin alasan lain karena mengangkat isu tentang kekerasan seperti pembunuhan, dapat meningkatkan rating, karna masyarakat suka dengan hal-hal seperti itu”*(informan 1)

Berita kriminal juga akan lebih menarik bila gambar tidak disamarkan, karena lebih jelas lebih disukai dan lebih mudah menggugah emosi penonton. *“gambar akan lebih menarik kalau tidak disamarkan”* (informan 2)

Pendramatisasian berita, biasanya dilakukan oleh jurnalis untuk membuat suatu sensasi. Karena dengan adanya sensasi, maka

akan membuat suatu berita menjadi lebih menarik dan mendapat perhatian dari masyarakat. dramatisasi berita sebaliknya tidak dilakukan oleh jurnalis, karena selain tidak sesuai dengan etika jurnalistik, pendramatisasian akan menyebabkan terjadinya distorsi dan menjadikan sebuah berita hadir dalam keadaan yang tidak sebenarnya. Jurnalis sebaiknya tidak menilai sebuah berita hanya untuk dikomersilkan, dengan asumsi jika suatu tayangan menarik, maka akan banyak masyarakat yang menonton sehingga pasokan iklan akan menjadi bertambah, dan memberi keuntungan yang besar.

Jurnalis seharusnya tidak memaksa narasumbernya yang keberatan. ya saya tidak akan memaksanya terus-menerus. Jika narasumber tidak mau jurnalis bisa mencari narasumber lain. Namun yang sering terjadi penolakan tersebut justru dianggap menjadi daya tarik untuk ditayangkan dan ditonton. *“Ya lihat mereka berlarian atau berusaha menutupi diri dan identitas mereka justru menjadi daya tarik untuk direkam.”* (informan 2)

TV sebagai institusi bisnis, kepentingan ekonomi menjadi prioritas utama dalam tayangan. Tayangan berita kriminal sebagai sebuah komoditas dibuat sedemikian rupa sehingga menarik masyarakat untuk menyaksikan tayangan tersebut. Tayangan yang banyak ditonton masyarakat tentunya akan menguntungkan bagi media. Media selain sebagai institusi bisnis juga memiliki tanggung jawab sosial, sehingga tetap harus mengindahkan etika dalam setiap tayangannya.

TV sebagai institusi bisnis, mengelola sumber daya manusia dengan jumlah terbatas dan beban kerja yang tinggi untuk menghasilkan keuntungan yang besar. Bahkan untuk mengatur waktu liburpun sangat sulit. *“Satu hari ada dua produser. Untuk pengaturan hari libur diantara produser membuat jadwal sendiri ada hari-hari dimana mereka bekerja sendirian, tetapi harinya tidak tentu, sehingga produser yang tugas sendirian harus bekerja lebih keras dibanding biasanya. Dan karna keterbatasan waktu menjelang siaran, produser hanya sempet mengedit naskah dan gak sempet lagi mengecek gambar, semuanya di serahin pada editor”* (informan 3)

Jurnalis juga memiliki jam kerja yang tidak teratur. Para jurnalis selalu berkejaran dengan *deadline*. Sehingga kerja menjadi tidak professional, hanya mementingkan target untuk menayangkan tepat

waktu. *“Kalau saya harus meliput berita pukul 10.00 malam dan pulang pukul 06.00 pagi, bakal capek banget kalau harus menunggu sampai pukul 09.00 pagi ketika editing dimulai”.* (Informan 1)

Beban kerja para jurnalis khususnya editor sangat berat, karena tidak hanya diberi tanggung jawab yang besar ketika memilih gambar. *“beban editor sangatlah berat, tidak hanya diberi tanggung jawab yang besar ketika memilih gambar, editor harus berlomba dengan waktu untuk men-dubbing naskah dan mengedit materi yang ada.* (informan1)

Banyak para editor yang mengalami kendala dalam proses editing. Kendala tersebut dikarenakan peralatan kerja yang digunakan sangat terbatas, kadang harus bergantian. Atau tersedia peralatan namun editor tidak bisa menggunakannya. *“perangkat editing digital hanya ada dua buah. Untuk mengedit berita kriminal harian, perangkat editing yang lebih sering digunakan adalah editing analog yang jumlahnya lebih banyak. Penggunaan editing digital memakan waktu lebih lama dibanding editing analog. Apalagi hanya ada segelintir editor yang bisa mengedit dengan editing digital. Jadi dari pada mengantri, lebih baik menggunakan waktu untuk mengeksekusi gambar secara manual. Akhirnya beberapa editor nekat memasukkan gambar korban dan tersangka tanpa disamarkan.* (Informan 1)

Era kemerdekaan dan kebebasan media sering disalah gunakan oleh media dengan melakukan pemberitaan tanpa *chek and recheck* terlebih dahulu. *Cover both side* (keberimbangan) menjadi langka. *Trial by the press* menjadi sesuatu yang lazim dilakukan oleh media. Media massa memiliki kekuatan yang besar dalam merekonstruksi pemikiran masyarakat, bahkan media mampu menggerakkan masyarakat. berbagai teori menggambarkan kekuatan media dalam mempengaruhi khalayak seperti Maxwell McCombs dan Donald Shaw dengan *Agenda Setting Theory*, Harold D. Laswell dengan *Hypodermic Needle Theory*, *Bullet Theory*.

George Gerbner melalui *Cultivation Theory* menyatakan bahwa terpaan media massa (khususnya televisi) mampu memperkuat persepsi khalayak terhadap realitas sosialnya. **(Mc.Quail, 2011)**. Teori Kultivasi ini menganggap bahwa masyarakat tidak memiliki daya kemampuan untuk menangkal setiap informasi yang disiarkan media massa (TV), sehingga masyarakat cenderung beranggapan bahwa apa

yang mereka lihat di media (TV) maka itulah yang sedang berlaku di dunia nyata dan bereaksi berdasarkan apa yang mereka serap dari media tersebut.

Media massa memiliki kuasa penuh atas masyarakat, maka media massa tidak hanya sebatas menjalankan fungsinya sebagai media informasi, pendidikan, hiburan, dan kontrol sosial namun lebih dari itu, media massa harus memahami apa yang layak untuk diinformasikan. Jurnalis harus mampu melakukan praktik jurnalistik secara professional dan bebas dari berbagai intervensi.

Sebagai institusi bisnis media massa melakukan proses ekonomi. Dalam proses ekonomi terjadi sebuah transaksi, yang sangat dipengaruhi oleh faktor supply dan demand seperti transaksi komoditas yang lain. Ini berarti industry media sama dengan industry lainnya yang bukan media. media elektronik yang dijual adalah isinya yang berupa program siaran. Penjualan dilakukan secara langsung untuk TV berbayar dan tidak langsung melalui iklan dipasang oleh konsumen. Oleh Picard (dalam Albaran, 1996) disebutkan bahwa produk market media adalah dual product market.

Praktik industri media menurut teori *industrial organization* meliputi struktur pasar, perilaku pasar dan kinerja media. (Rusadi, 2015 : 40) Berita kriminal disiarkan hampir semua TV di Indonesia. dari sisi pasar tidak ada yang memonopoli. Untuk menguasai pasar media harus berjuang menarik penonton untuk melihat tayangan patroli sehingga media seringkali mengabaikan aspek etika dan profesionalitas untuk mengejar keuntungan semata.

Dalam industry TV harga program siaran sangat tergantung pada rating. Rating menunjukkan besarnya khalayak yang menonton program siaran tersebut. Semakin tinggi rating berarti akan semakin memiliki nilai jual yang tinggi. Rating menjadi tujuan utama dari sebuah program siaran sehingga aspek profesional dan fungsi sosial media sering terabaikan.

Kinerja media diukur dari keuntungan yang diperoleh. Efisiensi dilakukan oleh media untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal. Sumber daya manusia dan non manusia yang terbatas, sementara waktu kerja tidak terbatas sering menyebabkan kinerja yang tidak profesional. Tidak ada waktu untuk melakukan editing, penggunaan

peralatan yang harus bergantian merupakan efisiensi yang dilakukan media sehingga jurnalis tidak bekerja secara professional.

Penutup

Simpulan dari penelitian profesionalisme jurnalis menyatakan bahwa masih terjadi pelanggaran kode etik pada berita kriminal Patroli Indosiar. Jurnalis Patroli belum menjalankan tugasnya secara professional, kode etik jurnalis sebagai standar bagi profesionalisme kinerja masih diabaikan. Pelanggaran yang dilakukan jurnalis pada pemberitaan kriminal patroli dengan menayangkan berita yang sensasional, cabul, vulgar dan melanggar azas praduga tidak bersalah. Tayangan berita kriminal Patroli juga tidak menyamarkan gambar korban asusila dan anak dibawah umur, kurang akurat, tidak menjunjung prinsip keadilan.

Pelanggaran terjadi dikarenakan (1) Proses pemberitaan dari pencarian sampai penayangan berita yang telah ditetapkan tidak dijalankan sebagaimana mestinya. Prosedur tidak dijalankan dengan baik karena desakan waktu dalam setiap tayangan, sumber daya yang tersedia terbatas. (2) para jurnalis tidak tahu dan tidak memahami kode etik jurnalistik (3) kepentingan ekonomi dengan tayangan yang dramatis, vulgar dan sensasi diharapkan dapat menarik minat menonton.

Sebagai saran, jurnalis harus memahami apa yang layak untuk diinformasikan kepada khalayak dengan mengkontruksi informasi sesuai dengan etika. Media harus menyeimbangkan antara kepentingan ekonomi dengan fungsi sosial media. Proses pemberitaan harus dilakukan sesuai dengan apa yang telah ditetapkan organisasi. Komisi penyiaran harus mensosialisasikan kode etik kepada lembaga media dan para jurnalis sehingga bisa bekerja secara proposional. Meningkatkan kemampuan jurnalis baik dalam bidang peliputan maupun editing.

Daftar Pustaka

- Baksin, Askurifai. (2006). *Jurnalistik Televisi Teori dan Praktik*. Bandung, PT. Symbiosa Rekatama Media.
- Budyatna, Muhammad. (2005). *Teori dan Praktek*. Bandung, Remaja Rosdakarya.
- Bungin, Burhan. (2001). *Metodologi Penelitian Sosial: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif*. Surabaya, PT. Airlangga University Press.
- Muda, Deddy Iskandar (2008). *Jurnalistik Televisi: Menjadi Reporter Profesional*, Bandung, PT. Remaja Rosdakarya.
- Djunaidi, H. Mahbub. (1982). *Kode Etik Jurnalistik dalam Prinsip-prinsip Dasar Wartawan Indonesia*. Jakarta : Deppen.
- Heath, R.B. (1996), *The Mass Media-Radio and Television*. New York : Sage Publication.
- Hikmat Kusumaningrat & Purnama Kusumaningrat. (2005). *Jurnalistik Teori dan Praktik*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Masduki. (2005). *Kebebasan Pers dan Kode Etik Jurnalistik*. Yogyakarta. UII Pers
- Masduki.(2003), *Radio Siaran dan Demokratisasi*. Yogyakarta, Jendela.
- McQuil, Dennis. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta, Salemba Humanika
- Morissan. (2008). *Manajemen Media Penyiaran*. Jakarta, Kencana Prenada Media Group
- Rakhmat, Jalaluddin. (2011). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya.
- Rivers, William, & Matthew, Cleve. (1994). *Etika Media Massa*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rusadi, Udi (2015). *Kajian Media*. Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada
- Setiati, Eni. (2005). *Ragam Jurnalistik Baru Dalam Pemberitaan : Strategi Wartawan Menghadapi Tugas Jurnalistik*. Yogyakarta, PT. Andy Offset.
- Siregar. R.H. (2005) *Setengah Abad Pergulatan Etika Pers*. Jakarta, Dewan Kehormatan PWI.

- Sobur, Alex. (2001). *Etika Pers : Profesionalitas dengan Nurani*. Bandung, Humaniora Utama Pers.
- Sumadiria, AS Haris. (2006). *Bahasa Jurnalistik, Panduan Praktis Penulis dan Jurnalis*. Bandung, PT. Simbiosis Rekatama Media.
- Sutrisno, P.C.S. (2001). *Pedoman Praktis Penulisan Skenario Televisi dan Video*. Jakarta, PT. Grasindo.
- Syamsul M.Romli, Asep. (2000). *Jurnalistik Praktis*. Bandung, PT. Remaja Rosdakarya.
- Tebba, Sudirman. (2005). *Jurnalistik Baru*. Jakarta, Kalam Indonesia.
- Trimansyah, Bambang. (2001). *Jurnalistik Untuk Remaja*. Jakarta, Grafindo Media Pratama.
- Uchyana Effendy, Onong. (2000). *Radio Siaran Teori & Praktek*. Bandung: CV. Mandar Maju.
- Wahyudi, J.B. (2005). *Jurnalistik TV : Tentang dan Sekitar Siaran Berita TVRI*. Bandung : Alumni TVRI.