

KODE ETIK JURNALISTIK SEBAGAI PEDOMAN ETIK WARTAWAN

Misroji

Abstract: As a Journalism Code of Ethics Code of Journalists. *Journalistic Code of Ethics is a guideline of conduct for journalists, of the process of reporting to writing news. He is associated with the problem of ethical values are not in the form of criminal sanctions, but moral. However, the Code concerning the integrity and credibility of the journalist or the media where he ruled. Unfortunately, opening the era of freedom that began with the reform does not render the Journalistic Code of Ethics as a guideline strongly held by the women of the media. Over time, the Code rather than decreased, the case is still high even every year. The fact that cases of violation of the Code of Journalism still high it should be a concern of people engaged in the world press. Not only journalists who are parties that directly interact with sources of news, but also other stakeholders such as media owners, to understand and commit to upholding journalistic ethics.*

Keywords: Code of Ethics of Journalism, Journalist, Media

Abstrak: Kode Etik Jurnalistik Sebagai Pedoman Etik Wartawan. *Kode Etik Jurnalistik merupakan pedoman etik bagi wartawan, dari proses peliputan hingga penulisan menjadi berita. Ia terkait dengan masalah nilai-nilai etik yang sanksinya tidak dalam bentuk pidana, tapi moral. Meski demikian, Kode Etik menyangkut integritas dan kredibilitas wartawan maupun media tempat ia bernaung. Sayangnya, terbukanya era kebebasan yang dimulai dengan reformasi tidak menjadikan Kode Etik Jurnalistik sebagai pedoman yang dipegang kuat oleh insan media. Seiring perjalanan waktu, Kode Etik bukannya mengalami penurunan, kasusnya malah tiap tahun masih tinggi. Fakta bahwa kasus pelanggaran Kode Etik Jurnalistik masih tinggi sudah seharusnya menjadi perhatian orang-orang yang berkecimpung di dunia pers. Tak hanya wartawan yang menjadi pihak yang langsung berinteraksi dengan narasumber berita, tetapi juga stakeholder yang lain seperti pemilik media, untuk memahami dan berkomitmen untuk menjunjung tinggi kode etik jurnalistik.*

Keywords: Kode Etik Jurnalistik, Wartawan, Media

Pendahuluan

Wartawan adalah pekerja pers atau media massa. Seorang wartawan bertugas untuk menyajikan berita (news) secara berimbang (cover both sides) dan adil dengan mengutamakan fakta serta kecermatannya dan tidak mencampuradukkan antara fakta dan opini sang wartawan.¹

Satu poin di atas saja sudah menunjukkan bagaimana seorang wartawan Indonesia khususnya, harus menyajikan berita secara berimbang, yang ini berarti menyangkut etika seorang wartawan dalam menjalankan tugas jurnalistiknya. Tidak terpenuhinya keberimbangan dalam menyajikan suatu berita berpotensi merugikan salah satu pihak yang diberitakan.

Demikian pula soal kecermatan wartawan dalam *chek and richek* atas berita yang ditulisnya, serta tidak mencampuradukkan antara fakta dan opininya, sudah masuk dalam wilayah etika jurnalistik yang mesti dipatuhi insan pers.

Dalam praktiknya, setiap tahun masih dapat ditemukan pelanggaran etika jurnalistik yang dilakukan oleh wartawan maupun pengasuh media (redaksi). Kasus-kasus itu antara lain meliputi ketidakberimbangan pemuatan narasumber berita, kurang cermat dalam menyajikan data, pencampuradukan antara fakta dan opini, terima suap, plagiat, tak segera meralat berita yang salah kutip, serta memberitakan kejahatan susila (asusila) yang merugikan pihak korban.

Oleh karena itu, sangat penting bila seorang calon wartawan maupun wartawan yang sudah menekuni profesinya, untuk mengerti, memahami, serta mempraktikkan Kode Etik Jurnalistik yang telah disusun oleh berbagai lembaga organisasi wartawan di Indonesia.²

Pembahasan

Era reformasi 1998 ditandai oleh munculnya “kebebasan berekspresi dan berpendapat”. Salah satu kebebasan berpendapat (freedom of speech) itu adalah dibebaskannya Surat Izin Usaha Penerbitan Pers (SIUPP). Menteri Penerangan Yunus Yosfiah mengeluarkan Permenpen Nomor 1 Tahun 1998 yang mencabut Permenpen Nomor 1 Tahun 1984 yang memuat ketentuan mengenai pembatalan SIUPP.

¹ Lihat Kode Etik Jurnalistik Persatuan Wartawan Indonesia, Bab II Pasal 5 tentang Cara Pemberitaan dan Menyatakan Pendapat.

² Sejumlah organisasi profesi wartawan telah menyusun panduan Kode Etik Jurnalistik bagi anggotanya. Sebut saja Kode Etik Jurnalistik (KEJ) yang dikeluarkan oleh Dewan Pers; Kode Etik Jurnalistik PWI yang dibuat Persatuan Wartawan Indonesia; Kode Etik AJI yang dirumuskan Aliansi Jurnalis Independen (AJI), serta Kode Etik Jurnalis Televisi Indonesia yang dikeluarkan oleh Ikatan Jurnalis Televisi Indonesia (IJTI)

Ketika SIUPP dibebaskan, pertumbuhan surat kabar pun melesat. Lihat saja angka pertumbuhan media yang terjadi sejak 1997 hingga akhir 1999. Surat kabar harian pada 1997—sebelum era reformasi—hanya ada sekira 79 perusahaan. Pada tahun 1999 jumlahnya berkali lipat menjadi 299 perusahaan. Tabloid dari 88 perusahaan menjadi 886 perusahaan. Majalah dari 144 menjadi 491 perusahaan. Buletin dari 8 menjadi 11 perusahaan. Sehingga totalnya ada penambahan 1.398 SIUPP baru, sebagaimana datanya diambil dari SPS Pusat (Subianto dan Ida, 2012: 107).

SIUPP itu semasa Orde Baru menjadi momok dan ancaman bagi keberlangsungan hidup media massa. Tanpa SIUPP, sebuah media massa tak bakal dapat dinikmati oleh khalayak. Media yang telah memiliki SIUPP sekalipun tetap waspada terhadap berita yang disajikannya karena jika isinya dinilai melanggar ketentuan antara yang boleh dan yang tidak boleh dipublikasikan oleh pemerintah yang berkuasa, maka akan terkena tindakan pembredelan.

Setelah pers diberi kebebasan mengungkapkan apa saja, sebagian di antaranya justru menyelewengkan ke arah yang negatif. Misalnya saja menelanjangi keburukan orang tanpa tedeng aling-aling lagi, bahkan tak jarang melemparkan fitnah tanpa didukung dengan data yang jelas.

Di samping itu, di era reformasi pers juga tak jarang berperan sebagai “tukang kompor” alias “provokator”. Sejumlah konflik bernuansa SARA yang terjadi di belahan bumi Indonesia, dieksploitasi sedemikian rupa sehingga berita yang dihembuskan justru bisa memancing konflik itu sendiri. (Zen, 2010: 25)

Era kebebasan demikianlah memberikan peluang kepada setiap orang yang memiliki modal untuk berkompetisi dalam usaha di bidang penerbitan pers. Maka tak pelak, sejak itu bak cendawan di musim hujan, muncullah berbagai bentuk media massa yang jumlahnya berkali lipat dari era sebelumnya. Misalnya ada surat kabar harian (koran), tabloid, majalah, stasiun radio dan televisi, serta online.

Kenyataannya, pada masa euforia tersebut tak sedikit pengelola media yang tak serius mengelola penerbitannya alias sekadar ikut-ikutan demi menghirup udara kebebasan dalam menyajikan berita dan informasi. Di sisi lain masyarakat pun mendapati banyak pilihan. Misalnya penggemar olahraga dapat memilih tabloid khusus yang memberitakan seputar dunia olahraga seperti Bola, Gol, dan lainnya. Mereka yang hobi memancing dapat menikmati majalah Memancing. Peminat dunia Islam dapat pula menikmati sajian beritanya lewat Majalah Sabili.

Di antara sekian media massa yang lahir di era reformasi juga terdapat sejumlah media yang seolah “mendompleng” gerbong reformasi dengan memanfaatkan kebebasan berekspresi, namun jauh dari misi

jurnalistik yang hakiki, yakni *to inform, to communicate, to educate, to influence public opinion*. (Oetama, 2001:430) Media ini memilih sajian berita dan tulisan yang sensasional dan menyerempet ke pornografi. Puluhan tabloid *Iher*³ hadir di tengah masyarakat, yang dengan merujuk pada namanya saja orang sudah bisa menduga menjurus ke pornografi. Sebut saja tabloid Wow, Lipstik, Pop, dan masih banyak lagi.

Dalam perkembangannya, media-media yang mempertontonkan bagian sensual perempuan dan tulisan yang mengundang syahwat itu mengalami penurunan, meski sempat mengalami *booming*. Sebagian besar terpaksa gulur tikar, terlebih bersamaan dengan lahirnya Undang-undang Nomor 44 Tahun 2008 tentang Pornografi dimana orang atau pihak-pihak yang memproduksi, membuat, memperbanyak, menggandakan, menyebarluaskan, menyiarkan, mengimpor, mengekspor, menawarkan, memperjualbelikan, menyewakan, atau menyediakan pornografi dijera dengan pidana.⁴

Pelanggaran Kode Etik Jurnalistik dalam perjalanan kebebasan media di era reformasi bukannya kian menyusut, malah cenderung meningkat. Aliansi Jurnalis Independen dalam kajian berdasar pengaduan masyarakat mendapatkan fakta bahwa pelanggaran Kode Etik Jurnalistik mengalami kenaikan di era kebebasan pers. Jika pada 2000 saja terdapat 128 pengaduan, maka pada tahun 2010 pengaduan itu naik menjadi 442. Pada tahun 2009 saja angka pengaduan pelanggaran kode etik mencapai 424 kasus. Besarnya kasus pelanggaran etika jurnalistik ini dinilai muncul karena persoalan pemahaman wartawan terkait etika jurnalistik. Berdasar hasil survei AJI, hanya 20 persen dari jurnalis yang membaca Kode Etik Jurnalistik.⁵

Kasus-kasus Pelanggaran Kode Etik Jurnalistik 2014

Sebenarnya, ditinjau dari kajian implementasi mengenai Kode Etik Jurnalistik, media massa yang memberitakan dan menyebarkan tulisan berbau pornografi telah sengaja atau tidak sengaja melanggarnya. Kode Etik Jurnalistik (KEJ) yang menjadi panduan nasional bagi wartawan dan dikeluarkan oleh Dewan Pers mencantumkan masalah ini menjadi salah satu dari 11 etika yang mesti dijalankan oleh pengelola dan pekerja pers.

Pada Kode Etik yang ke-4 disebutkan, "Wartawan Indonesia tidak membuat berita bohong, fitnah, sadis, dan cabul." Penafsiran dari pasal ini

³ Istilah ini merujuk pada media yang mengedepankan foto-foto dan gambar-gambar yang menunjukkan sensualitas perempuan.

⁴ Ketentuan pidana diatur dalam Pasal 29 UU Pornografi, dimana pelakunya dapat dipidana dengan pidana penjara paling singkat 6 bulan dan paling lama 12 tahun dan/atau pidana denda paling sedikit Rp 250.000.000,- dan paling banyak Rp 6.000.000.000.

⁵ Lihat www.viva.co.id. "AJI: Pelanggaran Kode Etik Jurnalistik Naik" 29 Oktober 2011

disebutkan bahwa “Cabul berarti penggambaran tingkah laku secara erotis dengan foto, gambar, suara, grafis atau tulisan yang semata-mata untuk membangkitkan nafsu birahi.”⁶

Masih ada sejumlah Kode Etik Jurnalistik yang tak sedikit dilanggar oleh pengelola maupun pekerja media (wartawan). Kasus paling aktual terjadi pada tabloid “Obor Rakyat” yang pada edisi I (5 - 11 Mei 2014). Dalam edisi yang menampilkan judul cover Capres Boneka, ini “Obor Rakyat” dinilai oleh Dewan Pers tidak memenuhi syarat pemberitaan. Seluruh kaidah jurnalistik yang ditetapkan dalam kode etik jurnalistik dinilai tidak terdapat pada tabloid tersebut.⁷

“Obor Rakyat” edisi perdana itu menyajikan bahasan utama tentang sosok calon presiden Joko Widodo, yang dalam penulisannya dinilai sebagai kumpulan opini yang bersifat subyektif dan hanya mengarah pada salah satu pihak sehingga berpotensi menjadi fitnah. Selain itu, sebagai syarat pemberitaan semestinya pada edisi tersebut mengedepankan unsur keberimbangan berita (cover both sides). Namun, syarat ini tak terpenuhi.

Kasus berikutnya terjadi pada surat kabar harian berbahasa Inggris The Jakarta Post. Pada edisi 3 Juli 2014, koran ini memuat sebuah gambar karikatur tentang kelompok Negara Islam Irak dan Suriah ((ISIS) dimana militan ISIS dideskripsikan sebagai sekawanan perompak/bajak laut dengan mengibarkan panji Islam berbunyi, “La ilaha illa Allah, Muhammad ar-Rasul Allah” (Tidak ada Tuhan selain Allah, dan Muhammad utusan Allah).

Pemuatan karikatur di harian nasional tersebut memicu protes, terutama dari lembaga dan organisasi massa Islam. Mereka mengajukan protes keras ke “The Jakarta Post” yang kemudian pengelola media ini meminta penilaian dan rekomendasi dari Dewan Pers. Dewan Pers yang juga menerima pengaduan dari Tim Pengacara Muslim dan Muslim Muda Banten, pun lantas memberikan jawabannya pada tanggal 16 Juli 2014, yakni karikatur tersebut melanggar Pasal 8 Kode Etik Jurnalistik, karena mengandung prasangka yang tidak baik terhadap agama Islam.⁸

Dewan Pers merekomendasikan “The Jakarta Post” untuk melakukan evaluasi serta mempertimbangkan secara sungguh-sungguh dan bijaksana terkait pemuatan karikatur yang berhubungan dengan agama. “The Jakarta Post” juga perlu menjalin komunikasi yang lebih baik dengan pihak-pihak yang merasa tidak dapat menerima pemuatan karikatur tersebut.

⁶ Lihat Kode Etik Wartawan Indonesia (KEWI), Dewan Pers

⁷ Periksa di www.dewanpers.or.id, Mengapa 'Obor Rakyat' Bukan Produk Pers?

⁸ Lihat www.dewanpers.or.id. Sejumlah Perusahaan Langgar Kode Etik

Kode Etik Jurnalistik Sebagai Pedoman Kerja Wartawan

Kode Etik Jurnalistik sudah seharusnya menjadi pedoman dan pegangan para pengelola dan pekerja media massa. Hal ini disebabkan karena masalah etika menjadi cerminan dari kesadaran para awak media untuk mengedepankan etika dan moral sebagai bagian dari misi jurnalistik secara universal.

Adanya Kode Etik Jurnalistik yang dibuat lembaga pers yang merupakan representasi dari profesi wartawan, itu setidaknya menunjukkan adanya kemauan untuk membuatnya sendiri serta menaati aturan itu. Sedangkan bagi masyarakat, atau pemerintah, diharapkan dapat memunculkan rasa tenang dengan adanya Kode Etik Jurnalistik ini, setidaknya ada jaminan tertulis bahwa pers tidak mau main acak-acakan. Dengan adanya kode etik, pers menetapkan sikapnya yang tegas mengenai ruang lingkup dan pagar-pagar kebebasan, menegaskan di batas-batas mana terjadi penyimpangan dengan kepentingan pribadi, kepentingan negara, dan kepentingan publik. (Mahbub Djunaidi, dalam Wibisono, 1991: 54). Keberadaan Kode Etik Jurnalistik tidak berarti mengekang kebebasan pers sebagai anugerah Tuhan di era reformasi. Kebebasan itu memang sangat penting dan perlu, karena dengan adanya the right to know, segala kecurangan, ketimpangan, dan lain-lain akhirnya akan dikalahkan oleh iklim kebebasan. (Aristides Katoppo, dalam Atmakusumah, 2000: 119).

Kode Etik Jurnalistik, menurut tokoh pers nasional, Atmakusumah, merupakan pedoman yang diperlukan agar pers dan wartawan bekerja berdasarkan prinsip-prinsip obyektivitas, keadilan, keberimbangan, kecermatan, dan penghargaan pada hak-hak asasi manusia. (Suworo, 2008:165).

Atmakusumah berpendapat bahwa Kode Etik dapat pula diabaikan ketika wartawan melakukan liputan investigasi untuk kepentingan umum, dalam lingkup untuk mengungkap kejahatan atau pelanggaran hukum yang serius dan melindungi keselamatan publik. Yang ditekankan olehnya adalah penggunaan akal sehat dalam proses pembuatan berita, sejak peliputan dan penulisan, hingga ke penyebarannya.

Kebebasan itu juga harus bertanggung jawab. Tanggung jawab ini meliputi tanggung jawab kepada Tuhan dan juga kepada publik. Bentuk tanggung jawab itu sendiri merupakan cerminan dari penegakan etika dalam Kode Etik Jurnalistik. Seorang wartawan yang bertanggung jawab akan profesinya lebih cenderung memperhatikan nilai-nilai etik seperti soal pentingnya mengedepankan fakta, obyektivitas, keberimbangan, integritas, moralitas, asas praduga tak bersalah, serta tidak menyalahgunakan profesinya itu dan tidak menerima suap.

Bill Kovach dan Tom Rosenstiel dalam bukunya “Sembilan Elemen Jurnalisme” (2001:233-263) menyinggung masalah etika ini dengan elemen kesembilan, yakni wartawan punya tanggung jawab pada nurani. Meski tidak membahas etika secara khusus—keduanya menilai soal etika sudah teranyam dalam setiap elemen jurnalisme—keduanya menandakan bahwa setiap wartawan—dari redaksi hingga dewan direksi—harus punya rasa etika dan tanggung jawab personal, yakni sebuah panduan moral.

Untuk mewujudkan hal tersebut, menurut Kovach dan Rosenstiel, keterbukaan redaksi adalah hal yang penting untuk memenuhi semua prinsip atau elemen yang dikemukakan dalam bukunya itu. Mereka yang bekerja di organisasi berita harus mengakui adanya kewajiban pribadi untuk bersikap beda atau menentang redaktur, pemilik, pengiklan, dan bahkan warga dan otoritas mapan jika kejujuran dan akurasi mengharuskan mereka berbuat begitu.

Di atas elemen-elemen jurnalisme yang disebutkan Kovach dan Rosenstiel, elemen tentang kewajiban mengutamakan kebenaran ditempatkan pada prinsip yang pertama. Elemen ini ditunjukkan dengan hasil survei yang dilakukan Pew Research Center for the People and the Press dan Committee of Concerned Journalists, ketika respondennya ditanyakan nilai apa yang mereka anggap tertinggi dalam pekerjaannya, seluruhnya menjawab “menyajikan fakta secara benar.” (Ibid: 39).

Meski “kebenaran” itu sendiri jika dilontarkan ke khalayak secara global akan terjadi berbagai penafsiran, tetapi kebenaran itu sendiri, dalam pandangan Islam melekat pada nilai-nilai fitrah yang merujuk pada sunnatullah. Islam memandang kebenaran itu berasal dari Tuhan, Allah Ta’ala (QS. Al-Baqarah/2: 147), karena ia tidak akan pernah bertentangan dengan fitrah manusia dan seluruh ciptaan-Nya. Kebenaran dalam Islam adalah kebenaran yang universal sehingga berlaku untuk semua manusia di berbagai tempat dan zaman.

Kebenaran itu juga terkait dan lekat dengan kejujuran. Kejujuran seorang wartawan untuk menyajikan berita yang benar adalah prinsip dasar dalam kerja jurnalistik. Dan sumber dari kejujuran itu sendiri adalah nash atau doktrin syari’ah. (Anam, 2009: 53).

Allah SWT berfirman, yang artinya “Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah, dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar.” (QS At-Taubah/9: 119).

Rasulullah SAW bersabda, “Kalian wajib berbuat jujur, karena jujur menunjukkan pada kebaikan. Kebaikan menunjukkan pada surga. Seorang tetap jujur dan memeliharanya, hingga ditulis di sisi Allah sebagai orang yang jujur. Hindarilah perbuatan bohong. Karena kebohongan menunjukkan pada kejahatan. Kejahatan menunjukkan pada neraka.

Seorang selalu bohong dan melanggengkannya, hingga ditulis di sisi Allah sebagai pembohong.” (HR Muslim).⁹

Wartawan menjadi salah satu bagian dari organisasi media. Dibutuhkan kemauan bersama untuk menjunjung tinggi Kode Etik Jurnalistik. Ia hanya dapat diterapkan oleh insan-insan pers yang berkomitmen kuat terhadap misi utama jurnalisme.

Penutup

Kode Etik Jurnalistik memberikan panduan (guidance) bagi wartawan untuk menyelaraskan dan menyeimbangkan misi jurnalisme dengan operasionalisasinya di lapangan. Meski sebenarnya masalah etika sudah secara inheren menjadi bagian dari niat suci para wartawan dalam menjalankan kerja-kerja jurnalistiknya.

Meski sebagian besar wartawan memahami Kode Etik Jurnalistik, namun pada praktiknya masih terdapat ironi yang disebabkan oleh berbagai faktor, yang saling tarik-menarik dan kebergantungan, seperti pemodal, pengiklan, pengambil kebijakan, dan lainnya.

Bisa jadi wartawan yang membuat berita secara persoal tunduk pada Kode Etik Jurnalistik, namun pihak-pihak lain yang disebutkan di atas saling mempengaruhi, sehingga di tingkat tertentu Kode Etik terabaikan.

Oleh karena itu, diperlukan penyadaran dan kesadaran dari semua stakeholder yang terlibat dalam dunia pers. Hal ini agar supaya dunia pers, khususnya di Indonesia, dapat berkembang lebih baik lagi dengan menghormati dan mempraktikkan Kode Etik Jurnalistik.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Anam, Faris Khoirul. 2009. *Fikih Jurnalistik. Etika dan Kebebasan Pers Menurut Islam*.

Jakarta: Pustaka Al Kautsar.

Atmakusumah, et.al. *10 Pelajaran untuk Wartawan*. Jakarta. LSPP

Kovach, Bill, dan Tom Rosenstiel. 2003. *Sembilan Elemen Jurnalisme*. Jakarta: Pantau

Luwarsu, Lukas. 2008. *Menjaga Kebebasan Pers. 70 Tahun Atmakusumah Astraatmadja*.

Jakarta: LPDS.

Stanley, et.al. 2006. *Etika Jurnanisme. Debat Global*. Jakarta: ISAI

⁹ Lihat HR Muslim dalam Adab, Bab Kejelekan Berbohong dan Kebaikan serta Keutamaan Berbuat Jujur, jilid 16, hal. 376

Subiakto, Henry, dan Rachmah Ida. 2012. *Komunikasi Politik, Media, dan Demokrasi*.

Jakarta: Prenada Kencana

Oetama, Jacob. 2001. *Pers Indonesia. Berkomunikasi dalam Masyarakat Tidak Tulus*.

Jakarta: Kompas

Wibowo, Wahyu. 2009. *Menuju Jurnalisme Beretika*. Jakarta: Kompas

Wibisono, Christianto. 1991. *Pengetahuan Dasar Jurnalistik*. Jakarta: Media Sejahtera.

Zen, Muhammad. 2010. *Jurus Ampuh Mengatasi Oknum Wartawan Nakal*.

Cakrawala Media

Publisher.

Sumber lain

www.dewanpers.or.id

www.viva.co.id