

BAB II

BUDAYA AMPLOP

DAN NALAR KETERGANTUNGAN WARTAWAN

2.1. Sekilas Sejarah Praktik Amplop di Indonesia

Menelusuri awal mula praktik amplop di kalangan wartawan di Indonesia tidaklah mudah. Sejak kapan dan bagaimana praktik tersebut mulai terjadi, bukanlah perkara mudah menjawabnya. Sebab praktik pemberian amplop bisa saja bersifat tertutup: hanya melibatkan dua pihak antara wartawan dan narasumber tanpa diketahui orang lain. Orang lain tidak akan tahu kecuali pemberian amplop itu dilakukan secara terbuka atau pemberian amplop tersebut dilakukan secara terorganisir. Misalnya sebuah kantor kedinasan mengalokasikan dana untuk wartawan sehingga alokasi dana itu bisa diketahui banyak orang. Praktik pemberian amplop juga sulit ditentukan kapan mulainya karena kapan pers nasional di Indonesia mulai terbit saja masih saling berbeda pendapat.¹

¹ Budayawan Tafik Rahzen menyimpulkan bahwa kelahiran pers nasional mulai 1 Januari 1907. Kesimpulan itu diambil setelah melakukan penelitian yang kemudian diterbitkan menjadi buku berjudul: *"100 Tahun Pers Nasional"*. 1 Januari 1907 itu adalah tanggal dimulai terbitnya koran berbahasa melayu, *Medan Prijaji*. Koran ini adalah koran yang dibidani Raden Mas Tirta Adhi Soerjo. Namun, pendapat Taufik ini dibantah oleh peneliti sejarah di Universitas Leiden, Belanda. Ia mengatakan *Medan Prijaji* bukanlah koran nasional pertama. Jauh sebelum Raden Mas Tirta Adhi Soerjo menerbitkan *Medan Prijaji*, pada 1894-1910 di Sumatera telah terbit banyak koran berbahasa Melayu yang digawangi Dja Endar Moeda.

Sebelumnya di Padang, pada 1890-1921, Mahyudin Datuk Sutan Maharadja telah menerbitkan enam koran berbahasa Melayu. Belakangan, pada tahun 1985 Presiden RI Soeharto justru menerbitkan Keputusan Presiden Nomor 5 Tahun 1985 yang menetapkan Hari Pers Nasional (HPN) tiap tanggal 9 Pebruari. Padahal, sebenarnya tanggal 9 Pebruari itu bukanlah sebagai Hari Pers Nasional tapi hari berdirinya organisasi profesi Persatuan Wartawan Indonesia (PWI). PWI yang menjadi organisasi tunggal selama pemerintahan orde baru itu didirikan di Solo pada 9 Pebruari 1946. Lihat: Jafar G Bua dalam: *"Dirgahayu PWI atau Dirgahayu Pers Nasional?"* Detiknews; Rabu, 09/02/2011 15:30 WIB.

Yang jelas, pada zaman kemerdekaan para pemimpin partai politik sudah aktif menulis dan mendirikan media massa. Misalnya, Soekarno pada 1926 mendirikan Partai Nasional Indonesia berbarengan menerbitkan surat kabar *Soeloeh Indonesia Moeda*. Sedangkan Muhammad Hatta dan Soetan Sjahrir selain memimpin Partai Pendidikan Nasional Baru juga menerbitkan surat kabar *Daulat Rakyat* tahun 1932-1932. Wartawan di zaman kemerdekaan, menurut Rosihan Anwar, terbagi dalam tiga aliran, yakni komunis, nasionalis dan Islam.² Pertanyaannya, apakah saat itu praktik amplop di kalangan wartawan sudah terjadi? Toh, saat itu media massa didirikan oleh partai-partai politik atau kelompok aliran-aliran tertentu yang tujuannya adalah merebut kekuasaan serta mencari pengaruh di hadapan rakyat melalui propaganda medianya.

Mantan Ketua Dewan Pers yang juga mantan wartawan koran *Indonesia Raya*, Atmakusumah Astraatmadja menyatakan pada tahun 1940-an praktik pemberian fasilitas baik berupa uang atau barang di kalangan jurnalis sudah terjadi.³ Hal ini bisa dilihat adanya beberapa media atau koran yang mendapatkan bantuan dari Tentara Nasional Indonesia Angkatan Darat, terutama koran yang pro-republikan. Koran-koran pro-kemerdekaan itu untuk mengimbangi media penjajah Belanda. Namun, saat itu aliran dana ke

Wartawan senior, Rosihan Anwar juga menyatakan koran pertama milik pribumi adalah *Medan Prijaji* yang terbit di Bandung pada 1910. Pemiliknya Raden Mas Djokomono/Tirtohadisoerjo (1880-1918). Pramoedya Ananta Toer menulis biografi Tirtohadioerjo berjudul: *Sang Pemula*. Sosok Tirto juga diangkat dalam novel Pramoedya berjudul *Bumi Manusia* sebagai Minke (Rosihan Anwar “*Dibalik Manusia Komunikasi*” dalam “75 tahun M. Alwi Dahlan: *Manusia Komunikasi, Komunikasi Manusia*”; Kompas dan FISIP Universitas Indonesia 2008.

² Rosihan Anwar “*Dibalik Manusia Komunikasi*” dalam “75 tahun M. Alwi Dahlan: *Manusia Komunikasi, Komunikasi Manusia*”; Kompas dan FISIP Universitas Indonesia 2008.

³ Wawancara peneliti dengan Atmakusumah pada 23 Pebruari 2011.

kalangan media massa hanya sebatas bagian dari untuk mempererat hubungan sosial atau lebih berorientasi untuk saling membantu memperjuangkan.

Dengan menggunakan referensi buku karya Atmakusumah (berjudul *Mochtar Lubis: Wartawan Jihad*; Jakarta: Harian Kompas, 1992, hlm 186), Ignatius Haryanto juga menyatakan kehadiran surat kabar *Indonesia Raya* tidak lepas kaitannya dengan kelompok militer saat itu, terutama para tentara dari divisi Siliwangi. Tentara berupaya menghadapi kekuatan Belanda yang kehadirannya masih kuat. Ide kelahiran *Indonesia Raya* untuk membangkitkan semangat republik bagi rakyat dan juga tentara, terutama upaya untuk mengisi kekosongan setelah alih kekuasaan dilaksanakan. Hubungan erat dengan kelompok tentara inilah yang menyebabkan sampai bertahun-tahun kemudian *Indonesia Raya* mendapatkan julukan sebagai koran tentara. Tetapi Indonesia Raya bukanlah suara resmi atau milik tentara walaupun ia sering disebut "surat kabar" komando Angkatan Darat.⁴

Ignatius Haryanto (2006) menulis:

Diakui bahwa pemberian bantuan keuangan untuk membeli kertas, biaya percetakan dan gaji karyawan, menyertai dukungan moral dan perlindungan tentara kepada koran *Indonesia Raya*. Hal ini tidaklah dipungkiri oleh pengasuhnya. Disamping itu juga, pimpinan tentara berlangganan semua surat kabar nasional dengan maksud untuk memperkuat kedudukan mereka dan agar para prajurit memperoleh bahan bacaan dari kalangan pers republiken.

Bagi Mochtar Lubis sendiri, kerjasama yang demikian ia nilai lebih sebagai kesamaan kepentingan dalam arti personal, bukan

⁴ Ignatius Haryanto: "*Indonesia Raya Dibredel!*"; LKIS, 2006 Hal: 54-56. Buku ini mengupas soal sejarah koran *Indonesia Raya* yang dipimpin Mochtar Lubis. Buku ini membahas kehidupan pers pada masa awal Orde Baru dari permulaan hingga pertengahan tahun 1970-an. Selain itu dibahas soal relasi pers dengan pemerintah dengan mengambil profil surat kabar *Indonesia Raya*.

institusional sifatnya. Artinya, bantuan yang diberikan di atas lebih karena kedekatan sebagai seorang kawan, bukan kerja sama antar lembaga. Selain itu, bantuan tersebut juga dikarenakan Indonesia Raya adalah koran baru sehingga belum cukup mampu bersaing dengan koran-koran Belanda.

Meski demikian, koran *Indonesia Raya* menyatakan bahwa penerbitannya terdiri dari wartawan Indonesia yang berpendirian merdeka, wartawan-wartawan yang tidak diikat oleh pendirian partai atau sesuatu golongan.⁵ Harus diakui, pers di zaman kemerdekaan memiliki nilai ideologi tertentu karena dibentuk oleh kelompok-kelompok, entah aliran maupun kelompok partai politik. Namun, semboyan pers perjuangan yang dibawa pers, ternyata hanya sampai pada tahun 1970-an bisa bertahan. Pers politik selesai sudah digantikan oleh pers industri.⁶

Dalam sejarahnya, praktik media massa di Indonesia ada masa-masa pergeseran. Di masa kemerdekaan, media sebagai alat perjuangan dan bebas dari nilai pragmatisme sangat terasa sekali. Keberadaan media tidak dijadikan sebagai ajang bisnis tapi benar-benar untuk memperjuangkan nilai ideologi atau propaganda.⁷ Namun, kini media massa sudah menjadi alat bisnis.

⁵ Hal itu bisa kita lihat dalam tajuk rencana pada edisi perdananya dengan bunyi: “Yang dikejar oleh mereka hanya tujuan-tujuan jurnalistik semata-mata, yaitu mempertahankan kemerdekaan pers nasional yang kuat dan bebas mempertinggi mutunya jurnalistik Indonesia sejalan dengan kemajuan di lain lapangan yang kini diperjuangkan dengan hefta oleh segenap bangsa Indonesia. Oleh sebab itu, maka pada dasarnya *Indonesia Raya* berdiri di luar segala partai-partai atau aliran-aliran politik. Bagi kami, terutama sekali kebenaran dan objektivitas akan terus menjadi obor dan pegangan dalam usaha”. Tajuk rencana tersebut terbit di *Indonesia Raya*, 29 Desember 1949, seperti yang dicuplik Ignatius Haryanto; *ibid.*

⁶ *Ibid.* Hal 3.

⁷ Partai Komunis Indonesia, misalnya, untuk urusan propaganda, menerbitkan “*Bintang Merah*” sebulan sekali. Sedangkan yang terbit dua pekan sekali, mereka menerbitkan stensilan “*Suara Rakyat*”. Stensilan inilah cikal bakal *Harian Rakyat*, yang kelak menjadi koran terbesar di Indonesia dengan oplah 55 ribu per hari. Semua tulisan yang dimuat di *Bintang Merah* dan *Suara Rakyat* dicek betul oleh tiga orang penting di PKI, yakni Aidit, Lukman dan Nyoto. Tulisan Aidit misalnya, harus disetujui dulu oleh Lukman dan Aidit sebelum

Karena sudah terkait dengan modal dan industri maka pada masa Orde Baru, amplop ke wartawan semakin marak. Pada tahun 1989, wartawan EH Kartanegara sudah melakukan penelitian soal perilaku wartawan amplop. Hasilnya, dari 82 wartawan yang diteliti, sebanyak 76 diantaranya atau 92,68 persen wartawan menerima amplop.⁸ Atmakusumah mengakui makin lama maka praktik amplop di kalangan wartawan makin semarak. Sebab, jumlah media dan wartawan juga semakin banyak. Selain itu, jumlah narasumber juga bertambah terus.⁹

Penerima amplop tak hanya terbatas pada jurnalis yang memiliki perusahaan media dan karya jurnalistik yang jelas dan mapan. Bagi mereka yang tidak memiliki perusahaan media yang jelas serta jarang menerbitkan karya jurnalis maka disebut sebagai wartawan bodrek.¹⁰ Dengan bermodal kartu pers yang dibuat sendiri, mereka beroperasi di kantor-kantor pemerintahan dan swasta. Layaknya sebagai wartawan, mereka menjalankan tugas seperti wartawan dengan membawa tas berisi bloknot dan pulpen. Selain disebut wartawan bodrek ada pula yang menyebut WTS (wartawan tanpa surat

diterbitkan. Begitu pula sebaliknya. (Lihat: "*Revolusi Tiga Serangkai*"; *Majalah Tempo*; Edisi 5 Oktober 2009). Sementara pada tahun 1966, muncul sejumlah pers berideologi nonkomunis, seperti Berita Yudha (terbit mulai 9 Pebruari 1965 dan Angkatan Bersenjata. Surat kabar ini memiliki afiliasi yang jelas, yakni dengan kelompok militer yang menggunakan media ini sebagai perlawanan kelompok komunias.

⁸ Penelitian ini dilakukan EH Kartanegara untuk kolom di harian Kompas. Dalam laporannya pada di *Kompas* yang terbit pada 10 Pebruari 1990 berjudul: "*Amplop, Obat untuk Wartawan*".

⁹ Wawancara Atmakusumah: 23 Pebruari 2011.

¹⁰ Istilah bodrek itu diambil dari obat sakit kepala. Istilah ini muncul berbarengan dengan program siaran di Stasiun Televisi Republik Indonesia (TVRI) pada tahun 1970-an. Iklan bodrex waktu itu terkenal dengan jargon "datang, menyerang, dan menang". Disinilah maka jika ada wartawan yang memeras maka biasanya datang (selalu) dalam bentuk rombongan, mirip pasukan Bodrex, lalu menyerang panitia untuk meminta amplop, dan pulang alias menang sambil mengantongi amplop. Istilah wartawan bodrek itu diambil karena tiap kali datang maka suka bikin pusing sumber berita. Lihat: Christopher Torchia: "*Indonesian Idioms Anda Expressions ; Colloquial Indonesia at Work*; 2007. Hal 100-102.

kabar).

Wartawan bodrek biasanya menggunakan cara-cara kotor untuk mendapatkan informasi, terutama informasi pelanggaran maupun penyelewengan para pejabat. Informasi dan data-data penyelewengan itulah yang digunakan wartawan bodrek untuk memeras. Mereka seolah mengetahui keburukan narasumber berita sehingga mengancam akan dipublikasikan jika tidak diberi uang damai. Karena narasumber merasa terancam dan takut, biasanya mereka akan mengalah dan memberikan uang damai.

Wartawan asli tapi palsu ini biasanya berasal dari media-media kecil yang tidak memiliki aturan ketat mengenai amplop. Karena modalnya cekak, mereka menjalankan usaha medianya dari amplop. Wartawan bodrek seakan memanfaatkan keruhnya situasi dan kondisi di instansi pemerintah maupun swasta. Seperti yang kita tahu, praktik korupsi dan kolusi begitu marak terjadi sehingga wartawan bodrek tidak akan kehabisan materi untuk mengancam narasumber.

Fenomena amplop di kalangan wartawan tidak hanya terjadi di Indonesia tapi juga pernah terjadi di negara-negara lain di dunia. Di Korea Selatan, misalnya, amplop di kalangan wartawan pernah sangat marak pada tahun 1987. Saat itu wartawan menerima amplop sudah sangat terbiasa seperti sudah menjadi budaya. Wartawan yang menerima amplop tidak merasakan adanya beban moral karena masyarakat pada waktu itu umum memberikan terima kasih kepada wartawan dalam bentuk uang atau benda lain. Namun, budaya amplop tidak berlangsung lama dan bisa dihentikan. Caranya, kalangan

wartawan melakukan otokritik terhadap praktik *chonjee* atau pemberian amplop. Pada saat yang bersamaan, kode etik wartawan di Korea Selatan diberlakukan secara ketat.¹¹

Sebuah survei yang dilakukan International Public Relations Association (IPRA) menyimpulkan, tidak ada kawasan yang bebas soal imbalan atas pemberitaan. Studi yang diumumkan Juli 2002, memintai pendapat dari 242 perusahaan *public relations* dan profesi komunikasi di 54 negara. Hampir dua pertiga (63 persen) responden di Eropa Timur percaya bahwa praktik suap pada wartawan untuk sebuah pemberitaan adalah hal biasa di negara-negara mereka. Hanya 13 persen responden di Eropa Timur yakin berita di media bebas dari suap. Di Eropa Selatan, Afrika, dan Timur Tengah, 40 responden yakin isi berita dipengaruhi suap. Media di Negara-negara Asia dinilai sebagai media yang paling transparan di dunia. Sebanyak 68 persen responden setuju bahwa isi berita di media Asia, didasarkan pada penilaian wartawan ketimbang dipengaruhi suap. Posisi itu diikuti Amerika Utara 65 persen, Australia 60 persen, dan Eropa Utara/Barat 59 persen. Salah satu pertanyaan yang diajukan pada survei itu adalah, "Apakah editor dan wartawan menerima suap untuk meredam berita?" Di Amerika Latin, sebanyak 41 persen responden mengatakan suap diterima oleh wartawan.¹²

¹¹ "Amplop Candu Jurnalis"; Aliansi Jurnalis Independen Surabaya: 2001.

¹² "Wartawan Dibunuh karena Membongkar Kasus Korupsi"; *Kompas*, Jumat, 31 Januari 2003 atau <http://www.kompas.com/kompas-cetak/0301/31/nasional/105432.htm>

2.2. Pengertian dan Kategori Amplop

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata “amplop” tak hanya didefinisikan sebagai sampul surat, tapi juga uang sogok.¹³ Suap itu disebut amplop karena uang suap biasanya dimasukan dalam amplop. Di kalangan jurnalis, mereka yang menerima uang dengan cara baik-baik, tidak memintaminta atau memeras biasa disebut wartawan amplop. Sedangkan bagi wartawan yang suka mencari amplop dengan cara memaksa atau mengancam-ancam para narasumber biasanya disebut wartawan bodrek.

Namun, di kalangan jurnalis sendiri masih banyak timbul perdebatan mengenai definisi dan kategori amplop sebuah pemberian disebut amplop. Pemberian apa dari narasumber yang dapat dikategorikan sebagai amplop? Apakah pemberian akomodasi liputan bisa dikategorikan sebagai amplop? Apakah uang transportasi atau bahkan fasilitas transportasi itu termasuk kategori amplop? Misalnya ada anggota DPRD yang melakukan kunjungan ke sebuah tempat mengajak wartawan dan wartawan tersebut diberi fasilitas transportasi, makan minum tempat menginap dan lain-lain.

Apakah fasilitas-fasilitas itu masuk kategori amplop seperti yang dilarang dalam kode etik? Apakah pemberian barang suvenir dalam acara launching produk juga bisa dikategorikan sebagai amplop? Dalam berbagai kode etik organisasi profesi jurnalis di Indonesia tidak ada penyebutan kata amplop. Yang ada adalah suap, sogokan dan imbalan. Lalu, apa saja yang

¹³ A Waskito; *Kamus Praktis Bahasa Indonesia*. hal 33

termasuk suap, sogokan dan imbalan tersebut? Semua pertanyaan ini berhubungan dengan definisi mengenai amplop.

Selama ini, kata amplop sudah dipahami secara umum sebagai pemberian dari narasumber kepada wartawan. Kata amplop sudah diasumsikan didalamnya sudah ada isi uangnya. Tidak mungkin, amplop hanya sekedar amplop berwarna putih atau coklat tanpa ada isi uangnya. Dalam perkembangannya, pemberian narasumber kepada wartawan tidak hanya sebatas amplop. Pemberian narasumber kepada wartawan tidak hanya sebatas pada uang tapi juga melebar kepada barang-barang berharga lainnya, mulai dari handphone, blackberry, tape, voucher, cek dan lain-lain.

Survey AJI pada tahun 2005 lalu yang menanyakan kepada responden beberapa jenis pemberian dan meminta responden untuk menilai apakah pemberian itu bisa dikategorikan sebagai amplop atau tidak. Ketika kepada responden ditanyakan, apakah pemberian uang dapat dikategorikan sebagai amplop? Mayoritas responden atau sebanyak 85,5 persen wartawan menjawab iya. Dengan kata lain tidak ada perbedaan di antara wartawan mengenai pemberian uang ini. Hampir semua wartawan menilai pemberian uang dari narasumber kepada wartawan bisa dikategorikan sebagai amplop.

Jika pemberian uang dari narasumber dikategorikan sebagai amplop, tidak demikian halnya dengan pemberian barang bernilai (seperti tape recorder, handphone dan sebagainya). Tingkat persetujuan responden wartawan menjadi berkurang. Hanya 65 persen dari semua responden wartawan yang menilai pemberian barang bernilai dari narasumber bisa dikategorikan sebagai amplop.

Sebanyak 33 persen menilai pemberian itu tidak bisa dikategorikan sebagai amplop. Demikian juga untuk barang souvenir. Hanya 26 persen yang menganggap pemberian narasumber berupa souvenir ini sebagai amplop. Sebagian besar justru menilai pemberian ini bukan amplop.

Sedangkan untuk fasilitas perjalanan liputan dan akomodasi liputan yang diberikan narasumber kepada wartawan juga dinilai sebagian besar kalangan wartawan bukan masuk kategori amplop. Sebanyak 65 persen responden yang menilai perjalanan liputan, seperti tiket gratis, bukan termasuk amplop. Dalam proporsi yang sama (62,5 persen) responden juga menilai akomodasi liputan tidak termasuk dalam amplop. Berbagai pemberian lain, seperti jamuan makan oleh narasumber dan fasilitas gratis untuk liputan, juga tidak dipersepsikan amplop oleh narasumber. Survei AJI ini menunjukkan ada pemahaman yang keliru di kalangan wartawan mengenai amplop. Amplop masih dipersepsikan sebagai pemberian narasumber berupa *fresh money* (uang). Sementara pemberian dalam bentuk lain, misalnya tiket gratis, akomodasi gratis dan sebagainya, malah dinilai tidak sebagai amplop.¹⁴

Mantan Ketua Dewan Pers Atmakusumah Astraatmadja membuat daftar berbagai pemberian dari narasumber yang bisa dikategorikan sebagai amplop. Daftar itu begitu rinci yang bisa dikutip sebagai berikut:¹⁵

¹⁴ *Potret Jurnalis Indonesia; Survey AJI Tahun 2005 tentang Media dan Jurnalis Indonesia di 17 Kota*; Aliansi Jurnalis Independen Jakarta, 2006 hal: 65-66.

¹⁵ Atmakusumah Astraatmadja, "*Hadiah Kebebasan yang Sangat Bermakna*", Makalah dalam sarasehan pers, Gedung Dewan Pers, 16 Mei 2002. Makalah ini dimuat kembali dalam buku AJI, *Menggugat Praktik Amplop Wartawan Indonesia*, Jakarta, AJI, 2003, hal. 8-10.

- Pemberian (gratis) kepada wartawan berupa karcis/tiket pertunjukan kesenian (musik, film, teater, tari dan lain sebagainya) untuk keperluan promosi atau resensi dari pihak yang terlibat dalam pertunjukan tersebut.
- Pemberian berupa karcis/tiket pertandingan olahraga untuk keperluan pemberitaan atau ulasan dari pihak yang terlibat dalam pertandingan tersebut.
- Ditraktir oleh narasumber berupa makan minum secara mewah atau agak mewah.
- Pemberian dari narasumber berupa hadiah barang yang berharga mahal atau agak mahal.
- Penyediaan fasilitas secara berlebihan secara gratis di ruang pers (*press room*) kantor-kantor pemerintah atau perusahaan negara/swasta atau lembaga negara/swasta, lengkap dengan perangkat komputer serta pesawat telepon yang bisa digunakan tanpa batas. Lebih-lebih jika ditambah dengan sarapan, makan siang atau makan malam serta kudapan yang serba gratis.
- Undangan dari narasumber untuk meliput peristiwa di luar kota dengan fasilitas (transport, penginapan dan konsumsi) yang disediakan atau dijamin oleh pengundang.
- Undangan dari narasumber dengan berbagai fasilitas dan akomodasi plus uang saku dari pengundang.
- Undangan dari narasumber untuk meliput peristiwa di luar negeri dengan fasilitas (transportasi, penginapan dan konsumsi) plus uang saku dari pengundang.

- Pemberian amplop (berisi uang) dari narasumber, antara lain dalam konferensi pers atau *briefing* atau pada saat melakukan wawancara tanpa ikatan janji apapun antara kedua belah pihak.
- Pemberian tiket/karcis dari narasumber kepada wartawan untuk ” pulang kampung” atau berpariwisata, sendirian atau bersama keluarga. Apalagi bila sekalian ditambah dengan uang saku.
- Suap/sogokan dengan ikatan janji untuk memberitakan atau sebaliknya, untuk tidak memberitakan sesuatu sesuai dengan permintaan pihak penyuap. Penyuapan atau penyogokan dapat berupa uang, barang dan pemasangan iklan, atau jabatan dan kedudukan, serta fasilitas lain bagi wartawan dan perusahaan pers.

Meski sudah dipetakan secara rinci, tapi masih saja bisa diperdebatkan soal definisi amplop yang disampaikan Atmakusumah itu. Misalnya, ditraktir oleh narasumber berupa makan minum secara mewah atau agak mewah. Yang masih bisa dipertanyakan adalah ukuran makan dan minum secara mewah atau agak mewah itu seperti apa. Berapakah nilai rupiah makan bisa masuk kategori mewah? Apakah membeli makan dengan harga Rp 20 ribu itu sudah masuk kategori mewah? Sebab, masing-masing individu memiliki ukuran sendiri kemewahannya.

Terlepas dari perdebatan itu, intisari amplop atau apapun bentuknya adalah adanya keinginan narasumber untuk mempengaruhi wartawan. Akibatnya, wartawan akan selalu mengalami konflik kepentingan dalam

dirinya. Fedler dalam bukunya berjudul *Reporting for The Media (1997)* menyebutkan ada lima bentuk konflik kepentingan itu, yakni:¹⁶

1. Hadiah atau *freebies*, yaitu segala sesuatu yang diberikan oleh narasumber kepada wartawan sehingga pemberian itu bisa mengakibatkan bias berita.
2. *Junkets* atau jalan-jalan gratis, yaitu narasumber mengajak wartawan meliput sebuah acara dengan fasilitas yang memungkinkan wartawan datang tanpa mengeluarkan biaya.
3. Terlibat dalam kegiatan yang diliput, yakni mengingat seringnya wartawan meliput kegiatan kantor publik maka wartawan bisa saja dilibatkan dalam kegiatan tersebut. Keterlibatan wartawan dengan kegiatan yang akan sering diliput akan menimbulkan bias.
4. *Free lancing*, yakni pekerjaan kedua yang dilakukan wartawan. Selain bekerja sebagai wartawan, mereka juga memiliki pekerjaan sampingan, terutama di perusahaan lain. Persoalannya, wartawan yang memiliki pekerjaan kedua di sebuah organisasi lain umumnya dimanfaatkan oleh organisasi untuk membantu publisitas organisasi tersebut.
5. *Pillow talk*, yakni konflik kepentingan yang terkait dengan pekerjaan suami atau istri wartawan. Seorang wartawan akan sulit bisa berlaku obyektif meliput peristiwa yang itu terkait dengan keluarganya sendiri.
6. Amplop, yakni usaha sumber berita yang ingin mempengaruhi wartawan dengan menggunakan amplop. Pada umumnya, penaklukan wartawan

¹⁶ Fred Fedler et.al. 1997. *Reporting for the Media. Sixth Edition. Forth Worth: Harcourt Brace College Publishers.*

memang melalui amplop sehingga kata “wartawan amplop” sudah tidak asing lagi di telinga kita.

Di Indonesia, sejumlah organisasi profesi wartawan telah mengeluarkan kode etik jurnalistik, dimana salah satu poin penting yang diatur adalah masalah wartawan kaitannya dengan imbalan atau amplop.¹⁷ Kode Etik yang disusun Aliansi Jurnalis Independen (AJI) pasal 13 menyebutkan: “Jurnalis dilarang menerima sogokan”.¹⁸ Adapun Kode Etik Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) Pasal 4 menyebutkan: “Wartawan Indonesia menolak imbalan yang dapat mempengaruhi obyektifitas pemberitaan”.

Sedangkan kode etik Ikatan Jurnalis Televisi Indonesia (IJTI) berbunyi “Jurnalis televisi Indonesia tidak menerima imbalan apapun berkaitan dengan profesinya”. Dengan difasilitasi Dewan Pers, sebanyak 29 organisasi wartawan juga berkumpul untuk membuat kode etik yang disebut dengan Kode Etik Jurnalistik. Pasal 6 “Wartawan Indonesia tidak menyalahgunakan profesi dan tidak menerima suap”.¹⁹ Seluruh kode etik itu haruslah ditaati oleh wartawan.

¹⁷ Selain kode etik dalam dunia jurnalis yang mengatur hal-hal umum ada pula beberapa kode etik atau panduan yang mengatur mengenai hal-hal lebih mendalam di masing-masing bidang. Misalnya: kode etik peliputan anak dan perempuan yang disusun Internasional Federation of Journalists (IFJ). Ada pula: “*A Survival Guide for Journalists*” yang diterbitkan oleh Internasional Federation of Journalists (IFJ) Maret 2003 yang berisi panduan wartawan meliput di wilayah konflik. Ada juga: “*Buku Saku Meliput Peristiwa Traumatik*” yang diterbitkan Yayasan Pulih dan lain-lain.

¹⁸ AJI memberikan catatan yang dimaksud sogokan adalah semua bentuk pemberian berupa uang, barang dan atau fasilitas lain, yang secara langsung atau tidak langsung, dapat mempengaruhi jurnalis dalam membuat kerja jurnalistik.

¹⁹ Kode etik tersebut tertuang dalam Surat Keputusan Dewan Pers Nomor: 03/SK-DP/III/2006 tentang Kode Etik Jurnalistik. Adapun penafsiran pasal 6 tersebut adalah: a). menyalahgunakan profesi adalah segala tindakan yang mengambil keuntungan pribadi atas informasi yang diperoleh saat bertugas sebelum informasi tersebut menjadi pengetahuan umum. b). suap adalah segala pemberian dalam bentuk uang, benda atau fasilitas dari pihak lain yang mempengaruhi independensi. Sebelumnya, Dewan Pers juga mengeluarkan Surat Keputusan Dewan Pers No.1/SK-DP/2000 tentang Kode Etik Wartawan Indonesia tapi telah direvisi karena untuk dilengkapi agar dapat menampung berbagai persoalan pers yang berkembang saat ini.

Sebab, sesuai dengan Pasal 7 ayat 2 Undang-undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers mengamanatkan bahwa wartawan memiliki dan menaati Kode Etik Jurnalistik.

Dalam rumusan kode etik yang disusun organisasi profesi di Indonesia ada perbedaan istilah yang digunakan. AJI menggunakan istilah “sogokan”. Sedangkan PWI dan IJTI memilih kata “imbalan”. Sedangkan Kode Etik Jurnalistik Dewan Pers menggunakan istilah “suap”. Secara konsep apakah frase tersebut memiliki perbedaan ataukah sebenarnya sama saja.

2.2.1. Sogokan.

Sogokan adalah pemberian sesuatu kepada orang lain agar orang tersebut tidak melakukan atau untuk melakukan sesuatu sehingga melanggar kewajibannya. Dalam perkembangannya istilah ini digunakan dalam hubungannya dengan seseorang yang melakukan tindak pidana korupsi.

2.2.2. Imbalan.

Imbalan atau bisa juga disebut *fee* merupakan pemberian kepada seseorang sebagai balas jasa atas kinerjanya dalam menyelesaikan suatu persoalan. Imbalan biasanya diberikan jika si pemberi merasa puas atas kinerja orang tersebut sehingga mendapatkan imbalan.

2.2.3. Suap.

Secara harfiah, kata suap (*bribe*) bermula dari asal kata *briberie* (istilah Perancis), yang artinya adalah *begging* (mengemis) atau *vagrancy* (penggelandangan). Dalam bahasa Latin disebut *bribe*, yang artinya *a piece of bread given to beggar* atau sepotong roti yang diberikan kepada pengemis.

Namun, perkembangan kemudian, *bribe* bermakna sedekah (*alms*), *blackmail*, atau *extortion* (pemerasan) dalam kaitannya dengan *gifts received or given in order to influence corruptly* (pemberian atau hadiah yang diterima atau diberikan dengan maksud untuk mempengaruhi secara jahat atau korup).²⁰ Jika ditilik dari kamus Bahasa Indonesia, suap dapat berarti memasukkan sesuatu yang dilakukan seseorang ke dalam mulut orang lain. Jadi tidak ada istilah suap yang digunakan untuk diri sendiri.

Contohnya, seorang ibu menyuapi anaknya dengan makanan. Tidak ada kalimat seperti, "saya menyuapi mulut saya dengan nasi,". Suap-menyuap sering disebut sebagai inti atau bentuk dasar dari tindak pidana korupsi. Tindak pidana suap selalu mengisyaratkan adanya maksud untuk mempengaruhi (*influencing*) agar yang disuap berbuat atau tidak berbuat sesuatu yang bertentangan dengan kewajibannya. Atau juga karena yang disuap telah melakukan sesuatu atau tidak melakukan sesuatu yang bertentangan dengan kewajibannya.

Dari tiga frase tersebut ada perbedaan. Perbedaan terutama antara suap dan sogokan dengan imbalan. Biasanya, imbalan diberikan setelah menyelesaikan pekerjaan. Misalnya seorang jurnalis telah memuat sebuah berita. Karena narasumber puas atas isi pemberitaannya maka dia memberikan imbalan kepada jurnalis tersebut. Dalam rumusan tindak pidana korupsi,

²⁰ Agustinus Edy Kristianto, http://www.harian-global.com/index.php?option=com_content&view=article&id=2612%3Asuap-korupsi-tanpa-akhir&Itemid=91

praktik pemberian imbalan ini biasanya disebut sebagai gratifikasi.²¹ Sedangkan suap dan sogokan asumsinya diberikan sebelum melakukan pekerjaan. Dengan memberikan suap atau sogokan maka seseorang diharapkan untuk melakukan sesuatu atau tidak melakukan sesuatu. Misalnya, seorang jurnalis sudah mengantongi data-data penyelewengan yang dilakukan seseorang pejabat. Karena dia menerima suap atau sogokan dari pejabat tersebut maka data tersebut disembunyikan, tidak dibuat berita.

Contoh lain adalah seorang jurnalis ikut mempromosikan seorang pejabat yang ingin naik pangkat. Pejabat tersebut memberikan suap/sogokan kepada jurnalis agar namanya selalu dipublikasikan. Seorang jurnalis diberi suap atau sogokan dengan maksud supaya berbuat atau tidak berbuat sesuatu dalam kapasitasnya sebagai jurnalis sehingga bertentangan dengan kewajibannya.

Kembali lagi ke soal kode etik. Selain di organisasi profesi, beberapa perusahaan media yang mapan juga memiliki kode etik masing-masing. Biasanya, istilah yang dipakai adalah sejenis peraturan perusahaan yang juga memuat apa yang boleh dilakukan dan apa yang dilarang. Biasanya, aturan-aturan itu lebih operasional, baik berupa kode perilaku (*code of conduct*) atau kode praktik (*code of practice*). Aturan-aturan kode etik dan praktis itu bisa berbeda antara satu perusahaan media dengan perusahaan media lain.

²¹ Rumusan itu terdapat dalam pasal 12 ayat B dan C Undang-undang Nomor 31 Tahun 1999 jo Undang-undang Nomor 20 Tahun 2001. Lihat: “*Memahami untuk Membasmi*”; buku saku untuk memahami tindak pidana korupsi; Komisi Pemberantasan Korupsi 2006

Namun, selalu ada prinsip-prinsip dasar yang sama diantara berbagai aturan internal yang berbeda itu. Kontrak kerja di Grup Tempo Inti Media, misalnya, para wartawannya dilarang menerima pemberian uang, fasilitas, dan barang dalam bentuk apapun yang berkaitan dengan pelaksanaan tugasnya sebagai wartawan. Wartawan di Tempo juga dilarang menjadi pengurus partai politik.²² Di beberapa perusahaan media bahkan mencantumkan larangan menerima amplop di produk penerbitannya. Misalnya di Media Indonesia dengan jelas terpampang kalimat: “Wartawan dilarang menerima amplop atau imbalan dalam bentuk apapun dari narasumber”.

2.3. Nalar Hadiah dalam Amplop

Kenapa wartawan dilarang menerima amplop maupun imbalan dari narasumber? Suap, imbalan maupun sogokan memiliki ujung yang sama, yakni pemberian dari narasumber ke wartawan yang memiliki tujuan-tujuan tertentu. Pemberian itu selalu melibatkan dua pihak, yakni pemberi dan penerima. Pemberian itu bersinonim dengan hadiah. Adakah konsekuensi jika wartawan mau menerima pemberian dari narasumber? Sebab, masih bisa diperdebatkan apakah pemberian itu bebas nilai dan tidak memiliki dampak apa-apa?

Untuk mengungkapkan persoalan ini, pemikiran yang dikemukakan Marcel Mauss (1872-1950) dalam *The Gift* bisa digunakan untuk menjelaskan. Bagi Mauss, sebagaimana diuraikan oleh Ilana Krausman Ben-Amos (*The Culture of Giving, 2008*), pemberian hadiah diikuti dengan pertukaran ketimbang penawaran sepihak. Proses pertukaran ini sangat berlainan dengan

²² Ketentuan tersebut tertuang dalam pasal 15 dan 16 kontrak perjanjian Grup Tempo Inti Media Nomor: 437/RED.TNR/SK/VI/2009

pertukaran yang terjadi di pasar yang dimediasikan oleh uang dan harga. Marcel Mauss mengemukakan bahwa dalam masyarakat primitif, interaksi antarwarga berlangsung hangat dan dekat satu sama lain.²³ Mereka membangun hubungan sosial yang bersifat *face to face community interactions*, hal ini tercermin pada kebiasaan bertukar hadiah (*gift exchange*) dan memberi bingkisan (*gift giving*). Tukar-menukar hadiah menggambarkan suatu relasi harmonis di antara anggota masyarakat, melambangkan penghormatan/penghargaan sesama warga masyarakat, merefleksikan kohesivitas sosial yang kokoh, serta melukiskan kedekatan personal di antara pihak yang terlibat dalam pertukaran hadiah.

Pemberian hadiah juga merupakan simbolisasi *civic culture*, *social virtue*, dan *public morality* di kalangan masyarakat tradisional. Bukan seperti transaksi-transaksi pasar yang bercorak seketika dan *anonym* (tanpa nama), maka hadiah sebagai modus pertukaran berimplikasi pada interaksi-interaksi berjangka waktu lama dan menyajikan ikatan-ikatan kewajiban. Mauss mengemukakan bahwa hadiah tidak pernah “bebas” diberikan tanpa ada kewajiban untuk membalasnya.²⁴

Dalam sejarah peradaban manusia, hadiah selalu menimbulkan kewajiban untuk terjadinya pertukaran yang bersifat timbal balik. Seseorang yang mendapat hadiah (pemberian) dari orang lain sepertinya memiliki

²³ Marcell Mauss; *A General Theory of Magic*. Translated by Robert Brain. London and New York: Routledge . 2001.

²⁴ Marcel Mauss; *The Gift: The Form and Reason of Exchange in Archaic Societies*. Buku ini terbit kali pertama berbahasa Prancis dalam *L'Année sociologique* volume tahun 1923-1924. Kajian Mauss mengenai pemberian hadiah ini dilakukan pada masyarakat-masyarakat kuno, seperti potlach di Amerika, kula di Pasifik, dan hau di Selandia Baru (Lihat: Triyono Lukmantoro; *Parsel, Hadiah Politik dan Politik Hadiah*; *Harian Suara Merdeka*, edisi Selasa, 17 Oktober 2006).

kewajiban untuk memberi balasan kepada orang yang telah memberi hadiah. Dalam pandangan Mauss, terdapat tiga kewajiban yang harus dilakukan para partisipan dalam pertukaran hadiah, yakni memberi, menerima, dan membalas.

Narasumber yang memberikan amplop kepada wartawan tentu akan mendatangkan kewajiban wartawan tersebut untuk membalasnya (*resiprokal*). Salah satu nilai ideal jurnalistik adalah larangan menerima amplop dengan harapan bisa independen dan obyektif. Namun karena menerima amplop dari narasumber maka jurnalis tersebut akan berusaha memberikan balasan berupa cenderung membesar-besarkan berita positif atau menutup-nutupi berita negatif dari si pemberi amplop. Akibatnya, wartawan tidak bisa obyektif.

Jika jalinan resiprokal itu terhenti, maka wartawan dianggap tidak tahu diri dan bermasalah. Misalnya, narasumber akan memprotes kenapa sudah memberikan amplop tapi beritanya tidak dimuat. Makanya tak salah jika ada ungkapan: "*Air susu dibalas dengan air tuba*". Ungkapan itu adalah sebagai wujud sindiran bagi mereka yang sudah menerima sesuatu dari pihak lain tapi tidak dibalas dengan kebaikan.

Timbal balik pemberian hadiah itu tidaklah selalu setara. Bisa saja seseorang memberikan hadiah uang maka timbal balik yang diberikan berupa hadiah jabatan. Atau sebaliknya, seseorang memberikan hadiah jabatan lalu dia mendapatkan balasan hadiah berupa uang dan seterusnya.²⁵ Bisa saja, seorang jurnalis yang sudah menerima hadiah dari narasumber maka jurnalis tersebut

²⁵ Lihat: "*Demokrasi dan Tukar Hadiah*" oleh Triyono Lukmantoro, *Harian Kompas* edisi Jumat, 28 Agustus 2009.

akan memberikan balasan berupa materi pemberitaan yang menonjolkan segi positifnya saja.

Karena sudah menerima amplop dari narasumber maka jurnalis tersebut tidak akan bisa bersikap kritis terhadap materi pemberitaan. Sebab, dia merasa berkewajiban untuk membantu narasumber yang telah memberinya amplop. Selain itu, pemberian hadiah itu tidak sebatas dengan sifat pertukaran di antara mereka secara setara. Bisa saja sifat pertukaran itu dilakukan di antara pihak yang tidak setara. Wartawan dengan narasumber atau humas adalah dua pihak yang tidak setara atau berbeda. Narasumber adalah orang yang memberikan informasi atau data-data yang bisa menjadi materi berita. Sedangkan jurnalis adalah orang yang mengolah materi berita tersebut. Antara narasumber dengan jurnalis adalah dua pihak yang saling membutuhkan sehingga akan selalu berinteraksi. Dalam interaksi itulah, salah satu yang digunakan untuk mendekati jurnalis adalah dengan cara memberikan amplop.

Di situlah sebenarnya pemberian hadiah menciptakan siklus (perputaran) relasi-relasi sosial yang semakin mengakrabkan aktor-aktornya. Seorang narasumber jika ingin lebih akrab dengan wartawan maka salah satu caranya adalah memberikan hadiah amplop. Menurut Mauss, merupakan hal yang begitu naif, atau pura-pura tidak tahu, apabila dikatakan pemberian hadiah dari narasumber cuma bersifat personal dan tidak punya kaitan dengan kasus pemberitaan. Apakah narasumber tersebut akan tetap memberikan uang kepada seseorang jika orang tersebut tidak menjadi jurnalis.

Lalu, pertanyaanya kenapa timbal balik pemberian hadiah antara satu pihak dan pihak lain itu bisa terjadi. Ada kekuatan apa dibalik hadiah yang diberikan seseorang sehingga menimbulkan kewajiban bagi si penerima hadiah untuk membalasnya? Menurut teori Mauss, adalah sebuah "prestasi total", yang dijiwai dengan "mekanisme spiritual", yang melibatkan kehormatan baik pemberi dan penerima. Transaksi tersebut melampaui perpecahan antara spiritual dan material dengan cara yang hampir "ajaib".

Dalam hadiah yang dipertukarkan ada kehormatan dan harga diri dari pihak-pihak yang terlibat. Semakin mahal atau mewah hadiah yang diberikan, maka semakin kuat martabat itu ditegaskan. Misalnya, seorang pejabat tinggi tentu nilai hadiah yang diberikan kepada wartawan lebih besar nilainya dibandingkan yang diberikan pejabat rendahan. Perusahaan besar cenderung memberikan hadiah yang nilainya lebih besar jika dibandingkan dengan perusahaan kecil.

Terkandung tiga kewajiban dalam teori pertukaran dari Mauss. *Pertama*, memberi hadiah sebagai langkah pertama menjalin hubungan sosial. Pemberian hadiah menciptakan jalinan timbal-balik. Hadiah harus dibalas dengan hadiah lain. *Kedua*, menerima hadiah bermakna sebagai penerimaan ikatan sosial. Pemberian hadiah dan ketimbal-balikan tersebut dipisahkan oleh berlalunya waktu sehingga pertukaran hadiah berlangsung dalam rentang waktu yang panjang. *Ketiga*, hadiah-hadiah yang dipertukarkan dalam relasi-relasi sosial menunjukkan perilaku bujukan, ganjaran, dan berbagai motif yang terulang-ulang.

Membalas dengan memberi hadiah dengan nilai yang lebih tinggi menunjukkan integritas sosial. Kewajiban yang terjadi dalam pertukaran hadiah itu bersifat resiprokal, sehingga nilai yang ada dalam hadiah itu secara umum membumbung. Makin mahal nilai hadiah, maka semakin bagus, sebab pihak-pihak yang terlibat (memberi–menerima–membalas) sedang dipertukarkan.

Hadiah menunjukkan bagaimana kedudukan dan martabat seseorang dipertahankan. Hadiah merupakan situs pertarungan harga diri. Seorang narasumber akan memberikan hadiah yang berbeda kepada redaktur dibandingkan dengan wartawan. Redaktur akan diberi hadiah lebih besar dibandingkan yang diberikan kepada wartawan karena redaktur memiliki kedudukan yang lebih tinggi dibandingkan dengan wartawan. Begitu juga, wartawan media cetak dengan media televisi dan radio bisa juga akan menerima imbalan yang berbeda-beda karena mereka memiliki kedudukan yang berbeda-beda. Wartawan media televisi memiliki daya jangkauan siaran yang lebih luas dan masif dibandingkan media cetak, yang memiliki keterbatasan distribusi produk medianya.

Pemberian hadiah pada masyarakat primitif yang diteliti oleh Mauss memiliki makna sebagai sumber perekat (integrasi) sosial antar warga masyarakat. Namun, masyarakat modern membuat interpretasi dan memberi makna baru tukar hadiah, dengan mengubah makna pemberian hadiah untuk memperlancar segala urusan dan mempermudah penyelesaian masalah. Masyarakat modern telah menyelewengkan fungsi sosial tukar hadiah sebagai

instrumen untuk merekatkan hubungan antar warga masyarakat. Bila seseorang diberi hadiah, ia memiliki kewajiban moral untuk membalas pemberian hadiah itu dengan nilai setara atau lebih sebagai ungkapan penghargaan dan aktualisasi nilai-nilai kebajikan sosial.²⁶

Banyak wartawan yang menganggap bahwa meski menerima amplop tapi masih bisa bersifat netral dan obyektif. Tapi, Kovach dan Rosenstiel (2004) menyatakan bahwa netralitas bukan sesuatu hal yang utama melainkan independensi semangat dan pikiran wartawan yang paling utama. Independensi wartawan dari pengaruh pihak luar lebih utama karena wartawan menjadi bebas dari keharusan memberitakan suatu kejadian sesuai dengan kehendak orang lain.²⁷

²⁶ Ibid.

²⁷ Bill Kovach dan Tom Rosenstiel; *Elemen-elemen Jurnalisme*; kerjasama Institut Studi Arus Informasi dan Kedutaan Besar Amerika Serikat; 2004.