

BAB II

MEDIA CETAK LOKAL DALAM KEMELUT KAPITALISASI

2.1 Industri Media Cetak di Indonesia

Menurut *Association for Education and Communication Technologi (AECT)*, media adalah bentuk yang dipergunakan untuk proses penyaluran berbagai macam informasi. Sedangkan Education Association mendefinisikan media sebagai bentuk yang bisa dimanipulasi, didengar, dilihat, dibaca dan dibicarakan (Tamburaka, 2013:39). Dengan kata lain media merupakan perantara dari suatu proses komunikasi. Namun pemahaman media massa tidak sekedar sebagai “perantara komunikasi” namun media massa dianggap sebagai media dalam komunikasi diruang pers.

Menurut Kustadi Suhandang, pers merupakan seni mencari, mengumpulkan, mengolah, menyusun dan menyajikan berita tentang suatu peristiwa dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan khalayak akan informasi. Merujuk pada pemikiran Wilbur Schramm dalam bukunya *Four Theories of the Press* mengacu pada satu pengertian pers. Media massa atau pers adalah media komunikasi yang digunakan dalam media cetak. Media massa dalam bentuk cetak dan diterbitkan secara berkala seperti surat kabar dan majalah. Khalayak perlu untuk mengidentifikasi media massa agar bisa menghubungkan antara kebutuhan dengan kepentingan pribadi saat mengakses media massa. Media massa mempunyai karakteristiknya tersendiri. Media massa cetak merupakan media massa yang menggunakan media cetak

seperti kertas koran, yang didalamnya berisi informasi yang dirangkai dalam kata-kata dan kalimat yang mengikuti kaidah jurnalistik.

Cangara dalam Apriadi Tamburaka (2013) mengidentifikasi beberapa karakteristik media massa, yaitu :

- a. Bersifat melembaga, yang berarti pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang, karena ada proses yang dimulai dari pengumpulan, pengelolaan sampai pada penyajian informasi.
- b. Bersifat satu arah, artinya komunikasi yang terjadi atau dilakukan tidak memungkinkan terjadi proses dialog antara pengirim dan penerima. Namun jika terjadi proses umpan balik, biasanya memerlukan waktu dan tertunda.
- c. Meluas dan serempak, artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak, karena faktor kecepatan. Bergerak secara luas dan simultan, dimana informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang pada waktu yang sama.
- d. Bersifat terbuka, artinya pesannya dapat diterima oleh siapa saja dimana saja tanpa mengenal usia, jenis kelamin, dan suku bangsa.

Surat kabar pertama kali masuk di Indonesia sekitar tahun 1615. Koran pertama tersebut bernama *Memorie des Nouvelles* yang merupakan surat kabar untuk kalangan pegawai Belanda yang saat itu bekerja di Indonesia. Surat kabar pertama yang terbit walaupun menggunakan bahasa Belanda adalah *Bataviase Nouvelles en Politique Roisoven Mensen* tahun 1744, *Vendu Nieuws* tahun 1780, dan *Bataviasche Koloniale Courant* tahun 1810. Sementara surat kabar yang terbit dengan bahasa Melayu pertama kali terbit adalah *Bintang Barat*, *Hindia Neverland*, *Dinihari*, *Bintang Djohar*, *Selompret Melayu* pada tahun 1885. Dan untuk surat

kabar pertama yang terbit dengan bahasa Jawa adalah *Bromartani* yang terbit di Solo.

Pada masa Orde Lama surat kabar di Indonesia berkembang sangat pesat dan bebas dalam memberikan kritik kepada pemerintah. Namun kondisi itu tidak berlangsung lama pasca peristiwa G 30 S/PKI. Peristiwa tersebut memberikan dampak kesulitan karena ketatnya proses perizinan penerbitan surat kabar. Pada tahun 1974 saat peristiwa Malaria dua belas penerbitan yang dibredel, dan pada tahun 1978 sebanyak tujuh surat kabar mendapat larangan terbit dari pemerintah untuk beberapa saat, surat kabar tersebut yaitu : *Kompas, Sinar Harapan, Merdeka, Pelita, The Indonesian Times, Sinar pagi dan Pos Sore*. Ketidakberesan wartawan terkait profesionalitasnya dalam menulis berita membuat surat kabar saat itu menjadi tidak kritis terhadap kebijakan pemerintah karena mereka takut akan baying-bayang “pembredelan”.

Aturan perizinan penerbitan diatur dalam Surat Izin Usaha Penerbitan Pers (SIUPP) dan kemudian digantikan dengan UU Pers No:40 tahun 1999 tentang pers yang didalamnya terdapat poin yang mengatur persoalan penerbitan. Pasca reformasi merupakan momen dimana kebebasan pers terjadi di Indonesia. Hal tersebut ditandai dengan tumbuh dan berkembangnya perusahaan penerbitan pers yang pesat. Disamping itu, beberapa organisasi masyarakat dan partai juga turut mendirikan surat kabar tabloid.

Koran merupakan media massa yang tertua sebelum hadirnya film, radio, dan televisi. Koran sebagai media cetak mempunyai kelebihan yang khas yaitu merupakan catatan tertulis yang merekam peristiwa/kejadian di masa lampau

dengan rentan waktu kejadian yang sudah terjadi bahkan sampai berpuluh-puluh tahun. Berdasarkan data dari Dewan Pers Indonesia, pada tahun 2014 terdapat 576 media cetak, 1.166 stasiun radio, 394 stasiun televisi dan 221 media siber. Angka media cetak mengalami kenaikan sebanyak 158 dibanding tahun 2013 dengan total 409. Angka peningkatan yang paling menonjol adalah peningkatan pada koran, dari sebelumnya 215 menjadi 311.

Sementara angka menunjukkan peningkatan media cetak namun berbanding terbalik dengan pembaca media cetak itu sendiri. Berdasarkan data yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa pembaca dengan indikator penduduk berumur 10 tahun ke atas yang membaca surat kabar sebesar 23,0%. Pada tahun 2006 mengalami penurunan sebesar 0,3%. Pada tahun 2009 berkurang secara drastis sebesar 18,4% dan pada tahun 2012 kembali mengalami penurunan dengan angka 17%. Dari data tersebut menunjukkan bahwa pembaca media cetak semakin berkurang dan akan menyebabkan industri ini lambat laun akan gulung tikar.

2.2 Media Massa dan Berita Konflik sebagai Jualan

Media Massa menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), *berarti* sebagai (1) alat, (2) alat atau sarana komunikasi seperti majalah, radio, televisi, film, poster dan spanduk. Media tidak hanya sekedar “perantara” komunikasi pada umumnya namun media yang digunakan dalam komunikasi ruang pers. Pers adalah keterampilan dalam mencari, mengumpulkan, mengolah, menyusun dan menyajikan berita mengenai suatu peristiwa tertentu dengan tujuan untuk pemenuhan kebutuhan informasi bagi khalayak.

Media massa secara umum dibagi menjadi dua kategori yaitu media massa cetak dan media massa elektronik. Salah satu bentuk dari media massa cetak adalah surat kabar atau koran. Berita merupakan apa yang ditulis surat kabar, apa yang disiarkan oleh radio dan apa yang ditayangkan oleh televisi. Menurut Haria Sumadiri (2005), berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau ide terbaru yang benar atau penting bagi khalayak, dan bisa diakses melalui media berkala seperti surat kabar, radio, televisi ataupun media online.

Konflik menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2018) : 1) perpecahan; perselisihan; pertentangan; 2) ketegangan atau pertentangan di dalam cerita rekaan atau drama (pertentangan antara dua kekuatan, pertentangan dalam diri satu tokoh, pertentangan antara dua tokoh, dan sebagainya); dalam konteks sosial berarti pertentangan antaranggota masyarakat yang bersifat menyeluruh dalam kehidupan.

Berita mengenai konflik merupakan berita yang menarik perhatian masyarakat, karena konflik itu sendiri termasuk dalam *news value* dari sebuah berita. Konflik termasuk dalam news value atau nilai-nilai umum berita. Berita adalah konflik atau segala sesuatu yang sarat akan dimensi pertentangan. Konflik atau pertentangan merupakan salah satu sumber berita yang tak pernah kering dan tak akan pernah habis (Sumadiri, 2005:87).

Pemberitaan mengenai konflik memiliki dampak yang cukup besar bagi masyarakat karena pengertian konflik dalam konteks sosial merupakan pertentangan antaranggota masyarakat yang bersifat menyeluruh dalam kehidupan. Masyarakat terus mengakses mengenai perkembangan yang sejalan dengan keberadaan media sebagai produsen yang menyediakan informasi tersebut.

Media massa berkaitan erat dengan aspek budaya, politik dan ekonomi. Dari aspek ekonomi hal ini berkaitan dengan bagaimana media massa sebagai institusi bisnis untuk mendapatkan keuntungan bagi media itu sendiri. Kapitalisme menurut Bottromore dalam Sunarto (2009) merupakan istilah yang dipakai untuk menggambarkan sebuah cara produksi dimana modal dan berbagai macam bentuknya adalah alat utama dalam proses produksi.

Media adalah hubungan antara konsumen dan produsen. Konsumen konten media merupakan pihak yang setiap saat disodorkan beragam pesan oleh media setiap harinya. Sementara produsen adalah kelompok profesional yang membuat konten media dengan beragam pesan yang menarik perhatian konsumen agar mau menerima pesan tersebut. Sebagai penikmat atas konten media, khalayak memang tidak memiliki kemampuan dan kesempatan untuk membuat konten media. Media menjadi pemilik otoritas yang legal dalam membuat konten di media (Apriadi,2013:122).

2.3 Kehadiran Media Cetak Lokal di Indonesia

Media cetak lokal merujuk pada surat kabar yang beroperasi di daerah. Pers semacam ini terbit dengan format harian atau mingguan. Karakteristik utama dari pers lokal adalah seperangkat nilai berita yang relevan dengan pembaca lokal. Kearifan lokal dan budaya akan menjadi konten utama. Data terbaru yang dirilis oleh Nielsen Consumer & Media View (CMV) kuartal III 2017 yang dilakukan 11 kota dengan jumlah responden 17 ribu menunjukkan bahwa saat ini media cetak memiliki penetrasi sebesar 8% dan dibaca oleh 4,5 juta orang, dari data tersebut sebesar 83% membaca koran. Alasan utama para pembaca masih memiliki koran

adalah karena nilai beritanya yang masih dapat dipercaya, “elemen *trust*” masih menjadi faktor yang menguntungkan bagi iklan yang dipasang pada surat kabar/koran. Jika dilihat dari profil pembaca, media cetak di Indonesia dikonsumsi oleh konsumen dengan rentang usia 20-49 tahun (74%) dengan pekerjaan sebagai karyawan (32%) dan mayoritas pembaca dari kalangan atas (54%).

Konten media dengan muatan lokal juga masih menjadi hal yang menarik perhatian para pembaca di beberapa kota besar di Indonesia, baik yang dibaca melalui media cetak ataupun media *online*. Di Makassar sebanyak 80% membaca konten lokal melalui koran, sementara di Surakarta 54% konsumen membaca konten lokal. Jika ditinjau dari sisi belanja iklan peluang media cetak ternyata masih signifikan, meskipun belanja iklan turun 11% dari tahun 2013 ke tahun 2017, namun total pendapatan koran masih berada di angka 21 Triliun.

Menurut Iwan Awaludin Yusuf (2011), media lokal memainkan sejumlah peran yang disesuaikan dengan tujuan pokok diberlakukannya desentralisasi, yaitu:

- a. Melaksanakan peran ‘pengawasan’ dengan memberitakan berbagai macam penyimpangan yang terjadi di daerah baik dalam lingkup masyarakat, DPRD, maupun birokrasi pemerintah daerah. Persoalan korupsi masih menjadi persoalan terbesar yang dihadapi Bangsa Indonesia dan hal tersebut mempengaruhi kinerja birokrasi yang tidak efisien, menciptakan angka ekonomi yang tinggi. Untuk itu, media lokal diharapkan bisa menyajikan realitas tersebut kepada masyarakat.
- b. Memberikan ruang bagi semua pihak untuk mengkritik hal-hal yang terkait dengan kebijakan publik. Kebijakan yang dibuat oleh pemerintah cenderung

tidak mendapatkan dukungan masyarakat dikarenakan masyarakat tidak dilibatkan dalam penyusunan kebijakan tersebut. Dun (1998:24-25) menyatakan bahwa dalam proses perumusan kebijakan publik, adopsi kebijakan, implementasi kebijakan, dan evaluasi kebijakan membutuhkan partisipasi aktif dari masyarakat. Media juga turut serta mengambil peran aktif dalam memberikan informasi kepada masyarakat mengenai keseluruhan proses yang dilakukan.

- c. Media lokal dapat melaksanakan peran mediasi antar aktor dalam proses-proses politik ditingkat daerah. Demokrasi tidak akan bermakna tanpa adanya partisipasi rakyat.

2.4 Harian Luwuk Post sebagai Media Lokal

Luwuk Post merupakan media cetak lokal pertama yang didirikan sejak Juli 2007 di kota Luwuk. Tagline surat kabar harian ini adalah koran yang akurat dan berimbang. Surat kabar harian ini mulanya mendapatkan support yang besar dari manajemen Group Manado Post (Jawa Post Group). Selain itu dukungan atas pendirian media lokal ini juga mendapat dukungan dari manajemen Gorontalo Post.

Pada tahun 2006, Herdiyanto Yusuf yang merupakan Direktur Luwuk Post saat ini bersama sejumlah mahasiswa Luwuk yang berada di Gorontalo mempunyai gagasan untuk mendirikan koran di Luwuk. Pro kontra atas gagasan ini muncul dari berbagai pihak dikarenakan untuk mendirikan sebuah koran dinilai bukanlah hal yang mudah. Herdiyanto merupakan salah satu wartawan Gorontalo Post, mengenai gagasan yang ia kemukakan tak disangka mendapatkan respon positif dari manajemen Gorontalo Post. Haris Ladici yang juga merupakan wartawan di

Gorontalo Post yang ditugaskan untuk menjajaki pembukaan koran di Luwuk. Saat itu ia ditugaskan hanya sekedar membuat peliputan mengenai berita-berita Luwuk, serta mengamati propek industri media di tanah Babasal (Banggai, Saluan, Balantak).

Berita-berita Luwuk tersebut ditulis dan diterbitkan dalam sebuah halaman khusus bernama “Pro Sultim” dengan jumlah 4 halaman hitam putih, yang diterbitkan menjadi bagian dari Gorontalo Post. Halaman khusus ini hanya khusus untuk Gorontalo Post yang beredar di Luwuk. Langkah awal penjajakan koran di Luwuk dimulai dengan Manajemen Gorontalo Post menyewa rumah sebagai kantor Biro Gorontalo Post di Luwuk. Dari kantor biro inilah upaya keras untuk mendirikan Luwuk Post dimulai. Saat itu kendala yang sering dirasakan adalah seringnya terjadi gangguan jaringan internet yang menyebabkan pengiriman foto dan naskah berita menjadi terhambat.

Selain kendala tersebut, koran Gorontalo Post yang didalamnya terdapat halaman “Pro Sultim” tidak hadir di Luwuk setiap harinya. Hal tersebut dikarenakan jalur distribusi koran yang belum memadai. Saat itu pengiriman koran hanya menggunakan jasa kapal fery penyebrangan Gorontalo-Pagimana. Sampai akhirnya jalur penerbangan Gorontalo-Luwuk dibuka setiap hari selasa dan kamis. Mulai saat itu, khusus hari selasa dan kamis, koran Pro Sultim sudah bisa saat itu juga sementara hari lainnya menunggu kiriman dari pelabuhan Gorontalo-Pagimana.

Diakui pihak manajemen Harian Luwuk Post bahwa penjualan koran Gorontalo Post di Luwuk saat itu bukanlah hal yang mudah. Kendala ykesulitan

menemukan pembeli koran juga menjadi kendala selanjutnya. Pembaca koran saat itu tidak begitu banyak. Beberapa pelanggan tertarik karena saat itu Gorontalo sedang menghadapi proses Pilkada Gubernur, situasi politik di Gorontalo menjadi informasi yang menarik. Selebihnya, pelanggan dan pembeli hanya adalah orang-orang Luwuk yang tertarik dengan berita-berita Luwuk yang tertera di halaman “Pro Sultim”.

Waktu terus berjalan, hingga akhirnya rencana pendirian koran di Luwuk semakin mantap. Setelah tanah yang ditempati kini resmi dibeli pada awal tahun 2007, pembangunan gudang mesin cetak koran pun mulai dilakukan. Selain itu juga didirikan kantor redaksi dan pemasaran. Sedangkan kantor biro Gorontalo Post dijadikan mes wartawan dan pemasaran. Setelah pembangunan gedung selesai, mesin cetak koran pun didatangkan. Mesin tersebut juga merupakan mesin bekas dari salah satu Grup Jawa Post yang berada di daerah Maluku Utara, mesin cetak dalam format warna hitam putih. Setelah berhasil melakukan uji coba, pada tanggal 4 Juni 2007, untuk pertama kalinya koran Luwuk Post diterbitkan dengan 12 halaman hitam putih.

Kini Luwuk Post tampil dengan identitasnya sendiri, hadir sebagai koran lokal yang terbit di Luwuk, Luwuk Post menjadi pelopor koran harian terbitan Luwuk. Perkembangan Luwuk Post mengalami peningkatan dari waktu ke waktu. Namun saat itu sikap masyarakat atas terhadap koran menjadi kendala, selain itu beberapa pejabat di daerah masih enggan menjadi narasumber sehingga pihak Luwuk Post kesulitan membangun relasi komunikasi dengan berbagai pihak.

Pada awal pendekatan yang dilakukan pihak Luwuk Post, para pejabat selalu ketakutan dikarenakan mereka beranggapan bahwa wawancara yang dilakukan tersebut berkenaan dengan sebuah kasus atau sekedar meminta uang. Pemahaman “miring” tentang media dan wartawan saat itu menjadi kendala yang cukup serius. Serta minat baca masyarakat yang terbilang masih rendah menjadi kendala selanjutnya dalam pengembangan koran di Luwuk. Luwuk Post perlahan-lahan menjadi koran yang membanggakan bagi daerah. Secara bertahap kendala-kendala bisa diatasi, pemahaman masyarakat Luwuk dan Kabupaten Banggai terhadap media juga semakin terbuka.

Pada tahun 2009, Luwuk Post kemudian berubah format dari koran hitam putih menjadi koran berwarna. Saat itu manajemen Luwuk Post berhasil memiliki mesin cetak berwarna dengan kemampuan dan kualitas cetak yang lebih baik. Koran inipun tumbuh dan pemasarannya diperluas hingga Kabupaten Banggai Kepulauan, dan Kabupaten Tojo Una-Una. Kemudian pada tahun 2012, adanya pergantian mesin lagi dengan sistem kerja mesin digital yang mampu menghasilkan kualitas cetakan yang lebih baik. Pada tahun 2014 manajemen mendirikan anak perusahaan seperti Luwuk Post Printing, koran Radar Banggai, dan beberapa unit usaha lainnya.

2.4.1 Profil Singkat Harian Luwuk Post

Luwuk Post merupakan media lokal yang berada di kota Luwuk tepatnya di jalan Imam Bonjol No.4 Km 3 Luwuk. Surat kabar harian ini bernaung dibawah panji Grup Jawa Pos dan merupakan yang surat kabar harian pertama dan terbesar di Kawasan Timur Sulawesi. Penyebaran surat kabar ini tersebar di Kabupaten

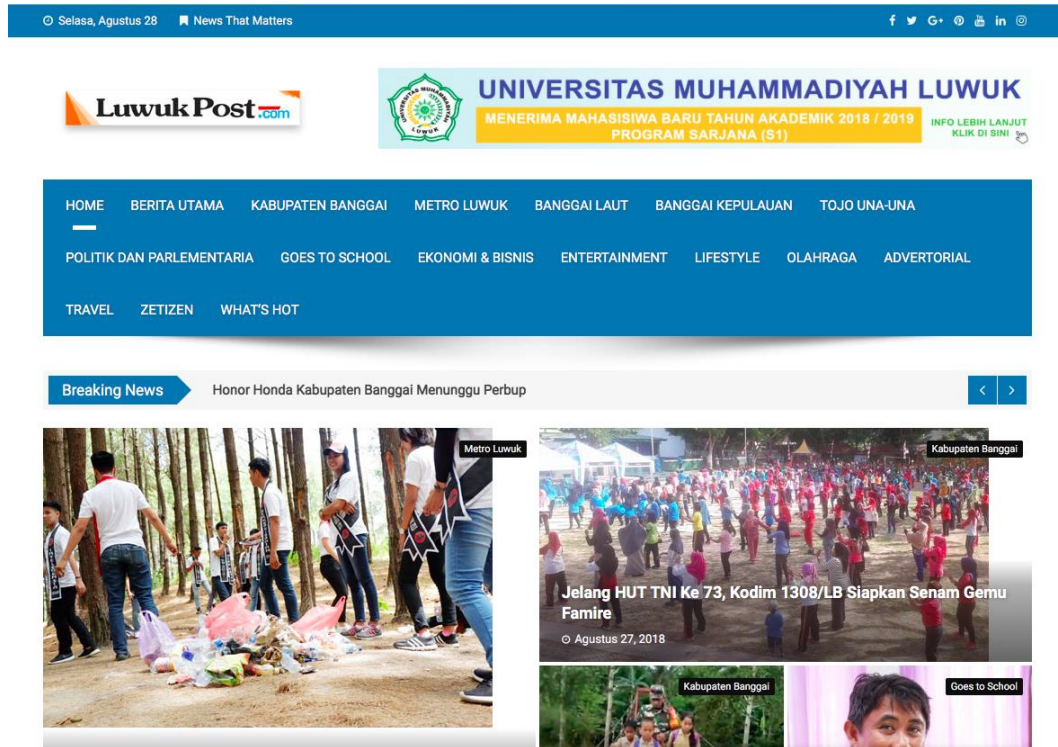
Banggai, Kabupaten Banggai Kepulauan dan Kabupaten Tojo Una-Una. Harga eceran surat kabar ini Rp.5000/eksemplar. Luwuk Post pertama kali terbit pada tanggal 4 Juli 2007. Luwuk Post terdiri atas 16 halaman, yang terdiri dari 12 halaman berisi tentang berita lokal dan 4 halaman berita nasional. Untuk 4 halaman berita nasional diakses dari INN (Indonesia Network News), Gorontalo Post dan Manado Post.

2.4.2 Pembaca Harian Luwuk Post

Harian Luwuk Post menerbitkan sekitar 1500- 2000 eksemplar setiap harinya. 1400 eksemplar disebar pada intansi langganan mereka, sementara yang 600 eksemplar dijual bebas seperti di toko-toko. Sementara untuk pemesanan khusus, Luwuk Post menerbitkan 3000 sampai 4000 eksemplar. Harga eceran koran ini Rp.5.000/eksemplar, selain itu untuk harga langganan dalam kota Rp. 100.000/bulan dan harga langganan luar kota Rp.140.000. Pelanggan koran Luwuk Post tersebar di kawasan timur Sulawesi.

Berdasarkan pengamatan oleh Harian Luwuk Post pembaca Harian Luwuk Post merupakan pembaca berita bukan pembaca koran. Pembaca berita berarti pembaca hanya berfokus pada berita-berita tertentu, tidak membaca koran secara keseluruhan. Rubrik berita kriminal masih menjadi rubrik berita favorit masyarakat Kabupaten Banggai. Berita kriminal dinilai masih menjadi berita dengan daya tarik yang tinggi bagi masyarakat. Diakui oleh Wakil Pimpinan Redaksi bahwa minat baca masyarakat di Kabupaten Banggai masih rendah. Pembaca hanya berfokus pada berita-berita yang sedang heboh atau *hot issue*.

Gambar 2.1
Situs Online Harian Luwuk Post



Harian Luwuk Post juga bisa diakses melalui halaman situs *luwukpostonline.com*. Berdasarkan pernyataan Pimpinan Redaksi bahwa halaman situs Harian Luwuk sebelumnya telah berganti alamat situs dari *news.luwukpost.info* menjadi *luwukpostonline.com* dikarenakan kendala IT Harian Luwuk Post. Situs online Harian Luwuk Post ini juga baru kembali aktif sekitar bulan Juli 2018. Pada situs online ini berita yang diposting sama dengan berita yang terbitkan cetak oleh Harian Luwuk Post. Selain situs online, Harian Luwuk Post juga memiliki akun media sosial Facebook yang aktif.

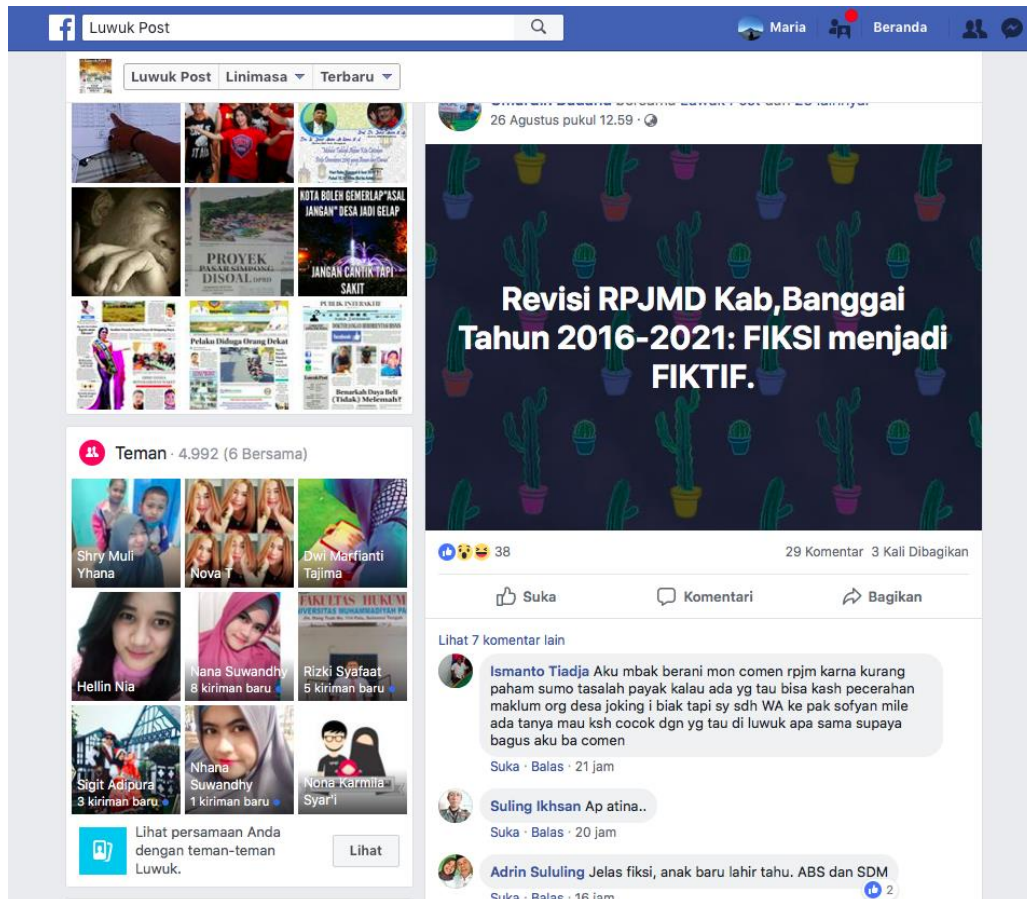
Gambar 2.2
Akun Facebook Harian Luwuk Post



Akun Facebook Harian Luwuk Post memiliki sekitar 4.992 pengikut. Setiap pengikut dalam akun media sosial saling berinteraksi satu sama lain. Interaksi tersebut bisa terlihat dari komentar yang diberikan oleh pembaca untuk menanggapi postingan Harian Luwuk Post. Dari berbagai komentar pada halaman kronologi tersebut memperlihatkan bagaimana teks yang disajikan oleh media memberikan penafsiran yang berbeda bagi pembacanya. Namun pada kronologi akun sosial media Harian Luwuk Post tidak hanya berisi postingan dari pihak Harian Luwuk Post tapi juga postingan dari para pengikutnya.

Gambar 2.3

Postingan Pembaca pada Kolom Kronologi Harian Luwuk Post



2.5 Profesionalisme Wartawan

Profesionalisme wartawan menjadi poin penting terkait bagaimana mereka mendefinisikan pekerjaan mereka karena hal tersebut akan mempengaruhi konten berita yang mereka tulis. Seorang jurnalis yang memandang diri mereka sebagai *dessiminator/neutral* dan yang memandang diri mereka sebagai *interpretes/participants* mempunyai pandangan yang berbeda atas sebuah kejadian. Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Starck dan Soloski's (1977) dalam studi dengan reporter mahasiswa menunjukkan bahwa mahasiswa jurnalisisme

yang menganggap diri mereka sebagai pihak yang netral menulis berita yang paling kurang fair dan komperhensif. Sedangkan, mahasiswa yang memposisikan diri mereka ditengah diantara peran ekstrim dan normal menulis berita paling objektif dan akurat (Zulkarimein, 2015:89).

Peran professional seorang wartawan sejalan dengan peran seorang komunikator dalam menyampaikan apa yang perlu untuk disampaikan kepada khalayak dan bagaimana informasi yang akan dijadikan berita dikembangkan. Otoritas jurnalistik yang dimiliki oleh wartawan merupakan “kekuasaan” yang dimiliki oleh wartawan dan media yang menaunginya. “Kekuasaan” ini memperbolehkan mereka untuk menyajikan berita sesuai dengan interpretasi mereka atas suatu realitas. Namun setiap profesi tidak terlepas dengan kode etik nya masing-masing. Kode etik merupakan aplikasi dan evaluasi dari prinsip-prinsip dan norma-norma yang memandu praktik jurnalisme. Rothman dalam Zulkarimein (2015) menyatakan bahwa alasan urama yang mendasari adanya keberdaaan kode etik adalah untuk menjamin standar tertinggi dalam perilaku, melindungi klien dan berkontribusi untuk kesejahteraan publik. Tidak ada kode etik yang berlaku secara universal mengenai perilaku jurnalis.

Hakikat dari pekerjaan jurnalisme adalah mencari, menemukan dan menyampaikan kebenaran. Jurnalis dianggap sebagai pencari dan penyampai kebenaran. Kebenaran dalam konteks jurnalisme diartikan fakta-fakta realitas yang didukung oleh bukti-bukti yang telah ter-verifikasi. Dalam menjalankan peran tersebut dilakukan dengan mneggunakan perangkat analisis, logika, dan

pengetahuan. Dengan kata lain kebenaran merupakan sesuatu hal secara aktual dalam realitasnya.

Berbagai informasi yang disampaikan oleh media akan menjadi rujukan bagi masyarakat. Masyarakat mengetahui apa yang terjadi disekitarnya melihat dari apa yang diberitakan oleh media. Oleh sebab itu media harus menyampaikan kebenaran dikarenakan media tidak bisa mengukur seberapa parah informasi yang salah bagi masyarakat jika jika dijadikan rujukan untuk membuat keputusan. Publik menaruh kepercayaan mereka kepada media. Kepercayaan yang diperoleh harus dijaga karena hal tersebutlah yang mendasari hubungan kedua belah pihak. Jurnalisme tanpa kepercayaan publik hanya akan menjadi hal yang sia-sia.

The Ethical Journalism Initiative dalam Zulakrimein (2015), merupakan program global dari International Federation Of Journalist (IFJ) yang memetakan prinsip jurnalisme yang ideal. Prinsip-prinsip tersebut yaitu :

- a. Prinsip pertama yaitu menyampaikan kebenaran (*Truth Telling*). Menjadikan hal tersebut sebagai sesuatu yang membuat ketagihan (*addiction*) akan akurasi factual (*factual accuracy*), checking dan rechecking; keterampilan mengantisipasi kemungkinan kesalahan saat melakukan praktik jurnalisme; menegakkan otentisitas melalui pertanyaan; siap untuk mengakui dan mengoreksi jika terdapat kesalahan; mengakui bahwa kebenaran yang mendasar hanya bisa diungkapkan dengan riset yang mendalam dan tepat, wawancara *in-depth* dan pemahaman yang baik mengenai isu-isu yang muncul.
- b. Prinsip kedua yaitu Independen dan *Fair*. Berita yang disajikan haruslah lengkap tanpa menyembunyikan fakta-fakta yang signifikan; berupaya untuk

menghindari bias media. Serta media juga harus memberikan ruang untuk ketidaksepakatan yang valid dan beralasan; memberi kesempatan pada yang 'diserang' untuk menjelaskan; dan tidak terpengaruh kepada berbagai tawaran baik dari segi komersial dan politik.

- c. Prinsip ketiga yaitu Humanitas dan Solidaritas. Media tidak berbuat secara langsung atau dengan sengaja merusak orang lain; mengormati hak-hak publik agar tidak tercederai.

Selain itu, cukup banyak prinsip-prinsip yang dipedomani oleh etika jurnalisme, namun jika semua ditinjau kembali maka yang utama adalah 8 prinsip dalam Zulakerimein (2015), yaitu :

- a. Akurasi ,
- b. Independensi,
- c. Objektivitas,
- d. *Balance*,
- e. *Fairness*,
- f. Imparsialitas,
- g. Menghormati privasi,
- h. Akuntabilitas kepada publik,

Prinsip akurasi berkaitan dengan janji praktik jurnalisme untuk mencari dan menyampaikan kebenaran kepada khalayak. Berita ataupun karya jurnalistik yang ditulis oleh wartawan dan disajikan oleh media harus dipastikan benar substansinya, fakta-faktanya, berasal dari sumber yang kompeten dan otoritatif, serta tidak bias. Keakuratan fakta merupakan syarat penting bagi kebenaran yang

ditampilkan media. Seorang jurnalis harus memperhatikan keakuratan tersebut dengan melakukan tugas penuh dengan kehati-hatian. Menguasai substansi karena setiap jurnalis terikat rasa tanggung jawab yang disertai implikasi jika terdapat kesalahan yang menyebabkan keakuratan menjadi hal yang dipertanyakan. Fakta-fakta harus terverifikasi : *check* dan *recheck, cross-check*.

Prinsip akurasi tidak hanya sekedar hanya mendapatkan fakta secara benar. Untuk beberapa kasus seperti sebuah isu yang kontroversial, opini yang relevan terkait peristiwa tersebut menjadi hal yang perlu dipertimbangkan. Akurasi yang disajikan media menjadi faktor penentu bagaimana reputasi media dimata khalayak. Hal tersebut juga berkaitan dengan kredibilitas media. Jika keakuratan sebuah media menjadi hal yang dipertanyakan maka media tersebut secara otomatis akan kehilangan kredibilitasnya.

Prinsip independensi terikat kebenaran yang ingin dicapai haruslah tidak ada intervensi dari pihak manapun. Media mempunyai melayani demokrasi dan kepentingan publik dengan menyajikan kebenaran, namun seringkali bertabrakan dengan berbagai kepentingan yang ada baik dari pemerintah, pengiklan maupun pemilik media itu sendiri. Media harus menempatkan kepentingan publik sebagai hal yang utama yang berarti harus berani mengekspos ketidakberesan, kejahatan atau penyelewengan agar publik tidak tersesat. Tidak ada perlakuan khusus terhadap pihak pengiklan maupun kepentingan khusus karena hal tersebut bisa menyebabkan media terpengaruh.

Prinsip yang ketiga ialah objektivitas atau yang biasa disebut dengan keberimbangan. Prinsip objektivitas merupakan ketentuan yang mencegah

wartawan mencampur adukkan subjektivitas pribadinya atau orang lain dalam memandang dan menggambarkan suatu peristiwa atau kejadian. wartawan harus meninjau setiap masalah atau peristiwa dari berbagai sudut pandang agar lebih mencerminkan kebenaran. Tidak hanya melakukan *cover both sides* kini konsep tersebut meluas menjadi *cover all sides* dikarenakan kebanyakan peristiwa yang tidak hanya melibatkan dua pihak. Peristiwa yang terjadi di tengah-tengah masyarakat sangatlah kompleks sehingga tidak bisa disederhanakan menjadi urusan yang melibatkan dua pihak saja.

Objektivitas dalam konteks jurnalisme menghindari adanya keberpihakan. Pers bersifat independen sehingga pers itu sendiri harus bebas dari segala keberpihakan. Media harus bebas dari obligasi atas kepentingan apapun. Semakin publik menilai baik objektivitas media maka bertambah tingkat kepercayaan publik terhadap media itu sendiri. Jika publik menilai pemberitaan media subjektif maka kredibilitas media pun akan berkurang.

Prinsip *balance* yakni wartawan harus memberikan tempat dan peluang yang sama bagi pihak-pihak yang terlibat dalam pemberitaan mereka. Suatu kejadian, peristiwa atau isu pasti terdapat pandangan pro-kontra terhadap hal tersebut. Ada pihak yang setuju, ada pihak yang juga menentang, ada yang menerima, ada yang menolak. Media harus semaksimal mungkin memberikan porsi yang sama terhadap pihak yang bersebrangan sehingga khalayak tidak menilai berita atau karya jurnalistik media itu sendiri menjadi berat sebelah. Media harus menampilkan pandangan dan fakta yang berimbang mengenai peristiwa terjadi sehingga media akan menghindari terjadinya keberpihakan pada salah satu sisi saja.

Selanjutnya adalah prinsip *fairness*, dalam peliputan peristiwa hal ini diwujudkan dalam wujud yang transparan, terbuka, jujur, dan adil. Prinsip ini dimaksudkan agar berita yang ditulis oleh jurnalis memberi kesempatan dan tempat bagi semua pihak secara adil. Namun dalam kenyataan sering ditemukan tidak semua pihak diberikan hal yang sama karena hal tersebut dipengaruhi oleh *interest* pribadi jurnalis maupun berbeda ideologi. Banyak tantangan yang dihadapi untuk menciptakan berita atau tulisan yang benar-benar *fair*. Sekilas prinsip *fairness* hampir sama dengan objektivitas, namun jika ditinjau kembali kedua prinsip ini memiliki maksud yang berbeda. Prinsip objektivitas lebih berfokus pada penghindaran subjektivitas pribadi seorang wartawan, sedangkan prinsip *fairness* lebih kepada pemberian peluang yang setara dan seimbang bagi berbagai pihak yang terkait dengan peristiwa yang diberitakan oleh media.

Prinsip Imparsialitas merupakan prinsip yang kembali menekankan tentang ketidakberpihakan seorang jurnalis dan media dalam mencari, menulis dan menyajikan berita. Media merupakan institusi sosial berikut dengan *privilege* yang melekat yang telah diberikan masyarakat agar biasa berfungsi sebagaimana mestinya. Imparsialitas adalah peliputan yang *fair* dan pikiran yang terbuka dalam menggali semua pikiran yang signifikan. Kemudian yang perlu diperhatikan oleh media adalah prinsip menghormati privasi karena setiap pribadi berhak untuk tidak dijadikan sebagai pusat perhatian. Peliputan media memang menghilangkan privasi, sehingga privasi akan menjadi masalah yang penting. Media perlu merumuskan sejauh mana media boleh “mengorek-ngorek” kehidupan privasi

seseorang, ada batasan yang jelas sedetail apa media berhak mengungkapkan kehidupan seorang individu.

Prinsip terakhir ialah akuntabilitas yang melihat bagaiman niat awal dari seorang jurnalis , bahwa segala proses dan hasil tulisan atau karyanya dapat dipertanggungjawabkan kepada publik. Berbagai masalah akan muncul jika jurnalis mengabaikan prinsip ini, kerugian itu berupa pemuatan berita atau tulisan yang tidak dirasakan manfaatnya oleh khalayak. Publik mempunyai hak untuk tidak dirugikan ataupun dirusak oleh berita atau informasi yang dimuat oleh sebuah media. Dampak buruk dari pelanggaran hak tersebut umumnya berkenaan dengan nama baik seseorang yang terganggu kerana informasi mengenai dirinya dimuat dimedia.