

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan teknologi telah merubah pola konsumsi media. Banyak konsumen beralih dari media massa cetak ke media *online*. Peralihan ini terutama didorong oleh keunggulan yang ditawarkan media *online* diantaranya kecepatan *update* dan jangkauan global. Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII), lebih dari setengah penduduk Indonesia telah terhubung ke internet pada tahun 2016 dengan jumlah mencapai 132,7 juta jiwa. Jumlah tersebut meningkat sekitar 50 juta dari tahun 2014. Pengguna internet kembali meningkat di tahun 2017 menjadi 143,26 juta jiwa (APJII, 2017: 6).

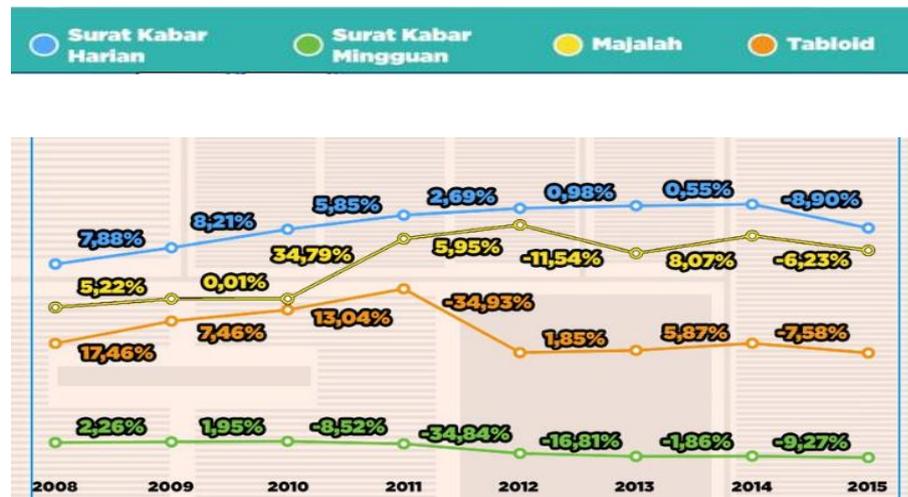
Peningkatan jumlah konsumen media *online* diikuti menurunnya tiras media massa cetak. Serikat Perusahaan Pers (SPS) mencatat di tahun 2015 terjadi penurunan tiras media cetak secara drastis, termasuk diantaranya dialami oleh mingguan, tabloid dan majalah. Sebelumnya, dari tahun 2008 hingga 2014, tiras harian menunjukkan tren naik meskipun jumlah medianya tidak menentu. Laporan tahunan Aliansi Jurnalis Independen (AJI) tahun 2012 menyebutkan bahwa dalam rentang waktu tersebut, tepatnya di tahun 2012, Indonesia sempat diperhitungkan menjadi salah satu negara dengan industri media yang dinamis di tingkat dunia karena kondisi media yang selalu mengalami pertumbuhan. Hal ini berbanding terbalik dengan kondisi di Amerika Serikat dan negara-negara Eropa Barat dimana banyak surat kabar penting tutup di tahun tersebut (AJI, 2012:1). Di Indonesia pertumbuhan media digambarkan dengan kenaikan tiras harian dari

tahun ke tahun, dimulai dari tahun 2008 dengan jumlah tiras mencapai 7,49 juta. Pada tahun 2014 bahkan total tiras mencapai 9,65 juta. Kenaikan tersebut terhenti dan berbalik arah pada tahun 2015, yakni hanya 8,79 juta atau turun 8,9 persen dari tahun sebelumnya.

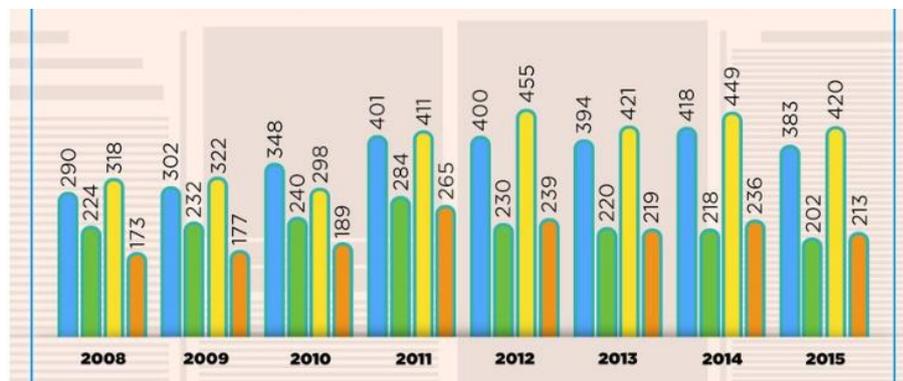
Sejak tahun 2009 hingga 2014, meskipun secara jumlah selalu naik, nilai pertumbuhan tiras dari tahun ke tahun terus melambat. Pertumbuhan tiras sempat naik pada tahun 2010, dari 7,88 persen menjadi 8,21 persen. Hanya saja, terjadi perlambatan pada tahun-tahun berikutnya. Pada tahun 2011, pertumbuhan tiras harian hanya mencapai 5,85 persen dan tahun 2012 pertumbuhannya semakin melambat menjadi 2,69 persen. Tahun 2013, perlambatan kembali terjadi menjadi 0,98 persen. Pertumbuhan yang tidak sampai satu persen tersebut kembali berkurang di tahun 2014 menjadi 0,55 persen. Hingga pada 2015 tiras harian mengalami penurunan (<https://tirto.id/pertumbuhan-oplah-koran-melambat-melambat-menurun-ciy7>). Edisi 8 Februari 2017, diakses kembali pada tanggal 22 Maret 2018).

Penurunan jumlah tiras media cetak seiring tumbuhnya media *online* telah disinggung oleh Daegon dkk dalam penelitiannya berjudul *Internet adoption and the survival of print newspapers: A country-level examination*. Penelitian tersebut menyebutkan penetrasi internet telah memengaruhi sirkulasi media massa cetak, terutama media massa cetak lokal (Daegon, 2016: 18). Sebagaimana dijelaskan Albarran (1996: 160) bahwa perkembangan teknologi, dalam hal ini internet, memiliki pengaruh besar terhadap dinamika media cetak. Penetrasi media *online*

disebut telah memunculkan fenomena tersendiri yaitu semakin berkurangnya populasi khalayak media massa cetak.



Gambar 1.1 Oplah/Tiras Media Cetak



Gambar 1.2 Perkembangan Jumlah Media Cetak (Sumber : Tirto.id)

Penurunan tiras yang semakin besar diikuti dengan berkurangnya jumlah pemasang iklan di media massa cetak. Kondisi ini dapat dikatakan sebagai ancaman mengingat sebagian besar pendapatan media cetak berasal dari iklan. Penghasilan ekonomi media memang berbeda dengan bisnis lainnya. Selain dari

hasil pembelian barang dan jasa atas kemampuannya memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen, penghasilan utama media juga berasal dari pemasang iklan (Henry, 2015:157).

Kondisi yang semakin sulit memicu persaingan ketat antar media massa cetak, maupun antara media massa cetak dengan media baru/ *online*. Persaingan ketat selanjutnya menyingkirkan sejumlah media cetak yang tidak mampu bertahan. Seperti yang terjadi pada media nasional *Jakarta Globe* (media cetak berbahasa Inggris), harian *Sinar Harapan* (terbit sejak 1960-an dan tutup 1 Januari 2016) dan *Rolling Stone Indonesia* hingga media lokal di Jateng-DIY seperti *Bernas* dan *Joglosemar* (berhenti terbit 1 Maret 2018). *Detik.com* (edisi 25 Agustus 2017) menyebutkan media cetak lainnya seperti tabloid *Soccer*, harian *Bola*, *Indonesia Finance Today* (IFT), *Tech Life* (media cetak seputar teknologi), *Chip* (majalah teknologi) juga tidak mampu menghadapi persaingan dan berhenti terbit. Di sisi lain, sejumlah media massa memilih untuk mengikuti perkembangan teknologi dengan merubah haluan menjadi media berbasis *online*, seperti majalah HAI dan majalah tempo (<https://inet.detik.com/fotoinet/d-3614746/sederet-media-cetak-yang-tutup-lapak/15/#photos>. Edisi 25 Agustus 2017, diakses kembali pada tanggal 22 Maret 2018).

Tumbangnya media massa cetak hampir terjadi di seluruh wilayah Indonesia. Salah satu daerah penyumbang tutupnya media cetak terbanyak adalah kota Solo. *JawaPos.com* menyebut kota Solo sebagai kuburan media karena banyaknya media massa cetak yang berhenti terbit di kota tersebut. Hal ini disampaikan di hari ketika harian *Joglosemar* memutuskan berhenti terbit, Sabtu

30 Desember 2017 (<https://www.jawapos.com/read/2017/12/31/178405/satu-lagi-media-cetak-tutup-usia>. Edisi 31 Desember 2017, diakses kembali pada tanggal 22 Maret 2018).

Kondisi persaingan yang semakin ketat membuat perusahaan media terus berupaya mempertahankan kelangsungannya. Upaya ini selanjutnya memunculkan kecenderungan perubahan tindakan wartawan dalam menjalankan tugas jurnalisme. Salah satu diantaranya adalah wartawan turut mencari iklan di samping tugas utamanya mencari berita. Kecenderungan tindakan ini dikemukakan dalam penelitian Sunarto (2014) dengan judul, *Esensi Pengalaman Profesional Wartawan Media Lokal* bahwa telah terjadi pragmatisme pada profesi wartawan media massa lokal.

Penelitian Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Semarang juga menemukan media lokal di Semarang belum memisahkan ruang redaksi dengan ruang iklan yang berdampak pada independensi wartawan dalam menulis berita. Absennya ruang pemisah ini membuat berita yang menjadi konsumsi publik sebagian besar berdasar pesanan iklan (AJI Semarang, 2014: 51). Pengaruh iklan, selain muncul pada berita yang dihasilkan wartawan, juga merambah pada perwajahan media massa cetak. Iklan telah membuat batasan antara iklan dengan editorial menjadi kabur. Dominasi iklan semakin jelas terlihat dari banyaknya ruang yang disediakan untuk iklan dibanding untuk editorial (Haryanto, 2014:78).

Undang-Undang Nomor 40 tahun 1999 tentang Pers menyebutkan bahwa wartawan merupakan orang yang secara teratur melaksanakan kegiatan jurnalistik yaitu mencari, mengumpulkan, menyimpan, mengolah fakta menjadi berita untuk

dipublikasikan melalui media massa. Wartawan dalam menjalankan profesinya dituntut profesional. Pada pasal 6 disebutkan bahwa wartawan Indonesia tidak menyalahgunakan profesi serta tidak menerima suap. Menyalahgunakan profesi dalam hal ini adalah segala bentuk tindakan dengan tujuan mengambil keuntungan pribadi atas informasi yang diperoleh saat bertugas. Pada pasal selanjutnya disebutkan bahwa wartawan memiliki dan menaati kode etik jurnalistik.

Etika jurnalistik sangat penting mengingat wartawan memiliki tanggung jawab untuk memberikan informasi yang benar kepada khalayak. Urgensi penyampaian informasi yang benar didasarkan pada argumen bahwa informasi sangat berpengaruh pada kehidupan manusia. Informasi yang benar akan mencerahkan pembaca, sementara informasi yang tidak benar akan menimbulkan berbagai dampak negatif (Haryatmoko, 2007: 19).

Etika jurnalistik berperan penting sebagai dasar wartawan berperilaku di dalam kehidupan yang selalu bersinggungan dengan orang lain. Perilaku yang benar secara etis, disebutkan, adalah yang menghormati aturan interaksi sosial yang *fair* (Nasution, 2017: 22). Secara sederhana, etika sangat berkaitan dengan bagaimana seseorang hidup tanpa mengganggu keberadaan orang lain. Pada kegiatan jurnalistik, perilaku benar adalah bagaimana wartawan dapat berperilaku tanpa mengganggu kepentingan publik medianya. Namun demikian, disadari pula masih ada banyak tantangan dalam upaya menegakkan etika di tengah kesulitan ekonomi yang dihadapi media massa cetak.

Tantangan mempertahankan etika muncul karena pada praktiknya selain sebagai institusi sosial, media massa juga berperan sebagai industri bisnis. Peran

sebagai industri bisnis semakin terasa terutama pada media yang sedang dalam kondisi sulit. Sebagaimana dikemukakan Mufid (2015 :222), kondisi seperti ini membawa kehidupan media massa mengikuti model ekonomi industrial yang ditandai dengan upaya media menekan biaya produksi serta memaksimalkan jumlah pendapatan. Ketika biaya produksi meningkat, media akan memperluas jangkauan konsumen untuk menambah pendapatan. Kepentingan mendapatkan keuntungan ini kemudian menjadi isu penting bersamaan dengan munculnya kekhawatiran ketika kepentingan ekonomi harus dihadapkan dengan isu etis bermedia. Tekanan ekonomi kemudian membuat media massa seakan bebas melakukan apa saja, termasuk menggeser kewajiban sosial media massa.

Kesulitan ekonomi telah memunculkan kecenderungan perubahan perilaku wartawan dalam menjalankan tugas jurnalisme. Hal menarik untuk diangkat menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana wartawan memaknai pengalaman etis dalam menjalankan profesi di tengah kesulitan ekonomi perusahaan media.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Kehadiran media massa *online* sebagai dampak dari perkembangan teknologi turut mewarnai dinamika bisnis media massa cetak, terutama pada kondisi ekonomi media. Oplah media massa cetak terus berkurang diikuti oleh pendapatan dari iklan yang kian menurun. Upaya mempertahankan perusahaan memunculkan persaingan ketat antar media massa.

Persaingan antar media massa selanjutnya memunculkan kecenderungan perubahan perilaku wartawan dalam menjalankan tugas jurnalisme. Perubahan

tersebut adalah wartawan turut mencari iklan di samping menjalankan tugas utamanya menulis berita. Di dalam kode etik jurnalistik disebutkan bahwa wartawan dilarang mencari iklan karena akan menghambat wartawan menghasilkan berita secara independen.

Terkait hal tersebut, pertanyaan pokok yang hendak dijawab melalui penelitian ini adalah bagaimana wartawan memaknai pengalaman profesionalnya di tengah kesulitan ekonomi media massanya.

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. Pengalaman etis wartawan media massa cetak di tengah kesulitan ekonomi media massa
2. Pengalaman wartawan media massa cetak dalam memaknai kode etik jurnalisme

### **1.4. Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1. Manfaat Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan referensi dalam pengembangan studi ilmu komunikasi, terutama terkait etika jurnalisme melalui deskripsi pengalaman etis wartawan media massa cetak dengan menggunakan pendekatan fenomenologi.

#### **1.4.2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini memberikan gambaran otentik tentang pengalaman wartawan media massa cetak dalam menjalankan tugas jurnalisme di tengah tuntutan persaingan

antar media massa. Interaksi antara kesadaran wartawan dengan aktivitas jurnalismenya menjadi pengetahuan tentang fenomena tindakan etis wartawan dalam menjalankan tugas jurnalisme di tengah persaingan ketat media massa.

#### 1.4.3. Manfaat sosial

Penelitian ini, melalui publikasi diharapkan mampu memberikan gambaran kepada masyarakat terutama tentang praktik profesional wartawan media massa cetak. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan kepada masyarakat, terutama konsumen media massa, untuk lebih selektif dalam mengkonsumsi berita di media massa.

### **1.5. Kerangka Pemikiran Teoritis**

#### 1.5.1. Perkembangan Penelitian Relevan (*State of The Art*)

Terdapat sejumlah penelitian tentang pengalaman wartawan menjalankan kegiatan jurnalistik terkait persoalan etika. Diantaranya ada penelitian Rofiuddin (2011), mengenai praktik pemberian amplop kepada wartawan. Penelitian dengan pendekatan deskriptif kualitatif ini menunjukkan bahwa meskipun dilarang dalam kode etik, pemberian amplop tetap dilakukan seperti sebuah tradisi. Amplop dari narasumber dianggap oleh wartawan sebagai rezeki. Alasan wartawan menerima amplop adalah karena gaji yang dinilai belum cukup untuk memenuhi kebutuhan hidup (Rofiudin, 2011: 88-90).

Selanjutnya ada penelitian dari Tim Rosenkranz (2015) di Amerika yang menemukan bahwa telah terjadi perubahan mendasar dalam praktik jurnalisme, terutama jurnalisme travel. Wartawan, selain bergerak di bidang jurnalistik juga bertindak sebagai *entrepreneur*. Hal ini berakibat pada hilangnya garis pembatas

antara departemen redaksi dengan iklan. Penelitian ini juga mengemukakan bahwa telah terjadi pergeseran makna pada praktik jurnalistik, bahwa menghasilkan pendapatan melalui praktik *entrepreneur* kini dianggap etis oleh jurnalisisme travel (Rosenkranz, 2015: 63).

Penelitian dari Mark Deuze dan Tamara Witschge (2018) juga menunjukkan bahwa profesi wartawan telah bertransformasi. Secara konsep dan praktis, profesi wartawan saat ini berbeda dengan wartawan tradisional. Wartawan, untuk dapat menjadi profesional di tengah kondisi sulit, dimana wartawan bertanggungjawab atas sukses atau tidaknya perusahaan, harus menjalankan praktik jurnalisisme melebihi dari yang didefinisikan secara institusional. Prinsip-prinsip etis lama menjadi mungkin untuk dipertimbangkan kembali (Deuz, 2018: 176-177).

Penelitian selanjutnya adalah dari Kosch (2014) yang menemukan bahwa di Jerman praktik jurnalisisme sudah bercampur dengan profesi lainnya, dalam hal ini *Public Relation* (PR). Tidak ada batasan yang jelas antara wartawan dengan profesi PR. Berdasar penelitian ini, dua profesi yang dijalankan secara bersamaan sangat problematik karena wartawan dan PR merupakan profesi dengan tanggung jawab masing-masing (2014: 480-481).

Penelitian Sunarto (2014) dengan judul, *Esensi Pengalaman Profesional Wartawan Media Lokal* menunjukkan bahwa telah terjadi pragmatisme pada profesi wartawan. Profesi yang seharusnya dipenuhi dengan idealisme untuk memisahkan kepentingan jurnalistik dan bisnis pada kenyataannya tidak demikian. Melalui penelitiannya, Sunarto mengungkapkan bahwa tugas wartawan

tidak hanya sekedar menjalankan kegiatan jurnalistik tetapi juga melakukan kegiatan komersial melalui pencarian iklan (Sunarto, 2014: 94).

Penelitian Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Semarang berjudul *Padamnya Garis Api Pemisah Ruang Redaksi-Iklan* juga menunjukkan masih adanya sejumlah intervensi dari berbagai pihak yang mempengaruhi wartawan untuk dapat membuat berita objektif dan sesuai prinsip etis. Dalam penelitian ini, ditemukan pula media yang memperbolehkan, bahkan mengharuskan wartawan untuk mencari iklan (2014: 36).

Sejumlah penelitian tersebut berkaitan dengan permasalahan yang hendak dikaji dalam penelitian ini, yakni praktik wartawan berkaitan dengan persoalan etika profesi. Meskipun sudah ada, penelitian dengan pendekatan fenomenologi pada industri media, terutama pengalaman etis wartawan, belum banyak dilakukan. Penelitian industri media di Indonesia masih banyak yang berfokus pada isi media. Penelitian ini dirasa penting dilakukan untuk melengkapi penelitian terdahulu melalui kajian tentang pengalaman etis wartawan media cetak di kesulitan ekonomi perusahaan media.

#### 1.5.2. Pendekatan Interpretif : Perilaku Etis dalam Persepsi Wartawan

Penelitian mengenai pengalaman wartawan media massa cetak memaknai tindakan etis dalam menjalankan tugas jurnalisisme dilakukan dengan menggunakan pendekatan interpretif. Pendekatan ini menekankan pada pemahaman untuk menemukan makna peristiwa atau dunia sosial dari sudut pandang aktor yang terlibat di dalamnya.

Interpretasi dalam penelitian fenomenologi penting sebagai proses menentukan makna dengan pengalaman. Interpretasi (Littlejohn, 2009:58) membentuk apa yang nyata bagi seseorang. Realitas, dalam hal ini, tidak dapat dipisahkan dari interpretasi manusia. Sebagaimana Thomas (dalam Denzin, 2009 : 148), menyebutkan bahwa pendekatan ini menegaskan pada kekhasan pada penelitian manusia. Pendekatan ini kemudian digunakan sebagai landasan berpikir untuk mengetahui bagaimana wartawan memaknai pengalaman etis dalam menjalankan tugas jurnalisme berdasarkan persepsi wartawan.

#### 1.5.3. Fenomenologi : Perilaku Etis dalam Pengalaman Sadar

Upaya menjawab pertanyaan dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teori fenomenologi. Hegel (dalam Moustakas 1994: 26) menyebutkan bahwa fenomenologi menggambarkan apa yang seseorang terima, rasakan dan ketahui di dalam kesadaran melalui pengalaman langsungnya. Littlejohn mendefinisikan fenomenologi sebagai studi tentang pengalaman yang datang dari kesadaran atau cara memahami sesuatu mengacu pada pengalaman yang muncul pada kesadaran alami manusia. Menurut Littlejohn, orang secara aktif menginterpretasi pengalaman-pengalamannya dan mencoba memahami dunia dengan pengalaman pribadinya.

Stanley (dalam Littlejohn, 2009: 57), mengemukakan bahwa terdapat tiga prinsip dasar fenomenologi. Pertama, pengetahuan ditemukan secara langsung dalam pengalaman sadar. Dunia akan diketahui ketika individu sudah melakukan hubungan dengan dunia tersebut. Kedua, makna benda terdiri atas kekuatan benda dalam kehidupan seseorang. Makna benda tergantung bagaimana seseorang

berhubungan dengan benda tersebut. Ketiga, bahasa merupakan kesadaran makna. Dunia dipahami oleh seseorang melalui bahasa yang digunakan.

Objek kajian pada penelitian fenomenologi adalah fenomena. Di dalam penelitian ini, yang disebut fenomena adalah objek dan peristiwa dalam kegiatan jurnalisme yang disadari wartawan. Tampilan objek dan peristiwa tersebut kemudian muncul dalam bentuk persepsi. Kajian dalam penelitian ini bukan merupakan suatu benda, bukan objek yang terpisah dari diri wartawan, melainkan aktivitas yang melibatkan proses dialektis antara wartawan dengan yang peristiwa yang dialaminya.

Fenomenologi digunakan untuk menjelaskan makna esensial objek pengalaman terkait cara-cara penampakan objek pengalaman tersebut. Pada penelitian ini, pengalaman sadar wartawan media cetak menjadi fokus kajian. Pengalaman menjalankan kegiatan jurnalistik di tengah kesulitan kondisi ekonomi media akan didefinisikan sesuai dengan yang dialami wartawan dalam kesadarannya. Penelitian dilakukan dengan melepaskan segala bentuk prasangka, termasuk prasangka berkaitan dengan objek materi (Sobur, 2014: 29-30). Penelitian akan dilakukan dengan melepaskan nilai-nilai yang ada dalam diri peneliti untuk memahami wartawan media cetak dalam mendefinisikan pengalamannya.

Tipe penelitian ini dirasa sesuai untuk menjelaskan fenomena dengan data berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka. Laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan. Pengumpulan

data pada penelitian kualitatif ini dilakukan melalui teknik yang bervariasi seperti wawancara mendalam, analisis dokumen, observasi (Jensen, 2002: 59).

#### 1.5.4. Prinsip Moral sebagai Pijakan Jurnalisme

Etika berkaitan dengan persoalan baik dan buruk dalam menjalani kehidupan. Etika berkaitan erat dengan istilah moralitas. Bertens (2004: 15-19) menjelaskan bahwa moralitas merupakan ciri khas manusia. Manusia memiliki kelebihan berupa kesadaran moral sehingga menjadi tahu apa yang “harus” dan “tidak boleh” untuk dilakukan.

Terdapat berbagai pendekatan mengenai perilaku moral. Pertama ada Etika deskriptif yang melukiskan tingkah laku moral dalam arti luas. Contohnya adalah adat kebiasaan, anggapan-anggapan tentang baik dan buruk, tindakan-tindakan yang diperbolehkan dan tidak diperbolehkan. Etika deskriptif mempelajari moralitas yang terdapat pada individu-individu tertentu dalam budaya tertentu. Etika deskriptif hanya melukiskan suatu tindakan tanpa memberikan penilaian terhadap suatu tindakan. Hanya menggambarkan perilaku yang ada pada komunitas tertentu. Menggambarkan bahwa sebuah komunitas memiliki pola perilaku tertentu tanpa memberikan penilaian benar atau salah pada perilaku tersebut. Pendekatan kedua adalah *Etika Normatif* yang tidak hanya mendeskripsikan, namun juga disertai dengan penilaian moral terhadap tindakan dan perilaku manusia. Tidak hanya membatasi diri dengan hanya melihat namun dengan memberikan penilaian didasarkan pada norma-norma. *Etika Normatif* tidak bersifat netral. Netralitas ditinggalkan *Etika Normatif* dengan mendasarkan pendirian pada norma. *Etika Normatif* juga bersifat *preskriptif* atau

memerintahkannya. Tidak hanya melukiskan dan menjelaskan suatu perilaku etika ini menentukan benar tidaknya perilaku atau anggapan moral. Penilaian benar tidaknya suatu perilaku kemudian diikuti dengan argumen-argumen yang bertumpu pada prinsip-prinsip etis dan norma-norma yang tidak dapat ditawar. Secara singkat, *Etika Normatif* memiliki tujuan untuk merumuskan prinsip-prinsip etis yang dapat dipertanggung jawabkan dengan cara rasional dan dapat digunakan dalam praktik. Pendekatan ketiga pada perilaku moral ada *Metaetika*. Pendekatan yang lebih bersifat filosofis ini mengkaji etika melebihi sekedar kajian tentang perilaku seseorang. Tidak hanya membahas moralitas pada tataran perilaku namun lebih jauh lagi juga membahas ucapan-ucapan di bidang moralitas. Dengan kata lain, etika ini mengacu pada taraf bahasa etis atau bahasa yang kita gunakan di bidang moral. Moore (dalam Berten, 2004:20) menuliskan buku berisi analisis kata yang sangat penting dalam konteks etika, yakni kata "baik" dalam konteks etis.

Etika dalam kehidupan memiliki posisi yang sangat penting. Nasution (2017: 18) menyebut etika sebagai perilaku yang merujuk pada nilai-nilai moral. Perilaku yang disesuaikan dengan nilai-nilai moral menunjukkan bahwa perilaku tersebut dapat dinyatakan sebagai perilaku etis. Dalam praktik jurnalisme, nilai-nilai moral yang wajib dipegang wartawan dalam menjalankan profesinya terkandung dalam kode etik jurnalistik. Sesuai dengan konsep etika yang dikemukakan Nasution, perilaku etis wartawan dapat dilihat dari sesuai tidaknya dengan kode etik jurnalistik.

Berkenaan dengan etika dan moralitas, filsuf Yunani Plato dan Aristoteles memberikan fokus utama pada karakter yang harus dimiliki untuk menjadi orang yang baik atau bajik. Keduanya memandang etika sebagai karakter yang harus dimiliki untuk dapat menjadi orang yang berkehidupan sesuai dengan moral dan etika. Karakter yang baik bisa didapatkan seseorang melalui pembiasaan. Dengan kata lain, kebaikan membutuhkan niat seseorang untuk mengondisikan hidupnya dengan baik. Plato memfokuskan kebaikan pada apa yang disebutnya sebagai *Four Cardinal Virtues* atau empat pokok kebaikan, yaitu kesederhanaan, keadilan, keberanian dan kebijaksanaan. Kesemuanya bisa didapatkan, dipelajari dan ditanamkan pada orang yang rajin/ tekun. Bukan sebagai sesuatu yang terberikan sejak lahir, karena menurut Plato kebaikan bisa diciptakan melalui pembelajaran dan pembiasaan.

Aristoteles, yang merupakan murid Plato, melanjutkan ide tentang kebaikan Plato dengan pendekatan lain. Kebaikan moral ditempatkan diantara dua perbedaan yang sangat ekstrim, di satu sisi kelebihan dan lainnya kekurangan. Aristoteles menawarkan jalan tengah untuk kedua hal yang dipandang memiliki perbedaan tersebut. Contohnya ia menempatkan kesopanan di antara sifat antara terlalu malu dan tidak tahu malu. Kesopanan ini yang dinilai Aristoteles sebagai kebaikan. Dalam hal ini Aristoteles menggunakan istilah *Golden Mean*, yang secara sederhana dapat diartikan bahwa karakter yang baik adalah sikap yang tidak berlebihan. Menurut Aristoteles, kebaikan moral bisa didapatkan seseorang melalui penggabungan dua cara. Pertama melalui pembelajaran, yakni dengan pembiasaan habitus seseorang sejak kecil mengenai apa yang harus dinikmati dan

dibenci. Cara yang kedua dengan menggunakan persepsi personal. Kebaikan, dalam hal ini, dapat dimiliki seseorang tergantung dengan perasaan seseorang terhadap situasi lingkungan sekitarnya. Aristoteles menunjukkan adanya kemungkinan bahwa seseorang dengan pembelajaran mengenai sesuatu yang baik dan buruk juga akan terpengaruh oleh lingkungan dalam menciptakan kebaikan. Melalui kedua cara ini, Aristoteles ingin menunjukkan bahwa kebaikan dapat dimiliki seseorang bergantung pada diri individu dan juga lingkungan sekitarnya.

*Golden Mean* bukanlah konsep sederhana yang hanya berupa hitungan untuk menemukan titik tengah dari dua hal ekstrim. Lebih dari itu, kebaikan yang didapatkan merupakan hasil pendewasaan moral dan kemampuan merasakan situasi sesuai dengan hal yang bersinggungan dengan pribadi seseorang. Aristoteles ingin mengatakan bahwa, seseorang yang sudah dewasa secara moral akan melihat secara berbeda, menurut lensanya, sesuai dengan pengalaman personal dan pilihan alami dari nilai moral.

Melengkapi bahasan etika dan moralitas yang telah disebut di atas, digunakan pandangan etika menurut Jeremy Bentham (dalam Berten, 2004: 246) melalui pendekatan Utilitarianisme. Menurutnya, manusia pada kodratnya ada di dalam dua pemerintahan penguasa yang berdaulat, yaitu kesenangan dan ketidaksenangan. Manusia selalu mencari kesenangan dan menghindari ketidaksenangan. Kebahagiaan dicapai ketika manusia memiliki kesenangan dan terbebas dari kesusahan. Karena kecenderungan untuk menuju kebahagiaan, maka tingkah laku seseorang dinilai baik atau buruk tergantung dari implikasinya dalam meningkatkan atau mengurangi kebahagiaan sebanyak mungkin orang. Moralitas

tindakan ditentukan dengan menimbang kegunaannya untuk mencapai kebahagiaan umat manusia yang kemudian mengantarkan pada *Prinsip of Utility* yang berbunyi *The Greatest Happiness for the Greatest Number*.

Prinsip kegunaan ini menurut Bentham harus diterapkan secara kuantitatif karena aspek yang bisa dibedakan dari kesenangan adalah kuantitasnya. Kebahagiaan menurut Bentham dapat diperhitungkan dengan *Hedonistic Calculus*, diukur berdasarkan intensitas dan lamanya perasaan yang diambil daripadanya. Pengukuran ini didasarkan pada akibatnya, kepastian mendapatkan perasaan itu, jauh dekatnya perasaan, kemurnian dan jangkauan perasaan, serta beberapa lainnya. Dalam hal ini, suatu tindakan akan menjadi baik jika menimbulkan kesenangan lebih banyak dibandingkan ketidaksenangan.

Pandangan Utilitarianisme dilanjutkan John Stuart Mill dengan mengkritik Bentham yang hanya mempertimbangkan aspek kuantitas kesenangan saja tanpa mempertimbangkan kualitasnya. Mill berargumen bahwa terdapat kesenangan yang mutunya lebih tinggi dan ada pula yang mutunya rendah. Dijelaskan bahwa mengukur kesenangan perlu berpegang pada orang bijaksana dan berpengalaman untuk memberikan kepastian mutu kesenangan tersebut. Selanjutnya Mill juga menyatakan bahwa kebahagiaan satu orang tidak boleh dipandang lebih penting daripada yang lain. Kesimpulan dari pandangan Mill adalah bahwa suatu perbuatan dinilai baik ketika kebahagiaan lebih banyak dari ketidakbahagiaan dan kebahagiaan semua orang yang terlibat dihitung dengan cara yang sama. Kebaikan menurut cara pandang ini adalah ketika tindakan atau perilaku seseorang memberikan manfaat atau kebahagiaan kepada sejumlah besar orang. Tindakan

etis didasarkan pada banyaknya kebaikan yang ditimbulkan akibat perbuatan seseorang dibanding keburukannya.

Pada jurnalisme, terdapat sembilan elemen yang perlu diperhatikan wartawan dalam memproduksi berita untuk menyediakan informasi kepada khalayak agar bebas dan dapat mengatur diri sendiri. Sembilan elemen yang dikemukakan Kovach & Rosenstiel (2001:6) tersebut adalah:

1. Kewajiban pertama jurnalisme adalah pada kebenaran
2. Loyalitas pertama jurnalisme adalah kepada warga
3. Intisari jurnalisme adalah disiplin dalam verifikasi
4. Para praktisinya harus menjaga independensi terhadap sumber berita
5. Jurnalisme harus berlaku sebagai pemantau kekuasaan
6. Jurnalisme harus menyediakan forum publik untuk kritik maupun dukungan warga
7. Jurnalisme harus berupaya membuat hal yang penting, menarik dan relevan
8. Jurnalisme harus menjaga agar berita komprehensif dan proporsional
9. Para praktisinya harus diperbolehkan mengikuti nurani mereka.

Sembilan elemen jurnalisme ini dapat menjadi panduan wartawan untuk memproduksi berita sesuai dengan hak khalayak untuk memperoleh informasi. Dalam teori pers tanggung jawab sosial (Ardianto, 2004: 151), prinsip kebebasan pers harus disertai dengan kewajiban pers untuk bertanggung jawab kepada masyarakat dalam melaksanakan tugas pokoknya, seperti dalam menyiarkan berita harus objektif. Pers, berdasar teori ini, tidak diperbolehkan mengemukakan tulisan yang melanggar hak-hak pribadi yang diakui hukum,

serta dilarang melanggar kepentingan vital masyarakat. Selanjutnya, kontrol media massa berada pada pendapat masyarakat, tindakan konsumen dan etika profesi. Penekanan dalam teori ini adalah bahwa media harus memenuhi kewajiban sosial.

### **1.6. Operasionalisasi Konsep**

Penelitian ini menggunakan pendekatan interpretif untuk memahami makna yang diciptakan individu terhadap perilaku etis berdasar pengalamannya menjalankan tugas jurnalisme. Untuk menjelaskan pemaknaan individu atas pengalamannya, digunakan sembilan elemen yang dikemukakan Kovach & Rosenstiel terkait hal yang harus diperhatikan wartawan untuk menghasilkan berita (2001:6). Selanjutnya, untuk menjelaskan bagaimana wartawan menginterpretasikan pengalamannya menjalankan tugas jurnalisme berdasar kode etik digunakan teori fenomenologi.

Perilaku etis wartawan berkaitan dengan upaya wartawan menjalankan tugas dan tanggung jawabnya untuk memenuhi hak publik memperoleh informasi. Etika atau moral, diartikan sebagai kesadaran yang dimiliki manusia sehingga mengetahui apa yang “harus” dan “tidak boleh” untuk dilakukan. Perilaku yang benar secara etis, disebutkan Nasution (2017: 22) adalah yang menghormati aturan interaksi social, berkaitan dengan bagaimana wartawan hidup tanpa mengganggu keberadaan orang lain. Pada kegiatan jurnalisme, perilaku benar adalah perilaku wartawan tanpa mengganggu kepentingan khalayak media. Bertens (2004:7) membedakan antara etika dengan etiket. Etika berkaitan dengan moral dan etiket lebih merujuk pada sopan santun.

## **1.7. Metode Penelitian**

### 1.7.1. Tipe Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif menggunakan tipe kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Tipe kualitatif merupakan tipe penelitian untuk memahami fenomena sosial melalui gambaran holistik serta memperbanyak pemahaman (Moleong, 2007: 31). Dengan tipe kualitatif, hasil penelitian ini akan diuraikan dalam bentuk kata-kata dan bukan angka.

### 1.7.2. Situs Penelitian

Penelitian dilakukan pada wartawan media cetak di Semarang yaitu *Suara Merdeka, Jawa Pos Radar Semarang, dan Tribun Jateng*. Pemilihan media tersebut didasarkan pada posisi media tersebut dalam persaingan di Semarang yang menempati urutan tiga teratas. Selain itu, terdapat kecenderungan wartawan media tersebut melakukan kompromi atas etika dalam praktik jurnalisme.

### 1.7.3. Subjek Penelitian

Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah 5 wartawan dari media cetak *Suara Merdeka, Jawa Pos Radar Semarang, Tribun Jateng* dan *Jateng Pos* yang memiliki kapabilitas untuk menjelaskan fenomena yang muncul dalam kesadarannya. Penentuan selanjutnya dilakukan dengan kriteria wartawan sudah bekerja selama minimal 5 tahun. Penentuan waktu dilakukan untuk memilih wartawan yang mengetahui perkembangan media. Wartawan yang sudah bekerja minimal 5 tahun diasumsikan telah merasakan perubahan setelah berkembangnya media massa *online*.

#### 1.7.4. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data berupa teks dan kata-kata tertulis. Data dalam penelitian ini berupa data primer yang diperoleh dari narasumber kunci yaitu wartawan media cetak yang bertugas di wilayah Semarang. Selanjutnya, data sekunder berupa data lain yang relevan yang diperoleh melalui studi kepustakaan dan wawancara.

#### 1.7.5. Teknik Koleksi Data

Data Primer diperoleh dengan melakukan wawancara langsung secara mendalam (*indepth interview*) dengan sejumlah subjek penelitian. Tujuannya adalah untuk menggali kesadaran subjek penelitian. Wawancara akan dilakukan dengan tanpa terencana dan tidak terstruktur namun berfokus pada persoalan yang dibahas. Cara ini digunakan untuk menciptakan situasi alami sehingga informan mampu menjelaskan pengalamannya dengan bahasanya. Smith (dalam Sobur, 2014: 434-435) menyebut bentuk wawancara ini sebagai wawancara semi-terstruktur. Rangkaian pertanyaan dalam bentuk wawancara ini dirancang dalam daftar wawancara untuk menuntun peneliti dalam melakukan wawancara.

Data sekunder dikumpulkan melalui kajian pustaka, yakni dengan mencari data dan informasi dari sumber tertulis seperti jurnal ilmiah, buku referensi, dan buku-buku yang berkaitan dengan pokok yang menjadi fokus dalam penelitian. Penelitian ini juga menggunakan data-data dari perusahaan media cetak di Semarang mengenai kondisi media massa cetak saat ini.

#### 1.7.6. Analisis dan Interpretasi Data

Analisis data dilakukan menggunakan kaidah penelitian kualitatif. Analisis data pada penelitian ini menggunakan teknik analisis Van Kaam (dalam Moustakas, 1994: 120) dengan langkah sebagai berikut :

1. Menyusun dalam daftar dan mengelompokkan data. Pada tahap ini dilakukan pengelompokan jawaban subjek penelitian atas pertanyaan mengenai pengalaman etis dalam menjalankan profesi sebagai wartawan.
2. Reduksi dan eliminasi data. Pada tahap ini dilakukan dengan menyesuaikan ekspresi atau jawaban dari subjek penelitian. Memilih ekspresi mana yang mengandung momen penting untuk memahami fenomena atau pengalaman jurnalis dalam memaknai pengalaman etis-nya. Hanya jawaban yang sesuai dengan permasalahan penelitian saja, yakni pengalaman mengenai etika dalam menjalankan profesi, yang digunakan.
3. Mengelompokkan dan memberi tema dari pengalaman sejumlah subjek penelitian. Pada tahap ini, hasil wawancara akan dikelompokkan berdasarkan tema-tema. Pengelompokan ini dilakukan untuk mengetahui inti dari pengalaman wartawan.
4. Pengecekan kembali terhadap pernyataan yang diungkapkan subjek penelitian. Data yang sudah direduksi akan dicocokkan kembali dengan jawaban subjek penelitian. Rekaman dan catatan dari hasil wawancara akan digunakan kembali untuk membantu melakukan validasi data ini.

5. Menyusun *Individual Textural Description*. Pada tahap ini, jawaban subjek penelitian disusun berdasarkan pengalaman aslinya atau dengan kata lain, menyusun pengalaman yang dialami oleh wartawan.
6. Membangun *Individual Structural Description*, dengan menggabungkan *Individual Textural Description* dengan variasi imajinasi dari peneliti (*Imaginative Variation*). Pada tahap ini, disusun tidak hanya pengalaman apa yang dialami oleh wartawan, namun juga bagaimana wartawan memaknai pengalamannya tersebut.
7. *Textural-Structural Description*, menggabungkan *Individual Textual Description* dengan *Individual Structural Description* dari pengalaman masing-masing subjek penelitian. Selanjutnya membuat deskripsi gabungan (*Composite Description*) dari makna dan esensi pengalaman sehingga menampilkan gambaran pengalaman yang utuh.

#### 1.7.7. Kualitas Data

Kualitas data dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan kriteria paradigma interpretive yaitu tingkat kepercayaan (*trustworthiness*) dan otentisitas (*authenticity*).

#### 1.7.8. Keterbatasan Penelitian

Penelitian mengenai pengalaman etis wartawan media massa cetak di Jawa Tengah ini memiliki kelemahan, sesuai dengan pendekatan yang digunakan, hasil penelitian tidak dapat digunakan untuk melakukan generalisasi terhadap penelitian pada isu sama dengan waktu, tempat dan situasi yang berbeda.