

Penerapan Kode Etik Jurnalistik PWI dalam Jurnalisme Online
(Studi Deskriptif pada Halaman Web Detikcom)

Wulan Widyasari, S.Sos, MA

(Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)

Abstract

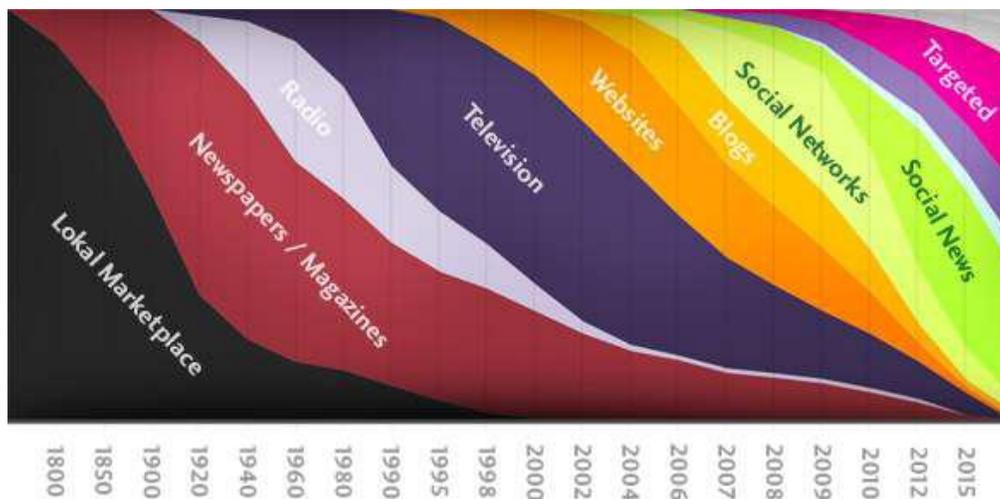
The use of the internet has given effect to an increasingly crowded new type of journalism, namely online journalism. One of the web page of online journalism that pretty much accessible in Indonesia is the 'detikcom' (www.detik.com). As a form of journalism, the news in 'detikcom' should not be separated from the code of journalistic ethics that was made by the PWI (Indonesian Journalists Association). In doing the news coverage until the broadcast, 'detikcom' must adhere to the fundamentals that exist in the code of ethics. The existence of this code is to regulate journalists in order not to violate the rules and policies that apply whenever the journalist doing his job. However, the violations of the code of journalistic ethics are still frequent. Based on this issue, the author would like to see the extent to which the application of journalistic ethics on the 'detikcom' web page. The study was conducted using descriptive studies to look at the code of journalistic ethics in 'detikcom' reporting. The application will be viewed in terms of its practice or its infraction.

Keywords: code of journalistic ethic, news, online journalism

Pendahuluan

Pada jaman globalisasi saat ini, penggunaan *new media* seperti internet sebagai media komunikasi sangat ramai digunakan. Menurut Neuman (.....) kehadiran internet ini telah mengubah pola komunikasi yang ada, seperti: makna jarak geografis, volume komunikasi bisa sangat besar, kecepatan kan tinggi dan ada komunikasi yang interaktif. Sehingga pada akhirnya komunikasi tidak membutuhkan keberadaan fisik yang nyata. Perkembangan distribusi komunikasi dan informasi pun semakin berubah dari tahun ke tahun yang pada akhirnya komunikasi secara *online* tidak dapat terelakkan

Gambar



Sumber: Thomas Baekdal. *Where is everyone?* <http://www.baekdal.com/media/market-of-information>, Apr 2009

Di Indonesia, penggunaan *new media* sebagai media komunikasi pun menjadi sebuah trend. Bahkan Indonesia dinyatakan sebagai *marketable* area bagi internet dan media sosial dengan rincian sebagai berikut (Pribadi, 2011):

- 31 juta orang tercatat sebagai pengguna facebook – terbesar kedua setelah Amerika Serikat
- Pengguna twitter terbesar ke-3 di dunia
- Pengguna operamini terbesar ke-2 di dunia
- Intensitas *browsing* internet dengan menggunakan ponsel tertinggi, 661 halaman web per month/person
- Pengguna BlackBerry terbanyak di Asia (5 juta)
- Pasar internet terbesar ke-5 di Asia (setelah Cina, Jepang, India dan Korea Selatan)
- Ranking teratas dalam jumlah iklan *mobile web* (Kongres XXIII Serikat Penerbit Surat kabar, *The Future of Digital Publishing*, Krish Pribadi, 2011)

Selanjutnya perkembangan *new media* di Indonesia turut merambah ke dunia jurnalistik. Berbagai produk jurnalisme *online* pun akhirnya bermunculan. Bahkan banyak media cetak yang akhirnya juga mempunyai versi *online*. Keberadaan jurnalisme online ini sangat membantu masyarakat dalam mendapatkan berita terbaru. Kemudahan akses yang ditawarkan oleh jurnalisme *online* ini membuat masyarakat banyak menggunakannya. Namun demikian, jurnalisme online ini juga menyisakan pertanyaan mengenai mutu produk jurnalismenya. Dalam pertemuan Diskusi PWI (Gunawan, 2009) disebutkan bahwa persentase alasan merosotnya mutu jurnalisme dalam jurnalisme *online* ini karena:

- wartawan tak memahami sepenuhnya subyek liputannya (29%)
- tekanan untuk mengejar tenggat deadline (23%)
- tidak melakukan riset pendahuluan yang memadai (16%)
- subyek liputan yang kompleks (15%)
- kemalasan para senior di ruang redaksi (12%)

- wartawan tidak mengajukan pertanyaan yang cukup (12%)
- 12% wartawan tidak mengajukan pertanyaan yang tepat dan kurangnya kemampuan menulis dan bahasa (Media Baru dan Masa Depan Jurnalisme, Arya Gunawan, 2009)

Dalam kasus ini, detikcom adalah salah satu bentuk jurnalisme online yang sering kali mengabaikan nilai jurnalistiknya dan tidak jarang detikcom juga melanggar aturan-aturan yang sudah disepakati dalam kode etik jurnalistik PWI.

Fenomena Jurnalisme Online

Jurnalisme *online* juga sering disebut sebagai revolusi pemberitaan. Berita bukan lagi sebuah peristiwa yang telah berlangsung yang dipublikasikan media, tetapi menjadi peristiwa yang sedang berlangsung dan sedang disiarkan media. Menurut Stovall (2004) perbedaan media cetak dengan media *online* adalah sebagai berikut:

- Wartawan media cetak tidak terlalu memikirkan *headline*, *subhead* dan *layout* karena mereka hanya mencari berita dan menuliskannya, selanjutnya adalah tugas diserahkan kepada editor. Lain halnya dengan wartawan media *online* yang dituntut untuk memahami semua konsep dan bagaimana kesemuanya itu dapat memenuhi halaman yang ada.
- Media cetak formatnya piramida terbalik, sedangkan media *online* lebih membebaskan pembaca untuk memilih info yang ingin di-*explore*.

Jurnalisme *online* memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi sumber informasi yang utama bagi masyarakat karena:

1. *Audience Control*. Jurnalisme *online* memungkinkan masyarakat untuk bisa lebih bebas dalam memilih berita yang ingin didapatkannya.
2. *Nonlinearity*. Jurnalisme *online* memungkinkan setiap berita yang disampaikan dapat berdiri sendiri sehingga masyarakat tidak harus membaca secara berurutan untuk memahaminya.
3. *Storage and retrieval*. Jurnalisme *online* memungkinkan berita tersimpan dan dapat diakses kembali dengan mudah oleh masyarakat.
4. *Unlimited Space*. Jurnalisme *online* memungkinkan jumlah berita yang disampaikan/disiarkan kepada masyarakat menjadi jauh lebih lengkap dibandingkan dengan media lain.
5. *Immediacy*. Jurnalisme *online* memungkinkan informasi dapat disampaikan secara cepat dan langsung kepada masyarakat.
6. *Multimedia Capability*. Jurnalisme *online* memungkinkan bagi tim redaksi untuk menyertakan teks, suara, gambar, video dan komponen lainnya di dalam berita yang akan diterima oleh masyarakat.
7. *Interactivity*. Jurnalisme *online* memungkinkan adanya peningkatan interaksi antar masyarakat melalui *comment box* yang ada.

Jurnalisme *online* ini pertama kali muncul di Indonesia dari sebuah halaman web yang dinamakan detikcom. Detikcom ini merupakan representasi perlawanan terhadap rezim orde baru yang mengekang kebebasan pers. Saat ini, halaman web detikcom telah menjadi salah satu halaman web pemberitaan yang paling sering diakses oleh masyarakat. Berbeda dari halaman web pemberitaan lainnya, detikcom hanya mempunyai edisi *online*. Kerana hanya merupakan halaman web *online*, maka detikcom hanya memperoleh pendapatan dari bidang iklan. Berita-

berita yang terdapat dalam detikcom pun sifatnya adalah *breaking news*, yaitu berita-berita yang formatnya *straight news*, bukan *indepth news*.

Sebagai halaman web pemberitaan, detikcom mempunyai jumlah pengunjung yang banyak, angka pengunjungnya semakin naik sejak diluncurkannya detikcom. Tercatat, pada bulan Juli 1998 halaman web detikcom per harinya menerima 30.000 *hits* (ukuran jumlah pengunjung ke sebuah halaman web) dengan 2.500 *user*. Kemudian, bulan Maret 1999, *hits* per harinya naik tujuh kali lipat menjadi 214.000 *hits* per hari atau 6.420.000 *hits* per bulan dengan 32.000 *user*. Pada bulan Juni 1999, angka itu naik lagi menjadi 536.000 *hits* per hari dengan *user* mencapai 40.000. Terakhir, *hits* detikcom mencapai 2,5 juta lebih per harinya. Selain perhitungan *hits*, detikcom memiliki alat ukur lainnya yang sampai sejauh ini disepakati sebagai ukuran yang mendekati seberapa besar potensi yang dimiliki sebuah halaman web, yaitu *page view* (jumlah halaman yang diakses). Saat ini, *page view* detikcom mencapai 3 juta per harinya.

Seperti halaman web berita lain, menurut para penggunanya, halaman web detikcom mempunyai kelebihan dan kekurangan. Adapun kelebihanannya adalah:

1. *Content*/kandungan yang disajikan oleh detikcom selalu di-*update* setiap hari. Jadi *user* dimudahkan untuk mendapatkan informasi atau berita terbaru.
2. Selain sebagai halaman web berita, detikcom memberikan beberapa menu untuk *e-shop*.
3. Terdapat beberapa menu yang dapat memudahkan *user* untuk mendapatkan informasi yang dicari.
4. Kemudahan dalam bertransaksi dalam halaman web detikcom kerana detikcom telah dipercaya oleh perusahaan-perusahaan besar di Indonesia.

Sedangkan kekurangannya antara lain:

1. Terlalu banyak iklan sehingga untuk melihat berita-berita yang *up to date* menjadi terganggu.
2. Saat diakses pertama kali, halaman muka detikcom dipenuhi iklan yang mengisi sekitar 80% halaman. Hal ini menyebabkan waktu *loading* menjadi lama. Rata-rata waktu yang diperlukan untuk membuka sebuah halaman detikcom adalah 10,3 detik, berbanding dengan halaman web berita seperti Kompas.com yang hanya membutuhkan waktu 4 detik.

Kode Etik Jurnalistik PWI

Wartawan Indonesia yang biasa disingkat PWI adalah salah satu organisasi wartawan yang ada di Indonesia. PWI didirikan pada 9 Februari 1946 di Solo. Sebagai organisasi wartawan, PWI menetapkan kode etik yang harus ditaati oleh seluruh wartawan Indonesia, khususnya anggota PWI. Sebenarnya, PWI telah memiliki Kode Etik Jurnalistik sejak tahun 1947, yaitu hasil rumusan Kongres PWI ke-II di Malang. Namun Kode Etik itu baru disahkan dalam Kongres ke-IV PWI, di Surabaya tahun 1950. Kode etik jurnalistik adalah ikrar yang bersumber pada hati nurani wartawan dalam melaksanakan kemerdekaan mengeluarkan pikiran yang dijamin sepenuhnya oleh pasal 28 UUD 1945, yang merupakan landasan konstitusi wartawan dalam menjalankan tugas jurnalistiknya. Kode etik jurnalistik PWI mempunyai 17 pasal.

Pengamalan Kode Etik dalam Pemberitaan Detikcom

Sebelum membahas mengenai pelanggaran yang dilakukan detikcom terhadap kode etik jurnalistik, terlebih dahulu akan dibahas mengenai pengamalan pasal kode etik dalam pemberitaannya. Pengamalan kode etik jurnalistik bisa dilihat pada pasal yang menyebutkan mengenai berita yang harus oleh fakta, bukan fitnah (pasal 3). Hal itu tercermin pada salah satu pemberitaannya seperti berita “Anwar Dipanggil ke Pengadilan, Akan Dituntut atas Sodomi” pada 6 Agustus 2008. Berita tersebut mengenai surat panggilan persidangan terhadap Anwar Ibrahim atas tuduhan sodomi. Pada berita tersebut detikcom tidak sekedar menginformasikan mengenai isu saja, namun juga telah menggali kebenarannya melalui sumber-sumber terkait.

Pengamalan lainnya dilakukan terhadap pasal yang menjelaskan mengenai tidak merusak nama baik seseorang kecuali hal tersebut mempunyai dampak terhadap kepentingan umum (pasal 6). Hal ini seperti terlihat pada berita “Skandal Seks Presiden Israel” pada 12 hari bulan Juli 2006. Berita tersebut ialah mengenai tuduhan pelecehan seksual presiden Israel, Moshe Katsav. Pada pemberitaan ini detikcom tidak mencoba merusak nama baik Katsav. Detikcom menyampaikan maklumat tersebut kerana mempunyai impak terhadap kepentingan umum, iaitu citra kepemimpinan Katsav yang akhirnya menimbulkan reaksi masyarakat Israel.

Detikcom juga mengamalkan pasal yang menyebutkan mengenai kesempatan pemberian hak jawab kepada obyek pemberitaannya (pasal 10) seperti pada berita “PT Askes (Persero) Tidak Korupsi” pada 8 hari bulan September 2008. Berita tersebut merupakan pembelaan Askes Sdn. Bhd. terhadap pemberitaan mengenai kerawanan adanya raswah di dalam Askes Sdn. Bhd. Berdasarkan penyiaran pembelaan Askes Sdn. Bhd. ini detikcom telah memberikan hak jawab kepada obyek pemberitaannya.

Berdasarkan pengamalan-pengamalan pasal tersebut bisa diketahui

Pelanggaran Kode Etik: Jurnalisme Online Sering Mengabaikan Akurasi

Tidak perlu disangkal, kecepatan waktu pemberitaan merupakan faktor utama jurnalisme. Para wartawan dalam mencari berita selalu dibenturkan dengan waktu. Jurnalisme dituntut serba cepat dan serba tahu. Inilah yang akhirnya menyebabkan jurnalisme online sering kali mengabaikan akurasi demi mengejar kecepatan tayang berita. Alasan untuk membenaran ketidakakurasian berita adalah berita bisa diralat nantinya. Padahal kenyataannya, informasi yang pertama yang justru diingat oleh masyarakat karena masyarakat jarang mem-*follow up* berita selanjutnya. Lebih lanjut, masalah lain yang sering dihadapi oleh jurnalisme online adalah meng-*organizing* multiple bentuk dan informasi karena banyaknya informasi yang ada (James Glen Stovall, *Web Journalism*, 2004)

Pengabaian akurasi ini bisa dilihat dalam pemberitaan detikcom seperti pada waktu

Selain itu ketidakakurasian ini juga bisa dilihat dari opini wartawan sering sekali masuk dalam pemberitaannya sehingga sering kali opini tersebut menjadi kabur dan seolah-olah menjadi fakta. Sebagai contoh adalah berita “Tjahjo: Tuduhan Menhan Jatuhkan Citra DPR” pada 29 Oktober 2007. Pada *headline* (paragraf pada awal berita) berita tersebut wartawan memasukkan opininya pada kalimat “Selain tudingan yang tidak berdasar, Menhan dianggap telah menjatuhkan citra DPR sebagai lembaga negara. Apa iya?” Perkataan “apa iya” tersebut mengaburkan fakta yang ingin disampaikan dalam berita sehingga pembaca menganggap opini tersebut seolah-olah adalah fakta. Seharusnya, wartawan hanya boleh menyampaikan fakta kerana apabila wartawan memasukkan opini pribadinya, berita tidak lagi bersifat obyektif dan minda pembaca menjadi terpengaruh oleh opini wartawan tersebut.

Seringkali juga, wartawan memasukkan opininya yang bersifat justifikasi terhadap kasus pelanggaran hukum. Sebagai contoh adalah berita “Hanya Dengan 12 Dakwaan, Saddam Terancam Hukuman Mati” pada 6 Juni 2005. Dalam berita tersebut wartawan memasukkan opininya yang sifatnya justifikasi mengenai hukuman mati terhadap Saddam Hussein, padahal pengadilan belum memutuskan hukuman yang akan diberikan kepada Hussein. Opini itu dapat menyebabkan pola pikir masyarakat tidak lagi bebas dan *frame*-nya menjadi terpengaruh serta ikut menjustifikasi Hussein.

Selain itu, banyak dijumpai pada berita-berita detikcom yang tidak diliput secara *cover both side*. Berita yang dimuat terkadang hanya meliput satu sisi saaja, tanpa melihat sisi yang lainnya. Sebagai contoh adalah berita “Polri Akan Melaporkan Balik IPW” pada 6 November 2007. Berita tersebut memaklumkan mengenai pelaporan balik Mabes Polri (Markas Besar Kepolisian Republik Indonesia) atas tuduhan pencemaran nama baik oleh *Indonesian Police Watch* (IPW) terkait kasus laporan IPW kepada Komisi Penyelidikan Korupsi/Raswah (KPK) terkait penyimpangan pengadaan mobil lapis baja angkutan personel (APV). Dalam beritanya, detikcom hanya menyampaikan maklumat dari satu sisi, iaitu Mabes Polri sahaja, dan tidak menyampaikan maklumat dari pihak IPW. Hal ini dikeranakan sifat jurnalisme *online* yang dituntut serba cepat sehingga untuk memenuhi tuntutan kecepatan tersebut wartawan hanya menyampaikan berita pada satu sisi sahaja.

Ketidakkurasian ini akhirnya disertai pembelaan bahwa nantinya berita dapat diralat pada pemberitaan berikutnya. Padahal kenyataannya, informasi yang diterima oleh masyarakat selalunya adalah informasi yang pertama, tidak banyak masyarakat yang mengikuti informasi ‘ralat’ yang nantinya diberikan.

Kode Etik Sanksinya Nurani

Kesimpulan

Untuk cover both side bisa dilakukan dengan pemberitaan yang berkala dengan jeda yang tidak terlalu lama.

Daftar Pustaka

Hathaway, Holcomb. 2005. *Principles and Practices of News for the Web*. Publishers. USA.

K. Santana, Septiana. 2005. *Jurnalisme Kontemporer*. Yayasan Obor Indonesia. Jakarta.

Oetama. Jakob. 2001. *Pers Indonesia: Berkomunikasi dalam Masyarakat Tidak Tulus*. Kompas. Jakarta.

Lampiran

Kode Etik Jurnalistik PWI

1. Wartawan Indonesia beriman dan bertaqwa kepada tuhan Yang Maha Esa, berjiwa Pancasila, taat kepada undang-undang Dasar Negara RI, kesatria, menjunjung harkat, martabat manusia dan lingkungannya, mengabdikan kepada kepentingan bangsa dan negara serta terpercaya dalam mengemban profesinya.
2. Wartawan Indonesia dengan penuh rasa tanggung jawab dan bijaksana mempertimbangkan patut tidaknya menyiarkan karya jurnalistik (tulisan, suara, dan gambar) yang dapat membahayakan keselamatan dan keamanan negara, persatuan dan kesatuan bangsa, menyinggung perasaan agama, kepercayaan atau keyakinan suatu golongan yang dilindungi oleh undang-undang.

3. Wartawan Indonesia pantang menyiarkan karya jurnalistik (tulisan, suara, dan gambar) yang menyesatkan memutar balikkan fakta, bersifat fitnah, cabul serta sensasional.
4. Wartawan Indonesia menolak imbalan yang dapat mempengaruhi obyektivitas pemberitaan.
5. Wartawan Indonesia menyajikan berita secara berimbang dan adil, mengutamakan kecermatan dari kecepatan serta tidak mencampur adukkan fakta dan opini sendiri. Karya jurnalistik yang berisi interpretasi dan opini wartawan, agar disajikan dengan menggunakan nama jelas penulisnya.
6. Wartawan Indonesia menghormati dan menjunjung tinggi kehidupan pribadi dengan tidak menyiarkan karya jurnalistik (tulisan, suara, dan gambar) yang merugikan nama baik seseorang, kecuali menyangkut kepentingan umum.
7. Wartawan Indonesia dalam memberitakan peristiwa yang diduga menyangkut pelanggaran hukum atau proses peradilan harus menghormati asas praduga tak bersalah, prinsip adil, jujur, dan penyajian yang berimbang.
8. Wartawan Indonesia dalam memberitakan kejahatan susila (asusila) tidak merugikan pihak korban.
9. Wartawan Indonesia menempuh cara yang sopan dan terhormat untuk memperoleh bahan karya jurnalistik (tulisan, suara, dan gambar) dan selalu menyatakan identitasnya kepada sumber berita.
10. Wartawan Indonesia dengan kesadaran sendiri secepatnya mencabut atau meralat setiap pemberitaan yang kemudian ternyata tidak akurat, dan memberi kesempatan hak jawab secara proporsional kepada sumber atau obyek berita.

11. Wartawan Indonesia meneliti kebenaran bahan berita dan memperhatikan kredibilitas serta kompetensi sumber berita.
12. Wartawan Indonesia tidak melakukan tindakan plagiat, tidak mengutip karya jurnalistik tanpa menyebut sumbernya.
13. Wartawan Indonesia harus menyebut sumber berita, kecuali atas permintaan yang bersangkutan untuk tidak disebut nama dan identitasnya sepanjang menyangkut fakta dan data, bukan opini. Apabila nama dan identitas sumber berita tidak disebutkan, segala tanggung jawab ada pada wartawan yang bersangkutan.
14. Wartawan Indonesia menghormati ketentuan embargo, bahan latar belakang, dan tidak menyiarkan maklumat yang oleh sumber berita tidak dimaksudkan sebagai bahan berita serta tidak menyiarkan keterangan *off the record*.
15. Wartawan Indonesia harus dengan sungguh-sungguh menghayati dan mengamalkan Kode Etik Jurnalistik PWI dalam melaksanakan profesinya.
16. Wartawan Indonesia menyadari sepenuhnya bahawa penaaatan Kode Etik Jurnalistik ini terutamanya berada pada hati nurani masing-masing.
17. Wartawan Indonesia mengakui bahwa pengawasan dan penetapan sekatan atas pelanggaran Kode Etik Jurnalistik ini adalah sepenuhnya hak organisasi dari Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) dan dilaksanakan oleh Dewan Kehormatan PWI. Tidak satu pihak pun di luar PWI yang dapat mengambil tindakan terhadap wartawan Indonesia dan atau medianya berdasarkan dasar-dasar dalam Kode Etik Jurnalistik ini.