

BAB III

ANALISIS DATA



Dalam menganalisis data, penulis menggunakan metode studi kasus dalam rangkaian pembahasannya yaitu menganalisis tentang bagaimana suatu hal dapat terjadi dan mengapa suatu hal tersebut dapat terjadi, dalam penelitian ini khususnya adalah mengenai bagaimana foto traumatik berupa mayat disajikan oleh Koran Merapi serta bagaimana kebijakan redaksional Koran Merapi ketika dihadapkan pada Kode Etik Jurnalistik yang harus dijadikan kunci utama serta pegangan wajib setiap jurnalis dalam bermedia.

A. Analisis Teks

Koran Merapi adalah koran yang berani menyajikan sesuatu yang berbeda, dimana kasus kriminalitas dan hukum dan hal-hal yang bersifat supranatural yang diangkat dalam setiap penyajiannya. Tapi secara keseluruhan Merapi memang lebih banyak menyajikan berita mengandung unsur kriminalitas dan juga mistik, karena dirasa media lain sudah banyak yang menyajikan hal-hal yang berbau umum, sosial, politik, ekonomi, budaya maupun informasi mengenai teknologi yang berkembang sekarang. Ciri khas yang ada dalam tubuh Merapi adalah mengenai kriminalitas dengan segala bentuk modus kejahatannya. Teks tulisnya terkesan *enteng* dicerna oleh otak, artinya masyarakat diharapkan mudah memahami isi bacaan.

Merapi selalu mempunyai cara sendiri dalam mengepak artikel maupun

1. Berita yang disajikan adalah berita yang tidak biasa dan juga berita

yang cenderung aneh, unik dan berbeda dengan koran-koran lain. Kebijakan dari setiap redaksional memang berbeda-beda, secara tidak langsung redaksional memegang peran yang begitu besar dalam menentukan hidup matinya suatu perusahaan media. Ketika kebijakan yang dibuat tidak pas atau tidak tepat sasaran bisa jadi perusahaan media itu akan jatuh, begitu juga sebaliknya. Dalam bermedia kebijakan redaksional adalah nyawa. Media massa yang dalam hal ini media cetak khususnya koran adalah merupakan media jurnalistik, dimana koran adalah alat bantu utama proses komunikasi massa.

Komunikasi massa secara sederhana berarti kegiatan komunikasi yang menggunakan media komunikasi massa dipahami sebagai "*message communicated through a mass medium to large member of people*" yakni sejumlah komunikasi yang dilakukan oleh sejumlah orang yang tersebar ditempat-tempat yang tidak ditentukan (Bittner, 1986:12 dalam Muhtadi, 1999:73). Dengan kata lain, media massa diartikan sebagai alat transmisi informasi, seperti koran, majalah, buku, film, radio dan televisi atau bentuk-bentuk media yang lain. Dari sinilah bisa dikatakan bahwa komunikasi massa merupakan salah satu strategi utama dalam pengambilan langkah kebijakan redaksional Koran Merapi.

Ada beberapa ciri komunikasi massa, dimana ini berkaitan sekali dengan masalah yang diangkat dalam penelitian ini. Pertama, komunikasi massa berlangsung satu arah dimana kita hanya bisa membaca pesan yang

dianggap penting atau menarik perhatian kira sampai kepada hal-hal yang dapat membuat kita jengkel.

Kedua, komunikatornya bersifat melembaga (institutionalized komunikator). Sifat kelembagaan komunikator dalam proses komunikasi massa disebabkan oleh kelembagaannya media yang digunakan dalam menyampaikan pesan komunikasinya. Mereka berbicara atas nama lembaga tempat dimana mereka berkomunikasi, sehingga pada tingkat tertentu nantinya kelembagaan tersebut dapat berfungsi sebagai fasilitas sosial (*social facilitation*) yang dapat mendorong komunikator menyampaikan pesan-pesannya. Karena itulah sesuatu pesan yang ingin disampaikan ataupun dipublikasikan kepada khalayak harus terlebih dahulu melibatkan sejumlah peran atau banyak orang dalam perumusannya.

Suatu berita dapat muncul dalam media massa setelah melalui proses penyusunan kata-kata oleh seorang wartawan atau redaktur sehingga menjadi lambang informasi tentang suatu peristiwa. Sama halnya dengan seorang fotografer, meskipun tidak ikut secara langsung dalam membangun kesan komunikator, namun melalui permainan kamera dapat memperlicin penyampaian pesan kepada khalayak.

Ketiga, pesan-pesan yang ingin disampaikan bersifat umum, dikatakan umum karena memang beritanya ditujukan kepada khalayak umum serta masalah-masalah yang bersifat umum pula. Ciri yang ketiga ini sebetulnya berkaiatan dengan sifat universalitas media massa. Media massa baik itu

spesifikasi tema dan publik sasaran. Sebab meskipun ia telah menetapkan segmen pembaca misalnya, tetap saja tidak ada larangan bagi publik di luar segmen tersebut untuk ikut membaca. Artinya media ketika menyajikan suatu program tertentu, tetapi ditujukan kepada umum, berita tersebut akan dikonsumsi oleh siapapun atau dimanapun. Dan inilah yang membedakannya dengan media lain.

Keempat, media yang digunakannya menimbulkan keserempakan, artinya dapat menikmati pesan yang disebarluaskan lewat media massa secara serempak, tanpa harus menunggu waktu secara bergiliran, tidak antrian kesempatan untuk mendapatkan giliran dalam menerima pesan-pesan yang disajikan media massa. Ciri *kelima* dari komunikasi massa adalah komunikasinya bersifat heterogen. Khalayak yang terlibat dalam kegiatan komunikasi massa disamping secara geografis tersebar diseluruh pelosok daerah mereka juga memiliki karakteristik masing-masing baik itu yang menyangkut usia, jenis kelamin, agama, tingkat pendidikan, kultur, harapan atau cita-cita (Muhtadi, 1999:73)

Tidak ada kesepakatan khusus yang disepakati media dalam menentukan pesan yang dipublikasikan. Penentuan segmen pembaca atau pendengar dikatakan hanya untuk memperkecil perbedaan-perbedaan yang melekat pada *audience*. Sebab dengan hal tersebut, tetap saja tidak bisa dihindari adanya keterlibatan publik yang ada di luar garis segmen tersebut. Untuk itulah media massa biasanya melakukan-langkah penting seperti

diperuntukkan bagi masyarakat dengan segmen tertentu misalnya saja ibu-ibu rumah tangga, pedagang, remaja, pegawai negeri, dan sebagainya. Sama juga dengan yang dilakukan Merapi dalam mensiasati peluang yang ada dilapangan. Merapi melakukan proses pemilihan dan pemusatan kelas pembacanya yaitu sasarannya kelas menengah ke bawah, akan tetapi pada kenyataannya Merapi juga banyak dikonsumsi oleh kelas menengah atas.

Adanya anonimitas serta heterogenitas khalayak inilah yang melatarbelakangi munculnya strategi dalam perusahaan media. Bagaimana media itu bisa dikenal khalayak kemudian masyarakat membeli dan membacanya sebagai penambah informasi maupun hiburan. Merapi menempatkan rubrik yang beraneka ragam dengan maksud memberikan warna yang berbeda dengan koran-koran lain. Menjadikan berita kriminalitas dan hukum sebagai andalan dan menampilkan foto-foto traumatiknya dengan maksud tidak lain adalah menarik perhatian khalayak agar khalayak mengenal dan juga membaca Koran Merapi.

Segala yang diberitakan pastilah mengandung maksud tertentu dan ini tidak lepas dari kebijakan team redaksi media. Redaksional yang pas merupakan satu-satunya penentu melambungnya nama Merapi, karena *content* yang ada dalam setiap terbitan Merapi tidak lepas dari kerja keras meja redaksi. Fungsi selayaknya media pada umumnya yakni sebagai media pemberi informasi, edukasi, sosialisasi serta fungsi untuk mencerdaskan khalayak sebenarnya harus menjadi fungsi prioritas tiap media massa. Tetapi

utama dalam setiap penyajian beritanya.

“Kriminalitas dan hukum memang jadi nyawa isian dalam Koran Merapi, ditambah dengan beberapa menu lain seperti olahraga dan supranatural. Selain memberi informasi pada khalayak, Koran Merapi ingin menghibur pembaca dengan berita-berita menarik yang disuguhkan,” kata Redaktur Pelaksana Koran Merapi, Herbangun Pangarso Aji dalam wawancara 20 Februari 2012.

Adanya Kedaulatan Rakyat yang menjadi payung Merapi menjadikan Koran Merapi mengembangkan sayapnya untuk wilayah DIY, Jawa Tengah dan sekitarnya. Penentuan segmentasi khalayak juga didasarkan dengan kondisi saat itu awal Maret 2003, bahwa belum adanya koran kriminal di Yogyakarta. Dengan mengandalkan informasi kriminal dan hukum, sport, supranatural untuk memikat pembaca. Bahasa yang digunakan sopan dan tidak menakut-nakuti pembaca. Informasi yang disampaikan sesuai dengan kenyataan dan penyajian bahasa itulah yang banyak menarik minat pembaca. Dari segi segmentasi tersebut Merapi memahami betul siapa audiencenya yaitu masyarakat Yogyakarta dan Jawa Tengah yang cenderung santun dan sangat mengangkat budaya kejawen dan juga yang sangat tabu terhadap hal-hal yang tidak etis. Kekerasan dan kriminalitas merupakan suatu yang bisa dikatakan keluar dari norma masyarakat, tidak sopan dan tidak wajar dilakukan.

“Kita tahu betul siapa audience kita, orang Jawa dan DIY yang sangat menjunjung nilai tatakrama dan sopan santun. Jadi bahasa yang kami sajikan pun lebih santun berbeda dari pesaing-pesaing kita dengan tamilanya yang

...” tambah Herbangun Pangarso Aji dalam wawancara 20 Februari

Media akan melakukan berbagai cara agar medianya sukses dipasaran, dikenal dan dibaca oleh masyarakat. Adapun tahap-tahap yang dapat dilakukan oleh sebuah media antara lain dengan menumbuhkan fanatisme pembaca, menciptakan kesetiaan pembaca, menjadikan media tersebut sebagai lambang status dan juga gengsi, dimana pembaca merasa bangga membeli dan membaca media tersebut. Tahapan tersebut biasanya dilakukan oleh sebuah media melalui survey pembaca, untuk mengetahui keinginan dan aspirasi mereka. Sama halnya dengan Merapi, salah satu bentuknya adalah dengan inovasi media yakni dalam hal *content* itu sendiri. Mengemas hukum dan kriminalitas serta metafisika yang meliputi supranatural, pengobatan alternatif dan sedikit tentang pendidikan seks yang menjadi satu paket yang dihadapkan pada masyarakat yang tabu dengan hal-hal yang berkaitan dengan muatan koran tersebut merupakan suatu tantangan tersendiri. Merapi hanya berdasarkan pada prinsip basic fakta yang terjadi di masyarakat, kejadian mengenai kejahatan dan sejenisnya dimaknai Merapi sebagai sesuatu yang seharusnya diketahui oleh khalayak sebagai sesuatu yang nyata dan ada bukan direayasa, begitu pula dengan foto-foto traumatik yang juga berprinsip *basic* fakta. Ikon sebagai koran kuning akan penyaji foto-foto kriminalitas telah ada sejak Merapi berdiri, foto-foto tersebut menjadi pribadi Merapi meskipun Merapi tahu dampak yang akan diakibatkan. Jadi bukan secara langsung Merapi mengangkat foto traumatik ini, melainkan suatu hasil pemikiran dari awak redaksi yang duduk dalam menentukan kebijakan Merapi dan sejak awal merapi memanglah sebuah koran kriminal di bawah

Merapi adalah koran yang mencari identitas lain yang sangat berbeda dengan koran-koran lain yang telah banyak bermunculan. Merapi juga berpikir bagaimana cara mensiasati pasar yang masih sepi dengan berita kriminal beserta unsur-unsur lain yang menyertainya. Dan akhirnya Merapi menjadi media yang berani seperti sekarang, tidak hanya dalam kata-kata dan bahasanya yang campuran jawa tetapi terutama dalam hal-hal wacana teks fotonya, dengan berani menampilkan foto-foto traumatik serta kriminal. Meskipun demikian Merapi masih mempunyai standar batasan yang biasa digunakan untuk medianya.

Merapi memang ingin sekali menyajikan secara riil kepada masyarakat tentang fakta yang terjadi di lapangan. Selain itu Merapi juga menginginkan adanya inovasi media, yakni perbedaan yang harus signifikan dipunyai sebagai pembeda dengan koran-koran lain. Artinya Merapi harus selalu *establish* untuk menciptakan kreatifitas baru dalam bermedia. Kalau koran lain tidak khayal hanya sebuah berita umum yang menyajikan berbagai berita mengenai sosial, ekonomi, politik berbeda dengan Merapi yang kajiannya eriringi dengan berbagai berita yang sifatnya mengejutkan yakni kriminal, supranatural, seks serta dilengkapi berbagai pengobatan alternative dan olahraga lokal. Kajian penting lain yang menjadi ikon Merapi salah satunya dari segi foto traumatik. Merapi yang merupakan koran kriminal berani menampilkan foto traumatik berupa mayat yang tergeletak tak berdaya dengan beberapa detailnya, namun merapi masih mempunyai acuan dan norma dalam penyajian foto traumatiknya

B. Foto traumatik Merapi dan penerapan Kode Etik Jurnalistik

Merapi dikenal sebagai penyaji foto traumatik karena memang darah Merapi adalah sebagai koran kriminal, yang mana foto traumatik tersebut merupakan bagian dari foto jurnalistik yang harus memenuhi beberapa syarat penting dalam penyajiannya. Sebuah foto traumatik diharapkan dapat bercerita tentang suatu kejadian. Merapi memperlihatkan foto traumatik tersebut dengan *angle* yang menarik pembaca, dan sepantasnya yang ditujukan kepada khalayak umum dan menyangkut kehidupan orang banyak karena pasti akan dikonsumsi oleh masyarakat. Seperti pada kerangka teori Bab I dikatakan bahwa syarat foto jurnalistik tidak lain bahwa foto itu harus mencerminkan etika atau norma hukum baik itu dari segi pembuatannya maupun penerbitan/penyiarannya (Alwi, 2004:9). Untuk hal-hal yang berbau sadis dan juga kriminal tentunya Merapi telah mempunyai standar sendiri dan apakah standar yang digunakan oleh Merapi tersebut telah memenuhi etika jurnalistik yang ada karena secara tidak langsung sebuah perusahaan media dengan hal-hal yang terkait di dalamnya seperti hak dan kewajiban seorang jurnalis harus tunduk pada kode etik yang disebut kode etik jurnalistik.

“Foto traumatik yang disajikan Merapi sebagai surat kabar kriminal telah masuk dalam kajian etika yang telah dibuat oleh PWI. Merapi sudah berusaha untuk menerapkan etika tersebut. Kalau ada pelanggaran yang dilakukan dengan foto traumatiknya, mungkin itu kelalaian atau karena stadarisasi dan penafsiran setiap orang berbeda-beda,” (Wawancara Herbangun P Aji, 20 Februari 2012).

Kekerasan dan juga sadisme sendiri merupakan gejala sosial yang selalu dihadapi oleh setiap masyarakat dibelahan dunia manapun. Kekerasan bisa jadi telah menjadi satu poin penting yang tidak bisa lepas dari kehidupan

manusia sehari-hari. Sebagai sebuah makanan yang tidak bisa kita hindari karena sudah menjadi hal yang lumrah seiring dengan kemajuan media dan faktor lainnya. Media massa sebenarnya mempunyai fungsi sebagai media pendidikan, informasi, penyaji hiburan, tetapi disisi lain secara sengaja maupun tidak sengaja media kadang malah ikut andil dalam mensosialisasikan kekerasan. Salah satunya adalah media massa melalui tulisan dan gambar-gambarnya bahkan mungkin dilengkapi dengan gambaran reka adegan yang justru hal-hal semacam ini yang dicari, karena dinilai menarik dan cukup membuat sensasi terutama bagi koran-koran kriminal seperti Merapi ini.

Bagi industri media, kekerasan adalah salah satu komoditi yang memiliki daya tarik dan nilai jual tinggi. Hal ini dapat dilihat dari berbagai penampilan media yang syarat dengan kekerasan, yaitu agar selalu mendapat respon dari pembacanya. Dan ini dapat diindikasikan dengan perolehan rating mulai dari berita dan foto kekerasan yang juga semakin menarik dengan ditambah kemampuan media massa dalam mengemas kekerasan menjadi suatu "kenikmatan". (...) mengatakan bahwa kekerasan menjadi suatu kenikmatan, kekerasan dikemas Kenikmatan tersebut mengasosiasikan bahwa kekerasan adalah hiburan yang menjadi candu bagi masyarakat. Enteng dan mudah dipahami sehingga Merapi yakin pasti kajian beritanya akan disukai oleh khalayak.

Penulis melihat ada beberapa sudut pandang yang ditampilkan oleh

pilihan dalam pemberitaannya. Sehingga bisa saja pelanggaran terhadap Kode Etik Jurnalistik merupakan sebuah konsekuensi yang memang harus dihadapi. Dari pengertian Bab I foto traumatik sendiri diartikan sebagai foto yang berhubungan dengan gambar yang menyentuh dengan keadaan jiwa seseorang (psikologi), dimana foto-foto tersebut dapat menggugah hati pembacanya untuk memunculkan emosi baik itu sedih, senang maupun rasa iba dan kasihan.

Foto merupakan ungkapan seribu kata, atau gambar dengan sejuta arti. Tanpa harus banyak bercerita lewat kata, foto sudah mewakili sebuah fakta tertentu, tetapi apakah semua gambar atau semua foto itu halal disajikan kepada khalayak sesuai dengan kode etik yang ada? Penonjolan foto traumatik yang selalu ada dalam halaman per halaman dalam koran Merapi memang menjadi satu fenomena tersendiri bagi dunia pers di Indonesia, tetapi sensasi inilah yang tidak bisa lepas dari kajian yang ingin ditampilkan oleh Merapi. Ketika berbicara masalah sensasi maka tidak akan jauh dari yang namanya ketenaran.

Sama halnya dengan keberadaan Merapi, koran ini berani mengambil muatan berita yang bisa dikatakan tidak biasa saja yakni dengan adanya foto traumatik yang bisa menimbulkan emosi dan juga kesan bagi pembacanya. Seiring dengan perjalanan Merapi dalam memuat foto-foto traumatik tersebut telah menimbulkan suatu wacana baru tentang keberadaannya, foto yang selalu dibuat dan ditampilkan dengan sedemikian rupa pastilah terdapat sisi-

Etika merupakan sebuah studi tentang formasi nilai-nilai moral dan juga prinsip-prinsip benar dan salah (Altshull, 1990 dalam Masduki, 2005:8). Sebuah masyarakat jurnalistik pastilah berusaha untuk memenuhi tujuan jurnalistik itu sendiri yaitu menyajikan kebenaran. Dari sinilah sejumlah prinsip etis harus menjadi pakaian yakni seperti akurasi, objektivitas, spotivitas maupun hal lainnya.

Fungsi kode etik jurnalistik sendiri adalah untuk menjamin kemerdekaan pers dan memenuhi hak publik untuk memperoleh informasi yang benar, wartawan Indonesia memerlukan landasan moral dan etika profesi sebagai pedoman operasional dalam menjaga kepercayaan publik dan menegakkan integritas serta profesionalisme. Dalam melaksanakan fungsi, hak, kewajiban dan peranannya, pers menghormati hak asasi setiap orang, karena itu pers dituntut profesional dan terbuka untuk dikontrol oleh masyarakat. Dari situlah maka Kode Etik Jurnalistik menjadi sebuah pegangan yang sangat fundamental bagi tiap diri jurnalis dalam melaksanakan hak dan kewajibannya sebagai pengabd/pemberi informasi kepada masyarakat luas.

Menurut PWI point penting mengenai pelanggaran terhadap foto traumatik adalah terletak pada poin wartawan Indonesia tidak menyiarkan informasi yang bersifat dusta, fitnah, sadis, dan cabul serta tidak menyebutkan identitas korban kejahatan sosial. Wartawan Indonesia tidak boleh memberitakan rumor dan berita yang belum jelas kebenarannya.

menimbulkan nafsu birahi atau mengundang kontroversi publik. Untuk kasus tindak kekerasan/pelecehan seksual tidak boleh menyebutkan identitas korban, untuk menjaga dan melindungi dan melindungi kehormatan korban. Adapun contoh foto traumatik dapat dilihat di bawah ini, peneliti mengambil sampel dari bulan Januari, Februari dan Maret. Dan untuk lebih lengkapnya dapat dilihat di bagian lampiran.



Foto Pria berkalung rantai terbunuh, 8 Januari 2012



Foto Lempas di Slaman dan Karanganyar 2 Warga Texas Tertimbun, 23 Februari 2012



Foto Pengamen bunuh pengamen, 28 Februari 2012



Foto Kesetrum, Buruh Tewas Nyangkut Pohon, 15 Maret 2012



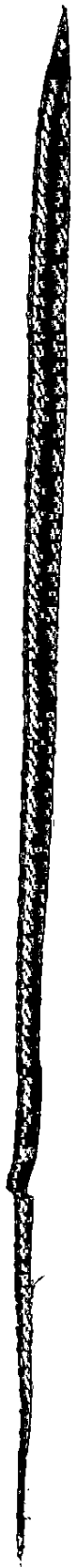




Foto Mayat Mengapung di Sungai Progo, 22 Maret 2012

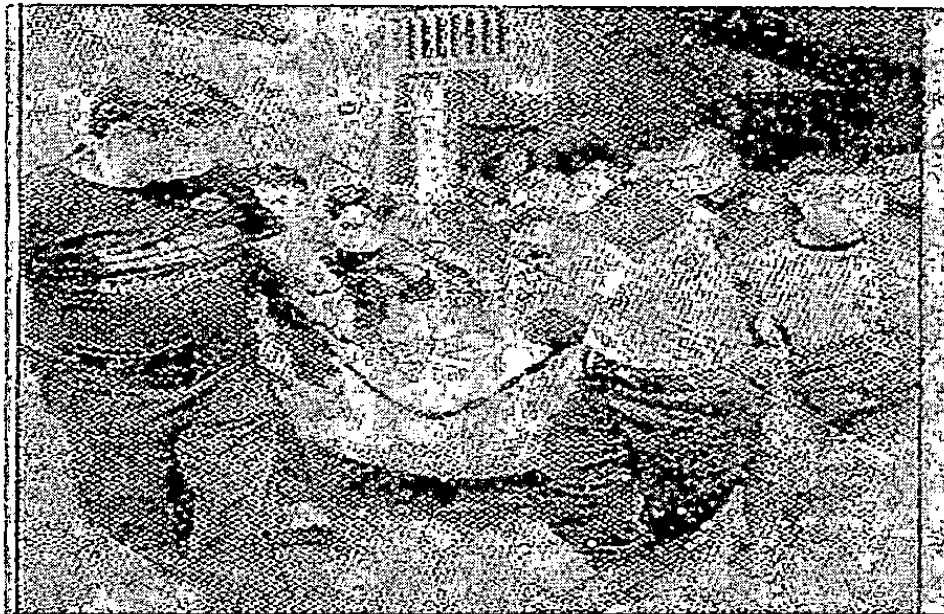


Foto Mahasiswa Tewas di Kost, 22 Maret 2012

Foto yang pertama yaitu foto mayat seorang pria yang tergeletak dengan kepala penuh darah ditampilkan dengan sensor *blur* di wajah dan kepalanya sehingga tidak terlihat jelas wajah serta ceceran darahnya. Foto yang kedua, adalah foto mayat korban longsor yang ditampilkan tanpa sensor akan tetapi Merapi mengambil *angel* foto pada saat kondisi mayat sudah ditutup dengan daun pisang sehingga tidak nampak secara jelas wajah korban

serta kondisi detail korban. Foto yang ketiga yaitu seorang pengamen yang menjadi korban pembunuhan. Foto tersebut diambil ketika mayat korban telah berada dalam kantong mayat yang tertutup. Foto keempat yaitu foto korban yang tewas akibat sengatan listrik (kesetrum) yang menyangkut di atas pohon. Foto diambil dari jarak yang cukup jauh dan hanya terlihat bagian kaki semampai yang masih tersangkut pohon. Foto kelima yaitu foto korban ledakan elpiji yang hanya nampak mayat yang ditutup karung dan sedang dipanggul untuk dievakuasi. Foto keenam yaitu foto mayat korban hanyut di Sungai Progo, di sana di tampilkan sesosok mayat yang telanjang baju dengan tubuh yang mulai menggebung tetapi tidak nampak wajah korban karena sebagian wajahnya tertutup kantong mayat. Foto ketujuh yaitu yaitu foto mayat mahasiswa korban pembunuhan yang sudah di tampilkan dalam keadaan mayat sudah berada dalam kantong mayat yang sedang digotong sehingga sama sekali tidak nampak bentuk dan wajah korban.

Jika dikategorisasikan foto yang dimuat oleh Merapi memang termasuk foto traumatik yang cukup mengundang rasa ngeri, iba, ataupun kasian yang cukup membuat orang menggelengkan kepala. Tetapi dalam penyajiannya foto traumatik Merapi masih mempunyai batasan-batasan dan tetap memperhitungkan nilai-nilai kemanusiaan, belas kasian, menghargai privacy sehingga tidak serta merta foto traumatik berupa mayat tersebut disajikan secara “blak-blakan” yang bisa menimbulkan dampak psikologis yang berlebihan pada seseorang yang melihatnya. Indonesia sendiri, etika

pasal 2 dan 3 (Alwy, 2004:9). Pasal 2 berisi pertanggungjawaban yang antara lain berisi :

“Wartawan Indonesia tidak menyiarkan hal-hal yang sifatnya destruktif dan dapat merugikan bangsa dan negara, hal-hal yang dapat menimbulkan kekacauan, hal-hal yang dapat menyinggung perasaan susila, agama, kepercayaan atau keyakinan seseorang atau suatu golongan yang dilindungi Undang-Undang”

Pasal 3 berisi cara pemberitaan dan menyatakan pendapat yakni antara lain:

“Wartawan Indonesia menempuh jalan dan cara yang jujur untuk memperoleh bahan-bahan berita. Wartawan Indonesia meneliti kebenaran suatu berita atau keterangan sebelum menyiarkan dengan juga memperhatikan kredibilitas sumber berita. Di dalam menyusun berita, wartawan Indonesia membedakan antara kejadian (fakta) dan pendapat (opini).”

Dari kedua pasal yang ada pada kode etik tersebut menurut Audy Mirza Alwi bahwa sebuah syarat foto jurnalistik adalah foto yang mencerminkan norma hukum dan juga etika. Menurut Audy dalam pembuatan foto tentang kecelakaan atau pembunuhan tidak boleh menampilkan wajah korban, melainkan harus ditutupi dengan koran atau sesuatu yang lain, atau diambil dengan jarak yang agak jauh. Contoh yang lain lagi adalah foto-foto pengadilan yang dibuat dari orang yang sedang diadili, bukan dari depan, selama status orang tersebut masih tersangka, untuk menghindari penghukuman yang dilakukan oleh wartawan (*trial by the press*). Demikian halnya Merapi telah berusaha mungkin untuk menjaga etika dalam penyiaran berita dan tampilan foto-foto traumatiknya dengan berbagai cara, mulai dari sensor maupun pengambilan angle foto yang masih dalam batasan etika yang ada, meskipun Merapi adalah koran kriminal yang pastinya memuat banyak

Apa yang telah diupayakan Merapi dalam menyiarkan berita serta gambar telah menunjukkan suatu usaha untuk menerapkan kode etik yang ada, meskipun tidak dipungkiri terkadang masih ada pelanggaran karena standarisasi setiap pembaca dan masyarakat mengenai baik atau kurang baik berbeda-beda. Akan tetapi Merapi telah berusaha untuk menjalankan etika sesuai kriteria yang ada dalam kode etik jurnalis yang penafsirannya sesuai dengan Kode Etik jurnalistik terbaru tanggal 14 Maret 2006 mengenai pasal 4 adalah sebagai berikut:

- a. Bohong berarti sesuatu yang telah diketahui sebelumnya oleh wartawan sebagai hal yang tidak sesuai dengan fakta yang terjadi.
- b. Fitnah berarti tuduhan tanpa dasar yang dilakukan secara sengaja dengan niat buruk.
- c. Sadis berarti kejam dan tidak mengenal belas kasihan.
- d. Cabul berarti penggambaran tingkah laku secara erotis dengan foto, gambar, suara, grafis atau tulisan yang semata-mata untuk membangkitkan nafsu birahi.
- e. Dalam penyiaran gambar dan suara dari arsip, wartawan mencantumkan waktu pengambilan gambar dan suara.

Upaya yang dilakukan oleh Merapi setidaknya telah berpegang pada kode etik yang ada, dengan tidak menyiarkan berita bohong, fitnah, sadis dan cabul. Meskipun masih diakui adanya pelanggaran dan ketidaksesuaian

Kode praktik (*code of practise*) media sebenarnya adalah sebagai upaya penegakan independensi serta penerapan prinsip pers yang mengatur sendiri (*self regulated*). Kode etik ini berfungsi menjamin berlakukanya etika dan juga standar jurnalis professional serta media yang bertanggungjawab. Apabila Merapi melakukan pelanggaran atau memuat hal-hal yang sekiranya melampaui batas dan keluar dari etika, pihak redaksi akan selalu menegur.

Dalam kenyataannya, Merapi tidak berada dalam pelanggaran yang sejauh itu. Selama ini Merapi memang tetap memberikan kajiannya tentang foto traumatik dalam hal ini adalah foto mayat yang masih dalam pagar etika. Jajaran atas mulai dari Pimred sampai wartawan/reporter sudah diberikan kebijakan yang serupa mengenai kebijakan tentang foto traumatik yang layak di muat di Merapi. Bagi wartawan baru pun harus mampu memahami karakter yang dimiliki oleh Merapi. Wartawan Merapi harus memiliki wawasan yang seragam dalam mengartikan dan memaknai foto traumatik. Bukan menyajikan sadisme, namun menyajikan informasi yang layak yang di kemas dengan tampilan, judul pemberitaan atau bahasa berita yang menarik dan unik, bukan sekedar mengundang sensasi dengan menyajikan berita maupun tampilan yang secara *fullgar*.

Seperti dikatakan paragraf di atas bahwa Merapi berusaha menyajikan berita dan sajian yang layak tetapi menarik Hal ini akan di dukung dengan adanya wartawan-wartawan yang kreatif. Merapi yakin dengan adanya otak-otak yang kreatif, mediana akan mampu berkembang dan dapat menikmati hidup lama di kaneah bisnis media

“Merapi memang koran kriminal, yang bisa saja di dalamnya banyak sensasi yang dapat diangkat, tapi kami bukanlah media yang menjual sensasi. Tapi kami hanya menyajikan berita yang menarik untuk menghibur masyarakat,” (Wawancara, Herbangun P Aji, 30 Februari 2012)

C. Kebijakan Redaksional Koran Merapi Mengenai Pemuatan Foto Traumatik

Kerja penerbitan merupakan kerja tim (*team work*) yang tidak bisa dipisah-pisahkan satu sama lain, artinya harus saling menunjang antara satu dengan yang lain. Jantung dari sebuah perusahaan media adalah terletak pada bagian redaksi, jika redaksi macet yang terjadi adalah media akan tutup dan tidak berproduksi. Mekanisme dan aktivasi kerja keradaksionalan sehari-hari menjadi tanggung jawab Pemimpin redaksi, selain itu dia juga mengawasi isi sebuah rubrik media massa yang dipimpinnya. Ia bertindak sebagai jenderal atau komandan yang perintah atau kebijakannya harus dipatuhi oleh bawahannya. Keberadaan pers sangatlah berperan dalam mempengaruhi dan membentuk opini publik, dengan sifatnya yang menyajikan akses informasi dan keterbukaan akses bagi masyarakat untuk berpartisipasi, maka keredaksionalannya yang matang adalah kunci akan suksesnya suatu media. Dari pimpinan umum sampai pada reporter lapangan harus ada keselarasan pemikiran mengenai visi dan misi yang akan dijalankan oleh perusahaan media, sehingga nantinya perusahaan media akan berjalan dengan ketentuan akan “lurus mengikuti kode etik jurnalistik” ataupun akan “melanggar kode etik jurnalistik”.

Di Indonesia sendiri setidaknya ada dua jalan untuk dapat melihat keberadaan pers, yaitu pertama dari tindakan profesional hasil kerja perilaku profesi yang menjalankan kerja jurnalis, dan keduanya sebagai institusi sosial. Tingkat pertama berupa tindakan personal yang memiliki kaidah profesional. Dari keluaran tindakan personal ini kemudian mewujudkan penampilan (performance) media pers. Manakala penampilan ini memiliki makna sosial, barulah kita memasuki tingkat institusi sosial. Tindakan profesional dan keberadaan institusi ini tidak dapat terpisahkan. Seluruh tindakan profesional menjadi dasar untuk hadirnya media pers sebagai institusi sosial (Masduki, 2005:25).

Profesi diartikan sebagai sebuah penghargaan atas karya etika profesi dan berarti sebagai sebuah cabang ilmu yang secara sistematis merefleksikan moral yang melekat pada suatu profesi. Etika profesi juga merupakan nilai-nilai dan asas moral yang melekat pada pelaksanaan fungsi profesional tertentu dan wajib dilaksanakan oleh pemegang profesi tersebut (Siregar, 2004:35). Dan kalau menilik pada kerangka teori di atas, istilah profesionalisme merujuk kepada orang yang menghargai profesi dan kemandiriannya dalam menjalankan profesi tersebut. Bisa dikatakan sebuah profesi tersebut pada dasarnya adalah kegiatan dalam pranata sosial, jadi setiap pekerjaan haruslah menilik pada kepentingan, hak dan kewajiban untuk publik. Dari sisi lain kerja seorang jurnalis diharapkan memenuhi kepentingan

Seorang yang menjadi jurnalis di Indonesia merupakan suatu pilihan yang profesional, tapi dalam perjalannya kembali lagi kepada individu itu sendiri yang notabenenya adalah subjek dari terwujudnya suatu berita. Bagaimana seorang jurnalis tersebut mendefinisikan pekerjaannya sangat mempengaruhi sekali isi media yang ia produksi, kecuali ada kebijakan tegas dari pimpinan perusahaan dimana ia terpayungi. Prinsipnya adalah bisnis media, sebuah harian tanpa memiliki market yang jelas, maka dia tidak akan berumur panjang. Begitu juga dengan objek penelitian ini yakni Koran Merapi. Dalam Merapi tidak ada suatu aliran yang dianut, tampilan kriminalitas dan juga supranatural yang disajikan merapi adalah sebuah tuntutan dari kebijakan atas dimana waktu berdirinya pasar media masih kosong dengan berita berikon kriminal dan supranatural. Merapi merupakan anak dari Kedaulatan rakyat yang mana Merapi juga mutlak mengikuti kebijakan-kebijakan yang ditentukan oleh Kedaulatan Rakyat sendiri.

Kebebasan pers bukan kebebasan hak milik wartawan semata/ pengelola medianya. Kebebasan pers adalah hak milik publik yang harus diperoleh sebagai konsekuensi dari hak memperoleh informasi (*right to know*) dan hak menyampaikan pendapat (*right to express*). Konsep kebebasan pers berada dari pers bebas. Kebebasan pers adalah norma kultural yang jadi acuan nilai (*shared values*) di ruang publik sedangkan pers bebas adalah kondisi yang melandasi keberadaan institusi pers yang menjamin otonomi pers menjalankan fungsi sosial (Siregar:2000). Kebebasan merujuk pada

... sebagai hak warga memperoleh informasi sebagai dasar guna membentuk

sikap dan pendapat dalam konteks sosial dan estetis, untuk itu perlu media massa sebagai institusi kemasyarakatan.

Adapun kewajiban pers dalam pasal 5 UU No.40/1999 adalah memberitakan peristiwa dan opini dengan menghormati (1) norma-norma agama dan rasa kesusilaan masyarakat (2) asas praduga tidak bersalah, pers wajib melayani hak jawab dan hak koreksi. Lebih dari tindakan profesional, pers merupakan sebuah institusi sosial dimana menurut Ashadi Siregar, pers berada dalam dua tingkatan. Pertama, tindakan personal yang memiliki kaidah profesional yang terwujud dalam penampilan media. Kedua, institusi sosial yang hadir dalam kebermaknaan karya profesional di masyarakat. Jadi, pers adalah lembaga sosial dan wahana komunikasi yang melaksanakan kegiatan jurnalistik, sehingga ia pun harus menganut nilai-nilai sosial.

Dalam Bahasa Inggris, keberadaan pers disebut juga dengan *Freedom of Opinion and Expression* dan *Freedom of the Speech*, John C. Merril merumuskan keberadaan pers sebagai suatu kondisi real yang memungkinkan para pekerja bisa memilih, menentukan satu poin penting yang sering diabaikan oleh wartawan adalah lupa bahwa setiap kerja jurnalistiknya harus menggunakan etika dalam pengambilan gambarnya, dan semua malah kadang dilegalkan dan disyahkan (John C, Merril, 1998). Etika, empati dan juga nurani merupakan hal-hal yang sangat penting dan itu merupakan sebuah nilai lebih yang harus ada dalam setiap jurnalis. Jika tidak, maka pelanggaran etika dalam hal foto jurnalistik dapat terjadi seperti pada

Menurut Masduki, sensasi memang kerap muncul dalam Jurnalistik di Indonesia dalam setiap pemberitaan yang dibuatnya. Secara pendekatan konvensional, berita yang “sensasional” lebih layak jual. Pendekatan yang dipakai adalah teknis jurnalistik, dimana melihat kegemaran jurnalis menulis sensasi karena secara teknis jurnalistik ia gampang dibuat dengan banyak improvisasi (Masduki, 1999:136). Menulis sensasi, membesarkan fakta yang sebetulnya sederhana dengan bumbu opini pribadi, memang lebih gampang daripada mendalami fakta yang telah tersedia dengan mencoba mengkorelasikannya dengan kepentingan publik. Kepentingan publik yang tidak sekedar didekati secara ekonomistik, atau memikirkan nilai finansial perusahaan media semata.

Sensasi juga tidak bisa lepas dari yang namanya jurnalis ideal dan juga jurnalis tukang. Pemberitaan tidak bisa lepas dari namanya wartawan dengan kebijakan bisnis dari perusahaan media itu sendiri. Dengan memakai pendekatan ekonomis, jurnalis idealis adalah yang tidak memikirkan uang, dan jurnalis tukang adalah jurnalis yang mencari nafkah semata dengan bermodalkan kartu pers. Seorang jurnalis yang idealis adalah mereka yang gemar menempuh jalan investigasi dan sementara untuk tukang adalah seumur hidupnya selalu bergaul dengan berita ringkas dan juga *straight news* (Siregar, 1999:137).

Seorang jurnalis akan disertai perasaan ketika dia sedang meliput suatu kejadian, dan person jurnalis inilah yang nantinya akan menentukan proses

sebetulnya adalah persoalan psikologis yang terbentuk dari berbagai faktor sosial. Dua konteks penting untuk mencermati itu adalah *frame of reference* dan *frame of experience* dari jurnalis. Seorang tidak hanya bermodal pena dan kertas ataupun *tape recorder* semata, tetapi hati nurani berserta seluruh pengalaman hidupnya yang boleh jadi sangat terbatas, tetapi juga bisa sangat luas. Dan pengalaman inilah yang membentuk dan juga mendorongnya sikap pro dan kontra terhadap suatu fakta yang mutlak.

.. Dalam penelitian berita di media seperti diungkapkan oleh Effendi Siregar sebenarnya sensasi merupakan hal yang sah-sah saja karena merupakan bagian dari kemasan untuk memikat pembaca, pendengar atau pemirsa, tetapi sensasi seharusnya menjadi proses atau jembatan mencapai tujuan akhir pencerdasan khalayak, dan apakah Merapi sudah bisa memenuhi hal tersebut? (Siregar, 1999:139). Sensasi sifatnya psikologis, begitu juga foto traumatik, fakta yang diusung sebuah berita hasil liputan lapangan membutuhkan hasil yang melampaui nilai psikologi, ia harus empiris dan juga dapat dibuktikan kebenarannya.

Sebuah berita kecelakaan semestinya tidak hanya membuat seseorang berkata kasihan, tetapi mendorong mereka berbuat sesuatu untuk meringankan beban korban. Demikian pula berita tentang pelecehan seksual, mestinya tidak hanya berhenti saat pembaca sudah terkejut dan berfantasi, tetapi harus mampu menggugah pembaca untuk melakukan *self critic* terhadap pelakunya sendiri melalui advokasi korban. Saat sensasi hanya berhenti pada level kemasan psikologis, sesungguhnya berita yang ditulis jurnalistik tidak

produktif dan konstruktif untuk pencerahan kepada khalayak pembacanya, ia hanya berfungsi entertain semata, tidak bedanya pers dengan novel atau cerita pendek. Reportase menjadi tanggung bahkan sia-sia.

Jurnalis yang idealis adalah mereka yang lebih maju dalam berfikir, selalu melihat fakta dalam konteks dan juga berhenti pada teks. Perilaku sensasional dikalangan jurnalis memang suatu yang wajar dan jurnalis tidak bisa lepas dari hal tersebut jika pendekatan analisisnya masih ekonomis dan teknik jurnalistik. Sensasional adalah penyakit akut yang melanda jurnalis Indonesia, karena basis frame of experience mereka yang sarat anomaly dalam kehidupan sosial, ekonomi dan politik, begitu pula yang terjadi dengan Koran Merapi.

Sebagai suatu perusahaan, pers tidak lekang dari konglomerasi. Artinya ada satu indikasi bahwa pers sekarang ini dapat menjadi satu peluang usaha bagi siapa saja yang mempunyai modal yang cukup. Dibandingkan dengan sebelumnya, secara kuantitatif terus meningkat. Terbukti dengan makin banyaknya pilihan pembaca dalam memilih surat kabar maupun majalah yang semakin hari semakin bervariasi, dari sinilah maka perusahaan media memutar otak agar apa yang mereka jual laku dipasaran, bahkan sampai harus melanggar Kode Etik Jurnalistik yang telah dibuat sebagai kesepakatan masyarakat pers.

Media massa tidak semata-mata sebagai entitas politik, tetapi juga sebagai entitas bisnis. Wujud ideal media massa sebagai alat kontrol dan sarana bisnis akan terabaikan andai saja media hanya digunakan sebagai

lahan pertarungan politik semata. Selain itu, setiap perusahaan media pasti segala kegiatannya akan mengarah kepada aspek profit, begitu juga dengan Koran Merapi. Setiap orang yang melihat didalamnya lembaga pers harus mendapatkan keuntungan finansial. Seorang wartawan bekerja mendapatkan upah, redaktur dan juga pimpinan lainnya juga mendapat bayaran sesuai dengan beban yang ditanggungnya. Demikian pula dengan para penyalur, distributor dan juga agen-agensya yang mengambil keuntungan dari usaha dunia pers tersebut.

Dari sinilah banyak perusahaan pers yang meningkatkan oplahnya yakni dengan menambah halamannya serta memperluas radiasi penyebarannya bahkan menambah edisi khusus yang diperuntukkan pembaca pada daerah tertentu. Adanya kemajuan-kemajuan tersebutlah yang sering berakibat pada penghasilan seorang wartawan yang semakin meningkat dibandingkan zaman dulu (Muhtadi, 1999: 61). Perluasan daerah tersebut akhirnya berdampak pada efek sosiologisnya di samping meningkatkan aspek komersial bagi pengelola media.

Namun demikian tidak berarti bahwa pers hanya mementingkan sisi bisnisnya. Kesan adanya persaingan antar media persuratkabaran yang begitu menonjol dengan sisi bisnisnya akan lebih terasa dibandingkan dengan bobot idealismenya. Bahkan, persaingan bisnis pada sektor industri pers khususnya pada surat kabar sudah menunjukkan suatu persaingan yang tidak sehat baik itu surat kabar lokal (daerah) sendiri. Sebuah media pers akan selalu berorientasi membuat nama pers yang ada dan agar tidak kehilangan

semangat dasarnya sebagai corong kebenaran, sehingga yang terjadi adalah menomorsatukan bisnis dibandingkan dengan pendidikannya kepada khalayak. Secara tidak langsung Muryanto juga menyarankan bahwa pers juga harus tetap konsisten mempertahankan aspek idealisme sebagai identitas utama.

Adanya tarik ulur dua kepentingan tersebutlah yang membuat Merapi menentukan sikapnya yang terkadang harus keluar dari kebakuan yakni etika media massa khususnya dalam hal foto traumatik meski selalu berusaha keras untuk meminimalisir pelanggaran. Jika menengok pada kode etik jurnalistik, Pasal 3 mengenai cara pemberitaan dan menyatakan pendapat dikatakan :

“Wartawan Indonesia selalu berusaha untuk bersikap objektif, jujur dan sportif berdasarkan kebebasan yang bertanggungjawab dan menghindarkan dari cara-cara penulisan yang bersifat pelanggaran kehidupan pribadi (*privacy*), sensasional, immoral atau melanggar kesusilaan (Muhtadi, 2003:256-257)”

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa setiap pemberitaan oleh media massa haruslah disertai dengan menghindari peristiwa ataupun kejadian yang mempunyai sifat *privacy*, berita yang mengandung sensasi ataupun berita mengenai penonjolan yang berlebihan mengenai pelanggaran yang berhubungan dengan kesusilaan. Merapi adalah koran yang menggunakan sensasi sebagai kendaraan bermedia, tetapi masih dengan pertimbangan moral dan nilai kesusilaan. Seperti yang diungkapkan oleh Redaktur Pelaksana Koran Merapi, Herbangun P Aji pada 22 Februari 2012 bahwa :

“Foto yang disajikan Merapi merupakan hal biasa, Merapi hanya berusaha

mungkin. Dengan adanya foto yang disuguhkan diharapkan dapat membantu masyarakat mengetahui gambaran kondisi korban atau cerita dari bahasa foto tersebut, tanpa membuka aib atau hal-hal yang sifatnya privasi yang mengundang belas kasihan yang berlebihan atau rasa ngeri pembaca setia kami,”

Kebebasan pers di Indonesia sebenarnya telah dimuat dalam undang-undang Pokok Pers, Undang-undang tersebut dijabarkan mengenai Ketentuan pokok pers kemudian juga disebutkan dan diakui fungsi-fungsinya secara jelas. Secara langsung berarti kebebasan pers tersebut diakui meskipun ada batasan-batasan yang lazim yang disebut dalam kontes teori pers dengan istilah pers bebas dengan pertanggungjawaban sosial (a sosial responsible pers). Dari sinilah wartawan Indonesia di dalam menjalankan profesinya menikmati kebebasan pers dan bagi seorang jurnalis iklim kebebasan ini penting sekali untuk menumbuhkan “kreatifitas” dalam pekerjaannya untuk mengabdikan dirinya pada publik.

Kebebasan pers tidak berarti bahawa wartawan di dalam menjalankan tugasnya tidak dapat berbuat sewenang-wenang, karena wartawan di dalam menjalankan profesinya juga terikat dengan peraturan Undang-Undang yang menyangkut Deli Pers (Assegaf, 1991:13). Dalam delik pers ini diatur masalah-masalah yang menyangkut fitnah, pencemaran nama baik dan juga penghinaan. Kebebasan pers dalam dunia jurnalistik tidak hanya kebebasan untuk menyiarkan berita akan tetapi secara jauh kebebasan tadi menyangkut kebebasan untuk mendapatkan fakta-fakta dari sumber-sumber berita. “Koran Merapi selalu berusaha menyajikan foto-traumatik sesuai dengan kode etik. Setian saat teguran

berlaku bagi semua repoter bahkan tingkat di atasnya, bila terjadi pelanggaran soal itu. Misal, mengeluarkan foto traumatik yang menimbulkan rasa ngeri bagi para pembaca,” (wawancara Herbangun Pangarso Aji, 20 Februari 2012)

Pernyataan di atas merupakan kebijakan tetap yang dilaksanakan oleh redaksional Merapi. Pemuatan foto dalam koran tersebut telah melalui beberapa proses yang matang. Ada pertimbangan khusus untuk menyajikan berita yang sensasional. Namun pastilah menimbang antara baik dan buruk karena apapun kebijakan yang dijalankan adalah menyangkut kepentingan khalayak umum.

Dikemas secara unik, terkesan warna-warni serta keluar dari kebakuan menjadikan *packaging* Merapi diharapkan tidak membosankan untuk dibaca dan dinikmati khalayaknya