

**PERSEPSI WARTAWAN DI KOTA MEDAN
TENTANG KODE ETIK JURNALISTIK**

SKRIPSI

Disusun Oleh :

SYARIFAH ZALEHA
1403110022

Program Studi Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Jurnalistik



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

2018

PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammdiyah Sumatera Utara oleh:

Nama : Syarifah Zaleha

NPM : 1403110022

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Pada hari : Kamis, 29 Maret 2018

Waktu : 08.00 s/d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Ribut Priadi, S.sos, M.I.Kom

PENGUJI II : Dr. Arifin Saleh, M.SP

PENGUJI III : Muhammad Thariq, S.sos, M.I.kom

PANITIA UJIAN

Ketua

Dr. RUDIANTO, M.Si

Sekretaris

Drs. ZULFAHMI, M.IKom

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi oleh :

Nama : Syarifah Zaleha

NPM : 1403110022

Program Studi : Ilmu Komunikasi

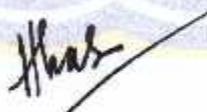
Judul Skripsi : Persepsi Wartawan di Kota Medan Tentang Kode Etik Jurnalistik

Medan, 21 Maret 2018

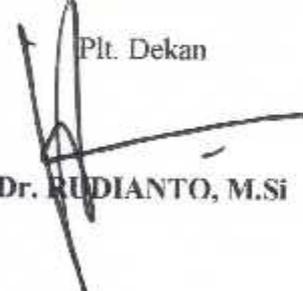
Pembimbing


MUHAMMAD THARIQ, S.sos, M.I.Kom

Disetujui Oleh
KETUA PROGRAM STUDI


NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.Ikom

Plt. Dekan


Dr. RUDIANTO, M.Si

PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya, Syarifah Zaleha, NPM 1403110022, menyatakan dengan sungguh-sungguh :

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang oleh undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu imbalan, atau memplagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa didalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila dikemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi :

1. Skripsi saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian skripsi saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 21 Maret 2018

Yang menyatakan,

Syarifah Zaleha

ABSTRAKSI
PERSEPSI WARTAWAN DI KOTA MEDAN TENTANG KODE ETIK
JURNALISTIK
SYARIFAH ZALEHA
1403110022

Kode Etik Jurnalistik (KEJ) adalah himpunan etika profesi kewartawanan. Wartawan selain dibatasi oleh ketentuan hukum, seperti Undang-undang Pers No 40 Tahun 1999, juga harus berpegang kepada KEJ. Tujuannya adalah agar wartawan bertanggung jawab dalam menjalankan profesinya yaitu mencari dan menyajikan informasi serta mensyaratkan adanya kebebasan.

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk mendeskripsikan secara kualitatif persepsi wartawan di Kota Medan tentang Kode Etik Jurnalistik dengan 6 (enam) indikator yakni akurasi, independensi, keadilan, balancing, menghormati privasi dan akuntabilitas publik. Metode pengumpulan data adalah menggunakan teknik interview terhadap 6 informan inti yang dipilih secara random dari beberapa media terbitan di Medan.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa pada umumnya persepsi wartawan tentang akurasi adalah bahwa akurasi sangat bergantung kepada kondisi saat peliputan berita di lapangan. Persepsi wartawan tentang independensi dalam kode etik jurnalistik adalah sebagai kemandirian dalam meliput berita tetapi ada yang melaksanakannya secara formal ada tidak. Persepsi wartawan tentang asas berimbang adalah bahwa unsur berita yang berimbang merupakan faktor penting dalam pemberitaan. Persepsi wartawan tentang prinsip keadilan adalah bahwa

berita yang *fair* dalam peliputan yang transparan, terbuka, jujur dan adil yang didasarkan pada *deadline* yang langsung dan dimaksudkan agar berita yang dibuat oleh jurnalis memberi tempat dan peluang bagi semua pihak secara adil. Persepsi tentang sikap menghormati Hak Privasi adalah bahwa para wartawan menyadari pentingnya menjaga hak privasi dalam arti tidak diperkenankan menjaga hak privasi wartawan. Persepsi tentang akuntabilitas publik bahwa semua proses dan hasil karya wartawan haruslah bisa dipertanggungjawabkan kepada masyarakat, Kepada para wartawan Medan. Dan disarankan untuk terus meningkatkan akurasi, independensi, keadilan, balancing, menjaga hak privasi dan akuntabilitas publik agar kualitas berita yang dipublikasikan dapat lebih ditingkatkan.

Kata kunci : Persepsi, wartawan, kode etik jurnalistik

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah rabbil'alamin, segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat dan hidayah-Nya berupa kesempatan sehingga penulis menempuh jenjang pendidikan Strata Satu (S1) sampai kepada tahapan penyelesaian skripsi yang berjudul **“Persepsi Wartawan di Kota Medan Tentang Kode Etik Jurnalistik”**. Skripsi ini diajukan penulis sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada jenjang Strata Satu (S-1) Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) yang dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Shalawat beriring salam juga tidak lupa penulis persembahkan kepada Nabi Muhammad SAW dimana atas perjuangan Beliau-lah yang telah mengantarkan umatnya dari alam kebodohan dan kebatilan pada alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan serta kebaikan.

Dari dasar hati penulis ingin mengucapkan syukur yang sedalam-dalamnya kepada Allah SWT karena tanpa rahmat dan ridho-Nya penulis tidak dapat menyelesaikan skripsi ini, mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada kedua orang tua saya, ayahanda Said Hasim yang berkorban materi serta doanya dan ibunda Riza M nuh yang telah melahirkan dan memberikan seluruh kasih sayangnya, membesarkan, mendidik, serta selalu mendoakan penulis sehingga dapat menyelesaikan studi sampai dengan sekarang ini serta menyadari segala apa yang penulis lakukan tidak dapat berjalan dengan baik tanpa adanya bantuan insan

yang baik hati. Untuk itu, dari lubuk hati terdalam penulis ingin menyampaikan penghargaan yang setinggi-tingginya dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Drs. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Rudianto S.Sos M. Si selaku Wakil Rektor III Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Alm Drs. Tasrif Syam, M.Si selaku mantan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Drs. Zulfahmi, M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Abrar Adhani., S.Sos., M.I.Kom selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Ibu Nurhasanah Nasution., S.Sos., M.I.Kom selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Akhyar Anshori., S.Sos., M.I.Kom selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Bapak Muhammad Thariq, S.Sos., M.I.Kom selaku Pembimbing yang telah banyak membantu memberikan masukan serta bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini.

9. Seluruh Bapak/Ibu Dosen dan Pegawai Biro Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah mendidik penulis dari awal hingga akhir perkuliahan.
10. Wartawan di Harian Tribun Medan dan Harian Sumut Pos, Muhammad Tazli, Mustakim Indra Jaya, Array A Argus, Juli Rambe, Bagus Syahputra, Diva Suwanda yang telah bersedia menjadi narasumber sehingga penelitian ini bisa diselesaikan dengan baik.
11. Buat semua teman-teman IKO A pagi dan IKO JURNALISTIK sore stambuk 2014 terima kasih untuk semua perjuangan yang telah kita lalui selama perkuliahan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan terdapat kekurangan baik dalam penyampaian, bahasa, kata maupun dalam hal penyajian. Untuk itu, penulis dengan berbesar hati dan dengan tangan terbuka menerima saran-saran maupun kritik sehat yang bersifat membangun dari para pembaca guna perbaikan dan penyempurnaan karya tulis ini. Dengan bantuan dan dukungan yang telah penulis dapatkan, akhirnya dengan menyerahkan diri dan senantiasa memohon petunjuk dan perlindungan kepada Allah SWT semoga amalan dan perbuatan baik tersebut mendapat imbalan yang baik pula. Amin Ya Rabbal'alamin.

Medan, 21Maret 2018

Penulis,

Syarifah Zaleha

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	vi
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Pembatasan Masalah	5
1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1.4.1. Tujuan Penelitian	5
1.4.2. Manfaat Penelitian	5
1.5. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II. URAIAN TEORITIS	
2.1. Komunikasi	7
2.1.1. Pengertian Komunikasi	7
2.1.2. Unsur Komunikasi	8
2.1.3. Intensitas Komunikasi.....	9
2.1.4. Fungsi Komunikasi	11
2.1.5. Tujuan Komunikasi.....	12
2.2. Komunikasi Massa	13
2.2.1. Pengertian Komunikasi Massa.....	13
2.2.2. Karakteristik Media Massa	14
2.2.3. Unsur Komunikasi Media Massa.....	16
2.2.4. Fungsi Komunikasi Massa	17
2.2.5. Hambatan-Hambatan Dalam Komunikasi Massa	20
2.3. Media Cetak	24

2.4. Wartawan	25
2.5. Kode Etik Jurnalistik	25
2.6. Persepsi.....	26
2.6.1. Pengertian Persepsi	26
2.6.2. Proses Terbentuknya Persepsi.....	27
2.6.3. Jenis-Jenis Persepsi	27
2.6.4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi	28
BAB III. METODE PENELITIAN	
3.1. Jenis Penelitian.....	30
3.2. Kerangka Konsep	31
3.3. Definisi Konsep.....	31
3.4. Kategorisasi	32
3.5. Narasumber	34
3.6. Teknik Pengumpulan Data	34
3.7. Teknik Analisis Data.....	35
3.8. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	35
3.9. Deskripsi Ringkas Objek Penelitian.....	35
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Hasil Penelitian	38
4.2. Pembahasan.....	48
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan.....	58
5.2. Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kode Etik Jurnalistik (KEJ) adalah himpunan etika profesi kewartawanan. Wartawan selain dibatasi oleh ketentuan hukum, seperti Undang-undang Pers No 40 Tahun 1999, juga harus berpegang kepada KEJ. Tujuannya adalah agar wartawan bertanggung jawab dalam menjalankan profesinya yaitu mencari dan menyajikan informasi serta mensyaratkan adanya kebebasan. Tanpa adanya kebebasan seorang wartawan sulit untuk melakukan pekerjaannya. Akan tetapi, kebebasan tanpa disertai tanggung jawab mudah menjerumuskan wartawan ke dalam praktek jurnalistik yang kotor, merendahkan harkat dan martabat wartawan tersebut. Karena itulah baik di negara-negara maju maupun negara berkembang persyaratan untuk menjadi wartawan dirasa sangat berat sekali. Wartawan harus benar-benar bisa menjaga perilaku dalam kegiatan jurnalistiknya sesuai dengan aturan yang ada.

Melaksanakan KEJ tidak semudah membalikkan telapak tangan. Banyak hambatan yang harus dilalui untuk menjadi wartawan yang profesional. Kode etik harus menjadi landasan moral atau etika profesi yang bisa menjadi operasional dalam menegakkan integritas dan profesionalitas wartawan. Penetapan kode etik guna menjamin tegaknya kebebasan pers serta terpenuhinya hak-hak masyarakat. Wartawan memiliki kebebasan pers yakni kebebasan mencari, memperoleh dan menyebarluaskan gagasan dan informasi. Meskipun demikian, kebebasan disini

dibatasi dengan kewajiban menghormati norma norma agama dan rasa kesusilaan masyarakat.

Akan tetapi, dalam realitas saat ini banyak wartawan yang menyimpang dari aturan-aturan yang sudah ditentukan dalam UU Pers, serta kode etik jurnalistik. Banyak wartawan dalam memberikan informasi tidak sesuai dengan fakta, memihak satu pihak, tidak menjaga privasi narasumber. Bisa dibilang kebebasan menjadi "*kebablasan*" dan menjadi perilaku yang sudah dianggap biasa dalam kegiatan jurnalistiknya.

Ketidakmampuan tersebut dapat dilihat dari pengemasan berita yang melanggar kode etik jurnalistik. Seperti pemberitaan di Harian Orbit tentang Bupati Langkat. Surat kabar yang terbit di Medan ini diadakan Bupati Langkat, Ngogesa Sitepu, karena selama periode waktu 23 April 2014 hingga 13 Juni 2014 telah menulis 13 berita yang isinya antara lain tuduhan terhadap Bupati Langkat melakukan korupsi. Salah satunya adalah foto kolase gambar Bupati Langkat dengan latar belakang gambar Gedung Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK), yang dimuat di harian tersebut pada edisi 20 Mei 2014 dan 21 Mei 2014, melanggar prinsip jurnalisme dan foto jurnalisme karena menggabungkan dua fakta berbeda dan menjadikannya fakta baru seolah Bupati Langkat telah diperiksa KPK. Menurut Dewan Pers, harian ini terindikasi kuat melanggar Pasal 5 Ayat (1) Undang-undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers, terkait asas praduga tidak bersalah dan Undang-undang lain. (Nasution, 2017:149).

Dewan Pers menilai harian itu beritikad buruk dengan terus-menerus memberitakan informasi negatif tentang Bupati Langkat tersebut. Padahal,

informasi yang diberitakan telah dibantah berkali-kali melalui surat bantahan atau Hak Jawab yang dimuat lima kali oleh Harian Orbit tersebut. Surat kabar ini dinilai melanggar Pasal 1, 3 dan 4 Kode Etik Jurnalistik karena tidak uji informasi, tidak berimbang, memuat opini menghakimi, memuat berita bohong, serta melanggar asas praduga tidak bersalah.

Pengemasan berita, persepsi sepihak seakan sudah menjadi bumbu racik berita belakangan ini. Data yang diterbitkan oleh Dewan Pers melalui situs dewanpers.or.id menyebutkan, selama periode tahun 2000 hingga 2011, telah diterima sebanyak 3.225 pengaduan oleh masyarakat terkait kasus pelanggaran Kode Etik Jurnalistik. (www.dewanpers.or.id diterbitkan pada Selasa 22 Mei 2012 dengan judul, “Tabel Pengaduan Masyarakat ke Dewan Pers Tahun 2000-2011”). Kondisi ini secara tidak langsung memberikan perasaan resah pada masyarakat terkait obyektifitas berita yang disampaikan oleh awak media.

Dewan Pers merupakan organisasi independen yang menaruh perhatian pada aktivitas lembaga pers. Sesuai dengan Pasal 15 ayat (1) UU Pers menyatakan “Dalam upaya mengembangkan kemerdekaan pers dan meningkatkan kehidupan pers nasional, dibentuk Dewan Pers yang independen”. Dewan Pers memiliki fungsi sebagai pelindung pers di Indonesia. Dalam upaya melindungi pers di Indonesia, organisasi ini membuat seperangkat pedoman bagi kinerja wartawan di lapangan yang disebut KEJ.

Dalam pengelolaan pers di tanah air, sesungguhnya ada aturan main yang menjadi aturan acuan bagi setiap wartawan, yaitu melalui KEJ. Pedoman yang dimuat dalam KEJ secara umum adalah memberi arahan kepada wartawan agar

senantiasa memperhatikan nilai-nilai etik dalam menjalankan profesi kewartawanan. Dalam menulis berita misalnya, wartawan dituntut harus menulis berita yang jujur, obyektif dan didukung fakta yang kuat.

Pelaksanaan KEJ juga merupakan perintah dari undang-undang. Pasal 7 ayat 2 No. 40 Tahun 1999 tentang pers yang berbunyi “Wartawan memiliki dan mentaati KEJ”.

Seluruh wartawan Indonesia harus menjunjung tinggi konstitusi dan menegakkan kemerdekaan pers yang bertanggung jawab, mematuhi norma-norma profesi kewartawanan, memajukan kesejahteraan umum dan mencerdaskan kehidupan bangsa memperjuangkan ketertiban dunia berdasarkan kemerdekaan.

Jurnalisme memerlukan etika sebagai panduan dalam melakukan tugasnya mencari dan menyampaikan kebenaran. Tugas mulia itu dipercayakan masyarakat kepada pers karena percaya bahwa jurnalis akan menjalankan tugas mereka sebaik-baiknya. Pada dasarnya etika memberi arah kepada para jurnalis untuk melakukan pekerjaan secara amanah. Kepercayaan tersebut dijaga dan dipelihara oleh media dan wartawannya dengan cara menaati sejumlah prinsip yang dirumuskan dalam kode etik.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang masalah diatas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut “Bagaimana Persepsi Wartawan di Kota Medan tentang Kode Etik Jurnalistik”.

1.3 Pembatasan Masalah

Untuk membatasi ruang lingkup yang terlalu luas, sehingga dapat mengaburkan penelitian, maka peneliti akan membatasi masalah yang akan diteliti. Adapun pembatasan masalah peneliti adalah :

Penelitian ini terbatas hanya pada beberapa Wartawan Harian Tribun Medan dan Wartawan Sumut Pos yang berjumlah 10 orang.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui Persepsi Wartawan di Kota Medan tentang Kode Etik Jurnalistik.

1.4.2 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Praktis

Secara Praktis, Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan yang diteliti serta hasil dari penelitian ini dapat dijadikan tolak ukur sejauh mana penerapan kode etik jurnalistik dalam kegiatan jurnalistik dikalangan wartawan Kota Medan.

b. Manfaat teoritis

Secara Teoritis, Penelitian ini diharapkan bisa mengembangkan suatu teori dan untuk menerapkan teori yang sudah didapat, khususnya tentang kode etik jurnalistik.

1.5 Sistematika Penulisan

- BAB I** Merupakan pendahuluan memaparkan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.
- BAB II** Merupakan uraian teoritis yang menguraikan tentang, komunikasi, komunikasi massa, media cetak, wartawan, kode etik jurnalistik, persepsi.
- BAB III** Merupakan metode penelitian berisi tentang jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, kategorisasi, narasumber, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, lokasi dan waktu penelitian.
- BAB IV** Berisikan pembahasan yang menguraikan hasil penelitian, dan pembahasan.
- BAB V** Berisikan penutup yang menguraikan kesimpulan dan saran.

BAB II

URAIAN TEORITIS

Uraian teoritis merupakan dasar dan landasan untuk mencari teori yang digunakan dalam mencapai sebuah penelitian atau pemecahan masalah terhadap faktor-faktor yang menjadi masalah dalam penelitian ini. Uraian ini juga merupakan penjelasan teoritis dalam rumusan masalah penelitian yang digunakan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan tentang mengapa dan bagaimana suatu masalah harus relevan dengan konteks isi.

2.1. Komunikasi

2.1.1. Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi berpangkal pada perkataan latin *Communis* yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari bahasa latin *Communco* yang artinya membagi. (Cherry dalam Stuart, 1993). (Cangara, 2014 : 20).

Sebuah Definisi yang dibuat oleh Harold D. Laswell bahwa cara yang tepat untuk menerangkan suatu tindakan komunikasi ialah dengan menjawab pertanyaan “Siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa, dan apa pengaruhnya”. Berdasarkan pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu (Effendy, 2009 :10).

Bahasa komunikasi menurut Effendy (2000:28), yaitu pernyataan dinamakan pesan (*message*), orang yang menyampaikan pesan disebut komunikator (*communicator*) sedangkan orang yang menerima pernyataan diberi nama komunikan (*communicate*). Untuk tegasnya, komunikasi berarti proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan. Jika dianalisis pesan komunikasi terdiri dari dua aspek, pertama isi pesan (*the content of the message*), kedua lambang (*symbol*). Konkretnya isi pesan itu adalah pikiran atau perasaan, lambang adalah bahasa.

Melalui komunikasi, sikap dan perasaan seseorang atau sekelompok orang dapat dipahami oleh pihak lain. Akan tetapi, komunikasi hanya akan efektif apabila pesan yang disampaikan dapat ditafsirkan sama oleh penerima pesan tersebut. Walaupun komunikasi sudah disiswai sejak lama dan banyak dikaji para ahli, topik ini menjadi penting khususnya pada abad ke 21 karena pertumbuhan komunikasi digambarkan mengalami perkembangan yang revolusioner, hal ini dikarenakan peningkatan teknologi komunikasi yang pesat seperti, radio, televisi, telepon selular, satelit jaringan computer, dan internet seiring dengan industrialisasi bidang usaha yang besar dan politik yang mendunia (Hermawan, 2012:4-5).

2.1.2. Unsur Komunikasi

Harold Laswell (Mulyana, 2010:69) menyebutkan ada lima unsur komunikasi yang saling bergantung antara lain, yaitu :

a. Sumber (*communicator, source, sender*)

Sumber adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Sumber boleh jadi seseorang individu, kelompok, organisasi, perusahaan bahkan suatu negara.

b. Pesan (*message*)

Pesan adalah apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima.

c. Saluran atau media (*channel, media*)

Saluran atau media yakni alat atau wahana yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima.

d. Penerima (*receiver, communicant, communicate, recipient*)

Penerima yakni orang yang menerima pesan dari sumber.

e. Efek (*effect, impact, influence*)

Efek yaitu apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut.

2.1.3 Intensitas Komunikasi

Intensitas komunikasi ialah proses komunikasi yang terjalin dengan melihat kuantitas pada kurun waktu tertentu. Intensitas komunikasi yang efektif lebih menekankan pada kuantitas. Efisiensi waktu dalam menjalin terciptanya intensitas komunikasi menjadi hal yang penting manakala lingkungan mempunyai sentimen negatif terhadap hal yang dianggap baru.

Menurut Djamarah, ada beberapa faktor yang mempengaruhi intensitas komunikasi yaitu :

a. Citra diri dan citra orang lain

Setiap individu memiliki gambaran tertentu tentang dirinya sendiri, dari gambaran yang individu bangun itu sendiri akan menentukan bagaimana ia berbicara, dan penilaiannya terhadap segala sesuatu yang terjadi di sekitarnya. Tidak hanya citra diri, citra orang lain juga mempengaruhi cara dan kemampuan seseorang dalam berkomunikasi. Jadi citra diri dan citra orang lain saling berkaitan satu sama lain.

b. Suasana psikologis

Suasana psikologis disini berkaitan dengan keadaan emosi seorang individu. Komunikasi akan sulit terjadi jika seseorang dalam keadaan sedih, bingung, marah, merasa kecewa, merasa iri hati, diliputi prasangka, dan suasana psikologis lainnya.

c. Lingkungan fisik

Komunikasi dapat terjadi dimana saja dan kapan saja, dengan cara yang berbeda-beda. Komunikasi yang terjadi dalam keluarga misalnya antara orang tua dengan anak akan jauh berbeda dengan komunikasi yang terjadi di sekolah antara anak dengan teman sebayanya. Begitu juga komunikasi yang terjadi dalam masyarakat juga berbeda-beda. Karena setiap masyarakat memiliki norma sendiri yang harus ditaati, maka komunikasi yang terjadi harus berdasarkan norma yang tela ditetapkan tersebut.

d. Bahasa

Bahasa merupakan salah satu sarana dalam berkomunikasi untuk mengungkapkan pikiran dan isi hati. Namun adakalanya bahasa yang digunakan

tidak mampu mewakili apa yang dibicarakan secara tepat (Djamarah, 2014:138-149).

Menurut Devito (2009:23-25) yang dikutip oleh Indrawan, menyatakan bahwa bahasa dapat mengukur intensitas komunikasi antar individu dapat ditinjau dari dua aspek, yaitu:

a. Frekuensi Komunikasi

Frekuensi ini berarti tingkat kekerapan atau keseringan dalam berkomunikasi, tingkat keseringan orang tua dengan anaknya saat melakukan aktivitas komunikasi. Misalkan, tingkat kekerapan melakukan komunikasi disini dilakukan dalam satu minggu 3 kali atau dalam satu bulan sebanyak 4 kali, dan seterusnya.

b. Durasi yang digunakan untuk berkomunikasi

Durasi disini berarti lamanya waktu atau rentang waktu yang digunakan pada saat melakukan aktivitas komunikasi. Lamanya waktu yang digunakan bisa bervariasi, misalkan dalam satu kali bertemu lamanya waktu yang digunakan bisa mencapai 2 jam, atau 3 jam dan atau mungkin bisa lebih dari itu. Dan bisa juga kurang dari 1 jam.

2.1.4 Fungsi Komunikasi

Dalam terjadinya komunikasi tidak terlepas dari bentuk dan fungsi komunikasi, dimana komunikasi yang baik, tidak jauh dari fungsi yang mendukung keefektifan komunikasi. Adapun fungsi komunikasi menurut Effendy (2005:55), adalah sebagai berikut:

a. Menginformasikan (*to inform*)

Kegiatan informasi itu memberikan penjelasan, penerangan, mengenai bentuk informasi dari seorang komunikator kepada komunikan. Informasi yang akurat diperlukan oleh beberapa bagian masyarakat untuk bahan dalam pembuatan keputusan.

b. Mendidik (*to educate*)

Penyebaran informasi tersebut sifatnya member pendidikan atau pengajaran sesuatu pengetahuan, menyebarluaskan kreativitas untuk membuka wawasan dan kesempatan untuk memperoleh pendidikan secara luas, baik untuk pendidikan formal disekolah maupun diluar sekolah.

c. Menghibur (*to entertain*)

Penyebaran informasi yang disajikan kepada komunikan untuk memberikan hiburan. Menyampaikan informasi dalam lagu, lirik dan bunyi, maupun gambar dan bahasa membawa setiap orang pada situasi menikmati hiburan.

d. Mempengaruhi (*to influence*)

Komunikasi sebagai sarana untuk mempengaruhi khalayak untuk memberi motivasi, mendorong untuk mengikuti kemjuan orang lain melalui apa yang dilihat, dibaca, dan didengar. Serta memperkenalkan nilai-nilai baru untuk mengubah sikap dan perilaku kearah yang baik dan modernisasi.

2.1.5 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi adalah sebagai saluran untuk melakukan dan menerima pengaruh mekanisme perubahan, alat untuk mendorong atau mempertinggi motivasi perantara dan sebagai sarana yang memungkinkan suatu

organisasi mencapai tujuannya. Menurut Effendy (2005:27) ada tiga tujuan komunikasi yaitu:

- a. Mengubah sikap (*to change the attitude*), yaitu sikap individu atau kelompok terhadap sesuatu menjadi berubah atas informasi yang mereka terima.
- b. Mengubah pendapat atau opini (*to change the behavior*), yaitu perilaku individu atau sekelompok terhadap sesuatu menjadi berubah atas informasi yang diterima.
- c. Mengubah masyarakat (*to change the society*), yaitu tingkat sosial individu atau sekelompok terhadap sesuatu menjadi berubah atas informasi yang diterima.

2.2 Komunikasi Massa

2.2.1 Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi massa diadopsi dari istilah bahasa Inggris, *mass communication* sebagai kependekan dari *mass media communication* (komunikasi media massa). Artinya, komunikasi yang menggunakan media massa atau komunikasi yang *mass mediated*. Istilah *mass communications* atau *communications* diartikan sebagai salurannya, yaitu media massa. (Wiryanto, 2004:69).

Komunikasi massa adalah proses komunikasi yang dilakukan melalui media massa dengan berbagai tujuan komunikasi dan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas. (Bungin,2006:71)

2.2.2 Karakteristik Media Massa

Seseorang yang akan menggunakan media massa sebagai alat untuk melakukan kegiatan komunikasinya perlu memahami karakteristik komunikasi massa, yakni seperti di uraian dibawah ini:

a. Komunikasi massa bersifat umum

Pesan komunikasi yang disampaikan melalui media massa adalah terbuka untuk semua orang. Benda benda tercetak, film, radio, dari televisi apabila dipergunakan untuk keperluan pribadi dalam lingkungan organisasi yang tertutup, tidak dapat dikatakan komunikasi massa, meskipun pesan komunikasi massa bersifat umum dan terbuka, sama sekali terbuka juga jarang diperoleh, disebabkan faktor yang bersifat paksaan yang timbul karena struktur sosial. Pengawasan terhadap faktor tersebut dapat dilakukan secara resmi sejauh bersangkutan dengan penyiaran keluar negeri. Rintangan yang tidak ada pada perencanaan timbul dari perbedaan bahasa, kebudayaan, pendidikan, pendapat, kelas sosial, dan pembatasan yang bersifat teknik. Penggunaan lebih banyak media audio visual, kemajuan teknik untuk mencapai jarak jauh dari perluasan usaha bebas buta huruf, cenderung untuk mempercepat menuju keterbukaan yang luas.

b. Komunikan bersifat heterogen

Perpaduan antara jumlah komunikan yang besar dalam komunikasi massa dengan keterbukaan dalam memperoleh pesan pesan komunikasi, erat sekali hubungannya dengan sifat heterogen komunikan Massa dalam komunikasi massa terjadi dari orang-orang yang heterogen yang meliputi

penduduk yang bertempat tinggal dalam kondisi yang sangat berbeda, dengan kebudayaan yang beragam, berasal dari berbagai lapisan masyarakat, mempunyai pekerjaan yang berjenis-jenis maka oleh karena itu mereka berbeda pula dalam kepentingan, standar hidup dan derajat kehormatan, kekuasaan dan pengaruh. Suatu paradoks dari heterogenitas komunikasi dalam komunikasi massa ialah pengelompokan komunikasi harus mempunyai minat yang sama terhadap media massa, terutama jenis khusus dari isi penyiaran serta mempunyai kesamaan pengertian kebudayaan dan nilai-nilai. Jelasnya, komunikasi dalam komunikasi massa adalah sejumlah orang yang disatukan oleh suatu minat yang sama yang mempunyai bentuk tingkah laku yang sama dan terbuka bagi pengaktifan tujuan yang sama; meskipun demikian orang-orang yang tersangkut tadi tidak saling mengenal, berinteraksi secara terbatas, dan tidak terorganisasikan. Komposisi komunikasi tersebut tergeser-geser terus menerus serta tidak mempunyai kepemimpinan atau perasaan identitas.

c. Media massa menimbulkan keserempakan

Keserempakan yang dimaksud disini adalah keserempakan kontak dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak yang lebih jauh dari komunikator, dan penduduk tersebut satu sama lainnya berada dalam keadaan terpisah. Radio dan televisi dalam hal ini melebihi media tercetak, karena yang terakhir dibaca pada waktu yang berbeda dan lebih selektif.

Ada dua segi penting mengenai kontak yang langsung itu, pertama kecepatan yang lebih tinggi dari penyebaran dan kelangsungan tanggapan

kedua: keserempakan adalah penting untuk keseragaman dalam seleksi dan interpretasi pesan pesan. Tanpa komunikasi massa hanya pesan pesan yang sangat sederhana saja yang disiarkan tanpa perubahan dari orang yang satu ke orang yang lainnya.

d. Hubungan komunikator-komunikan bersifat non-pribadi

Dalam komunikasi massa, hubungan antara komunikator dan komunikan bersifat non pribadi, karena komunikan yang anonim dicapai oleh orang orang yang dikenal hanya dalam peranannya yang bersifat umum sebagai komunikator. Sifat non-pribadi ini timbul disebabkan teknologi dari penyebaran yang massal dan sebagian lagi dikarenakan syarat syarat bagi peranan komunikator yang bersifat umum. Yang terakhir ini, umpamanya, mencakup keharusan untuk objektif dan tanpa prasangka dalam memilih dan menanggapi pesan komunikai yang mempunyai norma norma penting. Komunikasi dengan menggunakan media massa berlaku dalam satu arah (*one way communication*), dan radio output-input komunikan sangat besar. Tetapi dalam hubungan komunikator-komunikan itu terdapat mekanisme resmi yang dapat mengurangi ketidakpastian, terutama penelitian terhadap komunikan, korespondensi, dan bukti keuntungan dari penjualan (siaran komersial).

2.2.3 Unsur Komunikasi Media Massa

Adapun unsur-unsur penting yang harus ada dalam komunikasi massa (Bungin, 2006:71) adalah sebagai berikut :

- a. Komunikator, yang dimaksudkan komunikator dalam komunikasi massa adalah pihak yang mengandalkan media massa dengan teknologi telematika modern sehingga dalam menyebarkan suatu informasi, maka informasi ini dengan cepat ditangkap oleh publik.
- b. Media massa, adalah media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal dan dapat diakses oleh masyarakat secara massal pula.
- c. Informasi (pesan) massa, adalah informasi yang diperuntukkan kepada masyarakat secara massal, bukan informasi yang hanya boleh dikonsumsi oleh pribadi.
- d. Gatekeeper, adalah penyeleksi informasi. Sebagaimana diketahui bahwa komunikasi massa dijalankan oleh beberapa orang dalam organisasi media massa, mereka inilah yang akan menyeleksi setiap informasi yang akan disiarkan atau yang tidak disiarkan.
- e. Khalayak, adalah massa yang menerima informasi massa yang disebarkan oleh media massa, mereka ini terdiri dari publik pendengar atau pemirsa sebuah media massa.
- f. Umpan balik, umpan balik dalam media massa umumnya bersifat tertunda.

2.2.4 Fungsi Komunikasi Massa

- a. Fungsi Pengawasan

Media massa merupakan sebuah medium dimana dapat digunakan untuk pengawasan terhadap aktivitas masyarakat pada umumnya. Fungsi pengawasan ini bisa berupa peringatan dan kontrol sosial maupun kegiatan persuasif. Pengawasan

dan kontrol sosial dapat dilakukan untuk aktivitas preventif untuk mencegah terjadinya hal-hal yang tidak diinginkan.

b. Fungsi *Social Learning*

Fungsi utama dari komunikasi massa melalui media massa adalah melakukan guiding dan pendidikan sosial kepada seluruh masyarakat. Media massa bertugas untuk memberikan pencerahan-pencerahan kepada masyarakat dimana komunikasi massa itu berlangsung. Komunikasi massa dimaksudkan agar proses pencerahan itu berlangsung efektif, efisien dan menyebar secara bersamaan di masyarakat secara luas. Fungsi komunikasi massa ini merupakan sebuah andil yang dilakukan untuk menutupi kelemahan fungsi-fungsi paedagogi yang dilaksanakan melalui komunikasi tatap muka, dimana karena sifatnya, maka fungsi paedagogi hanya dapat berlangsung secara eksklusif antara individu tertentu saja.

c. Fungsi Penyampaian Informasi

Komunikasi massa yang mengandalkan media massa, memiliki fungsi utama, yaitu menjadi proses penyampaian informasi kepada masyarakat luas. Komunikasi massa memungkinkan informasi dari institusi publik tersampaikan kepada masyarakat secara luas dalam waktu cepat sehingga fungsi informatif tercapai dalam waktu cepat dan singkat.

d. Fungsi Transformasi Budaya

Fungsi informatif adalah fungsi-fungsi yang bersifat statis, namun fungsi fungsi lain yang lebih dinamis adalah fungsi transformasi budaya. Komunikasi massa sebagaimana sifat-sifat budaya massa, maka yang terpenting adalah

komunikasi massa menjadi proses transformasi budaya yang dilakukan bersamasama oleh semua komponen komunikasi massa, terutama yang didukung oleh media massa.

Fungsi transformasi budaya ini menjadi sangat penting dan terkait dengan fungsi-fungsi lainnya terutama fungsi *social learning*, akan tetapi fungsi transformasi budaya lebih kepada tugasnya yang besar sebagai bagian dari budaya global. Sebagaimana diketahui bahwa perubahan-perubahan budaya yang disebabkan karena perkembangan telematika menjadi perhatian utama semua masyarakat di dunia, karena selain dapat dimanfaatkan untuk pendidikan juga dapat dipergunakan untuk fungsi-fungsi lainnya, seperti politik, perdagangan, agama, hukum, militer, dan sebagainya. Jadi, tidak dapat dihindari bahwa komunikasi massa memainkan peran penting dalam proses ini dimana hampir semua perkembangan telematika mengikutsertakan proses-proses komunikasi massa terutama dalam proses transformasi budaya.

e. Hiburan

Fungsi lain dari komunikasi adalah hiburan, bahwa seiring dengan fungsi-fungsi lain, komunikasi massa juga digunakan sebagai medium hiburan, terutama karena komunikasi massa menggunakan media massa, jadi fungsi-fungsi hiburan yang ada pada media massa juga merupakan bagian dari fungsi komunikasi massa.

Transformasi budaya yang dilakukan oleh komunikasi massa mengikutsertakan fungsi hiburan ini sebagai bagian penting dalam fungsi komunikasi massa. Hiburan tidak terlepas dari fungsi media massa itu sendiri dan

juga tidak terlepas dari tujuan transformasi budaya. Dengan demikian, maka fungsi hiburan dari komunikasi massa saling mendukung fungsi-fungsi lainnya dalam proses komunikasi massa (Bungin, 2006:79).

2.2.5 Hambatan-Hambatan Dalam Komunikasi Massa

Setiap proses komunikasi sudah dapat dipastikan akan menghadapi berbagai hambatan. Baik itu komunikasi antarpribadi, kelompok, organisasi, dan komunikasi lainnya. Sebagai insan akademika yang berkecimpung dalam keilmuan komunikasi, sudah sepatutnya kita mengetahui apa-apa saja yang kemungkinan akan menjadi hambatan dalam proses komunikasi kita. Sehingga, kita dapat mampu mengenali dan mempelajarinya lebih mudah. Seusai mengenali dan mempelajari, kita diharapkan mampu memahami berbagai hambatan dari komunikasi massa. Supaya kita dapat mengantisipasi berbagai hambatan tersebut.

Hambatan dalam komunikasi massa dikelompokkan menjadi tiga hal, yakni psikologis, sosiokultural, dan interaksi verbal. Berikut ini adalah pembahasan mengenai ketiga hal tersebut (Ardianto, 2014:87).

a. Hambatan Psikologis

Alasan mengapa disebut hambatan psikologis karena hambatan tersebut merupakan unsur-unsur dari kegiatan psikis manusia . Terdiri dari subpembahasan yakni kepentingan, prasangka, stereotip, dan motivasi. Pemaparan dari kepentingan adalah bahwa manusia hanya akan memperhatikan stimulus yang ada hubungannya dengan kepentingannya. Jika tidak ada kepentingan, maka itu akan dilewati begitu saja. Ditambah lagi bahwa komunikasi dalam komunikasi massa bersifat heterogen. Sangat kompleks sekali karena kita bisa mengelompokkannya

dari usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, dan lainnya. Tentu saja perbedaan itu berpengaruh terhadap kepentingan-kepentingan mereka saat berkomunikasi massa. Karena pada setiap pesan di dalam komunikasi massa akan mendapatkan persepsi yang berbeda-beda dari komunikannya terutama dari segi manfaat atau kegunaannya. Maka, seleksi pun akan secara otomatis terjadi dalam kegiatan komunikasi massa (Ardianto, 2014:89).

Prasangka berkaitan dengan persepsi orang tentang seseorang atau kelompok lain, dan sikap serta perilakunya terhadap mereka. Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan (Rakhmat, 2003:51). Terdapat faktor fungsional dan faktor struktural yang merupakan penentu dari persepsi. Pada umumnya, prasangka dilakukan oleh suatu kelompok masyarakat tertentu terhadap kelompok masyarakat lainnya karena perbedaan suku ras dan agama (Ardianto, 2014:92). Prasangka merupakan salah satu rintangan atau hambatan bagi tercapainya suatu tujuan dalam komunikasi. Prasangka melibatkan emosi yang memaksa kita untuk menarik kesimpulan atas dasar prasangka tanpa menggunakan pikiran yang rasional. Emosi seringkali membutakan pikiran dan pandangan kita terhadap fakta yang nyata. Untuk mengatasi hambatan prasangka, komunikator dalam komunikasi massa diharapkan berada di posisi yang netral. Juga harus memiliki reputasi yang baik, artinya dia tidak pernah terlibat dalam suatu perkara yang telah menyakiti sekelompok komunikasi tertentu. Kesimpulannya, komunikator dalam komunikasi massa harus bersikap acceptable (Effendy, 2002:44).

Stereotip merupakan gambaran atau tanggapan tertentu mengenai sifatsifat dan watak pribadi orang atau golongan lain yang bercorak negatif. Stereotip ini merupakan hal yang harus diwaspadai komunikator komunikasi massa. Mengingat apabila dalam proses komunikasi massa ada komunikan yang memiliki stereotip tertentu pada komunikannya, maka dapat dipastikan pesan apa pun tidak akan bisa diterima oleh komunikan.

Motivasi komunikan juga berpengaruh kepada efektivitas komunikasi massa. Saking berpengaruhnya, motivasi lebih dianggap sebagai penghambat dalam proses komunikasi massa. Setiap manusia pada hakikatnya memiliki motif tertentu. Motif merupakan suatu pengertian yang melingkupi semua penggerak, alasan-alasan atau dorongan-dorongan dari dalam diri manusia yang menyebabkan manusia berbuat sesuatu. Kita mengetahui bahwa heterogenitas manusia membentuk motif yang beraneka ragam dalam kegiatan komunikasi massa. Melihat berbagai motif yang berbeda antara orang perorang, maka identitas tanggapan seseorang terhadap pesan komunikasi pun berbeda sesuai dengan jenis motifnya. Semakin sesuai pesan komunikasi dengan motivasi seseorang, maka semakin besar kemungkinan komunikasi itu dapat diterima dengan baik oleh komunikan. Sebaliknya, komunikan akan mengabaikan suatu pesan dalam komunikasi massa yang tidak sesuai dengan motivasinya (Ardianto, 2014: 94).

b. Hambatan Sosiokultural

Tentunya hambatan ini melibatkan lingkungan sosial dan budaya seorang komunikan. Hambatan ini menjadi beberapa aspek, yakni keberagaman etnik,

perbedaan norma sosial, kurang mampunya berbahasa, faktor semantik, kurang meratanya pendidikan, dan berbagai hambatan mekanis. Perlu diperhatikan dalam proses pengkajian perbedaan norma sosial adalah hakikat dari norma sosial itu sendiri. Norma sosial merupakan suatu cara, kebiasaan, tata krama dan adat istiadat yang disampaikan secara turun-temurun, yang dapat memberikan petunjuk bagi seseorang untuk bersikap dan bertingkah laku dalam masyarakat. Beragamnya norma sosial yang berlaku di Indonesia harus menjadi perhatian bagi komunikator komunikasi massa. Peralpnya, kemungkinan adanya pertentangan nilai, dalam arti kebiasaan dan adat istiadat yang dianggap baik bagi suatu masyarakat, dan sebaliknya yaitu dianggap tidak baik bagi masyarakat. Solusinya adalah komunikator harus mengaji dengan seksama pada setiap pesan yang akan disebarkan. Apakah pesan itu melanggar norma sosial tertentu atau tidak? Perlu adanya kehati-hatian bagi komunikator komunikasi massa karena komunikator yang baik adalah komunikator yang memahami budaya masyarakatnya (Ardianto, 2014:91).

c. Hambatan Interaksi Verbal

Jenis-jenis hambatan interaksi verbal terdiri dari polarisasi, orientasi intensional, evaluasi statis, dan indiskriminasi. Polarisasi merupakan kecenderungan untuk melihat dunia dalam bentuk lawan kata dan menguraikannya dalam bentuk ekstrem, seperti baik atau buruk, positif atau negatif, sehat atau sakit, pandai atau bodoh, dan lain-lain. Kita mempunyai kecenderungan kuat untuk melihat titik-titik ekstrem dan mengelompokan manusia, objek, dan kejadian dalam bentuk lawan kata yang ekstrem. Orientasi

intensional mengacu pada kecenderungan kita untuk melihat manusia, objek dan kejadian sesuai dengan ciri yang melekat pada mereka.

Orientasi intensional terjadi bila kita bertindak seakan-akan label adalah lebih penting daripada orangnya sendiri. Dalam proses komunikasi massa, orientasi intensional biasanya dilakukan oleh komunikan terhadap komunikator, bukan sebaliknya. Cara mengatasi orientasi intensional adalah dengan ekstensionalisasi, yaitu dengan memberikan perhatian utama kita pada manusia, benda, atau kejadian-kejadian di dunia ini sesuai dengan apa yang kita lihat. Evaluasi statis merupakan resiko yang perlu diketahui komunikator komunikasi massa. Pasalnya, evaluasi ini ditentukan oleh momen pertama proses komunikasi massa. Jika pada saat pertama komunikan menganggap komunikatornya tidak memiliki sesuatu hal yang baik, maka tanggapan dia akan terus berkelanjutan.

2.3 Media Cetak

Kata 'media' memiliki asal dari kata 'medius' yang artinya 'pengantar' atau 'perantara', sehingga bisa dikatakan bahwa media adalah wahana penyaluran pesan atau penyalur informasi. Jika media diartikan sebagai sumber belajar, hal ini berarti maksud makna media bisa menjadi luas, termasuk artinya media adalah manusia, karena manusia bisa menjadi obyek sumber belajar. Makna lainnya bisa berupa benda, peristiwa dan lainnya. Dimana benda dan peristiwa bisa menjadi sumber belajar.

2.4 Wartawan

Pengertian wartawan dalam kamus besar bahasa Indonesia adalah orang yang memperkerjakan, mencari dan menyusun berita untuk dimuat di surat kabar, majalah, radio dan televisi. Pengertian wartawan dalam kamus komunikasi adalah wartawan atau jurnalis adalah seorang petugas media massa surat kabar, majalah, radio dan televisi yang profesinya mengelola pemberitaan yakni meliputi peristiwa yang terjadi di masyarakat, menyusun kisah berita, dan menyebarkan berita yang sudah tuntas ke khalayak (Effendy, 1989 : 195).

Wartawan atau reporter pada dasarnya adalah seseorang yang bertugas menvari, mengumpulkan dan mengolah informasi menjadi berita, untuk disiarkan melalui media massa. Jika wartawan itu menyiarkan beritanya melalui penerbitan surat kabar atau majalah ia disebut sebagai wartawan media cetak. Tetapi ada juga wartawan yang menyiarkan beritanya itu melalui radio atau televisi ia disebut wartawan media elektronik.

2.5 Kode Etik Jurnalistik

Kode etik jurnalistik adalah ikrar yang bersumber pada hati nurani wartawan dalam melaksanakan kemerdekaan mengeluarkan pikiran yang dijamin sepenuhnya oleh pasal 20 UUD 1945, yang merupakan landasan konstitusional wartawan dalam melaksanakan tugasnya yang terangkum pada mukadimah kode etik jurnalistik Indonesia.

Bahwa kode etik jurnalistik adalah ketentuan-ketentuan yang merupakan pedoman bagi setiap wartawan dalam menjalankan tugasnya (DjaTar, 1991: 122).

Dalam aspek hukum, kode etik jurnalistik dapat diartikan sebagai hukum yang bersifat intern (*self imposed*) yang dibuat oleh wartawan Indonesia melalui organisasinya untuk ditaati oleh setiap media massa, sedangkan lebih khususnya aturan yang mengenai perilaku dan pertimbangan moral yang harus dianut oleh media pers dalam siarannya. (Yunardi, 1992: 120).

Profesi wartawan di Indonesia diatur dalam Undang-undang No. 40 Tahun 1999 tentang pers, sedangkan dalam menjalankan profesinya, wartawan berpegang pada kode etik yang dikeluarkan oleh organisasi wartawan masing-masing. Misalnya Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) memiliki kode etik wartawan yang terdiri dari 17 pasal dalam 5 bab. Sedangkan Aliansi Jurnalistik Indonesia (AJI) juga memiliki kode etik jurnalistik tersendiri yaitu sebanyak 8 pasal. Dewan Pers Indonesia mencatat ada 26 organisasi wartawan yang tumbuh dalam era reformasi. Kode etik jurnalistik disepakati oleh organisasi pers Jakarta 14 Maret 2006 dan ditetapkan dewan pers melalui surat keputusan nomor 03/SK-DP. 111/2006:24 Maret.

2.6 Persepsi

2.6.1 Pengertian Persepsi

Menurut Mulyana (2010 : 180) persepsi adalah inti komunikasi, sedangkan penafsiran (interpretasi) adalah inti persepsi, yang identik dengan penyandianbalik (decoding) dalam proses komunikasi selanjutnya Mulyana mengemukakan persepsilah yang menentukan kita memilih suatu pesan dan mengabaikan pesan lain. Menurut Rakhmat (2001 : 51) persepsi adalah pengalaman tentang objek,

peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimuli indrawi (sensory stimuli).

Pengertian persepsi menurut para ahli di atas berbeda-beda. Namun, dari beberapa pengertian di atas dapat ditarik kesimpulannya bahwa persepsi adalah proses pemberian makna, interpretasi dari stimuli dan sensasi yang diterima oleh individu, disesuaikan dengan karakteristik masing-masing individu tersebut.

2.6.2 Proses Terbentuknya Persepsi

Persepsi tidak terjadi begitu saja, tetapi melalui suatu proses. Walgito (1989) menyatakan bahwa terbentuknya persepsi melalui suatu proses, dimana secara alur proses persepsi dapat dikemukakan sebagai berikut: berawal dari objek yang menimbulkan rangsangan dan rangsangan tersebut mengenai alat indra atau reseptor. Proses ini dinamakan proses kealaman (fisik). Kemudian rangsangan yang diterima oleh alat indra dilanjutkan oleh syaraf sensoris ke otak. Proses ini dinamakan proses fisiologis. Selanjutnya terjadilah suatu proses di otak, sehingga individu dapat menyadari apa yang ia terima dengan reseptor itu, sebagai suatu rangsangan yang diterimanya. Proses yang terjadi dalam otak/pusat kesadaran itulah dinamakan dengan proses psikologis. Dengan demikian taraf terakhir dari proses persepsi ialah individu menyadari tentang apa yang diterima melalui alat indra (reseptor).

2.6.3 Jenis-jenis Persepsi

Menurut Mulyana (2010;184) persepsi terbagi dua yaitu persepsi terhadap objek (lingkungan fisik) dan persepsi terhadap manusia (persepsi sosial). Persepsi

terhadap lingkungan fisik berbeda dengan persepsi lingkungan sosial.. Perbedaan kedua tersebut yaitu :

- a. Persepsi terhadap objek melalui lambang-lambang fisik, sedangkan persepsi terhadap manusia melalui lambang-lambang verbal dan non verbal. Orang lebih aktif daripada kebanyakan objek dan lebih sulit diramalkan.
- b. Persepsi terhadap objek menanggapi sifat-sifat luar, sedangkan persepsi terhadap orang menanggapi sifat-sifat luar dan dalam (perasaan, motif, harapan dan sebagainya)

2.6.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi

Menurut Liliweri, (2011 : 155) faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi adalah sebagai berikut:

1. Fisiologis, kemampuan sensoris
 - a. Visual dan audi
 - b. Fisik
 - c. Umur
2. Kebudayaan
 - a. Kepercayaan
 - b. Nilai-nilai
 - c. Pemahaman
 - d. Asumsi *taken for granted*
3. *Standpoint Theory*
 - a. Komsumsi sosial

- b. Ras, etnisitas, gendre, kelas ekonomi, agama, spiritualitas, umur, dan orientasi seksual
 - c. Posisi kekuasaan dalam hierarki sosial
4. Peranan sosial
- a. Peranan sosial ketika berkomunikasi dengan kita
 - b. Harapan terhadap kepenuhan peran
 - c. Pilihan karakter
5. Kemampuan kognitif
6. Kompleksitas kognitif

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Jenis penelitian deskriptif kualitatif merupakan secara intens situasi yang terjadi pada objek penelitian. Penelitian kualitatif dari sisi definisi dikemukakan bahwa hal itu merupakan penelitian yang memanfaatkan wawancara terbuka untuk menelaah dan memahami sikap, pandangan, perasaan, dan perilaku individu atau sekelompok orang. Data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. (Moleong, 2007:5)

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam – dalamnya. Pendekatan ini tidak mementingkan jumlah populasi dan sampling, bahkan sampel terbatas, agar data yang didapat bisa lebih mendalam. (Kriyantono, 2012:56).

3.2 Kerangka Konsep

Kerangka konsep dalam penelitian ini menggunakan model teoritis dengan memasukkannya ke dalam sebuah bagan berikut :



Gambar 1. Kerangka Konsep

3.3 Defini Konsep

Adapun penggunaan konsep pada penelitian ini sebagai berikut :

a. Persepsi

Menurut Rakhmat (2001 : 51) persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimuli indrawi (sensory stimuli).

b. Wartawan

Wartawan atau jurnalis adalah seseorang yang melakukan kegiatan jurnalistik atau atau orang yang secara teratur menuliskan berita (berupa laporan) dan tulisannya dikirim atau dimuat di media massa secara teratur. Laporan ini lalu dapat dipublikasi dalam media massa, seperti koran, televisi, radio, majalah, film dokumentasi serta internet.

c. Kode Etik Jurnalistik

Kode etik jurnalistik adalah ikrar yang bersumber pada hati nurani wartawan dalam melaksanakan kemerdekaan mengeluarkan pikiran yang dijamin sepenuhnya oleh pasal 20 UUD 1945, yang merupakan pedoman bagi setiap wartawan dalam menjalankan tugasnya.

3.4 Kategorisasi

Kategorisasi dalam penelitian ini untuk menunjukkan bagaimana caranya mengukur suatu variable penelitian sehingga diketahui dengan jelas apa yang menjadi kategorisasi penelitian pendukung untuk analisa variable tersebut

Tabel 1

Kategorisasi Penelitian

Konsep Teoritis	Kategorisasi
Persepsi	<ul style="list-style-type: none"> - Pemahaman - Pengetahuan - Pengertian

<p>Kode Etik Jurnalistik</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Akurasi (Informasi yang akurat atau bebas dari kesalahan, dan tumbuh dari kehati-hatian). - Independensi (Usaha untuk memperoleh dan menyampaikan kebenaran yang dilakukan tanpa ada intervensi dari pihak manapun). - Balance (berimbang) (Wartawan harus menampilkan pandangan dan fakta antara dua atau lebih pihak yang terkait dengan peristiwa yang akan diberitakan agar tidak terjadi keterpihakan pada salah satu sisi saja). - Fairness (keadilan) (Berita dan tulisan yang dibuat oleh wartawan memberi tempat dan peluang bagi semua pihak secara adil). - Menghormati Privasi (Peliputan media memang menghilangkan privasi, namun seringkali individu yang terkena tidak keberatan). - Akuntabilitas Kepada Publik (Wartawan harus meniatkan, bahwa segala proses dan hasil karyanya dapat dipertanggungjawabkan kepada publik).
----------------------------------	---

(Sumber: Hasil olahan 2018)

3.5 Narasumber

Narasumber adalah orang yang memberi, mengetahui secara jelas yang menjadi sumber informasi di tempat penelitian. Adapun yang menjadi Informan atau Narasumber dalam penelitian ini adalah Wartawan di Harian Tribun Medan dan Harian Sumut Pos, yang berjumlah 6 (enam) orang wartawan dari masing-masing harian. dimana narasumber dapat memberikan penjelasan atau jawaban atas pertanyaan yang diajukan peneliti dan diharapkan sangat membantu peneliti untuk mendapatkan hasil penelitian yang baik.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dalam penelitian adalah mendapatkan data. Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber, dan berbagai cara. Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data dilakukan menggunakan sumber data primer dan sumber data sekunder. (Sugiyono, 2013: 224-225) yaitu :

1. Sumber data Primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.
 - a. Wawancara Mendalam (*in depth interview*) Merupakan teknik pengumpulan data yang pelaksanaannya dapat dilakukan secara langsung dengan yang diwawancarai, dan dapat juga secara tidak langsung.

- b. Dokumentasi Merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya monumental dari seseorang.
2. Sumber data *sekunder* merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data.

3.7 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, teknik data yang digunakan adalah teknik analisis kualitatif, yaitu data yang diperoleh melalui pengumpulan data kemudian akan diinterpretasikan sesuai dengan tujuan penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya. Data yang diperoleh dari hasil wawancara akan diuraikan secara deskriptif dan dianalisis secara kualitatif.

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kantor Harian Tribun Medan dan Harian Sumut Pos. Waktu penelitian ini dimulai dari bulan Januari 2018 sampai dengan Maret 2018.

3.9 Deskripsi Ringkas Objek Penelitian

Kantor pusat PT Harian Tribun Medan terletak di jalan di Jln. K.H. Wahid Hasyim No. 37 Kelurahan Babura, Kecamatan Medan Baru 20154, Sumatera Utara.

Tribun Medan resmi berdiri sejak tanggal 29 september 2010 yang tergabung dalam grup Kompas Gramedia yang memiliki 24 halaman seperti halnya dengan Koran lainnya. Meskipun baru-baru terbit namun, Tribun Medan mampu bersaing dengan Koran lainnya.. surat kabar ini memiliki cirri khas gaya penulisan yang tidak dapat di tiru oleh Koran lainnya karena huruf tulisannya sudah di hak ciptakan. Selain itu juga pemilihan kata-kata yang baik dan mudah di mengerti pembaca.

Tribun Medan saat ini muncul membawa semangat baru bagi masyarakat Sumatera Utara dengan motto “ SPIRIT BARU SUMATERA UTARA” . Tribun Medan menawarkan konsep baru dalam pemberitaan dengan konsep pemberitaan multi angle (banyak angle pemberitaan). hal ini tertuang pada penyajian berita yang eksklusif, dapat dibaca dengan cepat, tata wajah yang lebih fleksibel dan menarik.

Harian Sumut Pos merupakan "saudara kandung" dari sejumlah koran terkemuka di Indonesia dari wilayah barat sampai ke timur di bawah naungan Jawa Pos. Sumut Pos yang terbit tanggal 1 Oktober 2001 sebelumnya bernama Radar Medan (antara 1 Januari 2000 sampai dengan 30 September 2001). Motivasi menerbitkan Sumut Pos tidak terlepas dari maksud grup Jawa Pos yang ingin eksis dalam percaturan persuratkabaran di Sumatra Utara.

Sumut Pos terbit setiap hari dengan jumlah 24 halaman. Dalam penyajiannya, Sumut Pos mengetengahkan serangkaian berita dan informasi yang meliputi ekonomi, politik, sosial dan kemasyarakatan, olahraga, dan kebudayaan. Berkenaan dengan aspek kebudayaan, secara khusus Sumut Pos menyediakan

sebuah rubrik untuk tulisan-tulisan berupa karya sastra. Rubrik tersebut diberi nama Telatah. Motivasi dibukanya rubrik Telatah tidak terlepas dari berhimpunnya sejumlah sastrawan di koran ini. Selain itu, Sumut Pos diharapkan dapat menampung seluruh karya sastrawan yang ada di Sumatra Utara.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Peneliti melakukan teknik pengumpulan data melalui proses wawancara yang disebut data primer, yaitu suatu proses interaksi dan komunikasi. Dalam proses ini, hasil wawancara ditentukan oleh beberapa faktor yang berinteraksi dan mempengaruhi arus informasi. Faktor-faktor tersebut adalah pewawancara, responden, topik yang tertuang dalam pertanyaan dan situasi wawancara dimana hasil wawancara akan dideskriptifkan berdasarkan jawaban responden.

Selain data primer, peneliti juga mengumpulkan data yang diperoleh dari buku, tulisan-tulisan dan referensi lainnya yang mempunyai relevansi langsung terkait dengan Persepsi Wartawan Di Kota Medan tentang Kode Etik Jurnalistik, yaitu disebut dengan data sekunder.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis wawancara individual dimana wawancara dilakukan dengan menggunakan pertanyaan-pertanyaan yang sudah disiapkan sebelumnya.

Peneliti menerapkan 3 (tiga) narasumber dari masing-masing Harian Surat Kabar. Berikut adalah daftar narasumber tersebut :

1. Nama Lengkap : Muhammad Tazli
Jabatan : Redaktur di Harian Tribun Medan
2. Nama Lengkap : Mustakim Indra Jaya
Jabatan : Wartawan di Harian Tribun Medan

3. Nama Lengkap : Array A Argus
Jabatan : Wartawan di Harian Tribun Medan
4. Nama Lengkap : Juli Rambe
Jabatan : Redaktur di Harian Sumut Pos
5. Nama Lengkap : Bagus Syahputra
Jabatan : Wartawan di Harian Sumut Pos
6. Nama Lengkap : Diva Suwanda
Jabatan : Wartawan di Harian Sumut Pos

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti di lapangan, maka dapat dianalisa satu persatu tentang jawaban dari narasumber sehingga diperoleh data sebagai berikut :

Persepsi Tentang Akurasi Berita

Akurasi berita adalah salah satu unsur penting dari Kode Etik Jurnalistik yang tidak bisa diabaikan meskipun persepsi wartawan tentang akurasi berita menurut Kode Etik Jurnalistik masih bervariasi seperti berikut ini

Informan I (wartawan Harian Tribun Medan) memberikan persepsinya tentang akurasi berita menurut Kode Etik Jurnalistik yang berlaku

"...Ya, kalau menurut saya, akurasi itu memang sangat penting, tapi kalau udah terburu waktu meliput, kadang berita yang kami liput kurang akuratnya, mau dikonfirmasi ulang, sumber beritanya udah pergi. Jadi, kalau menurut saya, ya, nggak bisalah akurasi 100%, itukan tergantung kondisi saat meliput berita, ada yang sifatnya terburu buru, ada yang tidak...."

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan pertama tersebut di atas, terlihat bahwa persepsinya tentang akurasi berita sangat bergantung kepada

kondisi saat peliputan berita di lapangan. Dengan kata lain, akurasi berita yang 100% sulit dilaksanakan di lapangan.

Hal ini agak berbeda dengan persepsi informan ke-2 tentang akurasi berita seperti berikut ini :

".. Justru berita tanpa akurasi ya nggak benar dong, nanti malah dibilang ngarang.. namanya juga berita, ya, harus 100% akurat. Kalau memang meragukan akurasi kebenarannya, ya udah, nggak usah dipublikasikan. Kalau menurut saya gitu aja sih.... karena berita tanpa akurasi kebenaran, sama aja dengan bohong. Kita nanti wartawan jadi kena semua....."

Hasil wawancara tersebut di atas memperlihatkan bahwa akurasi kebenaran berita harus dipertahankan apapun kondisinya. Kalau akurasinya meragukan, lebih baik tidak dipublikasikan. Hal ini juga didukung oleh persepsi informan ke-3 Bagus Syahputra, wartawan di Harian Sumut Pos yang mengatakan bahwa ;

"".....Akurasi data atau berita berarti harus bebas dari kesalahan dan tidak bias atau menyesatkan. Kalau bias, nanti yang menanggung risiko ya kami juga, media atau wartawannya. Jadi menurut saya pribadi, masalah akurasi kebenaran berita, memang harus dikedepankan, nggak bisa dong ditawar-tawar. Mending, beritanya aja yang tidak dipublikasikan kalau memang meragukan akurasinya..."

Dari hasil wawancara dengan beberapa informan tersebut di atas tentang akurasi kebenaran berita, dapat dipahami bahwa ada persepsi yang berbeda antara wartawan yang satu dengan lainnya. Ada yang menyatakan jika akurasi kebenaran berita harus dipertahankan 100% tetapi ada juga persepsi bahwa akurasi kebenaran berita sangat bergantung kondisi di lapangan saat meliput berita, Artinya, tidak bisa dipertahankan akurasi kebenaran berita 100%.

Persepsi Tentang Independensi

Independensi dalam meliput berita adalah bebas, tidak memihak dan mandiri. Namun demikian, dalam prakteknya, persepsi wartawan tentang independensi juga tidak terlepas dari perbedaan, meskipun pada dasarnya perbedaan dimaksud tidak terlalu signifikan.

Menurut informan ke-4, yang juga adalah wartawan Sumut Pos, bahwa :

””” ya, independensi itu kan udah jelas, artinya bebas, nggak memihak kepada pihak manapun. Memang, semuanya tergantung pada pribadi, namun kita semua harus ingat kode etik jurnalistik, utamanya independensi atau kemandirian. Kalau wartawan gampang digoda dengan iming iming tertentu, ya tentu, independensinya juga bisa dibeli. Idealnya, ya, nggak boleh gitu.....”

Berdasarkan hasil wawancara tersebut di atas, jelas bahwa kemandirian itu harus dipertahankan bagaimanapun kondisi peliputan di lapangan. Dengan kata lain, independensi dalam meliput berita, harus dipertahankan. Hal ini berbeda dengan persepsi wartawan lain tentang independensi seperti dirangkum dalam hasil wawancara berikut :

”...waduh... bicara tentang independensi, kayaknya riskan kali ya, karena kita juga harus ngaku dong, independensi itu sangat mahal harganya. Otomatis, konsekuensinya juga pasti ada, kalau kita wartawan terlalu idealisme, ya, tentu sumber berita juga jadi takut. Jadi menurut saya, independensi itu, ya nggak mutlak kali lah... pastilah ada tenggang rasa....”

Berdasarkan liputan ini, diketahui bahwa persepsi wartawan tentang independensi adalah persis sama, tetapi dalam pelaksanaannya, ada yang bersikap formal ada pula yang tidak formal. Formal artinya, mereka mempertahankan kebenaran secara idealis, tetapi yang lain tidak terlalu mempertahankan kebenaran kode etik jurnalistik, karena mereka menyadari bahwa idealisme

formal justru membuat sumber informasi atau sumber berita menjadi jauh atau menghindar.

Persepsi Tentang Berimbang (Balancing)

Berimbang adalah bagian penting lainnya dari kode etik jurnalistik. Sebagai wartawan yang memegang kode etik jurnalistik, tentunya asas berimbang harus tetap dikedepankan dalam arti semua sumber berita harus mendapat kesempatan yang sama. Namun dalam prakteknya, masih ada perbedaan persepsi tentang balancing dikalangan wartawan seperti terlihat dari hasil wawancara berikut :

”... Ya, betul, balancing itu kan artinya setiap berita harus berimbang. Tapi, saat meliput berita, kadang masalah balancing ini nggak kepikir lagi, karena udah keburu kejar tayang..... Kamu kan tau, kalau berita yang diliput terlambat ke kantor, nanti nggak diterbitkan..... kadang memang masalah balancing ini merepotkan, karena perlu analisis berita, sementara waktunya udah mepet.....

Hasil wawancara tersebut di atas memperlihatkan bahwa sulit mempertahankan unsur unsur penting dari kode etik jurnalistik seperti halnya asas berimbang terutama saat peliputan yang bersifat terburu-buru. Hal ini sering terjadi karena adanya alibi atau perbedaan jarak yang jauh antara sumber berita pertama dengan lainnya sebagaimana terungkap melalui hasil wawancara berikut ini :

”,,, bicara berimbang, berarti kan harus semua narasumber mendapat kesempatan yang sama untuk diliput. Tapi itu, nggak bisa terus dipertahankan, saya sering punya pengalaman unik dalam hal mempertahankan asas berimbang ini. Maksud hati memang gitu, tapi kadang dilapangan lain, apalagi orang yang mau kita liput berada pada jarak dan waktu yang berbeda, sementara kita harus melaporkan berita ke kantor untuk segera dipublikasikan.... Ini kadang merepotkan.. betul saya sering mengalami seperti ini..... ”

Berdasarkan penjelasan informan tersebut di atas, dapat dipahami bahwa pada prinsipnya informan (wartawan) memahami apa arti berimbang, namun mengalami kesulitan saat meliput narasumber yang berada dalam jarak dan waktu yang berbeda. Hal yang sama juga dikemukakan oleh informan berikutnya menyangkut persepsinya tentang asas berimbang menurut kode etik jurnalistik.

"..... memang, awalnya sih kita pingin seperti itu, ya, berimbanglah, nggak beda antara narasumber yang satu sama lainnya. Tapi, kita juga terbatas waktu dan jarak, jadinya kita terkadang melanggar atauran kode etik berimbang dengan membuat berita sebelah pihak yang tidak berimbang terhubung karena narasumber lainnya alibi pada waktu peliputan.... Itu sering saya alami kok..ya gimana, itulah kondisinya di lapangan..."

Namun demikian, ada juga informan yang tetap berusaha untuk menjaga agar berita yang berimbang bebas dari obligasi atas kepentingan apa pun selain hak publik untuk mengetahui informasi. Ini berhubungan dengan pencapaian kredibilitas media di mata publik.

".... Begini,,, menurut saya, seorang jurnalis wajib melakukan konfirmasi terhadap pihak-pihak terkait untuk membuat berita menjadi berimbang. Tidak boleh dilakukan secara sepihak. Harus ada komentar dari berbagai pihak menyangkut substansi berita yang hendak kita sampaikan ke publik. Bahkan memberitakan suatu peristiwa atau kejadian harus berimbang (balance), yakni memberi tempat atau kesempatan yang sejajar secara profesional bagi dua atau lebih pihak ataupun pandangan yang berkenaan dengan yang diberitakan. Jadi, berita berimbang artinya sedapat mungkin pandangan ataupun pihak yang dimaksud hendaklah diberi porsi seimbang sehingga khalayak tidak menilai berita ataupun karya jurnalistik yang dibuat itu berat sebelah. Jurnalis harus menampilkan pandangan dan fakta yang berimbang antara dua atau lebih pihak yang terkait dengan peristiwa yang akan diberitakan..."

Hasil wawancara tentang persepsi wartawan tentang konsep berimbang tersebut di atas menekankan bahwa jurnalis harus melaporkan apa yang sesungguhnya

terjadi tanpa ada ditambahi dengan unsur opini dan dibuat sama dengan kenyataan tidak menimbulkan prasangka.

Dari beberapa hasil wawancara mengenai persepsi tentang asas berimbang seperti di atas, dapat dipahami bahwa pada prinsipnya informan (wartawan) sangat memahami aturan etik jurnalistik seperti halnya asas berimbang dan mereka pada prinsipnya senantiasa berusaha menjaga agar prinsip berimbang tetap terjaga. Tetapi, terkadang mereka harus melanggar kode etik jurnalistik tersebut karena adanya keterbatasan waktu dan jarak peliputan.

Para informan menyadari bahwa unsur berita yang berimbang merupakan faktor penting dalam pemberitaan. Berita harus adil, netral dan tidak boleh berpihak pada golongan tertentu dan menyudutkan golongan tertentu. Maka dari itu, diperlukan keterangan dari dua belah pihak. Ini dinamakan juga dengan *cover both side*.

Persepsi Tentang Prinsip Berkeadilan Dalam Kode Etik Jurnalistik

Persepsi wartawan tentang prinsip keadilan menurut kode etik jurnalistik juga bervariasi. Pada dasarnya para wartawan menyadari bahwa berita yang *fair* ialah ketika wartawan berupaya untuk berimbang, maka sudah memenuhi upaya untuk mengedepankan unsure keadilan. Agar tidak ada pihak yang merasa dirugikan, maka diperlukan keterangan dari dua belah pihak. Dengan kata lain, berita yang *fair* dalam peliputan yang transparan, terbuka, jujur dan adil yang didasarkan pada *deadline* yang langsung dan dimaksudkan agar berita yang dibuat oleh jurnalis memberi tempat dan peluang bagi semua pihak secara adil.

Ketika ditanya tentang persepsinya mengenai cara menjaga prinsip keadilan ketika meliput berita, seorang informan berkata :

".....Kita harus bijak memberi kesempatan bagi pihak-pihak terkait yang kita liput. Jangan sampai muncul produk berita yang tidak adil. Karena kita semua sadar bahwa berita yang disampaikan ke publik harus mengandung nuansa keadilan bagi pihak yang diberitakan. Jadi, berita yang adil berarti tidak mengurangi fakta-fakta akurat dengan memasukkan fakta lain yang tidak relevan atau menghilangkan fakta yang seharusnya dituliskan dalam sebuah berita...ya, saya nggak tahulah kalau ada teman-teman yang mempublikasikan berita publik tetapi tanpa ada rasa keadilan....."

Informan lainnya juga mencoba memberikan persepsinya tentang prinsip keadilan yang terkandung dalam kode etik jurnalistik seperti berikut ini:

".... ya itu tadi, berita yang fair berarti ada informasi yang seimbang dan setara dari berbagai narasumber. Saya kira itu artinya adil, atau berkeadilan. Saya kira, semua teman wartawan lainnya juga menyadari hal itu. Hanya saja kami sering berhadapan dengan berbagai kesulitan di lapangan terutama saat meliput kalangan elit...." terlalu banyak tenggang rasa sehingga terkadang berita yang dikemukakan tidak lagi objektif.

Dari beberapa persepsi informan tentang asas atau prinsip berkeadilan tersebut di atas, dapat dipahami bahwa pada prinsipnya kalangan wartawan senantiasa berusaha untuk mempertahankan prinsip-prinsip jurnalistik yang terdapat dalam Undang-undang Pers, tetapi sering mengalami kesulitan pada saat peliputan tertentu.

Persepsi Tentang Sikap Menghormati Hak Privasi

Banyak pihak yang menyangkan seringnya terjadi pelanggaran hak privasi terutama di media sosial. Seorang wartawan tidak boleh mengeksploitasi hak pribadi seseorang di luar permasalahan yang diangkat. Belakangan ini kerap ditemui, yakni kebablasan hingga merobos hak privasi seseorang demi

mendapatkan perhatian pembaca. Hal ini juga terungkap dari hasil wawancara dengan informan menyangkut persepsinya tentang menghormati hak privasi.

.”.....ya, melanggar hak privasi memang sering terjadi. Kita juga sangat menyayangkan itu. Misalnya, menyebutkan nama dalam wawancara, sebenarnya itu kan nggak boleh. Tapi, memang, terkadang kondisi di lapangan sangat rawan terhadap pelanggaran hak privasi ini. Saya sendiri sering tidak sadar udah melanggar hak privasi, misalnya menyebutkan nama lengkap seseorang, padahal sebenarnya itu nggak boleh.....

Persepsi informan tentang hak privasi tersebut di atas menekankan bahwa ada faktor faktor tertentu yang membuat mereka sering lalai dan tidak atau kurang memperhatikan masalah hak privasi terutama soal kelalaian menyebutkan nama.

”.... Kalau mereka nggak mau disebutkan namanya, ya, udah, jangan dipublikasikan, jadi nggak melanggar aturan kode etik. Tapi, terkadang saya juga kecoplosan, nggak sadar menyebutkan nama, untung aja orangnya nggak marah... tetapi, sebenarnya hal itu tidak perlu terjadi...artinya, kita jangan masuk ke batasan kehidupan pribadinya

Hal yang sama juga dikemukakan oleh informan lainnya seperti dikemukakan dalam hasil interview berikut :

”.... Jurnalis kadangkala kerap menabrak privasi orang yang diberitakan. Namun, itu dilakukan semata-mata untuk menyampaikan informasi yang akurat tanpa menduga-duga. Tentu, sebagai seorang jurnalis harus bisa memilah mana yang layak diberitakan, mana yang tidak menyangkut privasi.....misalnya, menyiarkan identitas korban kejahatan susila.... Ini seharusnya nggak boleh terjadi.... “

Dari berbagai penjelasan tentang hak privasi tersebut di atas, dapat dipahami bahwa betapa sulitnya menjaga hak privasi orang yang sedang diberitakan karena faktor faktor tertentu terutama saat meliput berita secara tergesa-gesa akibat keterbatasan waktu.

Persepsi Tentang Akuntabilitas Kepada Publik

Secara sederhana akuntabilitas kepada publik berarti pertanggung awaban kepada publik. Dengan kata lain, media mempunyai kewajiban kepada publik untuk menyajikan informasi yang berkualitas dan dapat dipertanggungjawabkan. Termasuk menanggungjawab akibat yang timbul setelah berita itu diterbitkan. Sebagai seorang wartawan, harus mengetahui apa yang tidak boleh dan apa yang boleh diperbuat, merujuk pada unsur-unsur yang dijelaskan sebelumnya. Berikut ini adalah beberapa persepsi tentang akuntabilitas kepada public

“..... Pertanggungjawaban kepada publik memang suatu hal yang sangat baik. Apalagi bagi kami jurnalis, tentu semua yang kami tulis, harus bisa dipertanggungjawabkan kepada publik. Saya yakin, semua jurnalis menyadari ini, hanya saja, aspek pertanggungjawaban ini juga bisa menjadi bumerang bagi kami... Karena kalau kami terlalu kaku atau terikat dengan pertanggungjawaban ini.....tentu kami juga jadi takut meliput berita... Jadi saya secara pribadi, menempatkan pertanggungjawaban ini secara proporsional,, artinya tidak kaku, jadi kita punya keberanian untuk meliput dan mempublikasikan berita.....

Pendapat lainnya mengatakan bahwa semua proses dan hasil karya wartawan haruslah bisa dipertanggungjawabkan agar masyarakat percaya bahwa media tersebut tidak memberitakan beita hoax. Satu produk berita yang disampaikan seorang jurnalis harus bisa dipertanggung jawabkan pada masyarakat. Tentu, berita yang dimuat tidak asal ditulis tanpa data dan fakta-fakta di lapangan.

Demikianlah persepsi wartawan sebagai informan dalam penelitian ini khususnya tentang aturan-aturan kode etik jurnalistik seperti prinsip akurasi, independensi, keadilan, berimbang, dan menjaga hak privasi serta pertanggung jawaban kepada publik.

4.2 Pembahasan

4.2.1. Persepsi Wartawan Tentang Akurasi menurut Kode Etik Jurnalistik

Pentingnya akurasi berita adalah sesuai dengan penjelasan yang mengatakan bahwa Penulisan informasi adalah aktivitas penulisan atau penyusunan berita opini dan *feature* untuk dipublikasikan atau dimuat di media massa tentang peristiwa atau gagasan. Aktivitas tersebut dilaksanakan oleh wartawan dan penulis. Karenanya jurnalistik disebut sebagai “dunia kewartawanan”.

Akurasi berita juga menjadi penting karena berita itu sendiri adalah sesuatu yang termasa yang dipilih oleh wartawan untuk dimuat dalam surat kabar, karena menarik minat atau mempunyai makna bagi pembaca surat kabar, atau karena dapat menarik para pembaca. Seperti yang dikutip oleh Yunus (2012: 47).

Hal yang sama juga dikemukakan bahwa berita dapat diartikan sebagai laporan laporan tentang fakta atau ide yang termasa, yang dipilih oleh staf redaksi suatu surat kabar untuk disiarkan, yang dapat menarik perhatian pembaca karena penting, mencakup segi-segi human interest seperti humor, emosi dan ketegangan. Berita juga bisa didefinisikan sebagai laporan tercepat mengenai fakta atau ide terbaru yang benar, menarik dan atau penting bagi sebagian besar khalayak, yang disebarluaskan melalui media berkala seperti surat kabar, radio, televisi, atau media online internet (Sumadiria, 2005: 64-65)

Pentingnya akurasi dalam berita adalah sesuai dengan Kode Etik Jurnalistik dijelaskan bahwa berita harus akurat, adil dan berimbang. Berita juga harus tidak mencampurkan fakta dan opini sendiri. Syarat praktis tentang

penulisan berita, tentu saja berita itu harus ringkas, jelas, dan hangat (Kusumaningrat, 2005: 47-57). Berita Harus Akurat Wartawan harus berhati-hati dalam melakukan tugas jurnalistik dimulai dari kecermatannya terhadap ejaan nama, angka, tanggal dan usia serta disiplin untuk memeriksa ulang keterangan dan fakta yang ditemui. Akurasi juga berarti benar dalam memberikan kesan umum, benar dalam sudut pandang pemberitaan, dari penyajian detail-detail fakta dan dari tekanan yang diberikan pada fakta-faktanya. Seorang wartawan yang baik senantiasa menyangsikan kebenaran yang didengar dan dilihatnya, sehingga dalam dirinya tertanam kewaspadaan untuk berhati-hati dan bersikap cermat. Karena kredibilitas sebuah media sangat ditentukan oleh akurasi beritanya sebagai konsekuensi dari kehati-hatian para wartawan dalam membuat berita

Untuk menunjang akurasi peliputan berita, diperlukan pengetahuan dan ketrampilan. Pengetahuan dan keterampilan tinggi dibutuhkan, agar jurnalis bersangkutan tidak melakukan kesalahan teknis dalam peliputan, yang bisa berujung gugatan terhadap medianya. Semangat juang juga dibutuhkan, agar jurnalis tidak mudah menyerah, yang akan berujung pada kegagalan liputan. Liputan investigatif memang menghadapi banyak tantangan (bahkan berpotensi ancaman terhadap keselamatan jurnalis bersangkutan). Sedangkan, dukungan perusahaan media dibutuhkan karena tanpa SDM, dana, waktu, yang disediakan oleh perusahaan, liputan investigatif tidak akan bisa dilakukan. Kalaupun jurnalis nekat “bergerilya,” melakukan liputan sendirian, tidak ada jaminan bahwa hasil kerjanya akan dimuat di media bersangkutan.

Dengan mengacu kepada pemahaman tentang kode etik jurnalistik tersebut, berarti wartawan dalam meliput berita, harus tetap mempertahankan statusnya sebagai wartawan dan akurasi kebenaran berita yang diliput. Hal ini sesuai dengan pendapat yang mengatakan bahwa wartawan adalah komunikator yang terlembaga (*institutionalized communication*) yang dibelenggu oleh berbagai restriksi, yang membatasi ruang geraknya. Ia dibelenggu oleh Kode Etik Jurnalistik, undang-undang pers, KUHP polisi surat kabar, dan lain-lain. Sehingga apabila ia melakukan kegiatan jurnalistiknya apakah itu mengolah berita, membuat tajuk rencana, membuat pojok, atau menyusun reportase. Dari sisi lain wartawan secara pribadi juga dibebankan berbagai tanggung jawab oleh perusahaan media yang memberi pekerjaan kepada mereka, seperti tugas meliput berita, mencari dan menyeter berita berdasarkan penugasan yang telah diberikan, kemudian hasil kerja akan dipertanggung jawabkan kepada masyarakat, pemerintah, redaksi, dan pemilik media. Seorang wartawan hendaknya menempuh cara yang jujur untuk memperoleh bahan-bahan berita dan tulisan, dengan meneliti kebenarannya sebelum meyiarkannya serta harus memperhatikan kredibilitas sumbernya.

Untuk mempertahankan akurasi dalam berita, perlu disadari bahwa fungsi pertama dari lima fungsi pers adalah menyampaikan informasi secepat-cepatnya kepada khalayak yang sangat luas. Setiap informasi yang disampaikan harus memenuhi kriteria dasar yaitu aktual, akurat, faktual, menarik atau penting, benar, lengkap-utuh, jelas-jernih, jujur-adil, berimbang, relevan, bermanfaat dan etis

4.2.2. Persepsi Wartawan Tentang Prinsip Independensi

Independensi berarti kemandirian dalam meliput berita. Selain harus memiliki ketepatan (akurasi) dan kecepatan bekerja, seorang wartawan dituntut untuk bersikap objektif dalam menulis berita. Dengan sikap objektifnya, berita yang ditulis pun akan objektif. Artinya berita itu sesuai dengan kenyataan, tidak berat sebelah dan bebas dari prasangka. Dalam pengertian objektif meliputi keharusan wartawan menulis dalam konteks peristiwa secara keseluruhan dan tidak dipotong-potong dalam kecenderungan subjektif.

Mengacu kepada hasil wawancara dengan informan menyangkut persepsi mereka tentang kode etik jurnalistik, ungkapan salah satu anggota wartawan di atas menjelaskan bahwa masih banyak wartawan yang tidak profesional atau memanfaatkan profesinya untuk keuntungan pribadi, namun menurut anggota wartawan ini hal ini dipicu oleh perekrutan yang tidak berbasis kompetensi.

Sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya bahwa independensi adalah kemandirian yang terdiri dari Kejujuran dan sportifitas. Kejujuran dan sportifitas berdasarkan kebebasan yang bertanggung jawab, serta menghindari cara-cara yang dapat merusak nama baik media, tidak menerima sogokan serta tidak menyalahgunakan profesi hanya mencari sebuah keuntungan, seperti yang tertera pada pasal 6 Kode Etik Jurnalistik, Wartawan Indonesia tidak menyalahgunakan profesi dan tidak menerima suap Onong uchjana Effendi, Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2007), hal.122)

Pentingnya masalah independensi adalah karena aktivitas jurnalistik erat kaitannya dengan media massa yang pada hakikatnya adalah merekonstruksikan

realitas suatu fakta atau peristiwa yang dipilihnya. Karena sifat dan faktanya, bahwa pekerjaan media massa adalah menceritakan peristiwa-peristiwa, maka seluruh isi media adalah realitas yang telah dikonstruksikan (*constructed reality*). Isi media pada hakikatnya adalah hasil rekonstruksi realitas dengan bahasa sebagai perangkat dasarnya, sedangkan bahasa bukan saja alat untuk merepresentasikan realitas, namun juga bisa menentukan relief seperti apa yang akan diciptakan oleh bahasa tentang realitas tersebut (Sobur, 2002).

Demikian juga jika dikaji dari aspek kegiatan jurnalistik, dimana menurut Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang pers, maka Harian Tribun Timur merupakan perusahaan media massa yang melaksanakan kegiatan Jurnalistik meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah dan menyampaikan informasi dalam bentuk tulisan dengan menggunakan media cetak sebagai alat penyalur beritanya. Sebagai salah satu koran yang terkemuka di Sulawesi Selatan dengan eksistensi dan daya saing yang tinggi maka perlu dilihat seberapa profesional wartawan Harian Tribun Timur Makassar dalam memperoleh sebuah beritanya

Dengan demikian diperlukan kesadaran para pengelola media bahwa kebebasan pers bukan hanya milik pers, tetapi juga milik masyarakat karena mereka berkepentingan atas berita yang berkualitas. Seharusnya, dengan kebebasan pers yang diamanatkan, pers dapat berfungsi maksimal dan berperan sebagai pembentuk pendapat umum, penegak nilai-nilai demokrasi, keadilan serta kebenaran. Keberadaan pers yang jujur, tidak memihak, objektif, akurat, tanpa

prasangka, berimbang, memisahkan opini dan fakta, etis dan menjunjung tinggi hak-hak asasi manusia serta komprehensif menjadi harapan masyarakat.

4.2.3. Persepsi Wartawan Tentang Prinsip Keadilan

Dalam mempertahankan berita harus lengkap, adil dan berimbang, dimana wartawan harus menjamin keakuratan arti dan keakuratan fakta. Artinya dalam penulisan berita harus lengkap dan tidak menghilangkan fakta yang seharusnya ada. Sikap adil dan berimbang adalah seorang wartawan harus melaporkan apa sesungguhnya yang terjadi. Selain itu, dalam penulisan berita wartawan harus memberikan kesempatan yang sama adilnya kepada pihak yang dirugikan untuk mendapatkan tanggapannya. Hal ini yang disebut dengan pemberitaan yang berimbang

Menurut Undang Undang No. 40 tahun 1999 tentang Pers, berimbang (balancing) berarti semua pihak mendapat kesempatan setara. Pengertian berimbang disadari bahwa bekerja secara jujur akan lebih baik dari pada kerja hanya dengan semata-mata mencari sebuah keuntungan tanpa memikirkan akibatnya yang akan membawah masyarakat kejalan hukum serta dapat merugikan orang banyak. Masyarakat sudah lama terganggu dengan keberadaan wartawan amplop, yakni wartawan yang menyalagunakan profesinya dengan tujuan mencari uang serta mencari keuntungan pribadi. Wartawan amplop jelas bahwa dia sebagai pelanggar Kode Etik yang sudah ada maka jelas wartawan yang menyalagunakan profesinya berarti bukan lagi wartawan profesional, juga menjadi pencemar citra wartawan, karenanya harus ditertibkan. Harmin Hatta,

Tingkat Pengetahuan dan Pemahaman Wartawan Terhadap Kode Etik Jurnalistik, Wartawan Kota Makassar, 2010.

Dalam rangka memberikan rasa keadilan, pers juga berfungsi sebagai kontrol sosial yang akan sensitif ketika melihat penyimpangan dan ketidakadilan dalam suatu masyarakat atau negara. Pers bisa disebut sebagai institusi sosial yang tidak pernah tidur. Ia juga senantiasa bersifat independen atau menjaga jarak yang sama terhadap semua kelompok atau organisasi yang ada

4.2.4. Persepsi tentang Berimbang (balancing)

Dalam mempertahankan balancing (berimbang) ini tentunya para wartawan menguasai pembuatan berita secara langsung sebagai dasar untuk melakukan atau membuat berita liputan seperti liputan investigasi, memahami, dan mengerti tentang jurnalistik. Sebagai wartawan memahami secara normatif dan praktis tentang jurnalistik dan aktivitasnya. Ketidaktahuan tentang jurnalistik lebih kepada aspek normatif seperti definisi dan teori, sementara secara praktis mereka yang tidak memahami pengertian jurnalistik pada kesehariannya melakukan kegiatan jurnalistik

Untuk mendapatkan berita yang berimbang, wartawan juga harus melakukan cek dan re-cek ulang kebenaran berita. Wartawan dalam menyampaikan informasi hendaknya dilandasi dengan itikad yang tinggi untuk melakukan pengecekan sehingga tidak ada yang dirugikan., menguji informasi berarti melakukan check and recheck terhadap kebenaran informasi. Cara yang dapat dilakukan untuk menguji informasi dengan meneliti informasi kepada sumber berita, atau kepada orang yang diyakini mengetahui peristiwa yang terjadi.

Pengujian informasi tidak cukup dilakukan kepada satu narasumber saja tetapi beberapa narasumber. Jadi, berita dikatakan sudah melalui pengujian informasi apabila terdapat komentar atau narasumber yang lebih dari satu (Ardianto dan Erdinaya, 2004: 205).

4.2.4. Persepsi Wartawan Tentang Akuntabilitas Publik

Pentingnya akuntabilitas atau pertanggungjawaban kepada publik adalah karena wartawan adalah orang yang secara teratur melaksanakan kegiatan jurnalistik. Pihak media dan wartawan harus tahan uji, ulet, sabar, dan gigih dalam melawan segala rintangan dan tantangan tersebut. Payung hukum juga sedapat mungkin digunakan untuk melindungi kerja wartawan, antara lain, dengan pemberlakuan Undang-Undang Keterbukaan Informasi. Ini bisa menjadi payung hukum untuk menghadapi pihak-pihak yang menghambat akses terhadap informasi (Romli, 2007).

Seorang wartawan tidak lagi cukup hanya bekerja keras. Ia juga harus bekerja cerdas. Seorang wartawan tidak lagi bisa bekerja hanya dengan menyorongkan alat perekam, dan kemudian mengetik apa saja yang terekam dalam alat itu. Dengan kata lain, wartawan harus memahami kode etik jurnalistik sebagai pedoman dalam menjalankan tugas jurnalis dimana Kode Etik Jurnalistik (KEJ) merupakan pedoman nilai-nilai yang sangat penting bagi para wartawan. Kode Etik Jurnalistik menjadi rambu-rambu pertama bagi wartawan dalam menentukan apa yang baik dan buruk saat melaksanakan tugas jurnalistik, termasuk apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan. Maka pemahaman dan ketaatan terhadap Kode Etik Jurnalistik bagi wartawan tidak dapat ditawar-tawar

lagi. Kendati demikian, ternyata dari sejumlah penelitian yang dilakukan berbagai lembaga yang berkaitan dengan pers menyimpulkan, hanya sekitar 20 persen wartawan yang pernah mempelajari Kode Etik Jurnalistik. Sebab, Kode Etik Jurnalistik harus mendasari seluruh kerja jurnalistik yang dilakukan wartawan agar berita yang dihasilkannya tidak berdampak buruk bagi masyarakat dan wartawan Kusmandi, M.Si dan Samsuri, Undang-Undang Pers dan Peraturan-Peraturan Dewan Pers (Jakarta: Dewan Pers 2010), hal.17.

Sebagai bagian dari pertanggungjawaban kepada publik, wartawan dalam menulis berita juga harus berpegangan berdasarkan fakta-fakta di lapangan, bukan opini atau interpretasi wartawan sendiri. Wartawan tidak bisa menambahi opini seenaknya yang justru akan mengaburkan kebenaran peristiwa di lapangan. Wartawan harus menyajikan berita dengan fakta apa adanya tanpa interpretasi (Nurudin, 2009: 86). Pencampuran fakta dan opini yang menghakimi yaitu terdapat kalimat atau pernyataan opini dari wartawan yang tidak disertai bukti pernyataan dari narasumber. Sumber berita dalam berita juga harus jelas. Sumber berita merupakan siapa atau apa saja yang berada pada posisi mengetahui suatu fakta, peristiwa atau kejadian, informasi, gagasan, dan data yang mengandung nilai berita. Sumber berita yang tidak disebutkan identitasnya merupakan isu yang tidak bisa dipertanggungjawabkan. Suatu berita dikatakan jelas sumber beritanya apabila terdapat penulisan nama narasumber, pekerjaan, dan jabatan (Sumadiria, 2005: 24

Secara singkat dan umum Kode Etik Jurnalistik (KEJ) berarti, himpunan atau kumpulan mengenai etika dibidang jurnalistik yang dibuat oleh, dari dan untuk kaum jurnalis (Wartawan) sendiri dan berlaku juga hanya terbatas untuk kalangan jurnalis (wartawan) saja. Tiada satu orang atau badan lain pun yang diluar ditentukan oleh Kode Etik Jurnalistik tersebut terhadap para jurnalistik (wartawan), termasuk menyatakan ada tidak pelanggaran etika berdasarkan Kode Etik Jurnalistik itu.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data secara kualitatif tentang Persepsi Wartawan di Kota Medan tentang Kode Etik Jurnalistik seperti akurasi, independensi, keadilan, berimbang, menghormati hak privasi dan akuntabilitas publik, dapat ditarik beberapa point penting kesimpulan :

1. Persepsi wartawan tentang akurasi dalam kode etik jurnalistik bahwa akurasi sangat bergantung kepada kondisi saat peliputan berita di lapangan. Ada persepsi yang berbeda antara wartawan yang satu dengan lainnya. Ada yang menyatakan jika akurasi kebenaran berita harus dipertahankan 100% tetapi ada juga persepsi bahwa akurasi kebenaran berita sangat bergantung kondisi di lapangan saat meliput berita, Artinya, tidak bisa dipertahankan akurasi kebenaran berita 100%.
2. Persepsi wartawan tentang independensi dalam kode etik jurnalistik adalah persis sama, tetapi dalam pelaksanaannya, ada yang bersikap formal ada pula yang tidak formal.
3. Persepsi wartawan tentang asas berimbang adalah sulit mempertahankan unsur unsur penting dari kode etik jurnalistik seperti halnya asas berimbang terutama saat peliputan yang bersifat terburu-buru.
4. Persepsi wartawan tentang berimbang bahwa unsur berita yang berimbang merupakan faktor penting dalam pemberitaan. Berimbang berarti bebas

atas kepentingan apa pun selain hak publik untuk mengetahui informasi. Jurnalis harus melaporkan apa yang sesungguhnya terjadi tanpa ada ditambahi dengan unsur opini dan dibuat sama dengan kenyataan tidak menimbulkan prasangka.

5. Persepsi wartawan tentang prinsip keadilan menurut kode etik jurnalistik juga bervariasi. Berita yang *fair* dalam peliputan yang transparan, terbuka, jujur dan adil yang didasarkan pada *deadline* yang langsung dan dimaksudkan agar berita yang dibuat oleh jurnalis memberi tempat dan peluang bagi semua pihak secara adil.
6. Persepsi tentang sikap Menghormati Hak Privasi. Pada prinsipnya para wartawan menyadari pentingnya menjaga hak privasi dalam arti tidak diperkenankan menjaga hak privasi wartawan.
7. Persepsi Tentang Akuntabilitas Kepada Publik bahwa semua proses dan hasil karya wartawan haruslah bisa dipertanggungjawabkan agar masyarakat percaya bahwa media tersebut tidak memberitakan berita hoax.

5.2 Saran

Mengingat pentingnya KEJ dalam menjalankan aktifitas jurnalistik, maka dengan ini disampaikan saran saran sebagai berikut ;

1. Kepada para wartawan Medan, disarankan untuk terus meningkatkan akurasi, independensi, keadilan, balancing, menjaga hak privasi dan akuntabilitas publik agar kualitas berita yang dipublikasikan dapat lebih ditingkatkan.

2. Kepada peneliti lain, disarankan agar melakukan penelitian sejenis dengan skala penelitian yang lebih luas sehingga diperoleh hasil penelitian yang lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

- Ardianto, E. 2014. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosia Rekatama Media.
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi : Teori, Paradigma, dab Diskursus Komunikasi di Masyarakat*. Prenada Media Group. Jakarta.
- Cangara, Hafied. 2014. *Penghantar Ilmu Komunikasi*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Devito, A. Joseph. 2009. *Komunikasi Antar Manusia*. Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group.
- Dja'far H. Assegaf, "*Jurnalistik Massa Kini*", Ghana Indonesia — Jakarta, 1991.
- Djamarah, Syaiful Bahri. 2014. *Pola Asuh Orang Tua dan Komunikasi dalam Keluarga: Upaya Membangun Citra Membentuk Pribadi Anak*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Effendi, Unong Uchjana. 2009. *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- 2003. *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- 2005. *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Kriyantono, Rachmat. 2012. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana Prenada Media Group. Jakarta.
- Mulyana, Deddy. 2010. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

- Nasution, Zulkarimen. 2017. *Etika Jurnalisme : Prinsip-prinsip dasar*. PT. RajaGrafindo Persada.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2001. *Psikologi Komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- 2003. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Sobur, Alex. (2002). *Analisis Teks Media*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumadiria, Haris. (2005). *Jurnalistik Indonesia*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Stein, M.L. (1993). *Bagaimana Menjadi Wartawan*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Romli dan Asep Syamsul M. (2005). *Jurnalistik Terapan*. Bandung: Batik Press
- Walgito, Bimo. 1981. *Pengantar Psikologi Umum*. Penerbit ANDI. Yogyakarta.
- Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Yunardi, " *Jurnalistik Siap Pakai* ", Angkasa Raya-Padang, 1992.

Sumber Lain :

- http://digilib.uin-suka.ac.id/23041/2/12210129_BAB-I_IV-atau-V_DAFTAR-PUSTAKA.pdf, akses tanggal 30 November 2017
- <http://www.jurnalkommas.com/docs/JURNAL--SHINTA%20BELA%20DEWANTI--D1211075Kode%20Etik%20Jurnalistik%20dalam%20Penerapan.pdf>, akses tanggal 15 Desember 2017
- http://repository.uin-suska.ac.id/7981/1/2012_201217KOM.pdf, akses tanggal 10 Januari 2018
- <http://gurupengertian.co/pengertian-wartawan-lengkap-tugas-kode-etik-tujuan-dan-jenis-wartawan>, akses tanggal 20 Januari 2018
- https://id.wikipedia.org/wiki/Kode_etik_jurnalistik, akses tanggal 21 Januari 2018

DAFTAR PERTANYAAN

1. Bagaimana pemahaman wartawan terhadap “akurasi” dalam mencari informasi ?
2. Bagaimana pengetahuan wartawan terhadap “independensi” dalam mencari informasi ?
3. Bagaimana pemahaman wartawan terhadap berita yang berimbang ?
4. Menurut wartawan, keadilan dalam mencari dan menyebarkan informasi itu seperti apa ?
5. Bagaimana pengertian “menghormati privasi” menurut wartawan ?
6. Bagaimana persepsi wartawan terhadap “akuntabilitas kepada publik” ?



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
 Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

Unggah, Cerdas & Terpercaya
 Sila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

PERMOHONAN PERSETUJUAN
 JUDUL SKRIPSI

Sk-1

Kepada Yth.
 Bapak/Ibu Ketua Jurusan
 FISIP UMSU
 di
 Medan.

Medan, 24 November 2017.

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : SYARIFAH ZALEHA
 NPM : 1403110022
 Jurusan : Ilmu Komunikasi (Jurnalistik)
 Tabungan sks : 130 sks, IP Kumulatif 3.16

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diajukan	Persetujuan
1	Persepsi Wartawan Di Kota Medan Tentang Kode Etik Jurnalistik	✓ 24/11-17
2	Penerapan Kode Etik dalam Surat Kabar, (studi analisis 151 Penerapan pasal 4 dan pasal 5 kode etik jurnalistik di Berita harian Tribun Medan)	
3	Pemahaman Praktisi Media Terhadap Kode Etik Jurnalistik (Studi Pemahaman Praktisi Koran Harian Tribun Medan tentang kode etik)	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik Mahasiswa (DKAM) yang dikeluarkan oleh Dekan.
3. Tanda bukti Lunas Uang/Biaya Seminar Proposal;*)

Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. Wassalam.

Rekomendasi Ketua Jurusan :
 Diteruskan kepada Dekan untuk
 Penetapan Judul dan Pembimbing.

Pemohon,

(..... Syarifah Zaleha))

Medan, tgl. 24 November 2017.

Ketua,

(Nurhasanah.Nasution@sosyml.com)

PB: M. THARICA



Unggul, Cerdas & Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI
DAN PEMBIMBING**
Nomor : 156 /SK/II.3-AU/UMSU-03/F/2017

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor 1 Tahun 2003 dan Rekomendasi Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi tertanggal **24 November 2017** dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut :

Nama mahasiswa : **SYARIFAH ZALEHA**
N P M : 1403110022
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VII (Tujuh) Tahun Akademik 2017 / 2018
Judul Skripsi : **PERSEPSI WARTAWAN DI KOTA MEDAN
TENTANG KODE ETIK JURNALISTIK**

Pembimbing : Muhammad Thariq., S.Sos., M.I.kom.

Dengan demikian telah diizinkan menulis skripsi, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan yang berpedoman kepada ketentuan sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor 1 Tahun 2015 tanggal 13 Muharram 1437 H / 26 Oktober 2015 M.
2. Penetapan judul skripsi dan pembimbing ini dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa kadaluarsa tanggal 24 November 2018

Ditetapkan di Medan,
Pada Tanggal, 09 Rabiul Awal 1439 H
28 November 2017 M



Dekan

Drs. Tasrif Syam., M.Si.

Tembusan :

1. Ketua P.s. Ilmu Komunikasi
2. Pembimbing ybs. Di Medan;
3. Bertinggal



Unggul, Cerdas & Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI
DAN PEMBIMBING**
Nomor : 156 /SK/II.3-AU/UMSU-03/F/2017

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor 1 Tahun 2003 dan Rekomendasi Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi tertanggal **24 November 2017** dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut :

Nama mahasiswa : **SYARIFAH ZALEHA**
N P M : 1403110022
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VII (Tujuh) Tahun Akademik 2017 / 2018
Judul Skripsi : **PERSEPSI WARTAWAN DI KOTA MEDAN
TENTANG KODE ETIK JURNALISTIK**

Pembimbing : Muhammad Thariq., S.Sos., M.I.kom.

Dengan demikian telah diizinkan menulis skripsi, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan yang berpedoman kepada ketentuan sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor 1 Tahun 2015 tanggal 13 Muharram 1437 H / 26 Oktober 2015 M.
2. Penetapan judul skripsi dan pembimbing ini dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa kadaluarsa tanggal 24 November 2018

Ditetapkan di Medan,
Pada Tanggal, 09 Rabiul Awal 1439 H
28 November 2017 M



Dekan

Drs. Tasrif Syam., M.Si.

Tembusan :

1. Ketua P.s. Ilmu Komunikasi
2. Pembimbing ybs. Di Medan;
3. Bertinggal



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474

Website : <http://www.umsu.ac.id> E-mail : rektor@umsu.ac.id

Bankir : Bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

Intelligens & Terpercaya

Wab surat ini agar bisa dikun-
tanggalnya

Sk-3

**PERMOHONAN
 SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI**

Kepada Yth.

Medan, 22 Desember 2017

Bapak Dekan FISIP UMSU

di

Medan.

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : SYARIFAH ZALEHA
 N P M : 1403110022
 Jurusan : Ilmu Komunikasi (Jurnalistik)

mengajukan permohonan mengikuti seminar proposal skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing No. 156./SK/IL.3-AU/UMSU-03/F/2017... tanggal 24 November 2017 dengan judul sebagai berikut :

PERSEPSI Wawancara DI KOTA MEDAN TENTANG Kode Etik Jurnalistik

Bersama permohonan ini turut saya lampirkan foto copy :

1. Surat Penetapan Judul Skripsi (SK-1);
2. Surat Penetapan Pembimbing (SK-2);
3. DKAM yang telah disahkan;
4. Kartu Hasil Studi Semester 1 s/d terakhir;
5. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda bukti lunas biaya seminar proposal skripsi;
7. Proposal skripsi yang telah disahkan oleh kedua pembimbing (rangkap 5).

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Menyetujui :

Pembimbing

Pemohon,

Muhammad Thariq, S.Sos, M.I, Jom

Syarifah Zaleha

(Muhammad Thariq, S.Sos, M.I, Jom)

(Syarifah Zaleha)

UNDANGAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor : 347/UND/II.3-AU/UMSU-03/F/2017

Program studi : Ilmu Komunikasi
 Hari, Tanggal : Kamis, 28 Desember 2017
 Waktu : 14.00 WIB s/d Selesai
 Tempat : LAB. FISIP Gedung C UMSU
 Pemimpin Seminar : NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom

No.	Nama Mahasiswa Penyaji	Nomor Pokok Mahasiswa	Dosen Penanggap	Dosen Pembimbing	Judul Proposal Skripsi
41	YUNDA PRATIWI	1403110218	1 JUNAIDI, S.Pdi. M.Si.	1 ASMAWITA, Hj, AM, MA	PERAN FORUM KERUKUNAN UMAT BERAGAMA (FKUB) DALAM MENJAGA KERUKUNAN UMAT BERAGAMA (Studi Kualitatif di Kota Pematang Siantar)
42	SYARIFAH ZALEHA	1403110022	1 ARIFIN SALEH, Dr, M.SP.	1 MUHAMMAD THARIQ, M.I.Kom	PERSEPSI WARTAWAN DI KOTA MEDAN TENTANG KODE ETIK JURNALISTIK
43	MEILINDA RAHMASARI REFINDRA	1403110010	1 PUJI SANTOSO, S.S, M.SP	1 ELVITA YENNI, SS, M.Hum	PEMANFAATAN APLIKASI KAI ACCES DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN TIKET ONLINE PT. KERETA API MEDAN
44	MUHAMMAD RIZKY RAMANDA	1403110180	1 MUHAMMAD SAID HARAHAP, M.I.Kom	1 ZULFAHMI, Drs, M.I.Kom.	KONTRIBUSI HUMAS DALAM MENGEVALUASI ISU-ISU PUBLIK YANG MEMPENGARUHI CITRA HOTEL (STUDI PADA HUMAS INI Dharma Deli Hotel Medan)
45	M. ANDRE SYAHPUTRA	1403110053	1 LEYLIA KHAIRANI, Dr, M.Si	1 AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom	PEMANFAATAN APLIKASI SITUNG PINDAI TERHADAP INFORMASI TERBARU PERHITUNGAN SUARA PADA PEMILUKADA 2015 KOTA MEDAN

Medan, 9 Rabiul Akhir 1439 H
 28 Desember 2017 M



Drs. Zulfahmi, M.I.Kom.



Unggul dalam Kerjasama

Bila menjelek surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: http://www.umsu.ac.id E-mail: rektor@umsu.ac.id

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : Syarifah Zaleha
NPM : 1403110022
Jurusan : Ilmu Komunikasi (Jurnalistik)
Judul Skripsi : Persepsi Wartawan di Kota Medan tentang Kode Etik Jurnalistik

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	27 November 2017	Sistematika Penulisan	[Signature]
2.	30 November 2017	Bimbingan Bab I, II, III	[Signature]
3.	14 Desember 2017	Revisi Bab I, II, III	[Signature]
4.	8 Januari 2018	Bimbingan Bab IV	[Signature]
5.	16 Januari 2018	Bimbingan Wawancara	[Signature]
6.	28 Februari 2018	Revisi Bab IV	[Signature]
7.	13 Maret 2018	Bimbingan Bab V	[Signature]
8.	21 Maret 2018	ACC Skripsi	[Signature]

Medan, 21 Maret 2018

afu Dekan,

[Signature]
Dr. Rudianto, M.Si
ABER (Dekan)

Ketua Program Studi,

[Signature]
(Muhammad Nurul Huda, S.Sos, M. Kom)

Pembimbing ke : F...

[Signature]
(Muhammad Thoriq, S.Sos, M. Kom)