BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Komunikasi

2.1.1 Pengertian Komunikasi

Pengertian komunikasi secara etimologis berasal dari perkataan latin "*communicatio*". Istilah ini bersumber dari perkataan "communis" yang berarti sama, sama disini maksudnya sama makna atau sama arti. Jadi komunikasi terjadi apabila terdapat kesamaan makna mengenai suatu pesan yang disampaikan oleh komunikator dan diterima oleh komunikan. Jika tidak terjadi kesamaan makna antara kedua aktor komunikasi (*communication actors*) yakni komunikator dan komunikan itu, dengan kata lain komunikan tidak mengerti pesan yang diterimanya, maka komunikasi tidak terjadi. Situasi komunikatif bisa berupa pidato, ceramah, khotbah, rapat, seminar dan lain-lain.

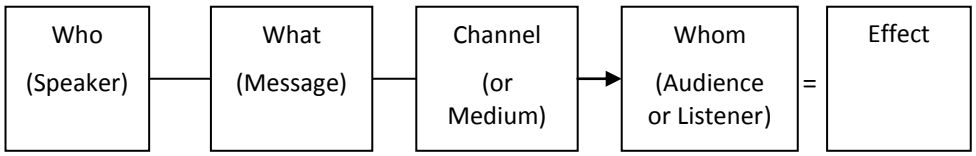
Carl I. Hovland (dalam Deddy Mulyana,2003:62) mendefinisikan "Komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk merubah perilaku orang lain (komunikan).

Gerald R. Miller (dalam Deddy Mulyana) menjelaskan bahwa komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaikan suatu pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima Harold Laswell menjelaskan bahwa (Cara yang baik untuk

menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut) *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect*? Atau siapa mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh Bagaimana? (Mulyana, 2003:62)

Gambar 2.1

Model Komunikasi Lasswell



Sumber : (Mulyana, 2003:62)

Definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pengertian komunikasi tidak berarti hanya menyampaikan sesuatu kepada orang lain, tetapi bagaimana caranya penyampaian itu agar penerima mudah mengerti dan memahami dengan perasaan ikhlas. Keberhasilan suatu komunikasi sangat dibutuhkan oleh faktor manusianya. Karena manusia memiliki akal dan pikiran serta perasaan untuk dapat menentukan sikap, dan manusia merupakan sarana utama terjadinya suatu komunikasi.

Dalam proses komunikasi yang ditinjau dari jumlah komunikan, apakah satu orang, sekelompok orang atau sejumlah orang yang bertempat tinggal secara tersebar, maka berdasarkan situasi komunikan tersebut,

Effendy (1993:53-54) mengklasifikasikan bentuk-bentuk komunikasi ke dalam:

1. Komunikasi Pribadi (*Personal Communication*)
    - Komunikasi Intrapribadi
    - Komunikasi Antarpribadi
2. Komunikasi Kelompok (*Group Communication*)
    - Komunikasi kelompok kecil
    - Komunikasi kelompok besar
3. Komunikasi Massa (*Mass Communication*)
    - Komunikasi media massa cetak/pers
    - Komunikasi media massa elektronik

2.1.2 Tujuan Komunikasi

Dalam melakukan komunikasi, tentu mempunyai tujuan. Menurut Effendy (2003:55) tujuan dari komunikasi adalah:

1. Perubahan sikap (*to change the attitude*)
2. Mengubah opini/pendapat/pandangan (*to change the opinion*)
3. Mengubah perilaku (*to change the behavior*)
4. Mengubah masyarakat (*to change the society*)

Menurut Joseph A. Devito (1997: 30), ada empat tujuan komunikasi yang perlu dikemukakan yakni :

1. Menemukan
2. Untuk berhubungan

3. Untuk meyakinkan
4. Untuk bermain

Adapun yang dimaksud menemukan dalam salah satu tujuan utama komunikasi adalah penemuan diri (*personal discovery*), bila anda berkomunikasi dengan orang lain, anda belajar mengenai diri sendiri selain juga tentang orang lain. Dengan berbicara tentang diri sendiri dengan orang lain kita memperoleh umpan balik yang berharga mengenai, perasaan, pemikiran, dan perilaku kita. Cara lain untuk melakukan penemuan diri melalui proses perbandingan sosial, melalui pembandingan kemampuan, prestasi, sikap, pendapat, nilai, dan kegagalan kita dengan orang lain.

Salah satu motivasi kita yang paling kuat adalah berhubungan dengan orang lain-membina dan memelihara dengan orang lain. Kita ingin merasa dicintai dan disukai dan kita juga ingin, mencintai dan menyukai orang lain. Kita menghabiskan banyak waktu dan energi komunikasi kita dalam membina dan memelihara hubungan sosial.

Kita menghabiskan banyak waktu untuk melakukan persuasi antar pribadi, baik sebagai sumber maupun sebagai penerima. Dalam perjumpaan antar pribadi sehari-hari kita berusaha utnuk merubah sikap dan perilaku orang lain, berusaha untuk merubah sikap dan perilaku orang lain, berusaha untuk mengajak mereka melakukan sesuatu.

Kita menggunakan banyak perilaku komunikasi untuk bermain dan menghibur diri. Demikian pula banyak perilaku komunikasi kita dirancang

untuk memberikan hiburan pada orang lain. Adakalanya hiburan ini merupakan tujuan akhir, tetapi adakalanya ini merupakan untuk mengikat perhatian orang lain sehingga kita dapat mencapai tujuan-tujuan lain (DeVito, 1997:30).

2.1.3 Proses Komunikasi

Komunikasi pada hakekatnya adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan. Menurut Effendy (2000:31) proses komunikasi dapat ditinjau dari dua perspektif.

1. Proses Komunikasi dalam Perspektif Psikologis

   Proses komunikasi ini terjadi pada diri komunikator dan komunikan. Ketika komunikator berniat akan menyampaikan suatu pesan kepada komunikan, maka dalam dirinya terjadi suatu proses, yaitu pengemasan isi pesan dan lambang. Isi pesan pada umumnya adalah pikiran, sedangkan lambang umumnya adalah bahasa (Effendy, 2003:31). Kemudian pesan tersebut ditransmisikan kepada komunikan. Apabila komunikan mengerti isi pesan atau pikiran komunikator, maka komunikasi terjadi. Sebaliknya bilamana komunikan tidak mengerti, maka komunikasi pun tidak terjadi.

2. Proses Komunikasi dalam Perspektif Mekanistik

   Pada proses komunikasi ini dapat diklasifikasikan secara dua tahap, yakni sebagai berikut :

   a. Proses komunikasi secara primer

b. Proses komunikasi secara sekunder

c. Proses komunikasi secara linear

d. Proses komunikasi secara sirkular

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (simbol) sebagai media atau saluran. Adapun lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, isyarat, gambar, warna dan lain sebagainya yang secara langsung dapat menerjemahkan pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan. Pada proses komunikasi secara primer adalah bahasa yang paling banyak digunakan, sebab bahasa mampu menerjemahkan pikiran seseorang kepada orang lain, apakah itu berbentuk ide, gagasan, informasi atau opini.

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama.

Pentingnya peranan media, yakni media sekunder dalam proses komunikasi disebabkan oleh efisiensinya dalam mencapai sasaran yaitu komunikan, karena proses sekunder ini merupakan sambungan dari proses komunikasi primer, maka dalam menata lambang-lambang untuk memformulasikan isi pesan komunikasi, komunikator, harus memperhitungkan ciri-ciri atau sifat-sifat media yang digunakan. Proses komunikasi secara sekunder ini dalam menjangkau sasarannya dengan

menggunakan media massa yang mempunyai sirkulasi yang luas dan memiliki daya keserempakan. Seperti surat kabar, televisi siaran, radio, film, leafleat, brosur, dan lain-lain.

Istilah linear mengandung makna lurus. Dalam konteks komunikasi, proses secara linear adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan sebagai titik terminal (Effendy, 2003:38). Komunikasi linear ini berlangsung baik dalam situasi komunikasi tatap muka (*face-to-face communication*) maupun dalam situasi komunikasi bermedia (*mediated communication*).

Proses komunikasi linear umumnya berlangsung pada komunikasi bermedia, kecuali komunikasi melalui telepon. Komunikasi melalui telepon hampir tidak pernah berlangsung linear,melainkan dialogis, tanya jawab dalam bentuk percakapan.

Dalam konteks komunikasi yang dimaksudkan dengan proses sirkular itu adalah terjadinya *feed back* atau umpan balik yaitu terjadinya arus dari komunikan ke komunikator. Oleh karena itu ada kalanya *feed back* tersebut mengalir dari komunikan ke komunikator itu adalah respon atau tanggapan komunikan terhadap pesan yang diterima dari komunikator.Konsep umpan balik ini dalam proses komunikasi sangat penting karena dengan terjadinya umpan balik komunikator dapat mengetahui apakah komunikasi itu berhasil atau gagal, dengan kata lain apakah umpan balik itu positif atau negatif.

2.2 Komunikasi Massa

2.2.1 Pengertian Mengenai Komunikasi Massa

Pengertian komunikasi massa menurut pendapat Tan dan Wright (dalam Nurudin, 2007:6) merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan saluran (media) dalam menghubungkan komunikator dan komunikan secara massal, berjumlah banyak, bertempat tinggal yang jauh (terpencar), sangat heterogen, dan menimbulkan efek tertentu.

Ahli komunikasi lainnya, Joseph A. Devito merumuskan definisi komunikasi massa yang pada intinya merupakan penjelasan tentang pengertian massa, serta tentang media yang digunakannya. Ia mengemukakan definisinya dalam dua item, yakni ;

1. Komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Ini tidak berarti bahwa khalayak meliputi seluruh penduduk atau semua orang yang menonton televisi, tetapi bahwa khalayak itu besar dan pada umumnya agak sukar didefinisikan.
2. Kounikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar-pemancar yang audio/visual. Komunikasi massa barangkali akan lebih mudah dan lebih logis bila didefinisikan menurut bentuknya : televisi, radio siaran, surat kabar, majalah dan film.

2.2.2 Karakteristik Komunikasi Massa

Komunikasi massa melalui definisi komunikasi massa yang dikemukakan oleh beberapa ahli ilmu komunikasi. Kita juga sudah mengetahui bahwa definisi-definisi komunikasi massa itu secara prinsip mengandung suatu makna yang sama, bahkan antara satu definisi dengan definisi yang lain saling melengkapi.

Melalui definisi juga kita dapat mengetahui karakteristik komunikasi massa. Komunikasi massa berbeda dengan komunikasi lainnya, seperti komunikasi antarpersona dan komunikasi kelompok. Perbedaan itu meliputi komponen-komponen yang terlibat di dalamnya, juga proses berlangsungnya komunikasi tersebut.

Karakteristik komunikasi massa menurut Ardianto,Komala (2005) dalam bukunya Pengantar Komunikasi Massa membagi dalam delapan karakteristik yaitu:

1. Komunikator Terlembagakan
2. Pesan Bersifat Umum
3. Komunikannya Anonim dan Heterogen
4. Media massa Menimbulkan Keserempakan
5. Komunikasi Mengutamakan Isi Ketimbang Hubungan
6. Komunikasi Massa Bersifat Satu Arah
7. Stimulasi Alat Indra”Terbatas”
8. Umpan Balik Tertunda (*Delayed*)

Dengan mengingat kembali bahwa komunikasi massa itu melibatkan lembaga, dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks, apabila pesan itu akan disampaikan melalui surat kabar, maka prosesnya adalah sebagai berikut : komunikator menyusun pesan dalam bentuk tulisan, apakah atas keinginannya atau atas permintaan media massa yang bersangkutan. Selanjutnya, tulisan tersebut diperiksa oleh penanggung jawab rubrik. Dari penanggung jawab rubrik diserahkan kepada redaksi untuk diperiksa layak tidaknya pesan itu untuk dimuat dengan pertimbangan utama tidak menyalahi kebijakan dari lembaga media massa itu. Ketika sudah layak, tulisan dibuat *setting-nya,* lalu diperiksa oleh editor, disusun oleh *lay-out man* agar komposisinya bagus kemudian masuk mesin cetak. Tahap akhir setelah dicetak merupakan tugas bagian distribusi untuk mendistribusikan surat kabar yang telah berisi tulisan yang berupa informasi itu kepada pembacanya.

Komunikasi massa itu bersifat terbuka, artinya komunikasi massa itu ditujukan untuk semua orang dan tidak ditujukan untuk sekelompok orang tertentu. Pesan komunikasi massa dapat berupa fakta, peristiwa atau opini. Namun tidak semua fakta dan peristiwa yang terjadi di sekeliling kita dapat dimuat dalam media massa. Pesan komunikasi massa yang dikemas dalam bentuk apa pun harus memenuhi kriteria penting atau menarik, atau penting sekaligus menarik, bagi sebagian besar komunikan.

Pada komunikasi antarpersonal, komunikator akan mengenal komunikannya, mengetahui identitasnya, seperti: nama, pendidikan,

pekerjaan, tempat tinggal, bahkan mungkin mengenal sikap dan perilakunya. Sedangkan dalam komunikasi massa, komunikator tidak mengenal komunikan (anonim), karena komunikasinya media tetap dan tidak tatap muka. Di samping anonim, omunikan komunikasi massa adalah heterogen, karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda, yang dapat dikelompokkan berdasarkan faktor: usia, jenis kelamin, pendidikan, latar belakang budaya, agana dan tingkat ekonomi.

Kelebihan komunikasi massa dibandingkan dengan komunikasi lainnya, adalah jumlah sasaran khalayak atau komunikan yang dicapinya relatif banyak dan tidak terbatas. Bahkan lebih dari itu, komunikan yang banyak tersebut secara serempak pada waktu yang bersamaan memperoleh pesan yang sama. Contohnya : berita-berita yang mengisi kolom surat kabar atau yang disiarkan radio dan televisi secara serempak dapat diterima oleh pembaca dan pendengar atau pemirsa di berbagai tempat.

Setiap komunikasi melibatkan unsur isi dan unsur hubungan sekaligus. Pada komunikasi antarpersona, unsur hubungan sangat penting. Sebaliknya, pada komunikasi massa, yang penting adalah unsur isi. Pada komunikasi antar persona, pesan yang disampaikan atau topik yang dibicarakan tidak perlu sistematika tertentu, misalnya dibagi-bagi menjadi pendahuluan, pembahasan dan kesimpulan. Topik yang dibahas pun berbagai macam, tidak harus relevan antara satu dengan yang lainnya, perpindahan satu topik ke topik lainnya mengalir begitu saja dan fleksibel. Sedangkan dalam komunikasi massa pesan harus disusun sedemikian rupa

berdasarkan sistem tertentu dan disesuaikan dengan karateristik media massa yang akan digunakan.

Selain ada ciri yang merupakan keunggulan komunikasi massa dibandingkan dengan komunikasi lainnya, ada juga ciri komunikasi massa yang merupakan kelemahannya. Secara singkat, komunikasi massa itu adalah komunikasi dengan menggunakan media massa. Karena melalui media massa maka komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung. Komunikator aktif menyampaikan pesan, komunikan pun aktif menerima pesan, namun diantara keduanya tidak dapat melakukan dialog sebagaimana halnya terjadi dalam komunikasi antarpersona. Dengan demikian, komunikasi massa itu bersifat satu arah.

Ciri komunikasi massa lainnya yang dapat dianggap salah satu kelemahannya, adalah stimuli alat indra yang "terbatas". Pada komunikasi antarpersona yang bersifat tatap muka, maka seluruh alat indra perlu komunikasi, komunikator dan komunikan, dapat di-gunakan secara maksimal. Kedua belah pihak dapat melihat, mendengar secara langsung, bahkan mungkin merasa. Dalam komunikasi massa, stimuli alat indra bergantung pada jenis media massa. Pada surat kabar dan majalah, pembaca hanya melihat. Pada radio siaran dan rekaman auditif, khalayaknya hanya mendengar, sedangkan pada media televisi dan film, kita menggunakan indra penglihatan dan pendengaran.

Komponen umpan balik atau yang lebih populer dengan sebutan *Feedback* merupakan faktor terpenting dalam komunikasi apa pun.

Efektivitas komunikasi seringkali dapat dilihat dari *feedback* yang disampaikan oleh komunikan. Umpan balik sebagai respons mempunyai volume yang tidak terbatas pada komunikasi antarpersona. Bila dosen memberikan kuliah pada mahasiswa secara tatap muka, dosen akan memperhatikan bukan saja ucapan mahasiswa, tetapi juga kernyitan mata, gerak bibir, posisi tubuh, intonasi suara, dan gerakan lainnya yang dapat diartikan. Semua simbol tersebut merupakan umpan balik yang dosen terima lewat seluruh alat indranya. Umpan balik ini bersifat langsung (*direct feedback*) atau umpan balik yang bersifat segera (*immediated feedback*).

2.2.3 Fungsi Komunikasi Massa

Para pakar mengemukakan tentang sejumlah fungsi komunikasi kendati dalam setiap item fungsi terdapat persamaan dan perbedaan. Pembahasan fungsi komunikasi telah menjadi diskusi yang cukup penting, terutama konsekuensi komunikasi melalui media massa.

Menurut Nurudin (2007 :63-72) mengemukakan fungsi komunikasi massa secara umum adalah :

1. **Fungsi Informasi**
2. **Fungsi Pendidikan**
3. **Fungsi Memengaruhi**

Fungsi memberikan informasi ini diartikan bahwa media massa adalah penyebar informasi bagi pembaca, pendengar atau pemirsa.

Berbagai informasi dibutuhkan oleh khalayak media massa yang bersangkutan sesuai dengan kepentingannya. Khalayak sebagai makhluk sosial akan selalu merasa haus akan informasi yang terjadi.

Media massa merupakan sarana pendidikan bagi khalayak (*mass education*). Karena media massa banyak menyajikan hal-hal yang sifatnya mendidik. Salah satu cara mendidik yang dilakukan media massa adalah melalui pengajaran nilai, etika, serta aturan-aturan yang berlaku kepada pemirsa dan pembaca. Media massa melakukannya melalui drama, cerita, diskusi dan artikel. Contohnya, dalam televisi swasta ada acara pendidikan bagi ibu dan balita yang dipandu oleh orang-orang yang berkompeten dalam bidang-bidang yang ada kaitannya dengan pendidikan anak-anak.

Semua situasi ini, nilai-nilai yang harus dianut masyarakat, tidak diungkapkan secara langsung, tetapi divisualisasikan dengan contoh-contoh misalnya bagaimana mendidik anak-anak yang sedang dalam masa pertumbuhan, apa makanan yang layak, bagaimana merawat bayi yang baik, bagaimana cara berkomunikasi yang baik dengan anak balita, dan sebagainya.

Fungsi memengaruhi dari media massa secara implisit terdapat pada tajuk/editorial**,** *features,* iklan, artikel, dan sebagainya. Media massa sering kali membuat atau mengukuhkan nilai-nilai yang telah kita yakini sebelumnya. Orang religius memiliki kecenderungan mendengarkan acara-acara televisi yang berbau religius. Dalam posisi ini, media mampu mengukuhkan nilai yang diyakini seseorang. Seseorang yang tidak

memihak partai politik akan berubah aspirasi politiknya karena pengaruh pemberitaan di media massa. Perubahan gaya berpakaian yang dialami mahasiswa sedikit banyak dipengaruhi televisi.

2.2.4 Proses Komunikasi Massa

Seperti halnya komunikasi yang merupakan suatu proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan. Komunikasi massa pun pada hakekatnya adalah melalui suatu proses juga, namun ada yang membedakan keduanya adalah media massa sebagai saluran pada komunikasi massa. Singkatnya, bahwa proses komunikasi massa adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui media massa.

Wilbur Schramm (komala, dalam karlinah.2007) mengatakan bahwa untuk berlangsungnya suatu kegiatan komunikasi, minimal diperlukan tiga komponen yaitu source, message, destination atau komunikator, pesan, komunikan. Apabila salah satu dari ketiga komponen tersebut tidak ada, maka komunikasi tidak dapat berlangsung. Namun demikian, selain ketiga komponen tersebut masih terdapat komponen lainnya yang berfungsi sebagai pelengkap. Artinya, jika komponen tersebut tidak ada, maka tidak akan berpengaruh pada komponen lainnya. Oleh karena itu, komponen-komponen utama (komuikator-pesan-komunikan) mutlak harus ada pada proses komunikasi, baik itu

komunikasi antarpersona (interpersonal), kelompok maupun komunikasi massa.

Harold D. Lasswell, seorang ahli politik di Amerika Serikat mengemukakan suatu ungkapan yang sangat terkenal dalam teori dan penelitian komunikasi massa. Ungkapan tersebut merupakan suatu formula dalam menentukan *scientific study* dari suatu proses komunikasi massa dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut : *Who* (siapa), *Say What* (berkata apa), *In Which Channel* (melalui saluran apa), *To Whom* (kepada siapa), dan *With What Effect* (dengan efek apa).

Masing-masing unsur dalam formula Lasswell mengandung problema tertentu. Formula tersebut, meskipun sangat sederhana telah membantu mengorganisasikan dan memberi struktur kajian bidang komunikasi massa. Selain dapat menggambarkan komponen dalam komunikasi massa, Laswell sendiri menggunakan formula ini dengan tujuan untuk membedakan berbagai jenis penelitian komunikasi.

2.3 Tinjauan Tentang Media Massa

Media massa (*mass media*) singkatan dari media komunikasi massa dan merupakan *channel of mass communication* yaitu saluran, alat atau sarana yang dipergunakan dalam proses komunikasi massa. Menurut Romli (2005: 5-6) karakteristik media massa itu meliputi :

1. Publisitas, disebarluaskan kepada khalayak.
2. Universalitas, kesannya bersifat umum.

3. Periditas, tetap atau berkala.
4. Kontinuitas, berkesinambungan.
5. Aktualitas, berisi hal-hal baru

Isi media massa secara garis besar terbagi atas tiga kategori : berita, opini, feature. Karena pengaruhnya terhadap massa (dapat membentuk opini publik), media massa disebut "kekuatan keempat" setelah lembaga eksekutif, legislatif, yudikatif. Bahkan karena idealisme dengan fungsi kontrolnya media massa disebut-sebut "musuh alami" penguasa. (Romli, 2005 :5)

Media yang termasuk ke dalam kategori media massa adalah surat kabar, majalah, radio, TV, dan film. Kelima media tersebut dinamakan "*The Big Five Of Mass Media"* (lima besar media massa), media massa sendiri terbagi dua macam, media massa cetak (*printed media)*, dan media massa elektronik (*electronic media*). Yang termasuk media massa elektronik adalah radio, TV, film.

2.3.1 Karakteristik Media Massa

Menurut Hapied Cangara (2002:122),karakteristik dari media massa terbagi menjadi lima yaitu sebagai berikut :

1. Bersifat Melembaga, artinya pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang, yakni mulai dari pengumpulan, pengelolaan, sampai pada penyajian informasi.
2. Bersifat satu arah, artinya komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dan penerima.

Kalaupun terjadi interaksi atau umpan balik biasanya memerlukan waktu dan tertunda.

3. Meluas dan serempak, artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak, karena ia memiliki kecepatan. Bergerak secara luas dan simultan, dimana informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang pada saat yang sama.
4. Memakai peralatan teknis atau mekanis seperti radio, televisi, surat kabar, film, dan semacamnya.
5. Bersifat terbuka, artinya pesannya dapat diterima oleh siapa saja tanpa mengenal usia, jenis kelamin, dan suku bangsa.

2.3.2 Jenis-Jenis Media Massa

1. Media massa tradisional

Media massa tradisional adalah media massa dengan otoritas dan memiliki organisasi yang jelas sebagai media massa. Secara tradisional media massa digolongkan sebagai berikut: surat kabar, majalah, radio, televisi, film (layar lebar). Dalam jenis media ini terdapat ciri-ciri seperti:

a. Media massa menjadi perantara dan mengirim informasinya melalui saluran tertentu.

b. Penerima pesan tidak pasif dan merupakan bagian dari masyarakat dan menyeleksi informasi yang mereka terima.
c. Interaksi antara sumber berita dan penerima sedikit.

2. Media Massa Modern

Seiring dengan berjalannya waktu dan perkembangan teknologi dan sosial budaya, telah berkembang media-media lain yang kemudian dikelompokkan ke dalam media massa seperti internet dan telepon selular. Dalam jenis media ini terdapat ciri-ciri seperti:

1. Sumber dapat mentransmisikan pesannya kepada banyak penerima (melalui SMS atau internet misalnya)
2. Isi pesan tidak hanya disediakan oleh lembaga atau organisasi namun juga oleh individual
3. Tidak ada perantara, interaksi terjadi pada individu
4. Komunikasi mengalir (berlangsung) ke dalam
5. Penerima yang menentukan waktu interaksi

2.3.3 Pengaruh Media Massa Pada Budaya

Menurut Karl Erik Rosengren pengaruh media cukup kompleks, dampak bisa dilihat dari:

1. Skala kecil (individu) dan luas (masyarakat)

2. kecepatannya, yaitu cepat (dalam hitungan jam dan hari) dan lambat (puluhan tahun/ abad) dampak itu terjadi.

Pengaruh media bisa ditelusuri dari fungsi komunikasi massa, Harold Laswell pada artikel klasiknya tahun 1948 mengemukakan model sederhana yang sering dikutip untuk model komunikasi hingga sekarang, yaitu :

1. Siapa (*who*)
2. Pesannya apa (*says what*)
3. Saluran yang digunakan (*in what channel*)
4. Kepada siapa (*to whom*)
5. Apa dampaknya (*with what effect*)

Model ini adalah garis besar dari elemen-elemen dasar komunikasi. Dari model tersebut, Laswell mengidentifikasi tiga dari keempat fungsi media.

2.3.4 Fungsi-fungsi Media Massa Pada Budaya

Adapun fungsi-fungsi media massa pada budaya, yaitu :

1. Fungsi pengawasan (*surveillance*), penyediaan informasi tentang lingkungan.
2. Fungsi penghubungan (*correlation*), dimana terjadi penyajian pilihan solusi untuk suatu masalah.

3. Fungsi pentransferan budaya (*transmission*), adanya sosialisasi dan pendidikan.
4. Fungsi hiburan (entertainment) yang diperkenalkan oleh Charles Wright yang mengembangkan model Laswell dengan memperkenalkan model dua belas kategori dan daftar fungsi. Pada model ini Charles Wright menambahkan fungsi hiburan. Wright juga membedakan antara fungsi positif (fungsi) dan fungsi negatif (disfungsi).

2.4 Tinjauan Tentang Surat Kabar

2.4.1 Surat Kabar Sebagai Salah Satu Jenis Media Massa

Surat kabar di Indonesia hadir dalam berbagai bentuk yang jenisnya bergantung pada frekuensi terbit, bentuk, kelas ekonomi pembaca, peredarannya serta penekanan isinya. Kebanyakan surat kabar mengandalkan hidupnya dari iklan, bahkan kenaikan harga kertas koran sebagai bahan baku utama surat kabar sering kali tidak mengakibatkan kenaikan harga jual surat kabar per eksemplar secara proporsional. Kehadiran iklan dalam media cetak dengan kata lain telah mampu mensubsidi harga eceran surat kabar.

Selama tahun 1970-1985 diketahui ternyata banyak surat kabar dan majalah yang gulung tikar karena tidak mendapatkan iklan, sekalipun di Indonesia budaya membaca belum terlalu memasyarakat. Menurut Kasali (1995 : 100) surat kabar merupakan media utama yang banyak digunakan

dalam periklanan di Indonesia, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti :

1. Jangkauan distribusi surat kabar tidak dibatasi.
2. Jangkauan media lainnya, radio dan televisi dibatasi.
3. Harga satuan surat kabar murah dan dapat dibeli eceran.

Berdasarkan faktor-faktor tersebut, eksistensi surat kabar bergantung pada iklan. Dimana para pengiklan lebih memilih surat kabar sebagai media utama untuk mengiklankan iklan mereka.

2.4.2 Pengertian Surat Kabar

Pada awalnya surat kabar sering diidentikkan dengan pers. Namun, karena pengertian pers sudah semakin luas, dimana televisi dan radio sekarang ini sudah dikategorikan sebagai pers juga, maka muncul pengertian pers dalam arti luas dan sempit. Dalam pengertian pers luas pers meliputi seluruh media massa, baik cetak meupun elektronik. Sedangkan dalam arti sempit, pers hanya meliputi media massa tercetak saja, salah satunya adalah surat kabar. Menurut Kurniawan Juniardi yang dimaksud dengan surat kabar adalah :

> "Sebutan bagi penerbitan pers yang masuk dalam media massa tercetak berrupa lembaran berisi tentang berita-berita, karangan-karangan dan iklan serta diterbitkan secara berkala, bisa harian, mingguan, bulanan serta diedarkan secara umum, isinya pun harus aktual, juga bersifat universal, maksudnya pemberitaannya harus bersangkut-paut dengan manusia dari berbagai golongan dan kalangan"(Junaidi, 1991 : 105).

Definisi surat kabar menurut George Fox Mott (dalam Junaidi, 1991 :105). yaitu ;

1. Suatu lembaga masyarakat yang punya fasilitas dan target masing-masing
2. Suatu pelayanan masyarakat atau melayani masyarakat untuk kepentingan-kepentingan informasi
3. Pemimpin yang bertujuan untuk memimpin pada masyarakat yang bersangkutan nilai-nilai moral, etika dan lain-lain.
4. Penghubung antara masyarakat dalam menyampaikan informasi-informasi
5. Penjual pengetahuan menyerap berbagai informasi dan pengetahuan lalu menyebarkannya kepada masyarakat.

Surat kabar di Indonesia hadir dalam berbagai bentuk yang jenisnya bergantung pada frekuensi terbit, bentuk, kelas ekonomi pembaca, peredarannya serta penekanan isinya. Sementara pengertian surat kabar menurut Effendy adalah :

> "Lembaran tercetak yang memuat laporan yang terjadi di masyarakat dengan ciri-ciri terbit secara periodik, bersifat umum, isinya termasa/aktual, mengenal apa saja di seluruh dunia yang mengandung nilai-nilai untuk diketahui khalayak pembaca"(Effendy, 2003, 241).

Dari beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa surat kabar adalah sebuah lembaga penerbitan pers berupa lembaran cetak, memuat laporan yang terjadi di masyarakat secara periodik, bersifat umum dan mengandung nilai-nilai moral, etika dan lain-lain.

2.4.3 Ciri-Ciri Surat Kabar

Pada umumnya kalau kita berbicara mengenai surat kabar sebagai salah satu jenis media cetak. Adapun menurut Effendy (2003: 120) ciri-ciri dari surat kabar tersebut, yaitu :

1. **Publisitas**

   Publisitas adalah penyebaran kepada publik atau khalayak, karena diperuntukan khalayak, maka sifat surat kabar umum.

2. **Perioditas (Kontinuitas)**

   Adalah keteraturan terbitnya surat kabar, bisa satu kali sehari, bisa dua kali sehari bisa pula satu atau dua kali seminggu.

3. **Universalitas**

   Kesemestaan isinya, aneka ragam dan dari seluruh dunia

4. **Aktualitas**

   Kecepatan laporan tanpa mengesampingkan kebenaran berita

Demikian empat ciri surat kabar dapat dikatakan empat syarat yang harus dipenuhi surat kabar. Penelitian yang tidak mempunyai salah satu ciri saja dari keempat ciri tersebut, bukanlah surat kabar.

2.4.4 Kategorisasi Surat Kabar

Surat kabar dapat dikelompokkan pada berbagai kategori. Dilihat dari ruang lingkupnya, maka kategorisasinya adalah surat kabar lokal, regional, dan nasional. Ditinjau dari bentuknya, ada bentuk surat kabar

biasa dan tabloid. Sedangkan dilihat dari bahasa yang digunakan ada surat kabar bahasa Indonesia, bahasa Inggris dan bahasa daerah.

Surat kabar nasional, diantaranya Kompas, Suara Pembaruan, Media Indonesia, Republika. Surat kabar regional, diantaranya Pikiran Rakyat (Jawa Barat), Jawa Pos dan Surabaya Pos (Jawa Timur), Suara Merdeka (Jawa Tengah), Waspada (Sumatra Utara), Bali Pos (Bali). Surat kabar lokal, diantaranya adalah Tribun Jabar (Bandung –Jabar), Pos Kota (Jakarta), Kedaulatan Rakyat (Jogjakarta). Surat kabar bentuk tabloid, adalah Bintang, Citra, Nova. Surat kabar berbahasa Inggris, di antaranya The Jakarta Pos.

2.5 Pengertian Etika

2.5.1 Definisi Etika

Secara bahasa (etimologi) etika, menurut Bertens (1993:4), berasal dari kata Yunani ethos yang berarti watak kesusilaan atau adat. Etika identik dengan kata moral yang berasal dari kata latin mos, yang dalam bentuk jamaknya mores yang berarti adat atau cara hidup (Damardjati Supandjar, 2009:9). Etika dan moral sama artinya, namun dalam pemakaian sehari-hari ada sedikit perbedaan, moral atau moralitas dipakai untuk perbuatan yang sedang dinilai, sedangkan etika dipakai untuk pengkajian sistem nilai-nilai yang ada.

Etika adalah cabang dari filsafat atau aksiologi yang membicarakan manusia terutama tingkah laku dan perbuatan yang dilakukan dengan sadar

dan dilihat dari kacamata baik buruknya(Sunoto, 1983 :1). Etika menurut Frans Von Magnis (1975 : 15) adalah

> "Cabang filsafat yang menyibukkan diri denganpandangan-pandangan dan persoalan-persoalan dalam bidang moral dan karena pandangan-pandangan yang dipersoalkan itu diungkapkan dalam batas pernyataan, maka objek etika adalah pernyataan-pernyataan moral".

2.5.2 Ruang Lingkup Etika

Etika yang menjadi fokus pembahasan ini, yaitu sistem nilai yang menjadi sarana bagi usaha manusia untuk menjawab berbagai pertanyaan fundamental tentang norma atau nilai yang menjadi acuan orientasinya. Mengingat orientasi adalah kebutuhan manusia paling fundamental, maka dalam pembahasan orientasi etis itu tercermin dalam pertanyaan mengenai bagaimana etika wartawan dalam proses peliputan berita? Sebagai masalah khusus, etika juga mempersoalkan sifat-sifat yang menyebabkan seorang wartawan berhak untuk disebut susila atau bajik yang mencerimkan fropesionalismenya, sifat-sifat tersebut dinamakan "kebajikan" dan lawannya "keburukan".

Etika menaruh perhatian yang besar pada prinsip pembenaran tentang keputusan yang telah ada. Etika tidak akan memberikan kepada manusia arah yang khusus atau pedoman yang tegas dan tetap tentang cara hidup dengan baik. Jadi dalam pelaksanaannya etika mengikuti standar keharusan yang telah disepakati sebagai suatu yang benar dan baik.

Pemahaman tentang etika erat kaitannya dengan berbagai persoalan yang melekat pada eksistensi manusia. Dalam pembahasan mengenai

ruang lingkup etika, peneliti akan mengemukakan dua pandangan etika yang ditinjau dari sudut pandang teoritis dan etika dari segi normatifnya dengan penjelasan sebagai berikut.

2.6 Etika Teoritis Dan Normatif

Etika teoritis membahas tentang asas-asas yang melandasi sistem kesusilaan atau kebaikan. Etika terapan membutuhkan banyak pengetahuan mengenai masalah manusia sehari-hari. Contohnya mengenai pencemaran nama baik, yang tidak mungkin semata-mata diselesaikan oleh ahli kesusilaan saja (Damardjati Supardjar, 2000 : 26).

Suatu penalaran yang bersifat kesusilaan mencakup premis yang bercorak kesusilaan, maupun yang bercorak kenyataan empiris. Ditinjau dari segi teori, mungkin saja ada penalaran yang semata-mata menggunakan premis yang bercorak kesusilaan, namun dalam kenyataannya jarang terdapat.

Dalam etika teoritis ada yang disebut etika individu yaitu etika yang menyangkut manusia sebagai perorangan saja, ada juga yang disebut etika sosial yang menyagkut hubungan manusia antar manusia. Dalam penelitian yang peneliti lakukan merepleksikan keduanya secara bersamaan.

Disamping membicarakan peningkatan kualitas perorangan, etika juga mempersoalkan, umpamanya, hubungan-hubungan yang terkecil seperti dalam lingkungan keluarga dan permasalahan sosial lainnya. Jadi

harus ada penekanan yang jelas mengenai etika individu sebagai ajaran tentang bagaimana kita harus bersikap dan bertingkah laku yang baik bagi perorangan dan etika sosial sebagai ajaran yang sama bagi perorangan sebagai bagian dari kesatuan yang lebih besar (Suyoto Sumargono, 1988 : 125-129).

Jadi dalam pandangan etis wartawan yang baik secara individual maupun secara sosial harus benar-benar merepleksikan diri sebagai insan pers yang bertanggungjawab dan bertindak dengan mengedepankan kaidah jurnalistik.

Sedangkan etika normatif, sebenarnya merupakan sebuah aturan yang mengarahkan secara kongkrit, tentang bagaimana seharusnya bertingkah laku. Mengenai persoalan yang timbul, Zubair (1986:106) menjelaskan:

"Analisa metaetika menanyakan relevansi etika normatif, dalam kedudukannya sebagai etika makro. Pengalaman mengajarkan, begitu nilai dasar dinormalkan, maka ia akan kehilangan makna. Apakah pada dasarnya nilai-nilai dasar tidak membutuhkan "perkembangan" khusus. Kalau kesan tersebut benar, sepatutnya kedudukan etika normatif ditinjau kembali sebagai pedoman".

Persoalan baru yang muncul adalah atas dasar apa perbuatan manusia dinilai, manusia tidak dapat hidup tanpa pedoman. Benturan antara kebutuhan terhadap etika normatif dengan keterbatasannya, mengisyaratkan adanya kaitan metaetika dalam persoalan etika normatif.

2.7 Etika Profesi

2.7.1 Pengertian Profesi

Kata profesi dari bahasa latin yaitu *professues* yang berarti,"suatu kegiatan atau pekerjaan yang semula dihubungkan dengan sumpah dan janji bersifat religius"(Rismawaty, 2008:57).

Ada dua jenis bidang profesi :

1. Profesi Khusus

   Profesi khusus adalah para profesional yang melaksanakan profesi secara khusus untuk mendapatkan nafkah atau penghasilan tertentu sebagai tujuan pokoknya. Misalnya, profesi di bidang ekonomi, politik, hukum, kedokteran, teknik, humas, dan sebagai jasa konsultan.

2. Profesi Luhur

   Profesi luhur ini, para profesional yang melaksanakan profesinya, tidak lagi untuk mendapatkan nafkah sebagai tujuan utamanya, tetapi sudah merupakan dedikasi atau sebagai jiwa pengabdiannya semata-mata. Misalnya, kegiatan profesi di bidang keagamaan.

2.7.2 Prinsip-prinsip Etika Profesi

Adapun prinsip-prinsip dari Etika Profesi yaitu :

1. Tanggungjawab

Setiap orang penyandang profesi tertentu harus memiliki rasa tanggung jawab terhadap profesi, hasil dan dampaknya yang ditimbulkan tersebut terdapat dua arti :

- Tanggungjawab terhadap pelaksanaan pekerjaan atau fungsinya *(by function)*, artinya keputusan yang diambil dan hasil dari pekerjaan tersebut harus baik serta dapat dipertanggungjawabkan, sesuai dengan standard profesi, efisien dan efektif.
- Tanggungjawab terhadap dampak atau akibat dari tindakan dari pelaksanaan profesi (*by profession*) tersebut terhadap dirinya, rekan kerja dan profesi, organisasi/perusahaan dan masyarakat umum lainnya, serta keputusan atau hasil pekerjaan tersebut dapat memberikan manfaat dan berguna yang baik bagi dirinya atau pihak lainnya. Prinsipnya, sebagai profesional harus berbuat yang baik (*beneficence)* dan tidak untuk berbuat sesuatu kejahatan (*non maleficence*).

2. Kebebasan

Para profesional memiliki kebebasan dalam menjalankan profesinya tanpa merasa takut atau ragu-ragu, tetapi tetap memiliki komitmen dan bertanggungjawab dalam batas-batas aturan main yang telah ditentukan oleh kode etik sebagai standar perilaku profesional.

3. Kejujuran

Jujur dan setia serta merasa terhormat pada profesi yang disandangnya, mengakui akan kelemahannya dan tidak menyombongkan diri, serta berupaya terus untuk mengembangkan diri dalam mencapai kesempurnaan bidang

keahlian dan profesinya melalui pendidikan, pelatihan dan pengalaman.

4. Keadilan

Dalam menjalankan profesinya, maka setiap profesional memiliki kewajiban dan tidak dibenarkan melakukan pelanggaran terhadap hak atau mengganggu milik orang lain, lembaga atau organisasi, hingga mencemarkan nama baik bangsa dan negara. Di samping itu harus menghargai hak-hak, menjaga kehormatan nama baik, martabat dan milik bagi pihak lain agar tercipta saling menghormati dan keadilan secara obyektif dalam kehidupan masyarakat.

5. Otonomi

Dalam prinsip ini, seorang profesional memiliki kebebasan secara otonom dalam menjalankan profesinya sesuai dengan keahlian, pengetahuan dan kemampuannya, organisasi dan departemen yang dipimpinnya itu melakukan kegiatan operasional atau kerja yang terbebas dari campur tangan pihak lain. Apa pun yang dilakukannya itu adalah merupakan konsekuensi dari dari tanggungjawab, kebebasan, otonom merupakan hak dan kewajiban yang dimiliki bagi setiap profesional.

2.8 Pengertian Etika Jurnalistik

Sesuai dengan penjelasan di atas bahwa etika berasal dari bahasa Yunani, yaitu *ethos* yang berarti watak kesusilaan atau adat. Sedangkan jurnalistik secara etimologis, kata jurnalistik yang dalam bahasa inggrisnya ditulis *journalism* sebagaimana kutipan Alex Sobur dalam diktat kuliah Pengantar Ilmu Jurnalistik, diambil dari bahasa Perancis Journal yang berarti Surat Kabar.

Sedangkan sumber utamanya diambil dari kata bahasa latin yaitu *diurna*, yang berarti tiap hari atau catatan harian, kata ini berkaitan erat dengan *diurnari* yang memiliki arti pencatatan. Adinegoro mengatakan dalam buku Pengantar Ilmu Publisitik, karya M.O Palapha dan Atang Syamsudin, seperti dikutip Alex Sobur dalam diktat Pengantar Ilmu Jurnalistik bahwa pengertian Jurnalistik itu adalah :

"Kepandaian karang-mengarang yang pokoknya untuk memberi pengabaran pada masyarakat dengan selekas-lekasnya agar tersiar seluas luasnya"(dalam Sobur,2008:1).

Sementara itu, Roland E. Wolseley dan Laurence R. Campbell dalam bukunya Exploring Journalism, seperti dikutip juga dalam diktat Alex Sobur dalam Pengantar Ilmu Jurnalistik mengartikan jurnalistik sebagai "Penyebaran informasi untuk publik yang bersifat sistematis dan dapat dipercaya melalui media komunikasi modern"(dalam Sobur,2008:1).

Jurnalisme diartikan sebagai pekerjaan mengumpulkan, menulis, mengedit, danmenerbitkan berita dalam surat kabar dan sebagainya. Jurnalisme juga dapat diartikan sebagai kewartawanan. Sementara itu istilah jurnalistik

diartikan sebagai yang menyangkut kewartawanan dan persurat kabaran (KBBI,2002).

Dari penjelasan di atas jelaslah bahwa etika jurnalistik adalah aturan atau ketentuan yang menjadi acuan seorang wartawan melakukan proses peliputan berita secara baik, sebagai repleksi dari nilai-nilai keilmuan, proses, dan karya dalam jurnalistik.

Jika kita memahami secara keseluruhan bahwa dalam jurnalistik, pers itu bermacam-macam bentuknya, karena kita berada di negara yang berfalsafah Pancasila maka sebagai tolak ukur etika jurnalistik, yaitu paradigma pers Pancasila. Pers ini berorientasi, bersikap dan berperilaku berdasarkan pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945, maka jelas tergambar bahwa pers Pancasila sarat dengan nilai-nilai dan bobot ideologis. Dengan kata lain Pancasila dan UUD 1945 merupakan paradigma moral bagi kegiatan jurnalistik di Indonesia (Anwar Arifin, 1992:80). Dengan demikian sistem pers pancasila mengutamakan etika, dan diamalkan dalam kegiatan jurnalistik sehari-hari. Hal ini terlihat dengan adanya kode etik yang dirumuskan sendiri oleh wartawan Indonesia dalam menjalankan profesinya.

Etika jurnalistik adalah ketentuan bagaimana seorang wartawan menyampaikan suatu berita, yaitu berita yang memenuhi standar jurnalistik profesional, seperti memisahkan opini, mengungkapkan fakta dan kutipan secara akurat, tidak emosional dan sensasional, seimbang dan adil, berupaya selalu dalam kerangka *cover both side*, serta selalu menempatkan dan mempertimbangkan kepentingan publik (Dewan Pers, 2003:9). Pers juga wajib

menghindarkan hal-hal yang bisa menimbulkan diskriminasi, dan menggunakan bahasa yang patut. Dengan begitu dalam etika jurnalistik, bagi pers yang menerapkan etika dengan baik maka akan mendapatkan dua keuntungan ; pertama, berita lebih akurat dan lengkap; kedua, bisa menghindari atau meminimalisasi tuntutan hukum.

Pada akhirnya, kegiatan jurnalistik dilakukan bukan sekedar menyampaikan berita atau informasi kepada pembaca, melainkan menjadi alat untuk mengungkapkan berbagai kebenaran dibalik pemberitaan. Idealnya, kegiatan jurnalisme tidak hanya mampu menjawab pertanyaan-pertanyaan klasik 5W+1H, tetapi hendaknya mampu menjawab pertanyaan mengapa sebuah peristiwa terjadi atau apa dibalik sebuah peristiwa.

2.9 Sejarah Singkat Dan Tinjauan Tentang Kode Etik Jurnalistik

Secara profesional, hampir setiap profesi memiliki landasan moral sebagai dasar acuan bagi mereka untuk menjalankan tugas. Dalam konteks personal, para profesional memiliki landasan moral agama sebagaimana dipaparkan di atas. Namun, dalam konteks komunal, setiap kelompok profesional memiliki kesepakatan-kesepakatan dasar yang dijadikan acuan bagi mereka untuk merumuskan landasan moral profesi. Kesepakatan tersebut lahir dengan menggunakan parameter baik-buruk berdasarkan hati nurani mereka. Kesepakatan itu sering disebut sebagai kode etik profesi, seperti kode etik dokter, kode etik pengacara, kode etik apoteker, kode etik wartawan, kode etik profesi lainnya.

Wartawan adalah sebuah profesi, sehingga orang yang bertugas sebagai wartawan adalah orang yang profesional. Lakshamana Rao (Hikmat, 2011:151) mengemukakan, sebuah pekerjaan dapat disebut sebagai sebuah profesi jika memiliki empat hal sebagai berikut:

1. Harus terdapat kebebasan dalam pekerjaan tersebut.
2. Harus ada panggilan dan keterikatan dengan pekerjaan tersebut.
3. Harus ada keahlian.
4. Harus ada tanggung jawab yang teriakt pada kode etik pekerjaan.

Tampaknya, empat hal tersebut memenuhi pekerjaan wartawan, sehingga wartawan adalah profesi, tidak hanya menyangkut kemampuan atau keterampilan dalam menjalankan tugas kewartawanan, mencari, meramu dan menyajikan berita, tetapi juga mengetahui, memahami, menghayati dan mengamalkan kode etik dengan ikhlas, konsekuen dan konsisten. Dalam setiap gerak langkah menjalankan tugas jurnalistik, wartawan selalu dipenuhi semangat penjiwaan dan pengalaman kode etik jurnalistik.

Seperti halnya profesi lainnya, wartawan memiliki kesepakatan-kesepakatan yang berlandaskan hati nurani mereka, landasan moral tersebut yang disebut sebagai kode etik wartawan atau lebih populer dengan sebutan KEJ (Kode Etik Jurnalistik). Naungan Harahap (dalam Hikmat, 2011:152) mengatakan bahwa:

> "Kode etik wartawan adalah landasan moral bagi wartawan yang berisi kaidah penuntun serta pemberi arah tentang apa yang seharusnya dilakukan dan tentang apa yang seharusnya tidak dilakukan wartawan dalam menjalankan tugas-tugas jurnalistiknya".

Karena berlandaskan hati nurani wartawan, kode etik wartawan sering disebut juga sebagai kata hati para wartawan. Oleh karena itu, setiap wartawan wajib menghayati kode etik untuk kemudian mengamalkan dengan sungguh-sungguh ketika menjalankan tugas sehari-hari. Sebagaimana kode etik profesi lainnya, kode etik wartawan pun pada hakikatnya mencakup upaya manusia untuk menilai atau memutuskan suatu perbuatan atau sikap mana yang baik dan mana yang buruk; mana yang benar dan mana yang salah. Oleh karena itu, konsekuensi dari kode etik ini, terdapat sanksi-sanksi jika dilakukan pelanggaran.

Kaitannya dengan penegakan dan penetapan sanksi atas pelanggaran kode etik, terdapat dua prinsip yang melekat dalam kode etik wartawan, yakni, kode etik wartawan bersifat personal dan otonom dengan bertolak dari hakikat kode etik yang dibuat oleh, dari, dan untuk wartawan. Kode etik wartawan bersifat personal karena penataan atas kode etik tergantung sepenuhnya pada hati nurani wartawan. Prinsip ini sebagai konsekuensi bahwa kode etik wartawan dibuat oleh, dari, dan untuk wartawan, sehingga yang menentukan telah terjadi pelanggaran terhadap kode etik adalah para wartawan sendiri yang dalam konteks Indonesia tergabung dalam organisasi Dewan Pers. Sementara itu, yang memutuskan sanksi bagi para wartawan sepenuhnya wewenang organisasi wartawan dan atau perusahaan pers tempat wartawan tersebut bekerja.

Penetapan pelanggaran KEJ (Kode Etik Jurnalistik) berdasarkan penilaian Dewan Pers dan penjatuhan sanksi atas pelanggaran tersebut diberikan oleh organisasi kewartawanan atau perusahaan pers merupakan bukti KEJ berprinsip

otonom. Pihak lain tidak diberikan "kesempatan" untuk menjatuhkan sanksi terhadap wartawan yang melanggar KEJ.

Selain kedua prinsip tersebut, KEJ pun bersifat universal. Kode Etik yang berlaku bagi wartawan di suatu negara berlaku juga bagi wartawan di negara lain karena esensi dan prinsip-prinsip kode etik adalah bahwa berita pers harus berimbang, bersifat netral, objektif, akurat, faktual, tidak mencampuradukan fakta dan opini, tidak memasukkan hal-hal yang bersifat pribadi (*privacy*), menghormati asas praduga tidak bersalah, tidak bersifat fitnah, dusta, dan cabul, serta judul berita mencerminkan isi berita. Semua itu berlaku bagi semua wartawan di manapun berada.

Seperti halnya perjalanan kehidupan dunia kewartawanan (pers) di Indonesia, kode etik wartawan pun mengalami perjalanan sejarah yang panjang. Berikut periode masa berlakunya kode etik wartawan di Indonesia yang silih berganti sesuai tuntutan kebutuhan.

Tabel 2.1
Perjalanan Kode Etik Jurnalistik di Indonesia

No	Istilah	Periodisasi	Jumlah Pasal
1	Kode Etik Jurnalistik	1961-1968	7
2	Kode Etik Jurnalistik	1968-1973	7
3	Kode Etik Jurnalistik	1973-1980	7
4	Kode Etik Jurnalistik	1980-1990	7
5	Kode Etik Jurnalistik	1990-1994	6
6	Kode Etik Jurnalistik	1994-1998	4 Bab, 17 Pasal
7	Kode Etik Jurnalistik	1998-2003	4 Bab, 17 Pasal
8	Kode Etik Jurnalistik	2003	4 Bab, 17Pasal

Sumber : Hikmat, 2011:154

Berbicara sejarah KEJ,pasti tidak akan dapat melepaskan diri dari peran Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) karena sebelum era reformasi, PWI satu-satunya wadah tempat berhimpun para wartawan di seluruh Indonesia. Oleh karena itu, peran PWI sangat dominan dalam membidani lahirnya KEJ, sehingga pada era lalu KEJ tersebut dikenal KEJ-PWI.

KEJ-PWI pertama kali disusun dan ditetapkan oleh PWI pada tahun 1955 di Prapat, Sumatra Utara sebagai hasil dari team yang diketuai oleh S. Tasrif. Sejak itu, KEJ-PWI mengalami beberapa kali perubahan, antara lain pada kongres ke-17 di Manado, November 1983. Kemudian, pada kongres ke-18 di Samarinda, 28 November-1 Desember 1988, tetapi pada kongres itu tidak terdapat perubahan. Namun, Kongres memutuskan tidak menutup kemungkinan penyempurnaan jika Pengurus Pusat (PP) PWI menganggap perlu adanya penyempurnaan. sejalan dengan amanat kongres, pada tahun 1989 team penyempurnaan KEJ yang dibentuk PP PWI menyusun konsep penyempurnaan KEJ. Dalam kongres ke-19di Bandar Lampung, 2-5 Desember 1993, diputuskan, menugaskan PP PWI periode 1993-1998 untuk penyempurnaan KEJ. Kemudian mensyahkan melalui Konkernas di Batam tahun 1994. Konkernas menghasilkan KEJ yang disempurnakan serta menugaskan kepada PP PWI untuk menyusun penafsirannya.

Pada era reformasi,pasca berlakunya Kode Etik Jurnalistik tahun 2003 yang lahir berdasarkan hasil keputusan Kongres XXI PWI di Palangkaraya, Kalimantan Tengah, Dewan Pers menetapkan Kode Etik Jurnalistik yang berubah menjadi KEWI (Kode Etik Wartawan Indonesia). KEWI lahir berdasarkan SK Dewan Pers No. 1/SK-DP/2000 yang memuat 7 Pasal dan penafsiran. KEWI ini

hanya bertahan sampai 24 Maret 2006. Selanjutnya, melalui SK No. 03/SK-DP/III/2006, Dewan Pers mengganti KEWI menjadi Kode Etik Jurnalistik (KEJ) yang memuat 11 Pasal dan Penafsiran, mulai berlaku 24 Maret 2006.

Berlakunya KEJ yang baru ini dilatarbelakangi perkembangan sangat pesat dalamkehidupan pers nasional selama era reformasi yang didorong lahirnya Undang-Undang No.40 Tahun 1999 tentang Pokok-Pokok Kehidupan Pers di Indonesia. KEWI yang sempat disepakati oleh 26 organisasi wartawan di Bandung, 6 Agustus 1999 dinilai tidak valid dan masih perlu dilengkapi dengan menampung berbagai persoalan pers sesuai perkembangan zaman, terutama makin meningkatnya jumlah media massa, baik media cetak maupun elektronik.

2.9.1 Tinjauan Tentang Pasal 1 Kode Etik Jurnalistik

Beberapa rumusan dan tafsiran KEJ (Kode Etik Jurnalistik) memberikan dimensi baru untuk dunia pers. Salah satunya ikhwal menulis dan menyiarkan berita wartawan harus memiliki itikad baik atau sebaliknya tidak boleh beritikad buruk.

Secara subtansial pasal 1 Kode Etik Jurnalistik dapat di tafsirkan sebagai berikut :

Pasal 1

Wartawan Indonesia bersikap Independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang, dan tidak beritikad buruk.

Penafsiran

a) Independen berarti memberitakan peristiwa atau fakta sesuai dengan suara hati nurani tanpa campur tangan, paksaan, dan intervensi dari pihak lain termasuk pemilik perusahaan pers.
b) Akurat berarti dipercaya benar sesuai keadaan objek ketika peristiwa terjadi.
c) Berimbang berarti semua pihak mendapat kesempatan setara.
d) Tidak beritikad buruk berarti tidak ada niat secara sengaja dan semata-mata untuk menimbulkan kerugian pihak lain.

2.10 Pengertian Wartawan

2.10.1 Asal Kata Ruang Lingkup Wartawan

Secara bahasa wartawan diambil dari penyebutan terhadap orang yang mewartakan berita kepada masyarakat. Jadi seorang wartawan bekerja mencari berita yang aktual (hangat dan seddang diperbincangkan) dan terpercaya. Dalam tugas jurnalistiknya seorang wartawan bekerja dengan tidak mengenal waktu dan tempat. Kapan dan dimanapun ia berada, sebagian waktunya habis dipergunakan di lapangan guna mencari dan mengumpulkan informasi dari nara sumber yang harus dikejar dan diperoleh sampai dapat.

Dalam sejarah pers Indonesia, wartawan dianggap sebagai orang yang paling berjasa bagi penyebaran informasi kepada masyarakat. Dan perlu diingat bahwa menjadi wartawan bukan untuk memperoleh kekayaan

materi. Oleh karena itu, tumbuhkanlah naluri dan jiwa kewartawanan yang murni di dalam diri anda. Hal ini sangat penting agar tidak terjebak menjadi “wartawan amplop” yang bermental uang (berpura-pura menjadi wartawan padahal sebenarnya WTS- istilah bagi kelompok orang yang bekerja sebagai wartawan Tanpa Surat Kabar, berkelana melakukan peliputan secara terselubung demi mencari amplop berisi uang yang kerap dibagikan kepada pekerja pers liputan peluncuran produk).

Seorang wartawan harus memiliki minat dan keberanian, suatu pekerjaan akan terasa nikmat dan ringan apabila muncul dari dalam hati. Bakat menulis saja tidak bisa dijadikan dasar untuk menyukai bidang pekerjaan jurnalistik yang penuh resiko dan tantangan. Selain bakat menulis, dibutuhkan bakat yangkuat dari dalam diri agar bisa menjadi sinergi semangat saat menjalankan pekerjaan. Keberanian juga harus ada untuk bisa menjalankan tugas wartawan yang penuh resiko. Seorang wartawan harus berani dalam melakukan tugas perjalanan liputan ke berbagai daerah dan menghadapi segala tantangan dalam bertugas.

Menjadi wartawan bukanlah hal yang mudah. Wartawan selalu dihadapkan pada tantangan untuk terus bekerja secara profesional sekaligus mengimbangi kemajuan teknologi. Hal terpenting yang harus dimiliki oleh wartawan adalah keterampilan jurnalistik, editorial dan pengetahuan yang luas di berbagai bidang.

Dan seorang wartawan juga harus kompeten dalam melaksanakan tugas jurnalistiknya. Kompetensi wartawan itu lebih dititik beratkan pada

nilai berita yang disampaikan (*output, news value),* sistem ideal dan menjadi pegangan wartawan ketimbang hal-hal tekhnis menyangkut input-seperti latar belakang pendidikan,kemampuan,dan keterampilan serta struktur wartawan.

Kompetensi wartawan adalah kemampuan seorang wartawan melakukan kegiatan jurnalistik yang menunjukkan pengetahuan dan tanggungjawab sesuai dengan tuntutan profesionalisme yang dipersyaratkan. Kompetensi tersebut mencakup penguasaan keterampilan (*skill*), didukung dengan pengetahuan (*knowledge*), dan dilandasi kesadaran *(awarenes)* yang diperlukan dalam melaksanakan tugas dan fungsi jurnalistik (Dewan Pers,2004:21).

2.10.2 Ciri-Ciri Wartawan

Terdapat 5 (lima) ciri yang harus dimiliki oleh seorang wartawan, hal ini dijabarkan dengan penjelasan sebagai berikut (Eni Setiati, 2005 :10): pertama, menyukai tantangan. Seorang wartawan akan berhasil menekuni profesinya jika ia tidak mudah menyerah saat narasumber yang dituju tidak kunjung berhasil ditemui. Untuk mengatasi hambatan, seorang wartawan tidak boleh cepat putus asa. Berusahalah dan belajarlah mengatasi segala permasalahan yang dihadapi agar bisa menjadi pelajaran berharga dikemudian hari. Bagi wartawan, tantangan adalah “teman” yang menyenangkan bagi pekerjaannya.

Kedua berani. Berani disini memiliki arti berani menghadapi resiko. Ketiga, memiliki daya tahan tinggi dalam menjalankan tugas jurnalistiknya. Seorang wartawan harus bisa melakukan berbagai tugas liputan jurnalistik dalam segala medan penugasan dan tidak kenal waktu. Keempat, memiliki kemampuan menggali sumber informasi. Artinya, ia memiliki kemampuan mengarahkan semua potensi yang ada pada dirinya untuk menembus narasumber. Kelima, memiliki minat dan bakat dalam menulis berita, semakin besar minatnya pada bidang jurnalistik maka akan membuatnya semakin kreatif untuk mengasah bakatnya dalam bidang tulis-menulis.

2.10.3 Peran Dan Fungsi Wartawan

Berbicara mengenai peran dan fungsi wartawan maka kita mulai dengan berbicara mengenai pers saat ini, pers di Indonesia periode terakhir 1970-an hingga 1998 semata-mata menjadi corong (*maouthpiece***)** pemerintah**,** kehilangan indenpendensi dan fungsi kontrolnya. Berbagai pembatasan membuat wartawan tak bebas menulis dan sering menggunakan gaya bahasa *eufimistik* dan melakukan swa-sensor (*self censorship***)** untuk menghindarkan teguran dan pembredelan (Dewan Pers,2004:9).

Keadaan ini membuat wartawan semakin mawas diri di era kebebasan pers saat ini, agar ruang kebebasan yang saat ini diraih betul-betul dimanfaatkan secara baik dan tidak terus dihinggapi rasa

kekhawatiran dan takut serta tertekan oleh penguasa. Ekpresi dan kreatifitas wartawan harus terus diasah seiring dengan perkembangan zaman yang semakin terbuka.

Iklim kebebasan pers yang sudah mulai berkembang di Indonesia merupakan modal yang bukan saja harus dipertahankan melainkan juga harus dikembangkan, agar iklim ini semakin tumbuh sehat. Namun, kebebasan pers masih merupakan hal baru, pemerintah, masyarakat pers, dan masyarakat pembaca masih harus terus belajar untuk menggunakan kebebasan itu secara konstruktif.

Agar wartawan melakukan peran dan fungsinya secara baik, maka seorang wartawan harus memiliki kompetensi sebagai wartawan. Kompetensi wartawan bukanlah seperangkat hukum atau peraturan yang bersifat definitive, setiap lembaga pengkajian media institusi media organisasi wartawan dapat merumuskan standar kompetensi sesuai dengan kebutuhan.

Berdasarkan wacana yang berkembang saat ini, maka kompetensi wartawan memiliki aspek-aspek kompetensi sebagai berikut :

1. Kesadaran (*awarenes***)** mencakup kesadaran tentang etika, hukum, dan karir.
2. Pengetahuan (*knowledge***)** mencakup pengetahuan umum dan pengetahuan khusus sesuai bidang kewartawanan yang bersangkutan.

3. Keterampilan (*skill***)** mencakup keterampilan menulis wawancara, riset, investigasi, menggunakan peralatan, seperti komputer, kamera, mesin scanner, faksimile, dan sebagainya (Dewan Pers, 2004:22).