JURNAL DEWAN PERS
VOL. 23 JULI 2022

WAJAH PERS DALAM KAJIAN

Tantangan Pers:
Disrupsi Teknologi Informasi
dan Pemilu 2024

PERAN PERS DALAM PENANGANAN PANDEMI COVID-19

JURNAL DEWAN PERS
Edisi **23**

PENGARAH
Azyumardi Azra
M. Agung Dharmajaya

PEMIMPIN REDAKSI/ PENANGGUNGJAWAB
Ninik Rahayu

WAKIL PEMIMPIN REDAKSI
Asmono Wikan
Yadi Hendriana
Paulus Tri Agung Kristanto
Totok Suryanto
Arif Zulkifli
Atmaji Sapto Anggoro

PENYUNTING
Winarto

KATA PENGANTAR
Azyumardi Azra

EDITORIAL
Ninik Rahayu

SEKRETARIAT
Syaefudin
Deritawati
Sri Lestari
Watini

ARTISTIK
Sudarwanto BR

© 2022 DEWAN PERS
ISSN 2085-6199

SEKRETARIAT DEWAN PERS
Gedung Dewan Pers, Lt. 7-8
Jl. Kebon Sirih No. 32-34
Jakarta Pusat
Telp. (021) 3504874, 3504875, 350487477
Faks. (021) 3452030

Website
www.dewanpers.or.id
www.presscouncil.or.id

E-mail
sekretariat@dewanpers.or.id

Twitter
@dewanpers

D A F T A R I S I

(hal. 04)
KATA PENGANTAR
TANTANGAN PERS: DISRUPSI TEKNOLOGI INFORMASI DAN PEMILU 2024
Oleh: **AZYUMARDI AZRA,** Ketua Dewan Pers

(hal. 07)
EDITORIAL
WAJAH MEDIA DALAM KAJIAN
Oleh: **NINIK RAHAYU**
Ketua Komisi Penelitian, Pendataan, dan Ratifikasi Pers Pers

KAJIAN UTAMA

(hal. 10)
MEDIA SEBAGAI KOMUNIKATOR KESEHATAN PUBLIK
Oleh: **WINARTO**

(hal. 27)
MEDIA ONLINE MISKIN PERSPEKTIF "JURNALISME KEBENCANAAN"
Oleh: **ASEP SETIAWAN**

(hal. 37)
KEPERCAYAAN PUBLIK TERHADAP MEDIA ARUS UTAMA DI MASA PANDEMI
Oleh: **RETNO INTANI ZA**

(hal. 44)
MENYOAL PEMAHAMAN JURNALIS TERHADAP KODE ETIK JURNALISTIK
Oleh: **ARTINI, LESTARI NURHAJATI, XENIA ANGELICA WIJAYANTO**

AZYUMARDI AZRA Ketua Dewan Pers

TANTANGAN PERS: DISRUPSI TEKNOLOGI INFORMASI DAN PEMILU 2024

Jurnal Dewan Pers Nomor 23 Tahun 2022 dapat dikatakan sebagai edisi spesial karena dua hal. Pertama, edisi kali ini menyajikan secara khusus hasil sejumlah penelitian yang diselenggarakan Dewan Pers bersama beberapa perguruan tinggi. Kedua, edisi kali ini diterbitkan pada masa awal kepengurusan/keanggotaan baru Dewan Pers yaitu kepengurusan untuk masa 2022-2025. Perlu diketahui, bahwa keanggotaan Dewan Pers periode 2019-2022 telah berakhir pada pertengahan Mei 2022.

Diamanatkan UU Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers bahwa salah satu fungsi Dewan Pers adalah melakukan kajian-kajian untuk mengembangkan kehidupan pers. Oleh sebab itu, pelaksanaan berbagai kajian atau penelitian tentang pers selama ini telah menjadi "tradisi", sebagai bagian dari agenda kerja Dewan Pers. Namun, hal itu bukan semata-mata karena perintah undang-undang. Lebih dari itu, karena adanya kesadaran akan arti penting kegiatan riset dan hasil-hasil riset sebagai dasar pijakan bagi Dewan Pers dalam pengambilan kebijakan dan keputusan-keputusan penting.

Penyelenggaraan Survei Indeks Kemerdekaan Pers (IKP) misalnya, sejak tahun 2016 telah menjadi program kerja tahunan Dewan Pers. Survei IKP bertujuan untuk memantau kondisi kemerdekaan pers di Indonesia, maju-mundurnya pelaksanaan hak atas kemerdekaan pers, untuk menyebarkan informasi, menyampaikan pendapat sebagai bagian penting dari kehidupan

demokrasi. Survei IKP membantu mengidentifikasi berbagai persoalan yang menghambat dan menentukan formulasi untuk perbaikan dan peningkatan kualitas kemerdekaan pers.

Selain Survei IKP, Dewan Pers menyelenggarakan penelitian-penelitian skala kecil – dalam konteks penyediaan anggarannya – sedikitnya dua kali dalam satu tahun. Pada tahun 2020 dan 2021, ada empat penelitian yang dilakukan Dewan Pers bekerjasama dengan lembaga perguruan tinggi. Hasilnya sudah dilaporkan ke Dewan Pers dan dipresentasikan di depan publik. Keempat hasil penelitian itulah yang disajikan dalam *Jurnal Dewan Pers* edisi ke 23 Tahun 2022 ini.

Sementara itu, Dewan Pers 2022-2025 akan menghadapi sejumlah tantangan tidak ringan. Tantangan pertama terkait dengan perkembangan teknologi informasi digital yang menimbulkan disrupsi, keguncangan besar dalam kehidupan masyarakat di berbagai bidang, termasuk kehidupan pers. Di satu sisi kemajuan tekonologi informasi digital mendorong semakin banyaknya media baru khususnya yang berbasis internet, sehingga publik mempunyai lebih banyak pilihan sumber informasi. Namun, di sisi lain, persaingan dalam bisnis media menjadi semakin ketat. Selain berkompetisi dengan sesamanya, institusi pers juga menghadapi pesaing yang justru lebih berat yaitu penyedia platform digital global – Google, Facebook, YouTube, dan lain lain – yang mencaplok sebagian besar kue iklan yang selama ini dinikmati industri pers.

Data eMarketer menyebutkan bahwa selama empat tahun terakhir dari 2019-2022 belanja iklan di Indonesia naik dua kali lipat, dan diperkirakan akan terus tumbuh di tahun tahun mendatang. Namun, sejauh ini tercatat 70 persen dari belanja iklan digital di Indonesia dikuasai oleh dua perusahaan platform global yaitu Google dan Facebook. Sisanya, 30 persen diperebutkan oleh ribuan media massa di Indonesia.[1]

Melihat realitas seperti ini Dewan Pers tentu tidak akan berpangku tangan. Upaya yang telah dan akan terus dilakukan Dewan Pers antara lain yaitu, mendorong pemerintah mengeluarkan regulasi tentang *publisher right*, untuk mewajibkan perusahaan-perusahaan platform digital berbagi keuntungan – yang diperoleh dari iklan – dengan para penyedia konten berita.

> ***Dewan Pers mendorong media pers agar mampu menjalankan fungsinya sebagai media referensi bagi publik, tempat masyarakat menemukan informasi yang benar dan terverifikasi.***

Revolusi teknologi informasi juga menumbuhsuburkan hoaks, disinformasi dan misinformasi, ujaran kebencian, pornografi dan kekerasan seksual berbasis online. Dampak revolusi teknologi digital telah terlihat dalam sepuluh terakhir, dan semakin terasakan pada beberapa tahun terakhir, lebih-lebih ketika terjadi pandemi Covid-19.

Hal ini pun menjadi 'pekerjaan rumah' cukup berat bagi Dewan Pers untuk mencari solusi terbaik. Dalam hal ini Dewan Pers mendorong media pers agar mampu menjalankan fungsinya sebagai media referensi bagi publik, tempat masyarakat menemukan informasi yang benar dan terverifikasi. Berbagai program seperti uji kompetensi wartawan, verifikasi perusahaan pers, akan semakin ditingkatkan, agar media dan wartawan mampu memenuhi kualifikasi sebagai media dan wartawan profesional.

1 Agus Sudibyo, Dialektika Industri Media Nasional Menghadapi Disrupsi Digital, Jakarta: Dewan Pers, 2021.

>> Diskusi Konvensi Nasional Media Masa dalam acara Hari Pers Nasional, Di mana problem pers di Indonesia terkait dengan disrupsi dan posisi media massa khususnya di Indonesia di era transformasi digital, pada Selasa (8/2/2022) di Kendari, Sulawesi Tenggara (Foto: Dok. Dewan Pers)

Tantangan lain bagi Dewan Pers periode 2022-2025 yaitu penyelenggaraan pesta demokrasi, Pemilu 2024. Suhu politik yang akan menghangat dan semakin panas pada menjelang dan selama pelaksanaan pemilu berpotensi melahirkan konflik politik dan sosial. Konflik antar-elite politik tidak jarang berkembang menjadi konfik sosial antar-kelompok masyarakat. Dalam konteks ini kekerasan terhadap pers dan jurnalis berpotensi meningkat pula. Munculnya media media partisan menjadi ancaman bagi independensi pers, dan berpotensi meningkatkan jumlah sengketa pers. Dalam kaitan ini Dewan Pers siap memfasilitasi dan memediasi pihak-pihak yang bersengketa menyangkut perkara pers guna memperoleh penyelesaian sesuai UU Pers dan Kode Etik Jurnalistik.

Secara konsisten Dewan Pers mendorong media dan jurnalis menjalankan tugas-tugas profesinya, menyampaikan informasi, melakukan kontrol sosial dan edukasi bagi publik. Dewan Pers selalu mengingatkan pers sebagai pilar ke-empat demokrasi yang bermakna ikut menjaga agar penyelenggaraan pemerintahan dan negara berjalan sesuai prinsip-prisip demokrasi. Dewan Pers juga mengharapkan agar pers mampu menjaga kohesi sosial, menjadi perekat antar unsur masyarakat. Dengan berlaku demikian pers akan tetap memperoleh kepercayaan masyarakat. ■

WAJAH MEDIA DALAM KAJIAN

Oleh:
NINIK RAHAYU
Ketua Komisi Penelitian, Pendataan, dan Ratifikasi Pers Pers

Pembaca yang budiman,

Jurnal Dewan Pers Edisi 23 yang terbit pada pertengahan tahun 2022 ini mengambil tema "Wajah Media dalam Kajian" karena secara khusus menyajikan temuan-temuan penting dari sejumlah penelitian yang diselenggarakan Dewan Pers bekerjasama dengan beberapa perguruan tinggi pada 2020 dan 2021. Dari empat penelitian yang dikaji dalam jurnal kali ini, tiga diantaranya menyoroti peran media terkait dengan pemberitaan dalam situasi pandemi Covid-19. Satu tulisan lainnya menganalisis hasil penelitian mengenai tingkat kepatuhan jurnalis terhadap Kode Etik Jurnalistik.

Di tengah pandemi Covid-19 yang masih berlangsung, jurnalisme kebencanaan merupakan suatu perspektif yang masih langka dijumpai dalam pemberitaan. Hal ini mengemuka dalam tulisan "Media Online Miskin Perspektif Jurnalisme Kebencanaan" yang dituliskan oleh Asep Setiawan, Anggota Dewan Pers Periode 2019-2022. Berdasarkan penelitian "*Analisis Isi Pemberitaan Covid-19 pada Media Online di Indonesia Maret 2020-Februari 2021*" yang dikaji, ia mencatat antara lain kebutuhan pelatihan jurnalisme kebencanaan bagi jurnalis agar media dapat berperan memberikan pendidikan selain sebagai sumber informasi.

Di sisi lain, tulisan berjudul "Media sebagai Komunikator Kesehatan Publik" menyajikan pandangan masyarakat atas pemberitaan media tentang situasi pandemi Covid-19. Tulisan ini disajikan oleh Winarto, Tenaga Ahli Dewan Pers 2019-2022, sebagai ulasan terhadap hasil survei "Persepsi Publik terhadap Pemberitaan Covid-19" yang diselenggarakan pada tahun 2021. Sejumlah catatan disampaikan penulis,

>> Wartawan menunggu Jumpa Pers di Dewan Pers pada Jumat (15/7/2022) (Foto: Dok. Dewan Pers)

antara lain temuan kepercayaan terhadap pemberitaan Covid-19 di media sosial, yang perlu ditelusuri lebih lanjut apakah merupakan produksi perorangan atau sebagai konten dari media arus utama yang dibagikan ke media sosial.

Topik lainnya mengenai "Kepercayaan Publik terhadap Media Arus Utama di Masa Pandemi" ditulis oleh Retno Intani ZA, seorang praktisi media, dosen serta Ketua Bidang Pendidikan dan Latihan SMSI Pusat. Tulisan ini mengulas hasil penelitian dengan topik yang sama yang dilakukan pada tahun 2021. Beberapa komentarnya antara lain menyoroti temuan hasil penelitian yang menggambarkan preferensi masyarakat memanfaatkan media sosial dalam pencarian informasi.

Tulisan berikutnya disajikan oleh Artini, Lestari Nurhajati, Xenia Angelica Wijayanto, dengan topik "Menyoal Pemahaman Jurnalis terhadap Kode Etik Jurnalistik". Tulisan ini menyajikan telaah atas laporan hasil penelitian "Pemahaman Kode Etik Jurnalistik di Kalangan Jurnalis Indonesia" pada tahun 2020. Dari tulisan ini, dapat diketahui bahwa secara normatif jurnalis telah mengetahui dan memahami Kode Etik Jurnalistik. Namun, masih terdapat sebagian diantaranya yang tidak menjalankannya, termasuk masih adanya jurnalis yang tidak berperspektif gender dalam menuliskan berita kekerasan terhadap perempuan dan anak.

Ketiga penelitian terkait pandemi Covid-19 tersebut akan menjadi sempurna jika dalam analisisnya mengintegrasikan perspektif gender. Survei Komnas Perempuan mengenai situasi perempuan di masa pandemi yang dirilis pada 2020 mengidentifikasi berbagai bentuk kerentanan khusus yang dialami perempuan. Pada situasi dan kondisi inilah, peran pers sangat penting untuk mampu menggali dan menjangkau kebutuhan dan kerentanan spesifik serta bentuk kekerasan yang dialami selama masa pandemi. Mereka yang bekerja di sektor rumah

tangga (Pekerja Rumah Tangga), pekerja rumahan, ibu rumah tangga, serta perempuan yang bekerja di sektor formal rentan mengalami kekerasan.

Tiga hasil penelitian yang dituangkan dalam jurnal ini nampaknya luput menggali informasi dari para narasumber yang mewakili kebutuhan dan kepentingan spesifik perempuan di masa pandemi. Di sisi lain, informasi mengenai hal ini bukan hal yang sulit untuk diakses oleh jurnalis. Misalnya, "Puan Bicara" salah satu buku yang berisi kumpulan tulisan oleh perempuan tentang cara perempuan menghadapi pandemi Covid 19. Buku ini menguraikan berbagai terobosan yang dilakukan perempuan bersama keluarga ataupun komunitasnya untuk menghadapi Covid-19 dan bergotong-royong membangun kekuatan. Dari perspektif jurnalisme kebencanaan, informasi ini akan sangat penting dibagikan di masa pandemi. Dengan demikian, kepuasan masyarakat tentang peran pers yang mampu menyuguhkan berita yang aktual tentang pandemi dapat diukur pula dari indikator pemberitaan yang responsif gender.

Sementara itu, Kode Etik Jurnalistik hendaknya menjadi bagian hidup yang tak terpisahkan pada setiap jurnalis. Walaupun demikian, hasil penelitian yang dikaji dalam jurnal ini menunjukkan, terdapat berbagai bentuk potensi pelanggaran Kode Etik Jurnalistik yang dilakukan jurnalis.

Oleh karena itu para jurnalis hendaknya terus-menerus memacu diri untuk setia berpedoman pada Kode Etik Jurnalistik. Selain itu, organisasi jurnalis, perusahaan pers, dan konstituen Dewan Pers juga agar memainkan peran untuk melakukan pengawasan internal dan melakukan upaya penegakan atas pelanggaran terhadap Kode Etik Jurnalistik yang terjadi.

Ke depan, Dewan Pers dengan melibatkan konstituen serta *stakeholders* lainnya perlu menyusun berbagai regulasi yang memuat pedoman pemberitaan peristiwa yang bernuansa kekerasan-terutama kekerasan seksual-terhadap perempuan dan anak, SARA, dan lainnya. Pedoman tersebut juga perlu mengatur materi muatan substantif yang selama ini masih sering menimbulkan salah tafsir dan mengakibatkan para jurnalis harus berurusan dengan Dewan Pers ataupun institusi penegak hukum.

Para jurnalis hendaknya terus-menerus memacu diri untuk setia berpedoman pada Kode Etik Jurnalistik. Selain itu, organisasi jurnalis, perusahaan pers, dan konstituen Dewan Pers juga agar memainkan peran untuk melakukan pengawasan internal dan melakukan upaya penegakan atas pelanggaran terhadap Kode Etik Jurnalistik yang terjadi.

Tim pengelola *Jurnal Dewan Pers* berharap sajian kali ini dapat dimanfaatkan khususnya oleh masyarakat media untuk mengambil langkah yang efektif dalam upaya meningkatkan peran perusahaan pers sebagai pemberi informasi yang mendidik kepada masyarakat. Demikian pula dengan upaya untuk meningkatkan profesionalisme jurnalis melalui penerapan Kode Etik Jurnalistik dan pengawasannya oleh masing-masing perusahaan pers. ■

MEDIA SEBAGAI KOMUNIKATOR KESEHATAN PUBLIK

Oleh: **WINARTO***)

Catatan atas Hasil Survei "Persepsi Publik Terhadap Pemberitaan Covid 19"

Pandemi Covid 19 yang melanda hampir semua negara di dunia, termasuk Indonesia, dan menelan korban ribuan jiwa, telah menyita perhatian media. Bukan saja karena Covid 19 merupakan hal baru, tetapi terlebih karena dampaknya yang cukup luas. Covid 19 tidak hanya berdampak terhadap kondisi kesehatan masyarakat, berupa banyaknya jumlah korban yang terpapar virus dan sebagian dari mereka meninggal dunia, namun juga menimbulkan masalah sosial dan ekonomi yang luas, bahkan memicu konflik politik. Bagi media (pers) fenomena Covid 19 merupakan bahan sangat menarik dan penting untuk diberitakan. Berita-berita tentang Covid 19 dengan berbagai aspeknya mampu memancing perhatian publik.

Dalam penanganan pandemi Covid 19 media mempunyai peran penting dan strategis. Diharapkan, media mampu menyampaikan infor-

masi terkait Covid 19 dengan baik, sehingga bisa menjadi rujukan bagi masyarakat secara umum dan para pemangku kepentingan publik dalam upaya menanggulangi wabah penyakit ini. Secara ideal, sebagaimana diamanatkan UU Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers, media (pers) menjalankan fungsi sebagai penyebar informasi, media pendidikan, hiburan, dan kontrol sosial. Pun, dalam pemberitaan pandemi Covid 19 media pers dituntut menjalankan fungsi-fungsi tersebut. Di dalam situasi maraknya penyebaran hoaks, khususnya melalui media sosial, media pers diharapkan mampu menjadi rujukan untuk mencek kebenaran informasi sehingga bisa menjadi panduan bagi publik dalam memahami, memaknai dan mengambil sikap atau tindakan atas informasi yang beredar terkait Covid 19. Akan tetapi, di tengah iklim usaha yang semakin kompetitif dan sulit, timbul pertanyaan: apakah pers masih mampu secara konsisten menjalankan fungsi-fungsi ideal tersebut? Khususnya terkait masalah Covid 19, apakah publik merasa memperoleh manfaat dari pemberitaan pers?

Berdasar pemikiran itu Dewan Pers menginisiasi penyelenggaraan survei untuk mengetahui bagaimana persepsi publik terhadap pemberitaan Covid 19. Dewan Pers kemudian menggandeng tim peneliti dari Universitas Multimedia Nusantara (UMN) Tangerang, untuk melakukan penelitian dalam bentuk survei ini. Hasil survei telah dipresentasikan di depan publik pada pertengahan tahun 2021.

Tulisan ini merupakan catatan terhadap pelaksanaan dan hasil survei sebagai masukan bagi penyelenggaraan penelitian lanjutan di masa mendatang. Data-data tentang hasil survei diambil dari laporan yang disampaikan Tim Peneliti kepada Dewan Pers.[1]

1 Tim peneliti dari UMN: Sita Winiawati Dewi, Utami Diah Kusumawati, dan Albertus Magnus Prestianta.

TUJUAN SURVEI

Survei Persepsi Publik terhadap Pemberitaan Covid 19 ini bertujuan untuk mengukur persepsi publik terhadap pemberitaan Covid-19 di Indonesia dan bagaimana mereka merespons informasi yang mereka dapatkan. Persepsi publik atas pemberitaan Covid-19 dapat memberi petunjuk mengenai kinerja pers di benak publik. Apakah publik menilai pers Indonesia masih mampu menjalankan fungsi-fungsi idealnya di tengah krisis kesehatan yang melanda dunia? Bagaimana publik mengevaluasi kinerja pers dalam memberitakan Covid-19?

Survei juga dimaksudkan untuk mengetahui media yang menjadi rujukan utama responden guna mendapatkan informasi mengenai Covid-19 untuk mengukur platform yang menjadi '*top of mind*'. Sejumlah laporan menyebutkan peningkatan konsumsi berita dari media konvensional di awal pandemi. Digital News Report 2020 yang dirilis oleh Reuters Institute mengidentifikasi peningkatan konsumsi berita di beberapa platform, termasuk televisi dan portal berita, dan penurunan oplah surat kabar di periode waktu yang sama di berbagai penjuru dunia.[2] Laporan terbaru yang dirilis tahun 2021 menunjukkan kecenderungan yang sama, dan secara khusus menyebut peningkatan konsumsi berita lewat media sosial terutama di kelompok usia muda dan berpendidikan rendah[3].

Sementara itu, sebuah survei yang dilakukan di Indonesia menunjukkan popularitas media digital berbasis sosial di masyarakat, terma-

2 Newman, Nic, "Digital News Report 2020," Reuters Institute for the Study of Journalism, diakses 29 Juni 2021 https://www.digitalnewsreport.org/survey/2020/overview-key-findings-2020/.

3 Newman, Nic, Richard Fletcher, Anne Schulz, Simge Andı, Craig T. Robertson, and Rasmus Kleis Nielsen, "Digital News Report 2021," Reuters Institute for the Study of Journalism, diakses 29 Juni 2021 https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021.

suk dalam konteks pencarian informasi terkait Covid-19[4]. Medium komunikasi dan jejaring sosial berbasis digital seperti Facebook dan WhatsApp adalah beberapa platform yang digunakan dan dirujuk pengguna untuk mencari informasi. Sebuah data yang dirilis pada 2021 menyebut, ada 170 juta pengguna aktif media sosial, atau sekitar 61% dari keseluruhan populasi.[5] Temuan tersebut patut dipertimbangkan dan dikembangkan dalam studi-studi yang relevan, termasuk penelitian ini, untuk mengukur respons publik terhadap sebuah informasi yang penting dan berdampak langsung pada publik dan penanganan pandemi.

METODOLOGI

Fakta dan data yang tersaji dalam laporan ini dikumpulkan melalui survei daring terhadap masyarakat Indonesia. Tim peneliti menggandeng perusahaan aplikasi survei terbuka Jajak Pendapat (Jakpat) untuk mengumpulkan responden dan melakukan survei secara daring. Survei daring dilakukan pada tanggal 6 Mei 2021 hingga 29 Mei 2021.

Responden. Metode survei yang digunakan adalah metode tidak acak atau *non-probability sampling* dari populasi responden Jakpat Mobile Responden yang tersebar di Indonesia. Survei menjangkau 1.119 responden (*margin of error* <3%) berusia 15 tahun ke atas, yang terdiri dari 624 responden laki-laki dan 495 responden perempuan dengan distribusi 20% responden dari Pulau Sumatera, 53% dari Pulau Jawa, 7% dari Pulau Kalimantan, 12% dari Pulau Sulawesi, 5% dari Pulau Bali dan Nusa Tenggara, 2% dari Maluku dan Ambon serta 1% dari Papua. Sebanyak 18,7% responden berpenghasilan antara Rp250.000-Rp500.000, 15,5% berpenghasilan Rp1.000.000-Rp1.500.000, dan 12,9% berpenghasilan Rp1.500.000 - Rp2.000.000. Populasi responden dalam survei ini merepresentasikan populasi Indonesia yang memiliki akses ke internet berdasarkan data populasi sampel Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2019-2020.

Kuesioner. Kuesioner terdiri dari 30 pertanyaan yang mencakup profil demografis, tingkat pendidikan dan pendapatan per bulan, serta pertanyaan seputar preferensi media dan evaluasi terhadap peran media selama pandemi Covid-19. Pertanyaan untuk mengukur bagaimana responden mengevaluasi kerja pers dirancang berdasarkan panduan kerja pers secara umum yang diatur dalam Undang-Undang Pers 1999 dan panduan peliputan pandemi Covid-19 yang dirilis oleh sejumlah akademisi[6] dan kelompok nonprofit International Media Support[7] selama pandemi ini berlangsung.

TEMUAN DAN BAHASAN

Survei Persepsi Publik Terhadap Pemberitaan Covid 19 ini menghasilkan cukup banyak temuan penting dan menarik. Survei tidak hanya mengungkap bagaimana publik (responden) menilai kinerja media, pers khususnya, dalam pemberitaan dan penyampaian informasi mengenai Covid 19; lebih jauh lagi berupaya menggali apa dampak pemberitaan tentang Covid 19 terhadap responden, apakah responden memperoleh manfaat dari pemberitaan dan penyebaran informasi tentang Covid 19 atau

4 "Survei persepsi CSO atas program pemerintah dalam penanganan Covid-19," Infid, diakses 29 Juni 2021 https://www.infid.org/publication/read/Hasil-Survei-Warga-dan-OMS.

5 Kemp, Simon, "Digital 2121: Indonesia," Datareportal, diakses 29 Juni 2021, https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia.

6 Anwar, Ayesha, Meryem Malik, Vaseeza Raees, and Anjum Anwar, "Role of Mass Media and Public Health Communications in the Covid-19 Pandemic," *Cureus* 12, no.9 (Sept, 2020)

7 Covid-19 Reporting Guidelines," International Media Support, diakses 29 Juni 2021, https://www.mediasupport.org/wp-content/uploads/2020/04/IMS-Covid-19-Reporting-Guidelines-V1.pdf.

apakah mereka justru merasakan dampak buruk dari pemberitaan dan penyebaran informasi tersebut.

Secara umum hasil survei menunjukkan penilaian positif sebagian besar responden terhadap kinerja media dan kualitas pemberitaan tentang Covid 19. Lebih dari separuh responden misalnya, menyatakan setuju dan sangat setuju bahwa dalam pemberitaannya pers mengutip sumber-sumber terpercaya, otoritas kesehatan baik nasional maupun internasional yang berkompeten menangani pandemi Covid 19 seperti Kementerian Kesehatan, Satgas Covid 19, WHO. Kebanyakan responden menyetujui pernyataan bahwa pers berkontribusi melawan penyebaran hoaks, disinformasi dan misinformasi; bahwa pers mampu memilah dan memisahkan pernyataan ilmiah dari pernyataan politis terkait isu Covid 19. Mayoritas responden juga setuju bahwa media telah menyampaikan informasi sesuai kebutuhan masyarakat.

Menyangkut dampak pemberitaan Covid 19 hasil survei mengungkapkan adanya respons positif responden antara lain bahwa mereka mengadopsi gaya hidup yang lebih sehat, memanfaatkan teknologi digital untuk membantu melakukan berbagai aktivitas selama pandemi. Namun di sisi lain pemberitaan Covid 19 mempengaruhi tingkat emosi responden; ada yang merasakan kesepian, kecemasan dan kesedihan.

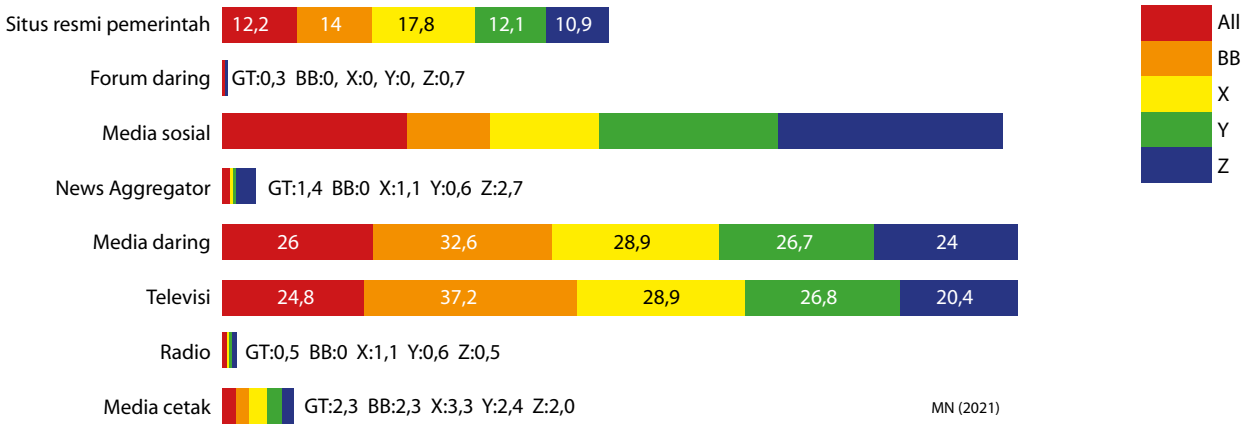
Penelitian ini juga menanyakan kepada responden preferensi media mereka dalam mengakses informasi tentang Covid 19, baik jenis (platform) maupun nama institusi medianya. Hal ini penting mengingat bahwa publik (responden) dapat menilai dan memiliki persepsi tertentu terhadap kinerja media dan kualitas pemberitaan setelah mereka mengakses berita dan informasi dari media yang menjadi preferensi mereka. Dengan mengetahui preferensi media mereka kita dapat membuat kajian lebih jauh dan menyampaikan rekomendasi bagi upaya perbaikan kinerja berbagai media tersebut dan media pada umumnya. Hasil survei menunjukkan bahwa media sosial menempati urutan teratas sebagai media tempat mencari informasi awal tentang Covid 19, disusul media mainstream yaitu portal berita (media siber) dan media televisi. Sedangkan institusi media yang paling banyak disebut oleh responden sebagai rujukan informasi Covid 19 adalah media mainstream *Kompas*, *Detik(dot)com*, *Tribun*, dan platform media sosial Facebook,YouTube, dan Line.

Karena keterbatasan ruang, tulisan ini tidak akan menampilkan seluruh temuan survei. Hanya temuan-temuan yang paling penting yang akan disampaikan dan dibahas. Temuan-temuan lain akan disingung tanpa bahasan mendalam.

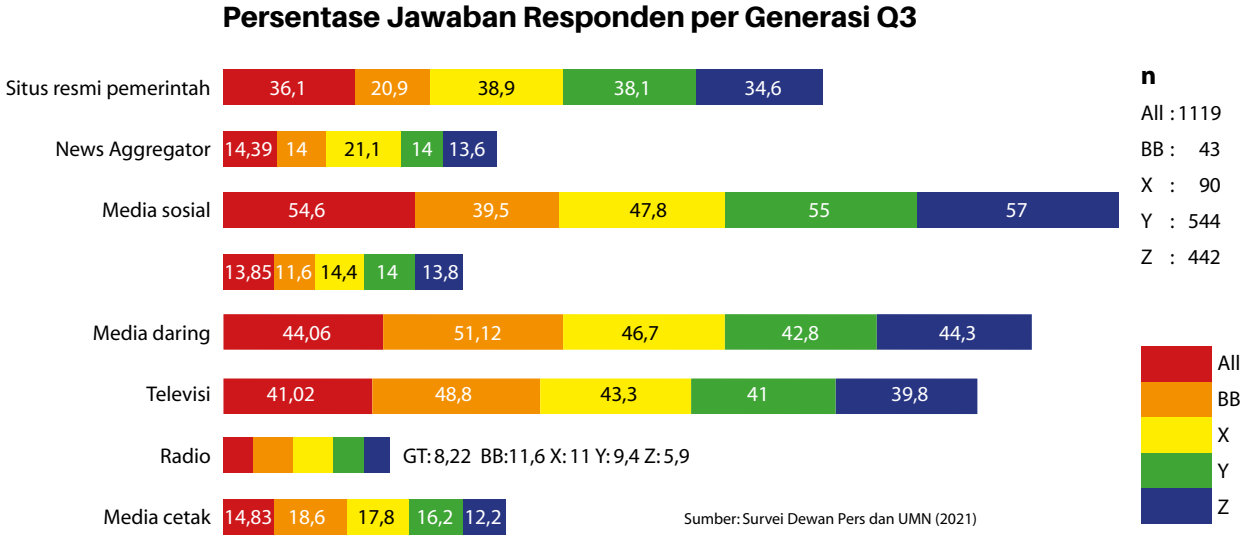
A. PREFERENSI MEDIA

Sebelum mengajukan pertanyaan terkait persepsi responden terhadap pemberitaan Covid 19, peneliti mengajukan beberapa pertanyaan kepada responden menyangkut media yang mereka akses untuk mencari informasi awal maupun lanjutan tentang Covid 19. Hasilnya sebanyak 32,4% responden menyebutkan media sosial sebagai medium yang pertama mereka pilih untuk mencari informasi awal. Posisi kedua ditempati media daring (portal berita) sebanyak 26% dan televisi (24,8%). Cukup menarik, bahwa situs pemerintah penyedia informasi Covid 19 (termasuk situs resmi Satgas Covid-19 dan badan kesehatan dunia WHO), menjadi salah satu medium pilihan responden untuk memperoleh informasi awal tentang Covid 19 yakni sebanyak 12,2% responden. Media cetak, radio, dan forum daring (seperti *Kaskus* dan *Kompasiana*) menempati posisi buntut dengan persentase berturut-turut 2,3%, 0,5%, dan 0,3%.

Responden dari generasi Z (berusia 11-25 tahun) merupakan yang terbanyak memilih media sosial sebagai sumber informasi awal ten-



Gambar 1 *Medium yang dipilih responden untuk mencari informasi awal seputar Covid-19*



Gambar 2 *Medium yang dipilih responden untuk mencari informasi lanjutan seputar Covid-19*

tang Covid 19 dengan persentase 39,2, disusul responden dari generasi yang lebih tua yaitu generasi Y (29,4%), generasi X (18,9%), dan generasi BB (Baby Boomers) (12,5%).

Sebaliknya, untuk mencari informasi awal tentang Covid 19 responden dari generasi BB adalah pengonsumsi terbesar media mainstream yaitu televisi (37,2%) dan media siber (32,6%), disusul generasi yang lebih muda.

Terhadap pertanyaan yang memungkinkan responden memilih lebih dari satu jawaban, media sosial masih menjadi pilihan terbanyak sebagai medium yang responden pilih untuk mencari informasi lanjutan (54,6%), diikuti media daring (44,01%) dan televisi (41%). Pola ini cukup konsisten dengan jawaban terhadap pertanyaan pertama. Tetapi, angka responden yang memilih situs resmi pemerintah untuk mencari informasi lanjutan meningkat hingga 36,1%, menunjukkan peningkatan kesadaran untuk melakukan verifikasi melalui sumber primer.

Gen Z, atau responden berusia 11-25 tahun, masih merupakan kelompok responden yang paling banyak memilih media sosial (57%) un-

tuk mencari informasi tambahan dibandingkan kelompok usia yang lebih tua. Sementara itu Generasi Baby Boomers merupakan kelompok usia dengan persentase paling rendah di antara kelompok usia lainnya yang memilih media sosial untuk mendapat informasi tambahan (39,5%). Kecenderungan untuk mencari informasi lanjutan ke situs resmi otoritas kesehatan merata di semua kelompok usia. Hal ini menunjukkan bahwa responden masih merujuk pada sumber primer untuk mencari informasi lanjutan.

Untuk mengetahui media apa yang banyak menjadi rujukan responden dalam mencari informasi tetang Covid 19, peneliti mengajukan sebuah pertanyaan terbuka yang meminta responden menyebutkan preferensi media untuk mencari informasi terkait Covid-19. Hasilnya, *Kompas* merupakan nama media yang paling banyak disebut oleh responden, yakni sebanyak 146 kali, diikuti *detik.com* (138 kali). Media sosial seperti Facebook, Instagram, YouTube, Google dan Line masuk ke dalam 20 besar nama media yang paling banyak disebut oleh responden.

No.	Media	Total Penyebutan
1.	Kompas	146
2.	Detik (dot) com	138
3.	Facebook	67
4.	Kompas (dot) com	66
5.	Tribun (Tribun Timur, Tribun Jakarta, Tribun, Tribun (dot) com	66
6.	CNN Indonesia	65
7.	Instagram	58
8.	YouTube	58
9.	TV One	29
10.	Kompas TV	24
11.	Google	23
12.	Twitter	19
13.	Metro TV	18
14.	Kemenkes	17
15.	Satgas covid	17
16.	Kumparan	15
17.	Covid19(dot)go(dot)id	14
18.	Line Today	14
19.	Tempo	13
20.	CNBC	12

Gambar 3a: *Institusi media rujukan bagi responden*

Berikut ini adalah visualisasi data preferensi media yang paling banyak muncul dalam jawaban responden.

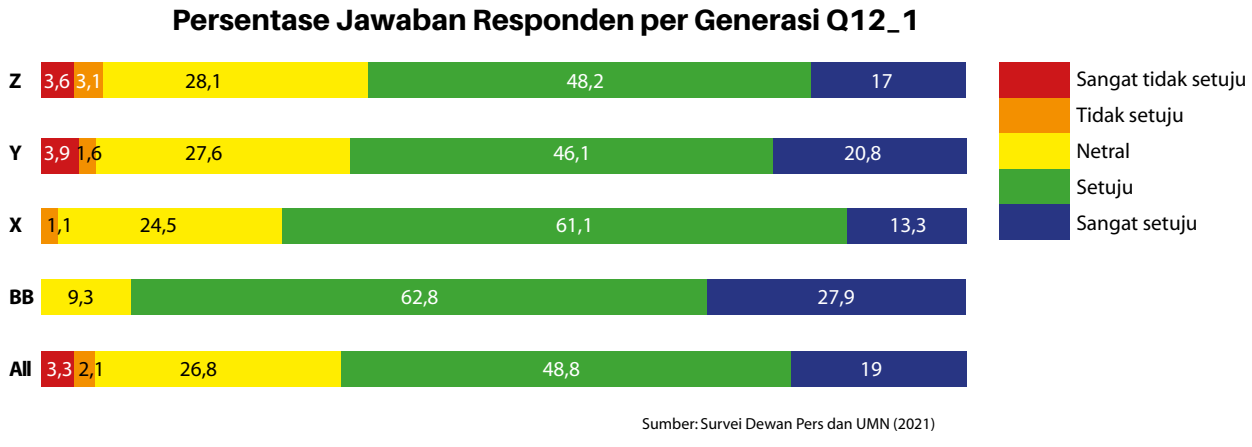
Gambar 3b: *Institusi media rujukan bagi responden*

B. PERSEPSI RESPONDEN TERHADAP PEMBERITAAN COVID-19

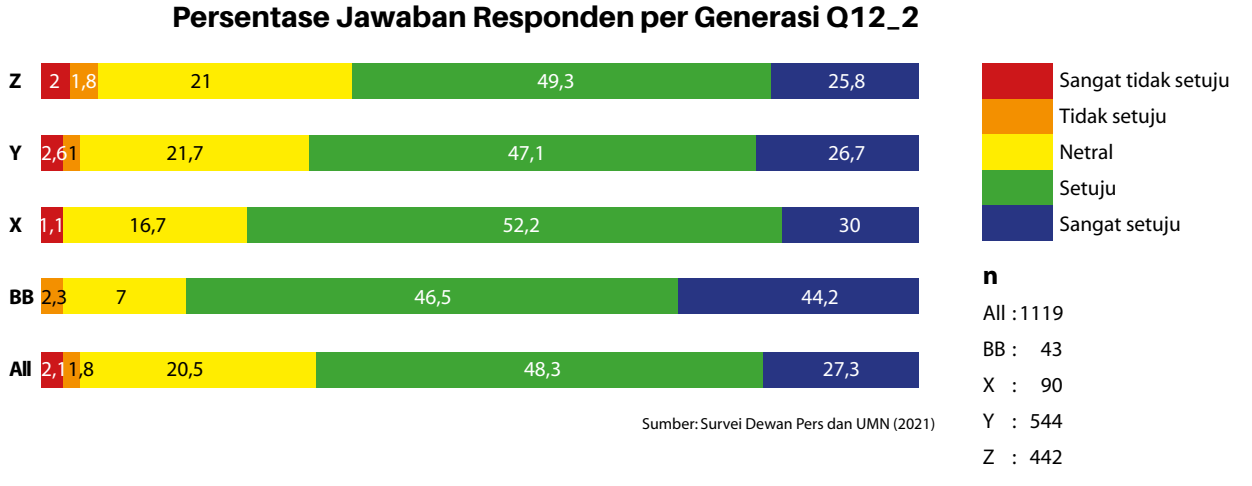
B.1. Persepsi Responden Tentang Kinerja Media

Untuk mengukur persepsi responden terhadap kinerja pers dalam meliput dan memberitakan Covid-19, Tim Peneliti mengajukan pertanyaan-pertanyaan terkait standar kerja ideal pers berdasar sejumlah kriteria yang disebut dalam panduan peliputan Covid-19 oleh International Media Support.[8] Beberapa kriteria tersebut antara lain apakah 1) Media telah mengutip sumber terpercaya; 2) Media menghubungkan publik dengan sumber terpercaya; 3) Media turut memerangi informasi yang salah (mis-informasi, disinformasi, dan mal-informasi); 4) Media tidak mengiklankan produk kesehatan yang belum teruji; 5) Media memilah dan memisahkan antara pernyataan ilmiah dengan pernyataan politis; 6) Media mengawasi dan melaporkan secara kritis ke-

8 International Media Support. "Covid-19 Reporting Guidelines." diakses 29 Juni 2021, https://www.mediasupport.org/wp-content/uploads/2020/04/IMS-Covid-19-Reporting-Guidelines-V1.pdf.



Gambar 4: *Jawaban responden tentang "Media mengutip sumber terpercaya"*



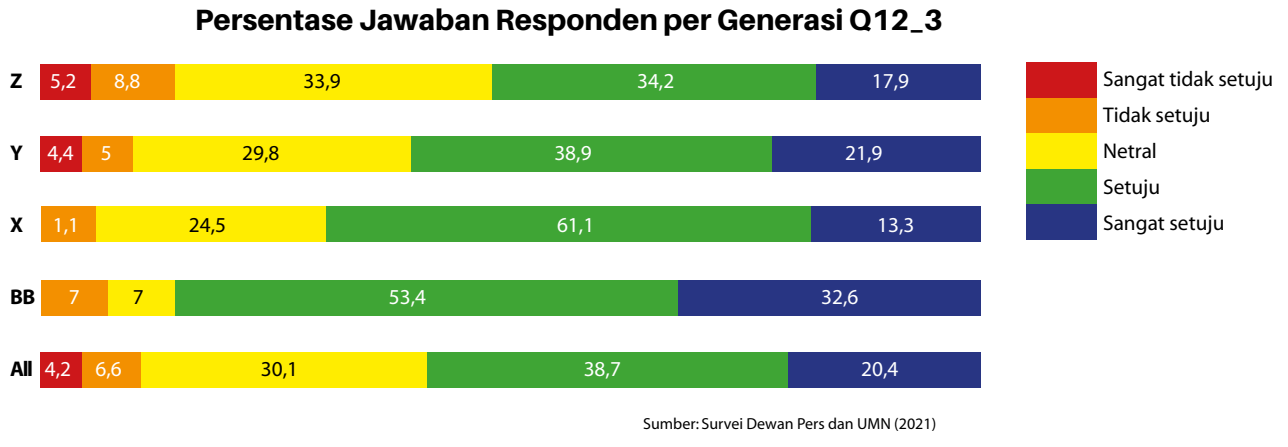
Gambar 5: *Jawaban responden tentang "Media menghubungkan publik dengan sumber terpercaya"*

bijakan pemerintah; 7) Media menampilkan gambaran tentang Covid 19 secara akurat; 8) media mengedukasi publik.

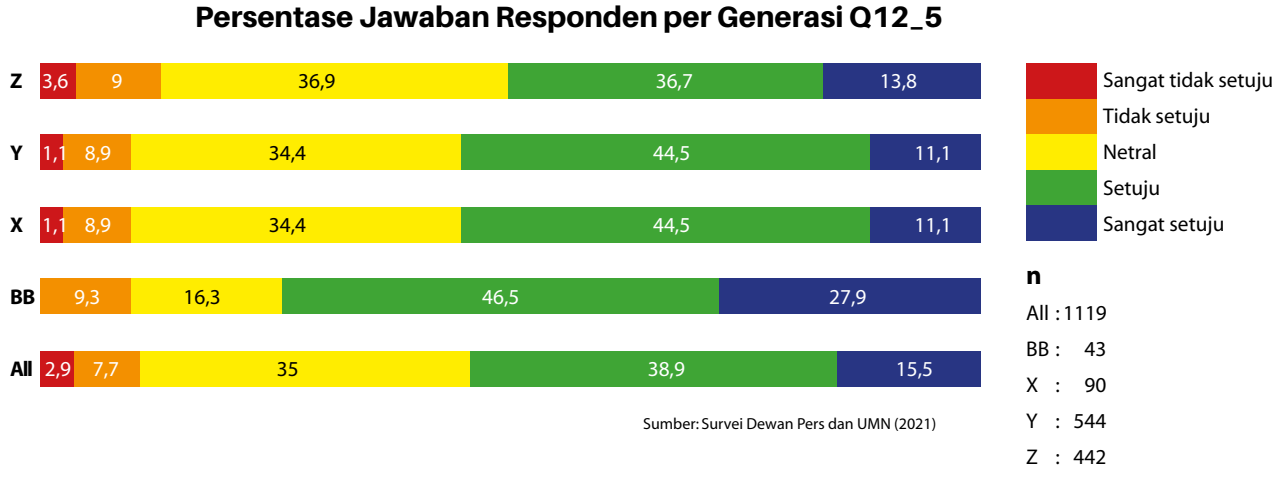
Jawaban responden diukur menggunakan skala Likert 1-5 (Sangat Tidak Setuju – Tidak Setuju – Netral – Setuju – Sangat Setuju). Berikut kita simak jawaban responden terhadap pertanyaan terkait kinerja media dan kualitas pemberitaan Covid 19.

Terhadap pernyataan bahwa dalam pemberitaan tentang Covid 19 media mengutip sumber terpercaya, seperti terlihat dalam gambar, responden umumnya memberi respons positif yaitu menyatakan setuju (48,8%), sangat setuju (19%). Sedangkan yang netral 26,8%, sisanya hanya 2,1% dan 3,3% yang menyampaikan respons negatif tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Gambar 5 di atas menunjukkan, mayoritas responden setuju (48,3%) dan sangat setuju (27,3%) terhadap pernyataan bahwa dalam peliputan dan pemberitaan Covid 19 media telah menghubungkan publik dengan sumber-sumber terpercaya.



Gambar 6: *Jawaban responden tentang "Media memerangi informasi yang salah"*

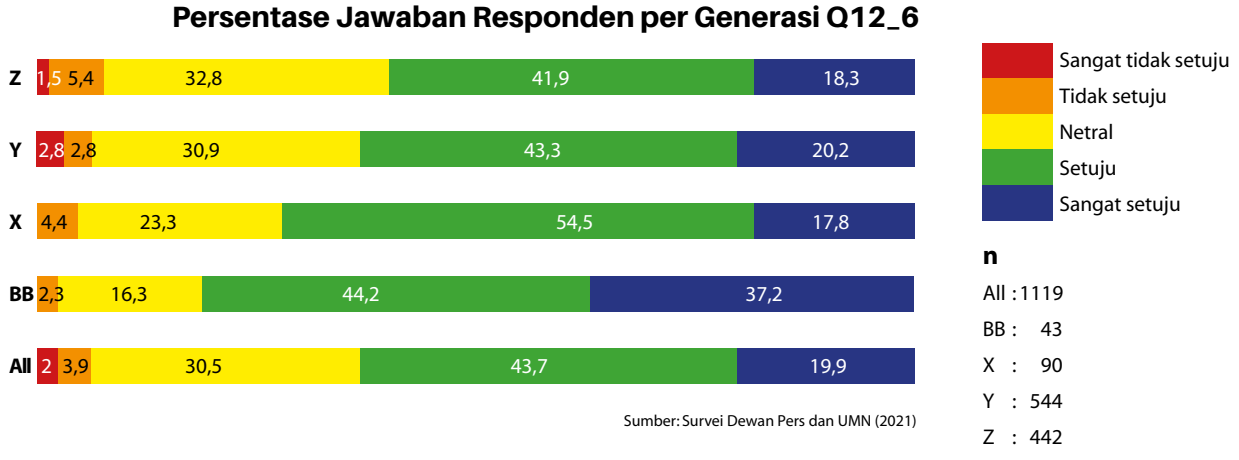


Gambar 7. *Media memisahkan dan mengkategorisasikan pernyataan ilmiah dan politik*

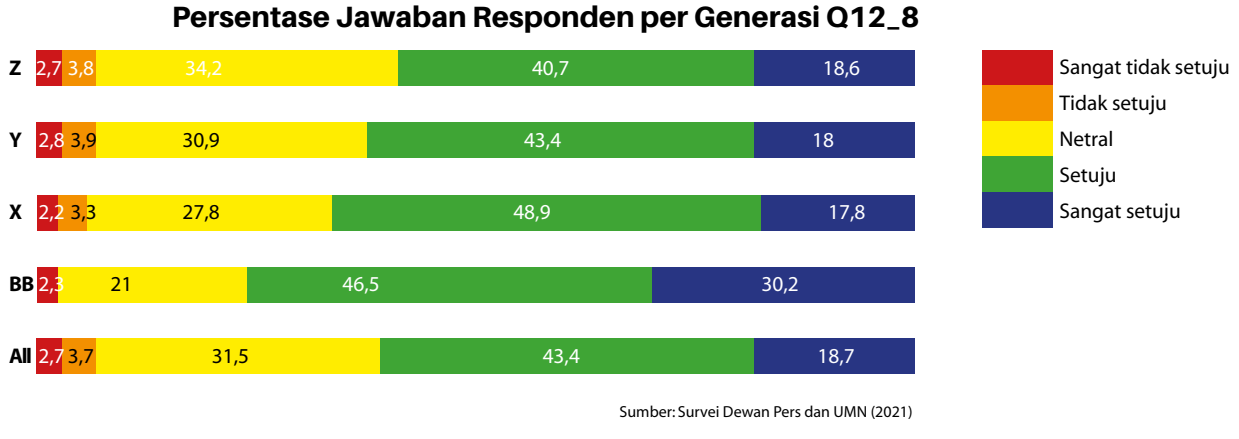
Respons positif juga diperlihatkan responden di semua generasi terhadap pernyataan bahwa media ikut memerangi peredaran informasi yang salah. Tercatat, 38,7% setuju, 20,4% sangat setuju, sedangkan 30,1% netral. Sisanya 6,6% tidak setuju, dan 4,2% sangat tidak setuju.

Gambar 6 dan gambar 7 menunjukkan jawaban responden yang secara agregat setuju dan sangat setuju bahwa media massa telah memisahkan dan memilah dengan baik antara pernyataan ilmiah dan pernyataan politik; media massa mengawasi dan melaporkan secara kritis kebijakan pemerintah serta memberikan saran yang berguna demi kepentingan publik terkait penanganan Covid-19.

Gambar 8 mengungkapkan tanggapan positif sebagian besar responden terhadap pernyataan bahwa media menyajikan gambaran yang akurat tentang Covid 19. Sebanyak 43,4% setuju dan 18,7% sangat setuju terhadap pernyataan tersebut. Mereka yang tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak lebih dari 7 persen.



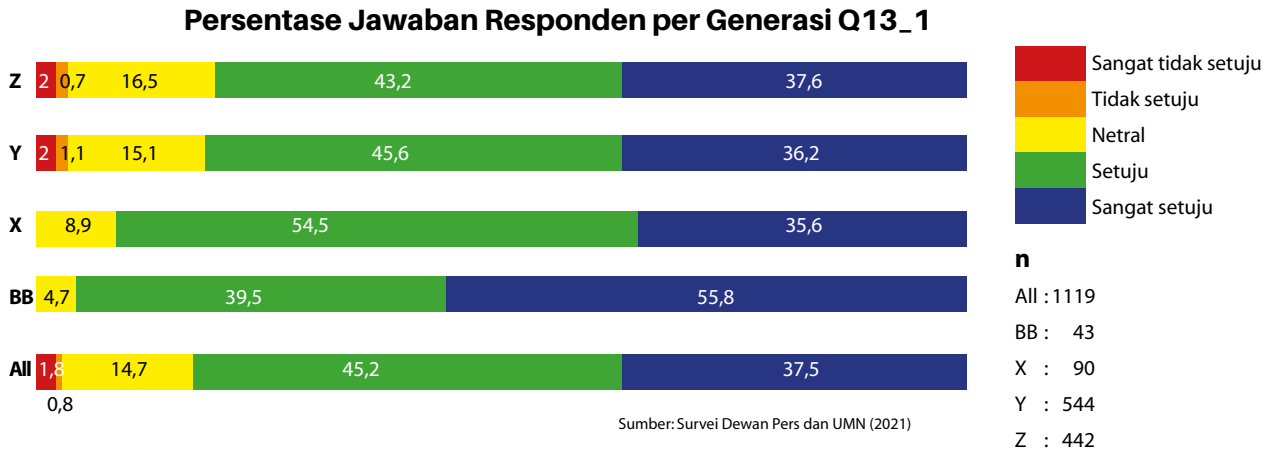
Gambar 8: *Media mengawasi dan melaporkan secara kritis kebijakan pemerintah*



Gambar 9: *Jawaban Responden bahwa media menampilkan gambaran yang akurat*

Tanggapan positif diberikan oleh mayoritas responden atas pernyataan bahwa media telah mengedukasi publik dalam pemberitaan Covid 19. Sebanyak 45,2 % menyatakan setuju, dan 37,5% sangat setuju. Mereka yang tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak lebih dari 3 persen.

Hasil survei ini secara umum menunjukkan tanggapan positif sebagian besar responden terhadap kinerja media dan kualitas pemberitaan Covid 19. Berdasar jawaban-jawaban mereka seperti digambarkan di atas dapat dikatakan bahwa mayoritas responden menganggap media telah menjalankan fungsi dan peranannya yang cukup baik dalam pemberitaan Covid 19, menyajikan informasi dari sumber-sumber terpercaya dan menjadi jembatan antara publik dengan sumber-sumber terpercaya tersebut. Dengan demikan publik dapat menjadikan informasi dari media sebagai rujukan dalam menyikapi pandemi Covid 19. Penyajian informasi yang terverifikasi atau teruji dari sumber-sumber yang kredibel sekaligus juga dapat menepis penyebaran informasi yang salah, disinformasi dan misinformasi, yang dalam masa pandemi Covid 19 sangat banyak ditemukan.



Gambar 10: *Jawaban responden bahwa media telah mengedukasi publik*

Temuan lain yang menarik adalah bahwa responden umumnya menilai media mampu memilah dan memisahkan antara pernyataan imliah dengan pernyataan politik tentang isu Covid 19. Hal ini menarik khususnya dalam konteks Indonesia yakni, bahwa pandemi Covid 19 terjadi di tengah situasi politik yang masih terpolarisasi sebagai buntut kompetisi dan konflik saat Pemilu Presiden 2019. Dalam situasi seperti itu berbagai masalah yang terjadi dalam kehidupan masyarakat dapat dimaknai dan ditafsirkan secara politis sehingga menimbulkan dampak politis pula. Tak terkecuali masalah-masalah terkait Covid 19 pun dimaknai dan dikembangkan sebagai masalah politis. Misalnya masalah terkait negara asal virus penyebab penyakit ini yaitu China, kebijakan test antigen dan PCR, dan vaksinasi, sering dikait-kaitkan dengan isu politis. Dalam konteks ini media diharapkan mampu menjadi verifikator yang selalu menguji informasi terkait Covid 19 berdasar pertimbangan-pertimbangan ilmiah, bukan pertimbangan politis yang memiliki agenda kepentingan sendiri.

Hasil survei juga menunjukkan persepsi publik cukup baik terhadap pernyataan bahwa media mengawasi dan melaporkan secara kritis kebijakan pemerintah serta memberikan saran yang berguna demi kepentingan publik terkait penanganan Covid-19. Ini berarti publik menilai bahwa media telah menjalankan salah satu fungsi pentingnya yaitu sebagai lembaga kontrol sosial. Pandemi Covid 19 telah menimbulkan dampak besar dalam kehidupan masyarakat di berbagai sektor; tidak hanya menyangkut kondisi kesehatan masyarakat namun juga kondisi sosial, ekonomi, bahkan politik. Institusi media pun terimbas, pendapatannya jauh merosot karena penerimaan iklan turun seiring dengan memburuknya perekonomian nasional. Di sisi lain peranan negara (baca: pemerintah) menguat, tidak hanya dalam mengatur masalah kesehatan dengan berbagai kebijakan yang mempengaruhi bidang kehidupan lain: sosial-pendidikan, ekonomi, dan juga budaya. Dalam situasi seperti itu, peran media pers sebagai lembaga kontrol sosial menjadi sangat penting, untuk mengawasi dan menjaga agar kebijakan-kebijakan negara tidak menyimpang, atau terlalu jauh mengintervensi dan merugikan kepentingan publik. Hasil survei ini menjadi menarik karena memperlihatkan keyakinan publik bahwa media masih mampu menjalankan fungsi kontrol sosialnya kendati media sendiri harus menghadapi persoalan akibat terpaan perekonomian nasional yang memburuk.

Selain melakukan kontrol sosial, menurut persepsi responden secara umum media juga mampu menyajikan gambaran tentang Covid

19 secara akurat dalam pemberitaan mereka, sehingga tidak berpotensi menimbulkan kesalahpahaman. Responden secara umum menyetujui bawa media telah mengedukasi publik melalui pemberitaan Covid 19.

Gambaran yang cukup baik tentang kinerja media menurut persepsi responden tersebut kiranya menarik untuk disandingkan dengan preferensi responden terhadap jenis (platform) media dan institusi media yang menjadi sumber rujukan dalam mencari informasi soal Covid 19. Seperti diungkapkan di depan, hasil survei menunjukkan bahwa platform media sosial menjadi medium yang paling banyak diakses untuk mencari informasi tentang Covid 19, disusul media daring (portal berita) dan televise (lihat Gambar 3). Nah, apakah ini berarti bahwa responden menilai konten media sosial terkait Covid 19 cukup baik? Lalu, bagaimana dengan keberadaan informasi palsu, disinformasi dan misinformasi yang selama ini ditengarai banyak beredar di media sosial?[9] Atau apakah kinerja media yang cukup baik menurut penerimaan responden itu sebenarnya hanya berlaku pada media mainstream? Dalam konteks ini, Tim Peneliti tidak memberikan uraian lebih detil, apakah informasi terkait Covid 19 dalam media sosial yang diakses responden itu diproduksi dan diunggah oleh user sebagai perorangan, ataukah itu sebenarnya merupakan konten dari media mainstream yang dibagikan di media sosial. Artinya, ketika responden mengakses media sosial untuk mencari informasi tentang Covid 19, sebenarnya mereka membaca informasi/berita dari media mainstream yang dibagikan melalui media sosial. Penjelasan tentang hal ini kiranya penting dilakukan oleh Tim Peneliti agar pembaca memperoleh pemahaman yang lebih pas, tidak mengandung bias.

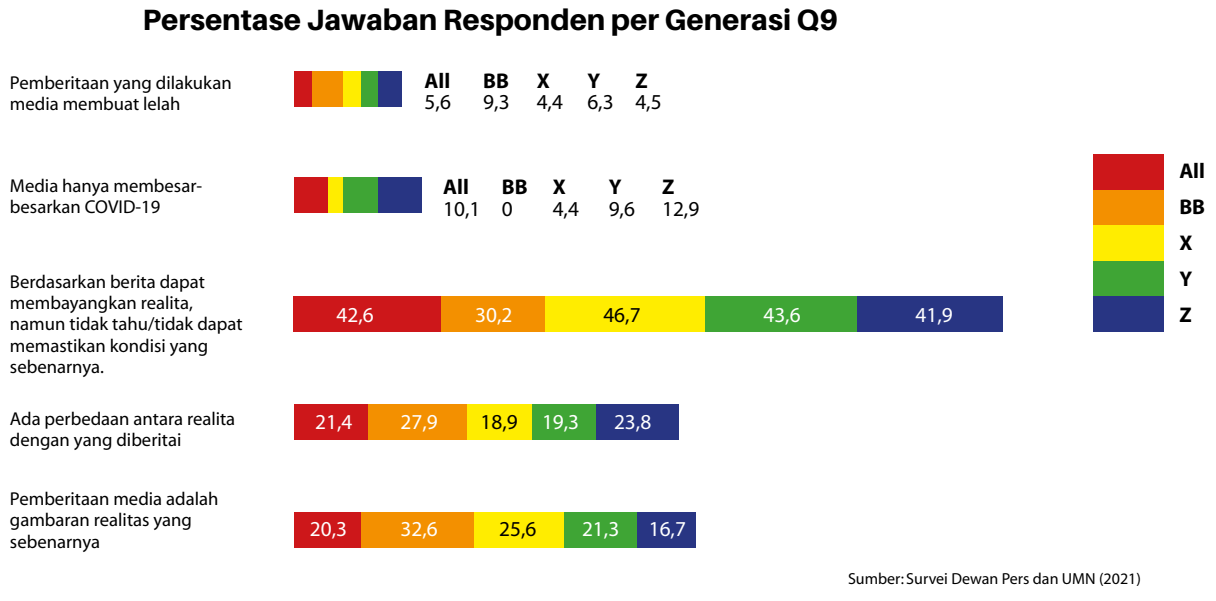
Dalam survei ini peneliti mengkategorikan responden berdasar kelompok usia atau generasi yaitu Generasi BB (Baby Boomers), Generasi X, Y dan Z. Temuan penting yang berkenaan dengan kategori usia responden ini yaitu bahwa Gen Z sebagai kelompok dengan usia termuda adalah kelompok responden yang paling banyak mengakses media sosial. Semakin tua usianya semakin kecil mengakses media sosial dan media berbasis internet. Hal ini tentu perlu disikapi secara serius oleh media dan pemangku kepentingan media; menjadi bahan pertimbangan penting bahwa era media sekarang adalah era media sosial atau era media berbasis internet/teknologi digital. Pemahaman tentang era media digital ini harus menjadi paradigma dalam pengembangan industri media sejak saat ini.

Pembagian responden dalam kelompok umur atau generasi dengan demikian cukup bermakna di sini. Namun, di luar itu akan lebih bermakna apabila peneliti mempertimbangkan pula kategorisasi reponden menurut tingkat pendidikannya. Berdasar tingkat pedidikan kita akan dapat melihat korelasi antara tingkat pendidikan responden dengan preferensi media yang dijadikan rujukan dalam mencari informasi tentang Covid 19; juga korelasinya dengan penerimaan mereka tentang kinerja media dan kualitas pemberitaan. Apakah tingkat pendidikan responden mempengaruhi pilihan media yang jadi rujukan; apakah tingkat pendidikan mempengaruhi persepsi mereka tentang kualitas pemberitaan Covid 19.

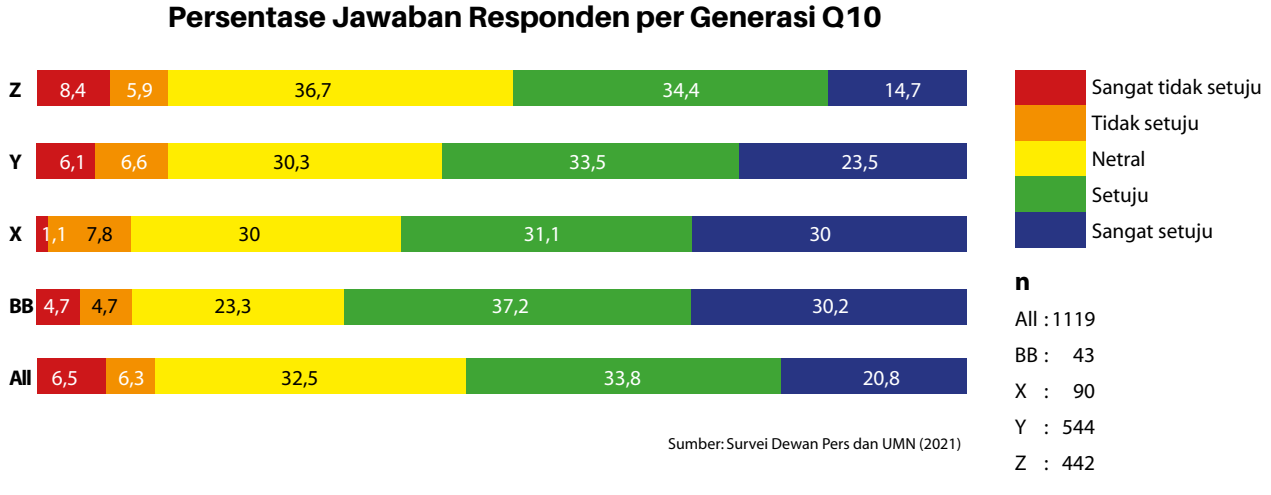
B.2. Kepuasan Responden atas Pemberitaan Covid 19

Survei juga mengukur kepuasan responden terhadap pemberitaan dan informasi tentang

9 Aptika.kominfo.go.id (3-2-2021), "Kominfo Temukan 1.402 Hoaks Terkait Vaksin Covid-19 dan RUU PDP Masih Harus Dibahas" (https://aptika.kominfo.go.id/2021/02/kominfo-temukan-1-402-hoaks-terkait-vaksin-covid-19-dan-ruu-pdp-masih-harus-dibahas/); diakses 01 Juni 2021.



Gambar 11. *Tingat kepuasan responden terhadap kualitas pemberitaan Covid 19*



Gambar 12. *Media memberi informasi sesuai kebutuhan responden*

Covid 19 di media. Hasilnya menunjukkan bahwa sebagian besar responden di semua kelompok umur cenderung menyatakan puas. Namun kalau disejajarkan antar-kelompok, kelompok Gen Z menunjukkan tingkat kepuasan paling rendah, meskipun sekitar separuh dari mereka menyatakan setuju dan sangat setuju. Sedangkan kelompok BB paling tinggi, disusul berturut-turut Gen X, Gen Y, dan terakhir Gen Z.

Terhadap pernyataan bahwa pemberitaan Covid 19 telah memenuhi kebutuhan mereka, mayoritas responden juga menyatakan setuju dan sangat setuju.

Mengenai informasi yang sesuai kebutuhan responden, Tim Peneliti mengajukan satu pertanyaan terbuka untuk mencari tahu informasi terkait Covid-19 yang paling dibutuhkan responden pada saat survei ini berlangsung. Tim

Peneliti mengolah kata kunci yang paling banyak muncul dari jawaban narasumber menggunakan bahasa pemrograman Python, hasilnya seperti tergambarkan sebagaai berikut (**Gambar 13**).

Gambar 13 *Kata kunci yang disebut responden tentang informasi terkait Covid-19 yang paling banyak dibutuhkan*

Dari pertanyaan terbuka yang diajukan kepada responden, Tim Peneliti mencatat sejumlah jawaban yang merupakan aspirasi responden. Kendati secara umum responden menilai positif kinerja media dan kualitas pemberitaan tentang Covid 19, sebagian dari mereka mengungkapkan sentiment negatif. Beberapa di antara mereka menyampaikan kejenuhan terhadap frekuensi pemberitaan Covid-19 yang cukup tinggi dan dominasi pemberitaan "negatif". Ada responden yang mengharapkan informasi yang relevan bagi kebutuhan pribadinya, seperti informasi terkait jadwal vaksinasi dan mekanisme untuk mendapatkannya.

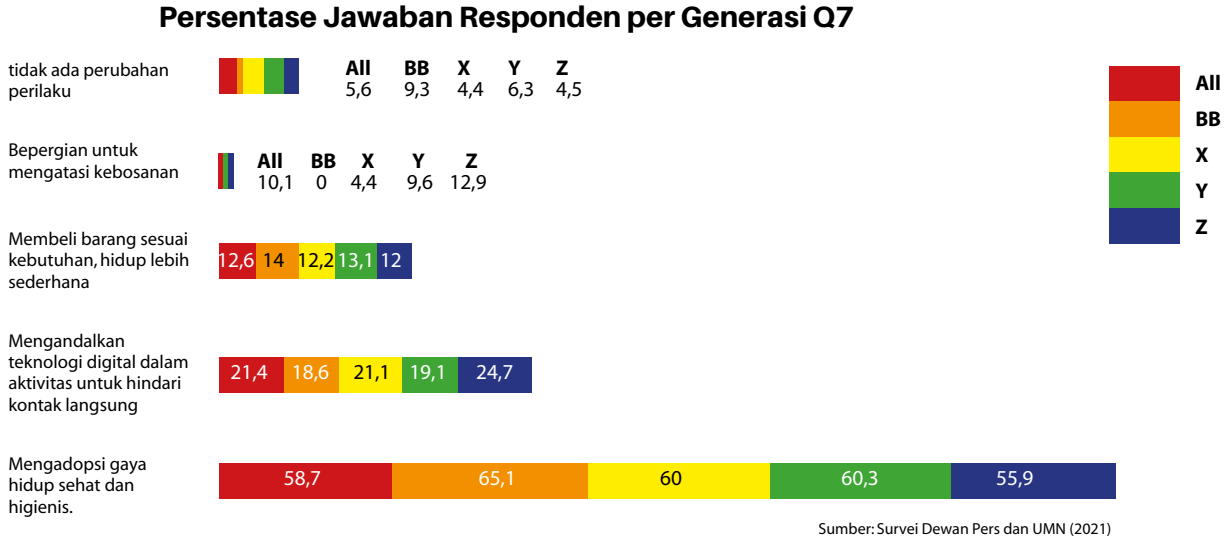
B.3. Dampak pemberitaan tentang Covid-19

B.3.1. Dampak terhadap perubahan perilaku responden

Survei ini juga berupaya mengetahui bagaimana responden menanggapi pemberitaan dan penyebaran informasi tentang Covid 19; apakah ada perubahan perilaku pada responden menyikapi berita dan informasi yang mereka konsumsi. Hasilnya digambarkan sebagai berikut (Gambar 14).

Pada gambar 13 terlihat bahwa sebanyak 58,7% responden memilih mengadopsi gaya hidup sehat dan higienis menyikapi pemberitaan terkait Covid-19. Sementara 21,4% responden memilih mengandalkan teknologi digital dalam aktivitas untuk menghindari kontak langsung yang meningkatkan risiko penularan virus corona penyebab Covid-19. Sebanyak 12,6% responden menyatakan mereka memilih untuk membatasi konsumsi dengan membeli barang sesuai kebutuhan dan hidup lebih sederhana. Sebanyak 1,4% memiih bepergian untuk mengatasi kebosanan.

Hasil survei terkait dampak pemberitaan Covid 19 terhadap perilaku responden ini cukup menarik. Namun dari laporan Tim Peneliti, tampaknya survei ini membatasi responden untuk memilih hanya satu dari beberapa jawaban yang disediakan. Kiranya akan lebih baik apabila terhadap pertanyaan ini responden diberi kebebasan untuk memilih lebih dari satu jawaban yang tersedia. Misalnya, selain mengadopsi gaya hidup sehat dan higienis responden sekaligus juga memanfaatkan teknoogi digital dalam beraktivitas, atau sekaligus juga membatasi konsumsi dengan membeli barang sesuai kebutuhan dan hidup lebih sederhana. Hal itu dimungkinkan karena jawaban satu dengan lainnya tidak bertolak belakang atau saling meniadakan, melainkan dapat dijalankan bersama sekaligus. Selain itu, akan lebih baik lagi kalau responden diberi kesempatan memberikan



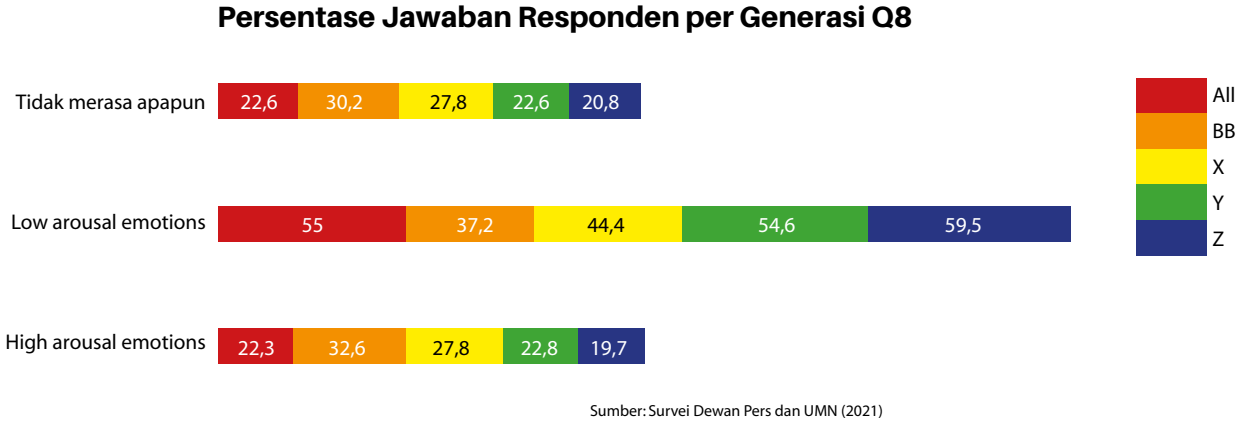
Gambar 14. *Perubahan perilaku akibat pemberitaan media massa terkait Covid-19*

jawaban alternatif di luar pilihan yang disediakan. Dengan demikian, Tim Peneliti justru akan memperoleh cukup banyak jawaban terkait perubahan perilaku dari responden.

B.3.2. Dampak Psikologis Pemberitaan Covid 19

Survei juga mengukur dampak pemberitaan media massa terkait Covid-19 terhadap afeksi responden. Hasilnya, sebanyak 55% responden menjawab pemberitaan tentang Covid-19 menimbulkan emosi di tingkat yang rendah (*low-arousal emotions*), seperti rindu kampung halaman, sedih, kesepian, letih dan kecewa. Sementara itu, sebanyak 22,6% responden menjawab pemberitaan media massa tentang Covid-19 tidak membuat mereka merasakan apapun dan 22,3% responden mengaku menunjukkan respons emosional yang tinggi (*high-arousal emotions*), termasuk cemas dan marah. Generasi Baby Boomers merupakan kelompok usia yang paling terdampak secara psikologis, dengan 32,6% dari responden kelompok tersebut mengaku merasa cemas dan marah. Sebaliknya, Generasi Z (11-25) menjadi kelompok responden dengan persentase terbanyak yang mengalami *low-arousal emotions*.

Temuan tentang dampak langsung pemberitaan Covid 19 terhadap responden ini menarik, namun kiranya membutuhkan penjelasan lebih dalam terutama menyangkut konteks yang lebih luas yaitu kondisi kehidupan sosial dan ekonomi (juga politik) umumnya yang terpuruk akibat pandemi Covid 19. Dalam laporannya, peneliti tidak sempat memberikan uraian lebih mendalam tentang hal ini, mungkin karena keterbatasan tenggat waktu dan hal-hal lain. Terkait temuan ini pertanyaannya adalah apakah perubahan perilaku dan psikologis responden merupakan dampak langsung (dan semata-mata) dari paparan pemberitaan Covid 19, atau lebih karena situasi dan kondisi umum masyarakat dan negara yang memburuk akibat pandemi. Andaikan mereka tidak banyak mengakses berita dan informasi tentang Covid 19, namun mengingat situasi yang ada bahwa masyarakat dibatasi untuk bepergian, mereka harus tes PCR, menggunakan masker, mengikui



Gambar 15. *Dampak pemberitaan Covid-19 terhadap afeksi responden*

protokol kesehatan, tidak boleh berkerumun dan sebagainya; apakah mereka tidak terkena dampak secara fisik maupun psikologis atau tetap mengalami dampak?

Ada berbagai teori tentang dampak media terhadap masyarakat. Teori-teori tersebut mengandaikan media sebagai institusi yang *powerful* sehingga dapat mempengaruhi pemikiran, sikap, dan perilaku masyarakat. Namun, sejumlah teori lain mengungkapkan bahwa khalayak media tidaklah pasif, dalam arti menerima begitu saja apa yang dipaparkan media. Sebaliknya, khalayak dapat memilih, menyeleksi informasi apa yang dikonsumsi, mempertimbangkannya dengan melakukan komparasi dengan informasi dari sumber-sumber lain, lebih-lebih pada era internet seperti sekarang. Oleh sebab itu patut dipertanyaan di sini yaitu, kalau memang responden terdampak oleh paparan berita dan informasi dari media, seberapa besar kontribusi media dalam menimbulkan dampak atau pengaruh terhadap responden di tengah kondisi sosial, ekonomi, dan politik masyarakat secara umum.

Kecuali itu, dampak atau pengaruh media tentu berbeda-beda terhadap setiap individu dan kelompok. Survei ini mengkategorikan responden menurut kelompok umur atau generasi, dan hasil survei menunjukkan bahwa Generasi Baby Boomers merupakan kelompok usia yang paling terdampak secara psikologis, dengan 32,6% dari responden kelompok tersebut mengaku merasa cemas dan marah. Sebaliknya, Generasi Z (11-25) menjadi kelompok responden dengan persentase terbanyak yang mengalami *low-arousal emotions*. Tentu, sekali lagi, akan lebih menarik melihat dampak terhadap responden berdasar kategori tingkat pendidikan mereka. Apakah dampak yang sama dialami oleh responden yang memiliki tingkat pendidikan berbeda; ataukah sebaliknya bahwa responden dengan tingkat pendidikan yang berbeda akan mendapat pengaruh atau dampak yang berbeda pula. Juga menarik mempertimbangkan aspek gender; bagaimana dampak pemberitaan Covid 19 terhadap responden perempuan dan laki-laki.

Memang tidak mudah mengukur besaran pengaruh media terhadap masyarakat. Karena berbagai keterbatasan, dapat dimaklumi kalau Tim Peneliti tidak mengeksplorasi lebih jauh masalah ini. Oleh sebab itu, dampak pemberitaan Covoid 19 terhadap publik ini dapat diusulkan untuk menjadi topik penelitian tersendiri di masa mendatang.

>> Wartawan televisi mengambil gambar acara vaksinasi bersama, Vaksin Covid-19 Dosis-1 untuk Wartawan Jabodetabek yang diselenggarakan Kemenkes, Kemenkominfo, Dewan Pers di Hall Basket GBK Senayan Jakarta. (Foto: Dok. Dewan Pers)

PENUTUP

Pada bagian akhir tulisan ini disampaikan simpulan hasil survei yang disusun oleh Tim Peneliti, antara lain sebagai berikut.

Secara umum, responden menunjukkan respons positif saat mengevaluasi kinerja pers sebagai komunikator kesehatan publik dan dalam melaporkan Covid-19. Di antara kriteria yang digunakan untuk mengukur kinerja pers dalam peliputan dan pelaporan Covid-19 yaitu bahwa media mengutip sumber-sumber terpercaya, seperti otoritas kesehatan baik di tingkat nasional maupun internasional sehingga turut berkontribusi bagi upaya melawan penyebaran misinformasi dan disinformasi. Kriteria lain yakni memisahkan pernyataan politik dan pernyataan ilmiah, dan menampilkan imaji berupa foto atau visualisasi data dengan akurat terkait Covid-19.

Media sosial menjadi medium yang populer di antara responden, terutama responden di kelompok usia muda (Generasi Z), baik sebagai rujukan pertama untuk mendapatkan informasi tentang Covid-19 maupun sebagai rujukan untuk mencari informasi tambahan. Temuan ini mengungkapkan bahwa media sosial berpeluang menjadi platform paling efektif bagi media massa arus utama dan otoritas kesehatan untuk mengkomunikasikan informasi resmi dan berita terkait Covid-19. Platform media sosial berjejaring yang paling populer di dunia, termasuk Facebook, Instagram, YouTube, Google dan Line Today, termasuk dalam 20 besar nama "media" yang dirujuk responden. Temuan ini menunjukkan bahwa terminologi "media" tidak lagi diasosiasikan secara eksklusif dengan organisasi pers dalam konteks pemberitaan Covid-19.

Pemberitaan media massa tentang Covid-19 memiliki dampak positif terhadap perubahan perilaku responden, yang mengadopsi gaya hidup lebih sehat dan higienis. Responden juga mengadopsi teknologi digital dalam aktivitas sehari-hari untuk mencegah kontak langsung dengan banyak orang. Kelompok usia muda, merupakan kelompok yang paling adaptif dibandingkan kelompok usia lainnya--paling banyak mengadopsi teknologi dan tidak menunjukkan reaksi emosi tinggi seperti cemas dan marah sebanyak responden dari kelompok usia lainnya. Sebaliknya, responden dari kelompok lansia (Generasi Baby Boomers), menjadi kelompok yang menunjukkan reaksi emosi tinggi (cemas dan marah) terbanyak.

Responden menilai bahwa media massa di Indonesia berhasil menjalankan fungsi komunikasi kesehatan masyarakat dan edukasi publik selama pandemi Covid-19. Dilihat dari pengaruh pemberitaan terhadap psikologi seseorang, responden menilai bahwa pemberitaan media membuat letih, sedih dan kecewa. Jika dihubungkan dengan pendapat terbuka dari responden, mereka mengharapkan agar media lebih aktif memberi solusi praktis dalam pemberitaan seputar Covid-19 dan vaksinasi.

Berdasar simpulan hasil survei di atas Tim Peneliti menyampaikan rekomendasi sebagai berikut.

Mengingat masyarakat sudah jenuh dengan pemberitaan Covid-19, Dewan Pers dapat mendorong media agar mempraktikkan jurnalisme solusi dan memberitakan praktik terbaik terkait penanganan Covid-19 (misalnya cerita dari daerah yang dapat mempertahankan status hijau), memunculkan optimisme dalam berita, sebab sebagian dari responden merasa lelah dengan pemberitaan yang sudah ada.

Perlu survei lanjutan untuk mengetahui perilaku responden saat berselancar mencari informasi di media sosial. Survei lanjutan juga bisa fokus ke generasi termuda yang paling aktif mencari rujukan di media sosial untuk mengukur literasi media, misalnya bagaimana mereka membedakan informasi, misinformasi, disinformasi, bagaimana mereka melakukan verifikasi (penelitian dapat membandingkan antargenerasi). Penelitian dapat dikembangkan soal literasi media publik digital untuk mengukur sejauh mana pemahaman publik terkait efektivitas pemberitaan.

Terhadap hasil survei, tulisan ini sudah menyampaikan beberapa catatan di bagian depan. Di akhir tulisan ini hanya disampaikan tambahan kecil terkait rekomendasi yaitu perlunya dilakukan studi lebih jauh terhadap sejumlah institusi media yang namanya banyak disebut responden, studi yang bersifat kualitatif untuk melihat konten serta kebijakan media dalam peliputan isu Covid 19 guna melengkapi survei persepsi publik ini.■

---

* ***Winarto****, selama 24 tahun (1988-2012) sebagai jurnalis di media cetak dan televisi. Selanjutnya, lulusan Pascasarjana Sosiologi Universitas Indonesia ini mendirikan lembaga pelatihan jurnalistik, sekaligus sebagai instruktur pelatihan hingga kini, dan sempat menjadi pengajar di beberapa kampus serta sebagai Tenaga Ahli Dewan Pers periode 2019-2022.*

MEDIA ONLINE MISKIN PERSPEKTIF "JURNALISME KEBENCANAAN"

Oleh: **ASEP SETIAWAN***)

Catatan atas Hasil Penelitian "Analisis Isi Pemberitaan Covid-19 Pada Media Online di Indonesi Maret 2020-Februari 2021" [1])

PENDAHULUAN

Media massa dalam bentuk cetak maupun elektronik hadir memberikan informasi kepada masyarakat agar dapat dijadikan sumber rujukan dalam pengambilan keputusan. Media massa dalam konteks perundangan di Indonesia tidak hanya berfungsi menyampaikan informasi tetapi juga sebagai lembaga yang memberikan pen-

1 Tim peneliti dari LSPR: Joe Harrianto Setiawan, Yolanda Stellarosa, Chrisdina, Ari S. Widodo, Dedy Irwandy

didikan, hiburan dan bahkan kontrol sosial.[2]

Kepercayaan dari publik merupakan keniscayaan bagi media massa agar peranannya menyampaikan informasi, sebagai sarana pendidikan, hiburan dan kontrol sosial dapat memiliki dampak. Unsur *trusted* atau dapat dipercaya itulah yang menjadi modal besar bagi media massa, khususnya pers, untuk dapat memainkan peran dalam membangun bangsa. Media pers dituntut tidak hanya menghasilkan karya jurnalistik yang aktual, akurat dan dalam, tetapi lebih dari itu dapat dipercaya.

Ketika terjadi pandemi Covid-19 apakah media massa khususnya media online atau media siber telah melaksanakan tugasnya memberikan informasi dan menjadi sumber pendidikan bagi publik? Kemudian bagaimana konten media massa dalam pemberitaan Covid-19 itu sendiri? Untuk menjawab pertanyaan itu, Dewan Pers bekerjasama dengan LSPR melakukan penelitian dengan judul "Analisis Isi Pemberitaan Covid-19 pada Media Online di Indonesia Maret 2020-Februari 2021."[3]

Artikel ini merupakan catatan (*review*) terhadap hasil penelitian tersebut. Selain menjelaskan beberapa poin penting hasil penelitian, artikel ini juga akan memberikan sedikit komentar atas hasil penelitian untuk menunjukkan konteks pentingnya menyimak kajian soal pemberitaan media online selama sekitar satu tahun pertama pandemi Covid-19 di Indonesia.

KERANGKA PENELITIAN

Dalam penelitian ini LSPR mengutip Gaye Tuchman (1978) yang mengungkapkan bahwa berita merupakan konstruksi realitas sosial.[4] Berdasarkan konsep Tuchman berita media massa tidak sepenuhnya merepresentasikan fakta apa adanya. Dengan kata lain Tuchman berpendapat bahwa berita adalah produk dari sebuah usaha/proses menyusun fakta-fakta menjadi sesuatu yang menarik untuk dikonsumsi publik.

Penelitian ini juga menggunakan konsep kelengkapan berita yaitu terkait dengan adanya unsur 5W dan 1 H (*What*, *Where*, *When*, *Who*, *Why* dan How) dalam sebuah berita, serta konsep objektivitas untuk mengkaji pemberitaan media online. Westerthal seperti dikutip McQuail menjelaskan, komponen objektivitas adalah faktualitas dan impartialitas. Faktualitas terdiri dua unsur yakni kebenaran dan relevansi. Sedangkan unsur impartialitas adalah keseimbangan dan netralitas.[5]

Secara lebih detil dikatakan, faktualitas merupakan bentuk penyajian informasi mengenai peristiwa yang dapat dicek kebenarannya dari sumbernya dan disampaikan tanpa komentar. Sedangkan impartialitas berhubungan dengan sikap netral wartawan peliput berita untuk tidak bersikap subjektif.

Untuk mengkaji pemberitaan media online ini LSPR juga mengajukan konsep yang disebut "jurnalisme kebencanaan" karena terkait pemberitaan Covid-19 yang dikategorikan sebagai bencana umat manusia. Dijelaskan bahwa "praktik jurnalisme dalam bencana mengedepankan edukasi mitigasi bencana kepada audiens." Kajian jurnalisme bencana mengamati tiga fase bencana.[6] *Pertama*, fase

2 Lihat misalnya Undang-Undang Pers No. 40 Tahun 1999 pasal 3.

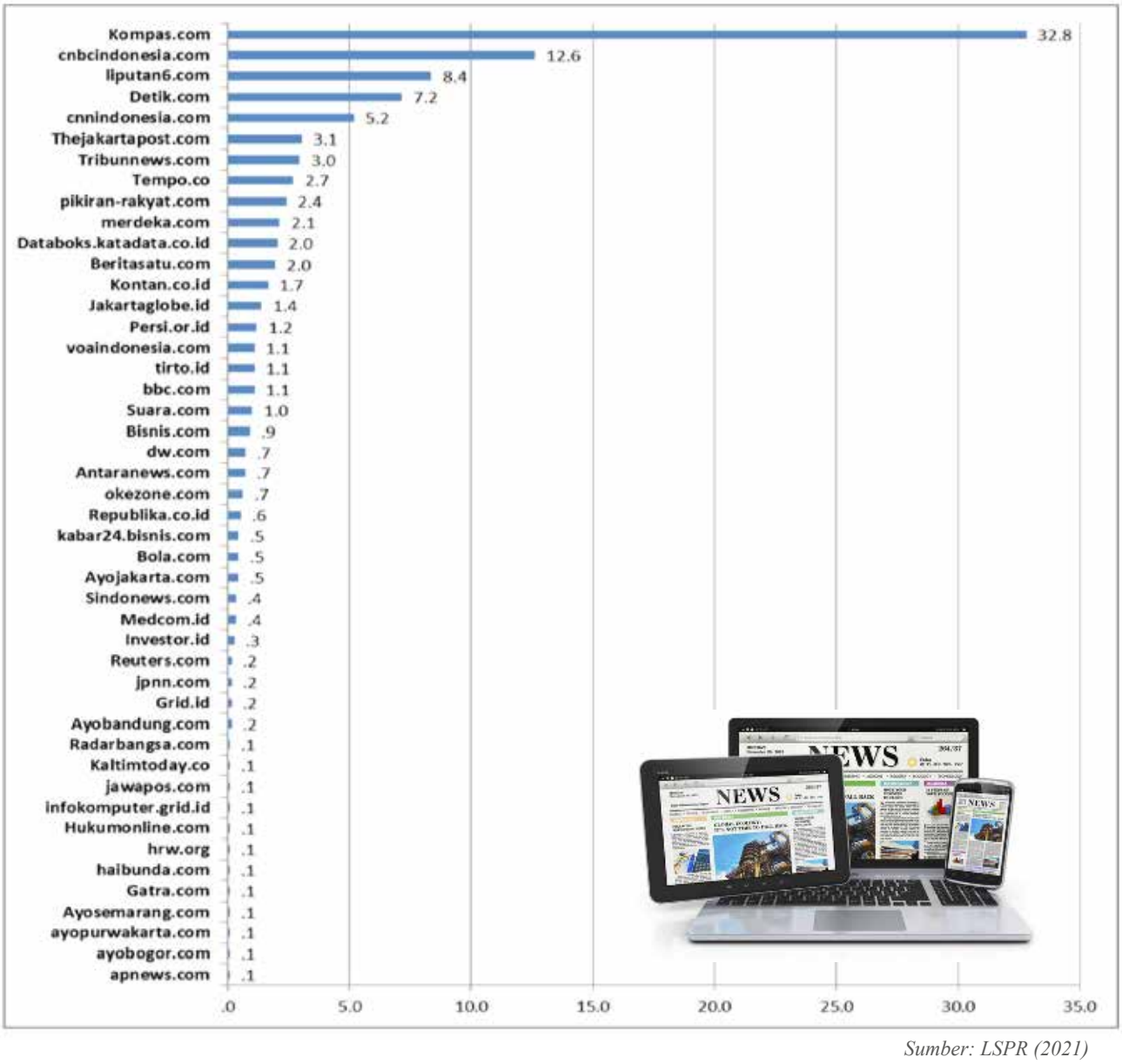
3 LSPR.(2021). Analisis Isi Pemberitaan Covid-19 pada Media Online di Indonesia Maret 2020-Februari 2021. Jakarta: LSPR.

4 Lihat juga Gaye Tuchman. (1978). Making News: A Study in the Construction of Reality. New York: The Free Press.

5 Lihat juga Denis McQuail and Mark Deuze.(2020). Mcquail's Media & Massa Communication Theory. Los Angeles: Sage.

6 Lihat juga Wilkins, L., Steffens, M., Thorson, E., Kyle, G., Collins, K., & Vultee, F. (2012). Reporting Disaster on Deadline: A Handbook for Students and Professionals. London: Routledge.

Gambar 1 Nama Media Online



Sumber: LSPR (2021)

prabencana. Jurnalis yang terjun ke lokasi bencana bertanggung jawab memberikan informasi terkini yang akurat kepada masyarakat di sekitar lokasi bencana yang memiliki potensi terdampak bencana. *Kedua* yakni fase bencana yang menuntut jurnalis untuk mengedepankan empati pada korban bencana. Peliputan bencana juga perlu menyajikan karya jurnalistik yang memberikan harapan dan mengajak masyarakat belajar dari bencana. Pada fase *ketiga* yakni fase pascabencana, jurnalis perlu mengabarkan tentang rekonstruksi bencana agar sesuai dengan peruntukannya.

Dengan demikian ada tiga konsep yang mendasari kerangka penelitian ini yaitu kosep "berita sebagai konstruksi realitas sosial", "kelengkapan berita", dan "jurnalisme bencana". Namun *review* atas penelitian ini akan lebih menekankan kepada jurnalisme bencana.

METODE PENELITIAN

Penelitian dinyatakan sebagai penelitian kuantitatif dan data dianalisis menggunakan analisis isi yang merupakan salah satu metode utama

dari ilmu komunikasi dalam mengkaji isi media. Sampel media yang diambil berasal dari mesin pencari *google.com*.

Berdasarkan data dari "Indonesia Indicator" selama tahun 2020 terdapat 20.126.471 berita yang berasal dari 4.419 media. Sedangkan jumlah berita Covid-19 sekitar 27 persen atau sebanyak 5.434.147 berita.

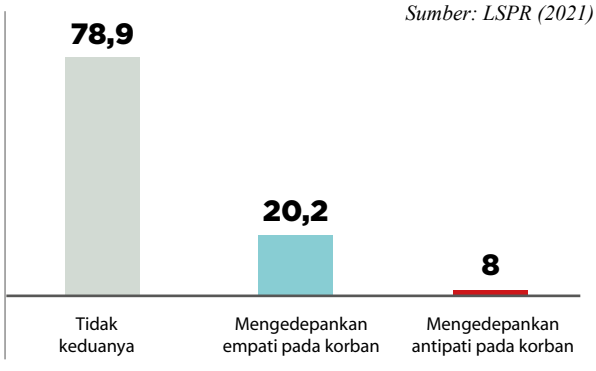
Penelitian LSPR ini mengambil sampel secara purposif dari media online di Indonesia. Total jumlah berita yang dikoding adalah sejumlah 1.092 berita. Saringan pertama adalah pemeriksaan kriteria media online. Dari saringan pertama didapat hasil 1.076 berita berasal dari media online yang memenuhi persyaratan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bagian ini akan disampaikan hasil penelitian LSPR dan sekaligus beberapa catatan terhadap hasil penelitian tersebut. Hasil penelitian LSPR ini akan dibahas mulai dari yang terpenting terkait dengan tujuan penelitian itu sendiri yaitu bagaimana pemberitaan pers mengenai Covid-19 dilhat dari sudut pandang jurnalisme bencana. Mengenai aspek kualitas pemberitaan yakni bagaimana pemberitaan pers mengenai Covid-19 dari sudut pandang objektivitas berita tidak banyak diulas.

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa dari 1.076 berita hanya seperlima atau sekitar 20 persen yang memenuhi kriteria salah satu konsep jurnalisme bencana yaitu mengedepankan empati kepada korban. Temuan ini dapat ditafsirkan bahwa jurnalis masih kurang memahami konteks pembuatan berita khusus bencana. [7]

Gambar 2, **Tingkat Empati kepada Korban**



Terhadap temuan relatif kecilnya berita yang menunjukkan empati kepada korban, peneliti LSPR menulis: "Apakah hal ini berarti media massa di Indonesia tidak memiliki empati terhadap para korban? Dari sudut pandang media massa, kecenderungan media untuk bersifat netral, terkadang menimbulkan kesan kaku dan hanya terfokuskan kepada data murni. Namun dalam penelitian ini, penyampaian empati dalam bentuk narasi yang lebih terpadu dalam penulisan, tidak menjadi fokus utama. Ini dikarenakan untuk melakukan hal tersebut akan lebih tepat untuk menggunakan metode analisa teks."

Mengutip informan ahli Dr. Artini yang juga pakar komunikasi dari LSPR, penelitian ini menyatakan bahwa wartawan online memiliki tenggat waktu sangat terbatas untuk dapat menulis berita lunak (*soft news*) atau tulisan *features* yang dapat menggugah perasaan pembaca. Di sisi lain, berita di media online bukan lagi sesuatu yang bersifat eksklusif karena hampir semua media online juga akan menyajikan peristiwa yang sama. Selanjutnya mengutip Artini, "….hampir tidak ada lagi kebaruan dalam liputan. Itu sebabnya liputan bencana Covid-19 kurang mendapat tempat sebagai berita eksklusif."

Pemberitaan yang tidak mengambil sikap empati atau antipati terhadap korban Covid-19 cukup dominan. Hasil penelitian menunjukkan

7 Lihat juga Vina Anggita. swa.co.id. 28 Agustus 2021.*Riset Dewan Pers-LSPR: Hanya 20,2% Media Online yang Memberikan Berita Empati dalam Liputan Covid-19*. Diakses 29 Mei 2022. Lihat juga RMOLBengkulu. rmolbengkulu.id. 30 Agustus 2021.*Temuan Riset LPSR Dan Dewan Pers: 78,9 Persen Wartawan Dingin Terhadap Pemberitaan Covid-19*. Diakses 29 Mei 2022.

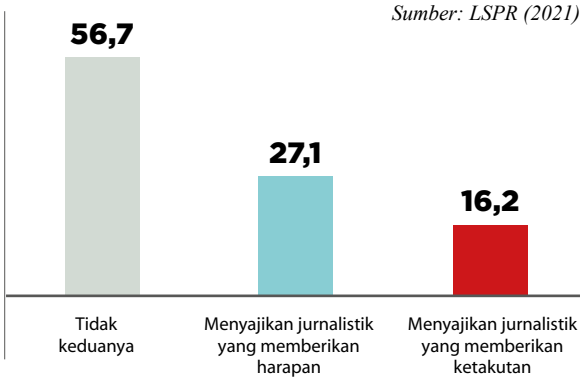
bahwa 78,9 persen berita di media online yang menjadi sampel tidak memperlihatkan sikap empati maupun antipati. Hasil ini menunjukkan bahwa jurnalis media online kebanyakan mengkonstruksikan realitas berdasarkan fakta-fakta apa adanya. Belum banyak yang melakukan penekanan berdasar sudut pandang jurnalisme bencana kepada aspek empati kepada korban Covid-19. Berita-berita media online hanya mengangkat fakta-fakta mengenai jumlah penderita Covid-19, secara nasional maupun daerah provinsi. Padahal penyakit ini bukan sekedar soal angka; selain menyangkut nyawa manusia juga menjadi ancaman bagi eksistensi suatu bangsa.

Temuan dari penelitian LSPR ini juga menunjukkan, bahwa berita-berita tentang Covid 19 belum sesuai dengan konsep jurnalisme bencana yang mengangkat hal yang menumbuhkan harapan. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa hanya 27,1 persen karya jurnalistik yang memberikan harapan. Sebanyak 56,7% berita lebih bersifat penyampaian informasi yang netral. Di sisi lain terdapat 16,2% berita yang justru menampilkan ketakutan, sesuatu yang jelas berlawanan dengan harapan. Angka ini meskipun kecil menuntut kita perhatikan, karena berita yang muncul justru menimbulkan kekhawatiran dalam masyarakat. Mengenai aspek ini Dewan Pers pada awal dimumkan Covid-19 telah mengeluarkan panduan bagi para jurnalis agar tidak mengangkat isu-isu sensasional dan yang menyebabkan ketakutan publik.[8]

Mengenai munculnya berita yang menekankan kepada ketakutan pada masa bencana Covid-19 ini, penelitian LSPR mengutip informan utama Dr. Artini yang menjelaskan, berita media online terus menerus bahkan cenderung mengeksploitasi penderitaan pasien corona, sehingga menimbulkan ketakutan pada masyarakat.

8 Rilis Dewan Pers 26 Maret 2020 tentang Dewan Pers Menanggapi Perkembangan Terkini Penanggulangan Pandemi COVID-19.

Gambar 3, **Tingkat Harapan untuk Korban**



"Masalah kehabisan oksigen, kurangnya tempat tidur rumah sakit, menjadi berita penting (*spot news*) di media online tanpa diimbangi sajian informasi yang melatarbelakangi masalah, sehingga justru menimbulkan kepanikan dalam masyarakat."

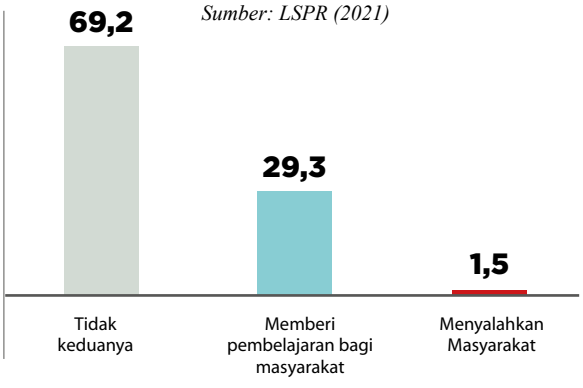
Dituliskan dalam laporan penelitian bahwa, "Faktor kemampuan menggunakan bahasa jurnalistik kurang dipahami oleh media online sehingga berita yang muncul adalah berita dengan bahasa menakutkan yang menimbulkan suasana mencekam." Dikatakan bahwa, "Liputan peristiwa pandemi Covid-19 merupakan jurnalisme bencana, namun topik ini belum muncul secara kuat. Padahal masyarakat kita sekarang ini hidup dalam suasana mencekam dengan semakin ganasnya Covid-19. Kondisi ini menunjukkan kurangnya kepekaan jurnalistik serta terbatasnya kemampuan bahasa, terutama dalam pemilihan diksi menyangkut isu pandemi."

Hasil penelitian yang juga menarik terkait dengan jurnalisme bencana ini adalah mengenai aspek pembelajaran dari bencana ini. Kembali tampak bahwa dominasi berita online tentang Covid-19 dari sisi konten tidak menyajikan bencana sebagai bentuk pembelajaran antara lain misalnya agar cepat ditangani untuk menekan angka korban.

Data di atas,mengungkapkan bahwa media online di Indonesia masih kurang memberi-

Gambar 4, **Tingkat Pembelajaran dari Bencana**

Sumber: LSPR (2021)

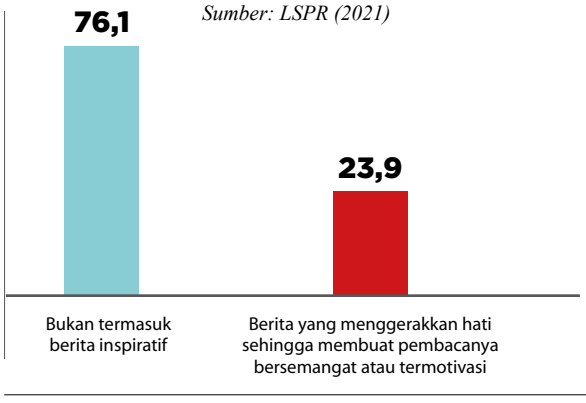


kan nilai pembelajaran selama Covid-19 tahun pertama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hampir sepertiga saja (29,3%) dari media online mengangkat isu bagaimana publik dapat belajar dari pandemi global ini. Selebihnya, dua pertiga atau 69,2 persen tidak menunjukkan bagaimana media mengangkat isu-isu tentang belajar dari bencana ini baik dari laporan berita sehari-hari atau bisa juga melalui berita gambar, video dan ulasan.

Temuan lain dalam penelitian ini adalah bahwa media online belum banyak memberi ruang bagi berita yang inspiratif bagi masyarakat ketika pandemi berkecamuk tahun 2020 dan awal 2021. Tampak dari data yang tersedia, hanya sekitar seperlima (23,9 %) dari sampel berita online yang memuat informasi yang dirancang untuk menggerakkan masyarakat dalam menangani pandemi Covid-19; berita yang menggerakkan hati dan membuat pembacanya bersemangat atau termotivasi.

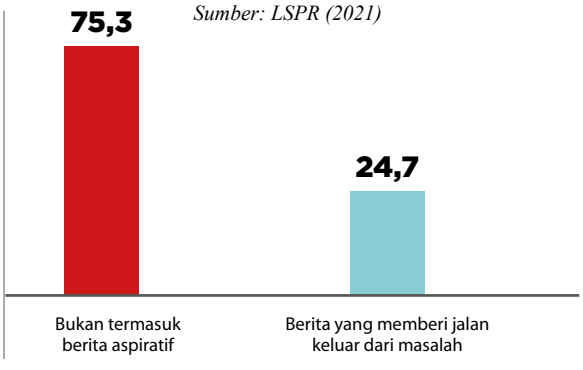
Gambar 5, **Tingkat Menjadi Inspirasi Masyarakat**

Sumber: LSPR (2021)



Gambar 6, **Tingkat Pemberi Aspirasi Masyarakat**

Sumber: LSPR (2021)



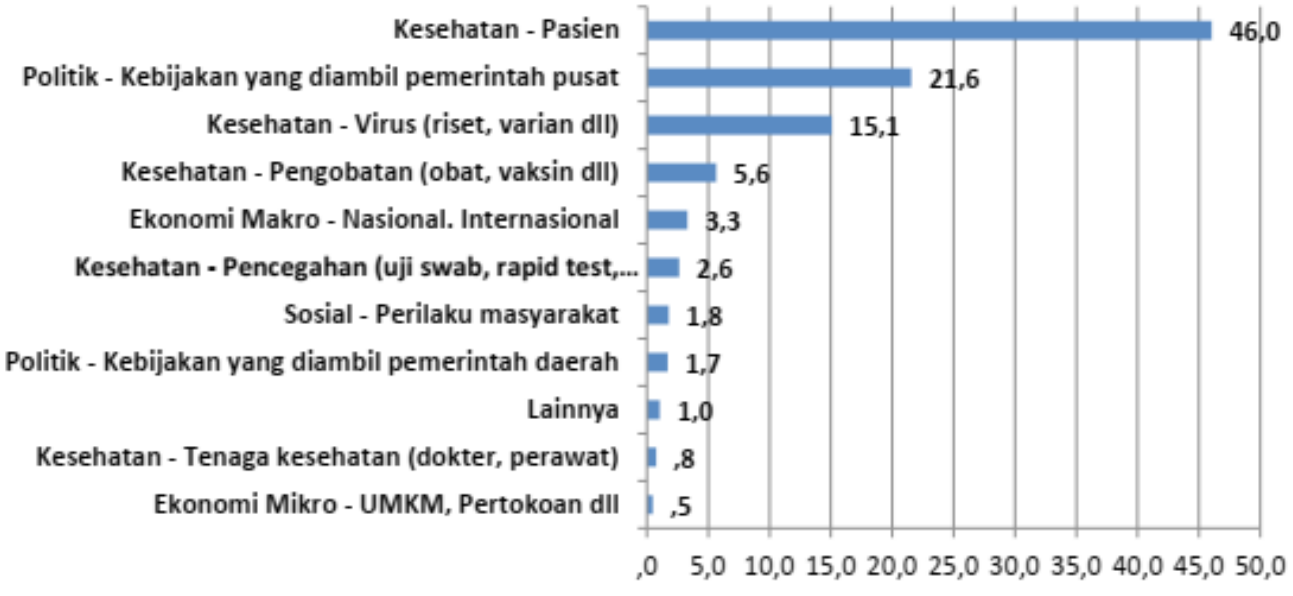
Mengenai hal ini laporan penelitian menulis bahwa "temuan ini mungkin terkait dengan temuan-temuan sebelumnya bahwa media massa seakan terlepas dari lingkungannya. Media massa seakan tidak memberikan empati, dukungan dan pembelajaran kepada masyarakat. Namun mungkin hal ini disebabkan oleh beragam faktor diantaranya jenis pemberitaan yang diteliti dan juga keterbatasan dari penelitian ini sendiri."

Terkait hal ini kemampuan jurnalis online mungkin juga belum sampai kepada menyajikan berita dalam konteks bagaimana menggerakkan auidens agar mendapatkan solusi ketika membaca berbagai informasi di media siber.

Aspek terakhir yang dikaji dalam penelitian ini adalah mengenai bagaimana media online dapat menyampaikan berita yang bersifat aspiratif bagi publik, mengungkapkan keluhan dan pengaduan masyarakat, atau juga menebarkan aspirasi tertentu kepada anggota masyarakat lainnya.

Mengenai hal ini laporan penelitian menjelaskan bahwa dalam aspek yang terakhir dicoba untuk ditelaah apakah pemberitaan yang disampaikan telah mampu menjadi berita yang aspiratif. Hasilnya adalah 74,9% berita yang diteliti tidak termasuk ke dalam berita aspiratif. Sisanya berupa 24,5% berita memberikan jalan keluar dari masalah yang dihadapi oleh masyarakat.

Gambar 7, **Variasi Berita Media Online**



Sumber: LSPR (2021)

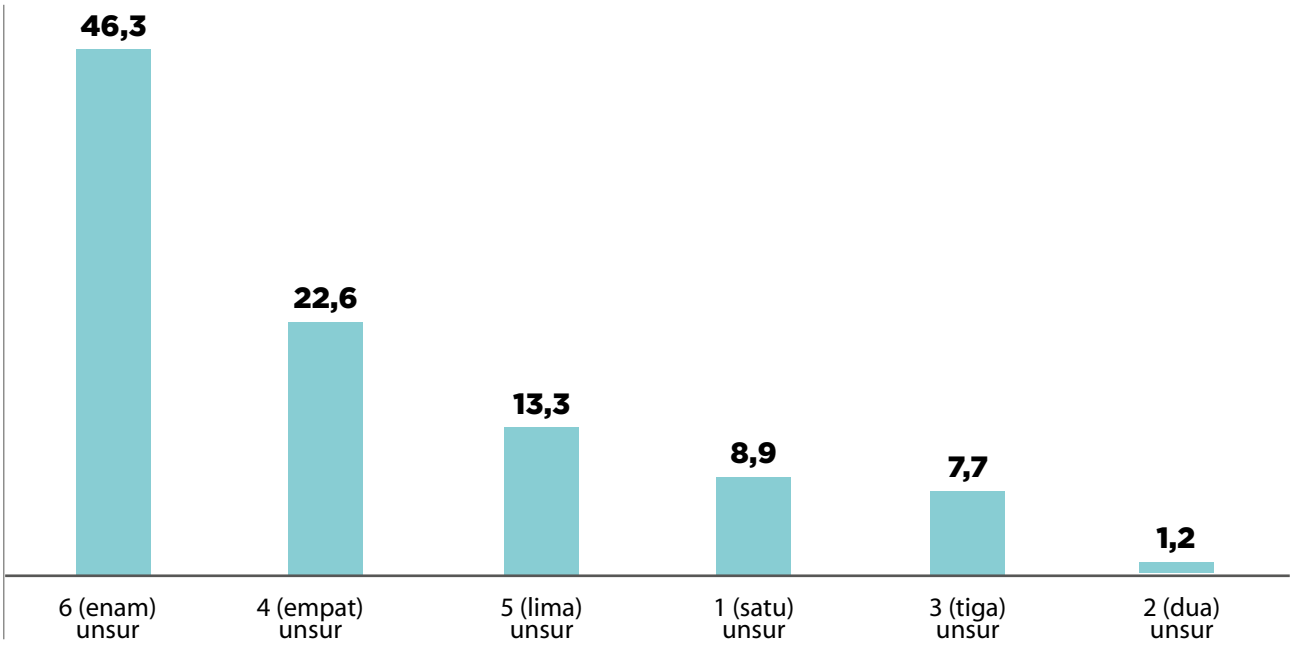
"Apakah ini merupakan sebuah temuan yang kurang baik? Jawabannya mungkin tidak, dikarenakan oleh berbagai faktor. Faktor utama, sekali lagi mungkin ada pada sifat berita itu sendiri yang berupa hard news. Dalam kategori ini berita hanya terfokuskan kepada isu dan fakta. Kalaupun ada, berita yang memberikan pemahaman yang lebih luas mungkin tidak banyak. Ini kembali juga ke hakikat dari media massa online yang bersifat sangat dinamis dan terpacu dengan waktu."

"Apakah ini merupakan sebuah temuan yang kurang baik? Jawabannya mungkin tidak, dikarenakan oleh berbagai faktor. Faktor utama, sekali lagi mungkin ada pada sifat berita itu sendiri yang berupa *hard news*. Dalam kategori ini berita hanya terfokuskan kepada isu dan fakta. Kalaupun ada, berita yang memberikan pemahaman yang lebih luas mungkin tidak banyak. Ini kembali juga ke hakikat dari media massa online yang bersifat sangat dinamis dan terpacu dengan waktu," demikian tulis laporan penelitian.

Kalau merujuk kepada fungsi media massa di dalam UU Pers No 40/1999, bisa dikatakan bahwa berita dan informasi yang disajikan belum banyak menyentuh aspek pendidikan. Di dalam aspek pendidikan ini tercakup juga bagaimana berita ini dapat menjadi inspirasi dan aspirasi saat menghadapi bencana kemanusiaan ini.

Dalam penelitian yang dilakukan LSPR ini banyak aspek yang menjadi sorotan, namun posisi pemberitaan saat terjadi bencana merupakan bidang penting untuk diulas. Jurnalisme kebencanaan pada tempatnya menjadi cara kerja yang dominan dari media online. Data-data ha-

Gambar 8, **Kelengkapan Berita Media Online**



Sumber: LSPR (2021)

sil penelitian menunjukkan jurnalisme online di Indonesia masih belum menunjukkan karakter jurnalisme kebencanaan namun terbatas para jurnalisme "*business as usual*" padahal ancaman bencana Covid-19 sampai pada tingkat merenggut belasan ribu nyawa dan lebih dari satu juta orang terkena pandemi ini ketika penelitian dilakukan.

Penelitian ini menjelaskan bahwa berita yang diangkat lebih banyak menyangkut aspek kesehatan. Hal ini wajar karena pandemi masuk dalam rubrik kesehatan. Jika diperinci lebih lanjut, aspek kesehatan yang paling sering ditulis adalah masalah pasien seperti jumlah penderita atau masalah yang dialami oleh penderita yang sebesar 46%. Aspek kesehatan kedua adalah tentang perkembangan virus Covid-19 seperti riset, varian dan lainnya yang mencapai 15.1%.

Aspek kesehatan ketiga adalah tentang masalah pengobatan dan vaksin yakni sebesar 5.6%. Sedangkan masalah non kesehatan yang diangkat adalah politik terkait kebijakan yang diambil pemerintah pusat sebesar 21.6%. Masalah Covid-19 telah menjadi masalah nasional dan peran pemerintah pusat menjadi sorotan dalam menanganinya.

Review penelitian LSPR ini tidak membahas mengenai obyektivitas berita karena kajian mengenai konten jurnalisme saat bencana lebih menarik untuk diulas. Demikian pula aspek kelengkapan berita yang merupakan hal penting untuk menilai kualitas pemberitaan, tidak diulas di sini. Sebagai catatan kecil saja disampaikan di sini bahwa menyangkut aspek kelengkapan berita penelitian ini menemukan media online sudah menunjukkan kelengkapan berita berdasar 5W1H sesuai konsep yang dijadikan dasar dari penelitian.

Dari data itu dapat dikatakan bahwa hampir setengah dari berita media siber telah menunjukkan upaya agar beritanya lengkap tidak sepotong-sepotong. Hal itu ditunjukkan dengan

angka 46,3 persen. Sedangkan sekitar seperlimanya atau 22,6 persen sudah memenuhi empat unsur dari berita. Sisanya bervariasi dari 13,3 persen yang memenuhi lima unsur sampai hanya memenuhi dua unsur saja dalam berita online yang diteliti mengenai pandemi.

PENUTUP

Konten berita yang diteliti sekitar setahun mulai Maret 2020 sampai 2021 terkait jurnalisme kebencanaan dapat disimpulkan sebagai berikut.

Pertama, dari konten berita tentang pandemi Covid-19 yang dijadikan sampel hanya sekitar seperlima atau sekitar 20 persen yang mengedepankan empati kepada korban. Angka ini menunjukkan masih kurangnya jurnalis Indonesia memahami konteks pembuatan berita khusus bencana.

Kedua, hasil penelitian memperlihatkan bahwa hanya 27,1 persen berita media siber yang bersifat memberikan harapan. Sebanyak 56,7% berita tidak mengangkat aspek harapan dan hanya bersifat informatif yang netral. Di sisi lain terdapat 16,2% berita yang justru menampilkan ketakutan, sesuatu yang berlawanan dengan harapan.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa hanya 27,1 persen berita media siber yang bersifat memberikan harapan. Sebanyak 56,7% berita tidak mengangkat aspek harapan dan hanya bersifat informatif yang netral. Di sisi lain terdapat 16,2% berita yang justru menampilkan ketakutan, sesuatu yang berlawanan dengan harapan.

Ketiga, hampir sepertiga saja dari media siber yang diteliti mengangkat isu bagaimana publik dapat belajar dari pandemi global ini. Dengan angka 29,3 persen ini dapat disebutkan bahwa berita bencana ini tidak dijadikan pembelajaran bagi masyarakat. Sedangkan hampir dua pertiga atau 69,2 persen tidak menunjukkan bagaimana media mengangkat isu-isu tentang belajar dari bencana ini.

Keempat, dari sampel berita yang diteliti hanya 23,9 persen yang bersifat menggerakkan hati sehingga bisa membuat pembacanya bersemangat atau termotivasi. Selebihnya 76,1 persen tidak menunjukkan karya jurnalistik yang mampu menginspirasi publik dalam menghadapi Covid-19.

Kelima, sekitar 74,9% karya jurnalistik yang diteliti tidak termasuk ke dalam berita-berita aspiratif. Sisanya berupa 24,5% berita memberikan jalan keluar dari masalah yang dihadapi oleh masyarakat. Dengan demikian mayoritas berita online belum menjadi sumber aspiratif publik saat menghadapi Covid-19.

Sejumlah saran dapat dikemukakan dari temuan-temuan dari penelitian ini. *Pertama*, jurnalisme media online saat pandemi perlu mendapatkan pelatihan jurnalisme kebencanaan sehingga media massa dapat memainkan peran sebagai sumber informasi yang sekaligus mendidik.

Kedua, meskipun menghadapi tuntutan mengejar kecepatan setiap harinya media online perlu memainkan peran dalam memberdayakan jurnalisme kebencanaan sehingga mereka tidak hanya menjadi media yang kredibel tetapi juga mampu menggerakkan bangsa.

Ketiga, Dewan Pers juga memiliki peran untuk memperkuat praktik jurnalisme bencana sehingga pers Indonesia ikut memikul tanggung jawab dalam menghadapi Covid-19. Dalam hal ini kerjasama pers dengan Satgas Covid-19 merupakan salah satu bentuk keterlibatan dalam menyebarkan perubahan perilaku menghadapi Covid-19.■

DAFTAR RUJUKAN

Aristama, Faisal. *Riset Dewan Pers & LSPR: 29,3 Persen Media Mengedukasi*

Masyarakat di Masa Pandemi. politik.rmol.id. 27 Agustus 2021. https://politik.rmol.id/read/2021/08/27/502078/riset-dewan-pers-lspr-29-3-persen-media-mengedukasi-masyarakat-di-masa-pandemi. Diakses 29 Mei 2022.

Anggita, Vina. swa.co.id. 28 Agustus 2021.*Riset Dewan Pers-LSPR: Hanya 20,2%*

Media Online yang Memberikan Berita Empati dalam Liputan Covid-19. Diakses 29 Mei 2022.

McQuail, Denis and Mark Deuze.(2020). *Mcquail's Media & Massa Communication*

Theory. Los Angeles: Sage.

LSPR. (2021). *Analisis isi pemberitaan COVID-19 pada media online di Indonesia*

Maret 2020-Februari 2021. Jakarta: LSPR.

L,Wilkins, L. Steffens, M., Thorson, E., Kyle, G., Collins, K., & Vultee, F. (2012).

Reporting Disaster on Deadline: A Handbook for Students and Professionals. London: Routledge.

Setiawati, Daniarti, Artini Soeparmo, Deddy Irwandy.(2021). Analisis Isi Pemberitaan

COVID-19 pada Antaranews.com. *Jurnal Mutakallimin*. Vol.4. No1.

Sudrajat, E.S., & Kusumawardani, V. (2021). Analisis Isi Pemberitaan Penerimaan

Vaksinasi Covid-19 di Indonesia (Studi Kasus Pada Media Kompas.com Edisi 25 Februari – 25 Mei 2021). PROMEDIA (PUBLIC RELATION DAN MEDIA KOMUNIKASI).

Rakhmadani, R. (2020). Objektivitas Media di Tengah Pandemi Covid-19: Analisis Isi

Berita tentang Penerapan New Normal di Indonesia pada Media Tirto.id. *Jurnal Audiens*. Vol.1. No 2.

RMOLBengkulu. rmolbengkulu.id. 30 Agustus 2021. Temuan Riset LPSR Dan Dewan

Pers: 78,9 Persen Wartawan Dingin Terhadap Pemberitaan Covid-19. Diakses 29 Mei 2022.

Tuchman, Gaye. (1978). *Making News: A Study in the Construction of Reality*. New

York: The Free Press.

Undang-Undang No 40 tahun 1999 tentang Pers.

*) **Asep Setiawan,** anggota Dewan Pers periode 2019-2022, mengawali karir sebagai wartawan di Harian *Kompas* tahun 1989 hingga 1998. Tahun 1999 mendapat tugas sebagai editor di *kompas.com*, salah satu media siber generasi pertama di Indonesia. Sejak tahun 2000 berkarir di *BBC World Service* Departemen Indonesia di London mulai sebagai presenter sampai dengan editor. Pada 2002 dan 2008-2010 menjadi Kepala Biro *BBC Indonesia* di Jakarta. Tahun 2012 kembali ke Indonesia menjadi Wakil Pemimpin Redaksi *Metro TV* kemudian tahun 2013 menjadi Kepala Media Research Center di *Metro TV*.

Doktor Hubungan Internasional dari Unpad Bandung ini sekarang menjabat sebagai Ketua Program Magister Ilmu Politik, FISIP, Universitas Muhammadiyah Jakarta dan aktif di Palestine Media Forum yang berkantor di Turki sebagai Anggota Trustee. Sejumlah buku pernah ditulisnya antara lain *Jurnalistik Radio* (2012) dan *Jurnalistik Praktis* (2012). Pengalaman jurnalistiknya kebanyakan meliput masalah internasional antara lain Perang Teluk 1990-1991.

KEPERCAYAAN PUBLIK TERHADAP MEDIA ARUS UTAMA DI MASA PANDEMI

Oleh: **RETNO INTANI ZA**

PENGANTAR

Tahun 2019 tim riset dari Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Moestopo Beragama, Jakarta, dengan dukungan dana dari Dewan Pers telah melaksanakan penelitian tentang "Kepercayaan publik terhadap media pers". Dua tahun kemudian, yakni tahun 2021, tim riset yang sama melakukan penelitian masih berkaitan dengan kepercayaan publik tetapi obyeknya terhadap media arus utama di masa pandemi Covid-19. Berikut catatan terhadap hasil penelitian berjudul *Kepercayaan Publik Terhadap Media Arus Utama Di Masa Pandemic Covid-19*[1] tersebut yang ditulis oleh Retno Intani ZA,

1 Tim Peneliti dari Universitas Moestopo Beragama: Dwi Ajeng Widarini, Fizzy Andriani, NatalinaNilamsari, Eni Kardi Wiyati

praktisi media, dosen serta Ketua Bidang Pendidikan dan Latihan SMSI Pusat.

LATAR BELAKANG PENELITIAN

Di era pandemi Covid-19 saat ini, informasi di media arus utama memiliki peranan untuk memberikan penjelasan mengenai penyebaran kebijakan pemerintah hingga vaksin Covid-19 kepada publik untuk mengurangi ketidakpastian informasi. Media arus utama, menjadi sarana penyampai informasi yang teruji kebenarannya dan menyajikan fakta yang relevan sesuai dengan kebutuhan publik. Hasil penelitian tentang kepercayaan publik terhadap media pers arus utama tahun 2019 (Dewan Pers, 2019) mengungkapkan, bahwa media arus utama (*mainstream media*) khususnya media siber dan televisi masih menjadi sarana utama bagi publik dalam melakukan proses verifikasi informasi.

Penelitian dilanjutkan tahun 2021 tentang tingkat kepercayaan publik terhadap media pers arus utama disandingkan dengan platform media sosial dengan responden yang dikategorikan berdasarkan perbedaan karakteristik usia (Generasi Baby Boomers, X, Millennial, dan Z), pendidikan, jenis kelamin dan provinsi. Adanya perbandingan platform media sosial dan perbedaan karakteristik tersebut menjadi pembeda dari penelitian di tahun 2019 yang belum menyandingkan perbedaan golongan. Karakteristik ini, diharapkan dapat menjadi temuan baru dalam mengamati kepercayaan publik pada media massa.

Survei yang dilakukan Edelman Trust Barometer 2021 (Edelman, 2021) menunjukkan, tingkat kepercayaan media di Indonesia meningkat tiga poin menjadi 72 atau tertinggi di dunia. Hal ini senada dengan hasil Nielsen Television Audience Measurement (TAM) mengenai tren konsumsi media di 11 kota yang menunjukkan, rata-rata kepemirsaan TV mulai meningkat dalam periode Maret 2020 dengan penambahan 1 juta pemirsa TV, dari rata-rata rating 12 persen pada tanggal 11 Maret menjadi 13,8 persen pada tanggal 18 Maret 2020 (Nielsen, 2020).

Namun, Kementerian Komunikasi dan Informasi (Kominfo) mencatat ada 1028 hoaks terkait informasi Covid-19 pada bulan Agustus 2020 (Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, 2020). Meningkatnya hoaks dan sumber informasi yang dibagikan kepada masyarakat melalui media sosial, menjadi tantangan baru bagi media arus utama dalam meningkatkan kredibilitasnya di mata publik. Penggunaan media sosial sebagai salah satu sumber informasi bagi masyarakat bagai pisau bermata dua, di satu sisi membawa nilai positif dan di sisi lain membawa nilai negatif dengan munculnya informasi *hoaks* atau informasi yang mengandung mis-informasi, dis-informasi dan mal-informasi.

Pada era disrupsi media seperti sekarang ini, kehadiran *influencer* di media sosial turut berperan sebagai penyebar informasi. Narasi yang dikembangkan pun sangat beragam dan tak jarang berbenturan atau berlawanan dengan apa yang disajikan oleh media arus utama. Hal inilah yang selanjutnya menjadi tantangan bagi jurnalis dan media (Indiyati, Khusnia, Chotijah, & Muhlis, 2020)

Beberapa *influencer* juga berpengaruh dalam penyebaran informasi mengenai Covid-19 yang menimbulkan misinformasi dan disinformasi. Sebut saja sebagai contoh, video yang dibuat oleh seorang penyanyi yang membuat tayangan wawancara dengan seorang dokter yang mengklaim mempunyai obat Covid-19. Video yang tayang di YouTube ini, dengan cepat menjadi viral dan ditonton 450.000 kali dan mendapatkan 9000 likes sebelum akhirnya video tersebut dihapus.

Di tahun 2020 selain informasi *hoaks* di media sosial dan konvergensi media, tantangan media arus utama adalah kondisi perusahaan media

>> Wartawan meliput saat pandemi Covid-19 (Foto: Dok. Dewan Pers)

yang terdampak krisis ekonomi sebagai akibat dari pandemi Covid-19. Data dari Global Conference on Media Freedom menyatakan penghasilan melalui iklan merosot 70 persen pada 2020, keadaan ini merupakan ancaman bagi jurnalisme (Milosevic, 2020).

Ancaman bagi industri media di saat pandemi karena menurunnya belanja iklan di media menjadi landasan kebijakan Dewan Pers (Friski, 2020). Dewan Pers pada tahun 2020 mendorong pemerintah untuk memberikan insentif bagi industri media. Pemerintah memberikan keringanan beban pajak dan menginstruksikan pemerintah daerah untuk mengalokasikan anggaran iklannya di media lokal.

Media massa merupakan rujukan utama masyarakat di masa pandemi, karena kebutuhan untuk *update* informasi terbaru sangat dibutuhkan. Namun, terdapat sejumlah faktor yang mendorong masyarakat untuk mempertanyakan konten media massa karena dianggap tidak cukup untuk menumbuhkan keyakinan publik. Sejumlah faktor yang mempengaruhi kepercayaan publik pada media diantaranya perubahan perilaku konsumsi media, teknik penyajian informasi yang berkembang saat ini, kecenderungan media partisan dan narasi figur publik yang kerap berbenturan dengan (Indiyati, Khusnia, Chotijah, & Muhlis, 2020).

Bisnis pers sebagai bisnis kepercayaan, harus meletakkan fondasi pada kepentingan publik. Pers yang kredibel akan menjamin loyalitas audiensnya. Untuk membangun dan menjaga kredibilitasnya pers dituntut mampu secara

teguh menjalankan tugas profesinya yakni menyampaikan kebenaran demi kepentingan publik. Oleh karena itu pers harus bersikap independen dalam melakukan kerja intelektualnya dan mengacu pada kepentingan publik.

Pada tahun 2020 Dewan Pers menerima 800 pengaduan terkait dengan pelanggaran kode etik jurnalistik (KEJ) yang dilakukan oleh media arus utama (Arika, 2021). Fenomena mengejar banyak klik (*clickbait*) menjadi salah satu penyebab pelanggaran KEJ di media daring banyak terjadi. Sedangkan di media penyiaran, yang kerap terjadi adalah penggunaan frekuensi publik untuk menyarkan kegiatan-kegiatan yang bersifat privat seperti pernikahan artis, yang akhirnya menyampingkan kebutuhan masyarakat akan informasi yang penting.

Penelitian bertajuk *Kepercayaan Publik Terhadap Media Arus Utama Di Masa Pandemi Covid-19* mencoba melihat dan mengkaji bagaimana kepercayaan publik terhadap media arus utama, bagaimana persepsi publik saat ini terhadap media pada umumnya dan institusi pers khususnya di tahun 2021, serta bagaimana kepercayaan publik terhadap media pers arus utama (*mainstream* media) dibandingkan media sosial. Persepsi publik terhadap media arus utama dalam kajian ini mengukur pola perbedaan berdasarkan latar belakang golongan usia, pendidikan, jenis kelamin dan konsumsi media.

TUJUAN PENELITIAN

Penelitian berjudul *Kepercayaan Publik Terhadap Media Arus Utama di Masa Pandemi Covid-19* bertujuan untuk mendapatkan gambaran mengenai tingkat kepercayaan publik terhadap media pers arus utama pada tahun 2021 disandingkan dengan platform media sosial berdasarkan perbedaan usia responden – generasi *Baby Boomers*, *X*, *Millennial*, dan *Z* - pendidikan, jenis kelamin, dan provinsi.

KERANGKA BERPIKIR

Fenomena disinformasi terjadi saat dunia sedang memerangi pandemi Covid-19. Ancaman disinformasi kian masif dan sulit dikontrol (Posetti & Bontcheva, 2020). Karena berlangsung begitu serempak dan multi-arah, beragam jenis berita bohong, pemelintiran fakta (*hoaks)* semakin membanjiri kanal-kanal informasi *online* dan *offline*, yang bahkan diamplifikasi oleh organisasi media atau pers sehingga banyak masyarakat yang tersesat dalam membaca data dan fakta, terutama mengenai kebijakan-kebijakan pemerintah.

Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) mencatat sejak 23 Januari hingga 14 Agustus 2020, setidaknya terdapat 1.037 *hoaks* yang berhubungan dengan pandemi Covid-19. Artinya, terdapat 6 (enam) *hoaks* perhari diproduksi dan disebarkan pihak-pihak tertentu dengan berbagai tujuan. Mulai dari berbentuk meme dan narasi yang mencampurkan bahasa emosional, kebohongan, dan informasi sepotong; gambar dan video manipulasi yang membingungkan dan menumbuhkan rasa ketidakpercayaan masyarakat; website dan identitas palsu yang menampilkan informasi-informasi keliru namun dengan tampilan berita yang seolah-olah masuk akal; dan kampanye disinformasi terorganisir dengan tujuan politis demi menjatuhkan kredibilitas otoritas dan ekonomi (Widiastuti, 2020).

Pertarungan untuk menangkal berbagai disinformasi yang menyesatkan persepsi publik dilakukan media pers arus utama dan platform media sosial agar kepercayaan (*trust*) publik tetap terjaga dengan baik. *Trust* terbentuk karena adanya hubungan antara *trustor* atau pihak yang dipercaya dengan *trustee* yakni pihak yang memutuskan untuk percaya kepada *trustor* (Blöbaum, 2016). Ketidakpercayaan terhadap media massa dapat merusak kemampuan media untuk menginformasikan kepada publik, dan akibatnya konsumen mungkin tidak menyadari isu ataupun perspektif alternatif

lain di luar jaringan pribadi mereka (Kohring & Matthes, 2007). Kepercayaan menurut Mayer, Davis, & Schoorman (1995) terbentuk dari 3 aspek yaitu *ability, benevolence*, dan *integrity*. Ketidakpercayaan dapat terjadi karena maraknya berita hoaks *(hoax) yaitu* salah satu konten media yang sengaja dibuat oleh institusi atau perusahaan media dan dibuat untuk mempengaruhi persepsi tentang bagaiman acara seseorang memandang dunia nyata, pikiran, dan perilaku khalayak (Tamburaka, 2013).

METODOLOGI

Penelitian ini berupa survei melalui penyebaran kuisioner, wawancara dengan responden dari beberapa provinsi di Indonesia. Survei dilakukan selama bulan Mei-Juli 2021 dengan menggunakan instrumen kuisioner melalui Google Form. Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner berbentuk antara lain, *(1) Multiple Choice; (2) Multiple Answer; (3) Grid Multiple Answer.*

Total sampel sebesar 1,020 responden, menggunakan *systematic random sampling* dengan 30 sampel per-provinsi di 34 provinsi di Indonesia dengan rentang usia 13-56 tahun. Data yang dikumpulkan kemudian dianalisis menggunakan distribusi frekuensi, dan *Cross-Tabulations*.

Analisis data untuk menggambarkan secara kuantitatif antar-indikator dengan menggunakan perangkat lunak SPSS (*Statistical Program for Social Science*).

HASIL PENELITIAN

Survei menemukan, media arus utama masih cukup dipercaya oleh publik dan menjadi media konfirmasi untuk informasi yang diperoleh di media baru (*new media*), yang salah satunya lazim disebut sebagai media sosial. Pada konteks ini, media siber dipercaya berdasarkan faktor data dan fakta yang disajikan oleh media yang memiliki nama besar atau nama media yang menjadi *top of mind* audiens.

Media arus utama, menjadi sarana penyampai informasi yang teruji kebenarannya dan menyajikan fakta yang relevan sesuai dengan kebutuhan publik. Hasil penelitian tentang kepercayaan publik terhadap media pers arus utama tahun 2019 (Dewan Pers, 2019) mengungkapkan, bahwa media arus utama (mainstream media) khususnya media siber dan televisi masih menjadi sarana utama bagi publik dalam melakukan proses verifikasi informasi.

Sedangkan kepercayaan terhadap berita televisi siaran atau *streaming* dikarenakan faktor data dan fakta yang disajikan serta narasumber berita. Selanjutnya, media on-line/siber merupakan media yang paling tinggi digunakan konfirmasi kebenaran informasi diikuti TV *streaming*.

Terkait dengan situasi pandemi Covid-19, mayoritas responden dari 34 provinsi mempercayai informasi dari para pakar yang kompeten soal Covid-19.

KEPERCAYAAN TERHADAP MEDIA ARUS UTAMA

Penelitian dengan menggunakan metode kuantitatif survei – setidaknya secara statistik – ini memberikan gambaran yang cukup representatif tentang tanggapan masyarakat terhadap informasi media arus utama di tengah masa pandemi Covid-19. Kepercayaan terhadap media arus utama layak diangkat menjadi tema penelitian karena pada era digital sekarang penggunaan media sosial terus berkembang dan meluas.

Temuan penelitian dari responden dapat menjadi rujukan dan evaluasi tentang informasi terkait Covid-19 yang disampaikan media arus utama selama masa pandemi. Selain itu, munculnya berita *hoax* yang mewarnai situasi pandami Covid-19 dalam penelitian ini, dapat pula menjadi acuan dalam meningkatkan kepercayaan publik untuk menentukan pakar kompeten dan narasumber dari pemerintah yang memiliki kredibilitas.

Selain itu, penelitian ini mengukur penggunaan media arus utama (Surat Kabar Harian, Surat Kabar Mingguan/Tabloid/ Majalah, Televisi, Radio, Media Siber) dan Media Sosial yang dibagi menjadi layanan jejaring sosial yaitu *Facebook*, *Twitter* yang masuk dalam layanan mikroblogging, layanan berbagi media seperti *Instagram*, *YouTub*e, *TikTok*, dan layanan percakapan yang di dalamnya termasuk *WhatsApp, Line*, dan *Telegram.*

Seperti yang ditulis oleh peneliti bahwa dalam keterbatasan penelitian, survei ini dilakukan secara daring lantaran masih adanya pandemi, yang tidak memungkinkan untuk melakukan survei secara tatap muka secara langsung. Selain itu, peneliti menghadapi tenggat waktu yang relatif terbatas pula

Survei ini dibatasi untuk mendapatkan data mengenai tingkat kepercayaan media arus utama dan media sosial di Indonesia, dengan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, asal provinsi secara kuantitatif. Kajian literatur digunakan dalam penelitian ini sebagai ilustrasi temuan dan memperkuat data yang ada. Penelitian ini membedakan preferensi penggunaan media berdasarkan kelompok umur atau generasi, yakni generasi *baby boomers*, generasi X, generasi Y (milenial), dan generasi Z sehingga memberikan gambaran yang lebih rinci mengenai preferensi setiap generasi. Namun berdasarkan pernyataan di atas, data yang dipergunakan nampaknya hampir sama dengan penelitian sebelumnya.

Yang menjadi pembeda, penelitian berjudul *Kepercayaan Publik Terhadap Media Arus Utama Di Masa Pandemic Covid-19* ini dapat memetakan perilaku pengguna media sosial dalam mendapatkan atau mengakses informasi dari media siber. Penelitian menunjukkan media sosial , menjadi media pertama sebagai pencari informasi berkaitan dengan Covid 19. Media *mainstream* tetap menjadi alternatif karena sifatnya yang menjadi kepercayaan akan data dan fakta yang disajikan.

Dengan melihat fakta tersebut maka semestinya media mainstream memperkuat/ memanfaatkan semaksimal mungkin media sosial miliknya sebagai sumber informasi publik terpercaya, baik itu Instagram, Youtube, Twitter dan lain-lain. Sayangnya, peneliti tidak menggali penggunaan media sosial oleh media arus utama sebagai sarana saluran bagi media arus utama. Sejauh ini belum ada penelitian bagaimana pengaruh media sosial yang merupakan milik/saluran resmi media arus utama itu di tengah publik, melawan hoaks.

Tingkat kepercayaan media arus utama dan media sosial menjadi fokus dalam penelitian ini, namun tidak nampak secara detail jenis berita dan jenis informasi apa yang dikonsumsi oleh responden dan pemaparan tentang tingkat kepercayaan terhadap media sosial. Jika demikian, uraian mengenai kepercayaan publik lebih merupakan perbandingan tingkat kepercayaan

publik antara media arus utama dan media sosial. Penelitian ini pun tidak membatasi media arus utama, secara spesifik, hanya disinggung dalam deskripsi penelitian.

Pada prinsipnya dan seharusnya, media arus utama perlu memiliki media sosial yang juga kredibel. Ini pula yang luput diteliti. Penelitian ini juga tidak spesifik menunjuk media arus utama apa saja yang diteliti sehingga peneliti hanya mengukur tingkat akses terhadap media.

Bila merujuk pada perkembangan teknologi internet, audiens sekarang ini tidak lagi melihat medianya, tetapi melihat kontennya. Saat pengguna melakukan *search* di google, berita-berita atau informasi yang penting (*highlight*) sudah bermunculan. Persoalannya bukan pada apakah informasi itu berasal dari media arus utama atau bukan, tetapi pada kontennya sendiri. Jika konten itu menarik perhatian pengguna, maka seterusnya si pengguna akan membaca dan percaya karena sudah layak dipercaya.

Search engine atau mesin pencari menjadi sarana penentu berita mana yang akan dibaca. Bukan media apa yang dicari. Judul *clickbait* yang kerap dilakukan oleh para jurnalis on-line cukup memberi dampak bagi pengguna untuk tertarik membacanya. Ditambah sistem notifikasi (media *on-line/web* media/portal berita) atau *subcribe* (YouTube) yang kerap dilakukan para pengguna media sosial, memudahkan mereka untuk mencari dan menemukan informasi atau berita yang dibutuhkan.

Perbandingan antara media arus utama dengan media sosial sebenarnya bukan *apple-to-apple*. Selain karakteristik yang berbeda, perilaku khalayaknya pun tidak sama. Salah kaprah tentang istilah media sosial yang terkait dengan *Whatsapp* dan *Telegram*, mungkin perlu dikaji ulang mengingat *Whatsapp* atau *Telegram* lebih dikenal sebagai media berbagi (media *sharing*) ketimbang sebagai media sosial.

Khalayak media sosial semacam YouTube, Facebook, dan Instagram, memiliki kecenderungan tidak mencari berita atau informasi. Tapi untuk sekadar mencari hiburan dan aktualisasi diri.

PENUTUP

Penelitian berjudul *Kepercayaan Publik terhadap Media Arus Utama di Era Masa Pandemi Covid-19* dapat memetakan perilaku pengguna media sosial dalam mendapatkan atau mengakses informasi dari media siber. Sayangnya, penelitian ini tidak fokus dan spesifik dalam mencermati kepercayaan publik terhadap media arus utama di era masa pandemi Covid-19. Namun, di dalam ulasannya justru menyinggung pula tentang media sosial, yang secara kategorialnya dan klasifikasinya bukan bagian dari media arus utama. Pada akhirnya penelitian tidak fokus dan spesifik dalam mencermati kepercayaan publik terhadap media arus utama di era masa pandemi Covid-19.

Mungkin yang perlu menjadi pengingat bagi para pengelola media arus utama, semestinya media arus utama juga memiliki platform media sosial yang sedemikian rupa sehingga menjadi rujukan utama juga.

Selain itu, karena penelitian ini dapat memetakan perilaku pengguna media sosial dalam mendapatkan atau mengakses informasi dari media siber, maka sebagai rekomendasi, menjadi lebih bermakna seandainya diikuti dengan penelitian bagaimana para pengelola media siber memanfaatkan adanya perubahan perilaku pembaca yang kebanyakan melalui media sosial.■

MENYOAL PEMAHAMAN JURNALIS TERHADAP KODE ETIK JURNALISTIK

Oleh: **ARTINI** *), **LESTARI NURHAJATI** *),
XENIA ANGELICA WIJAYANTO*)

(Laporan Hasil Penelitian "Pemahaman Kode Etik Jurnalistik di Kalangan Jurnalis Indonesia" kerjasama Dewan Pers dengan LSPR – Tahun 2020)

PENGANTAR

Dipicu perkembangan teknologi informasi digital dewasa ini jumlah media di Indonesia semakin besar dan terus bertambah. Namun, seiring dengan itu, jumlah pengaduan masyarakat ke Dewan Pers juga cenderung meningkat. Pelanggaran kode etik jurnalistik yang terjadi antara lain berita tidak akurat, tidak ada uji informasi, tidak berimbang, tidak menghormati hak privat narasumber. Hasil survei Indeks Kemerdekaan Pers (IKP) tahun 2018 pun menunjukkan bahwa indikator Etika Pers berada di posisi relatif bawah, yakni pada posisi ke 15 dari 20 indikator.

Praktik menerima suap ("amplop"), kloning berita, penulisan tanpa verifikasi, tidak menyebut sumber yang jelas, liputan berita berselubung iklan, adalah sebagian dari buruknya

praktik etika pers oleh wartawan yang sering terjadi. Sebagian wartawan menganggap menerima "amplop" sebagai suatu hal yang biasa, sama-sama diketahui dan dimaklumi, karena di samping hampir tidak ada tindakan dari pihak media umumnya, juga sepertinya tidak ada keluhan dari masyarakat. Karena dianggap sudah biasa, instansi pemerintah justru menciptakan iklim kondusif bagi hadirnya "wartawan amplop", dengan menyediakan anggaran khusus pada APBD bagi wartawan, atau perjanjian kerjasama iklan demi kepentingan pemerintah daerah. Humas sejumlah pemerintah daerah bahkan menyediakan anggaran khusus untuk uang saku wartawan.

Bertolak dari kondisi seperti itu Dewan Pers bekerjasama dengan LSPR (London School of Public Relation) menyelengarakan survei untuk mengetahui pemahaman wartawan tentang Kode Etik Jurnalistik yang diatur dalam Peraturan Dewan Pers Nomor 6/Peraturan-DP/V/2008. Penelitian dalam bentuk survei bertajuk "Pemahaman dan Pelanggaran Kode Etik Jurnalistik Pada Jurnalis Indonesia" dilakukan Tim Peneliti dari LSPR dengan pembiayaan Dewan Pers, diselenggarakan pada tahun 2020.

TUJUAN PENELITIAN

Dalam KEJ dinyatakan dengan jelas bahwa "Kemerdekaan berpendapat, berekspresi, dan pers adalah hak asasi manusia yang dilindungi Pancasila, Undang-Undang Dasar 1945, dan Deklarasi Universal Hak Asasi Manusia PBB. Kemerdekaan pers adalah sarana masyarakat untuk memperoleh informasi dan berkomunikasi, guna memenuhi kebutuhan hakiki dan meningkatkan kualitas kehidupan manusia. Dalam mewujudkan kemerdekaan pers itu, wartawan Indonesia juga menyadari adanya kepentingan bangsa, tanggung jawab sosial, keberagaman masyarakat, dan norma-norma agama". Dari pembukaan KEJ tersebut, jelas nilai-nilai kebebasan menyatakan pendapat menjadi prioritas utama bagi pers di Indonesia.

Di sisi lain, KEJ juga menyatakan dengan tegas: "Dalam melaksanakan fungsi, hak, kewajiban dan peranannya, pers menghormati hak asasi setiap orang, karena itu pers dituntut profesional dan terbuka untuk dikontrol oleh masyarakat." Pada poin ini KEJ menekankan pentingnya sikap profesionalisme bagi para pekerja media. Untuk itu pula menjadi signifikan bagi para pekerja media memahami fungsi atas hak dan tanggung jawab mereka.

Kehadiran KEJ menjadi sangat penting bagi semua awak media, para pekerja media, para jurnalis. Ini juga tertera dalam pengantar KEJ: "Untuk menjamin kemerdekaan pers dan memenuhi hak publik memperoleh informasi yang benar, wartawan Indonesia memerlukan landasan moral dan etika profesi sebagai pedoman operasional dalam menjaga kepercayaan publik dan menegakkan integritas serta profesionalisme'.

Berdasarkan uraian di atas dapat diajukan pertanyaan penelitian sebagai berikut: Bagaimana pemahaman jurnalis tentang Kode Etik Jurnalistik berdasarkan kesadaran pengalaman dalam kegiatan jurnalistik sehari-hari di lapangan dan di ruang redaksi?

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui seberapa besar persentase jurnalis Indonesia yang memahami Kode Etik Jurnalistik. Luaran penelitian adalah tingkat kepatuhan terhadap kode etik jurnalistik sebagai sebuah prasyarat profesionalisme wartawan.

KERANGKA PEMIKIRAN

Tymieniecka (Arnett, 2014) mengungkapkan, etika merupakan hal penting dan utama dalam pengembangan kreativitas manusia, bahkan lebih penting bila dibandingan dengan posisi kognisi (pengetahuan) maupun keyakinan.

Etika kemudian menjadi prinsip pengorganisasian dalam diri manusia untuk melakukan proses interaksi dengan manusia lainnya maupun dengan kehidupan. Sangatlah jelas bahwa kehidupan manusia pada dasarnya haruslah memiliki standar etika sebagai bagian dari upaya mengendalikan diri ketika berinteraksi dengan orang lain maupun dengan alam semesta. Dalam setiap aspek kehidupan manusia, penekanan etika selalu diupayakan hadir sejak manusia itu masih kecil hingga beranjak dewasa.

Fortner and Fackler (2011) menjabarkan bahwa studi mengenai etika secara umum dibagi ke dalam tiga bagian, yaitu meta-etika, etika normatif dan etika deskriptif. Etika deskriptif membahas kebiasaan moral yang dilakukan oleh orang atau kelompok tertentu dan mempelajari bagaimana etika dari penetapan keputusan berfungsi secara *de facto*, langsung dan efektif. Meta-etika menempatkan isu pada teori-teori normatif dan menguji secara filosofis, diantaranya yaitu, apa itu kebaikan dan hal-hal baik, masalah kejahatan dan kebenaran dari teori-teori etika. Etika normatif menggabungkan moralitas yang sebenarnya dengan dasarnya, berfokus pada adil atau tidak adilnya keadaan masyarakat dan sebuah institusi. Yang terpenting dari etika normatif yaitu sangat berpusat pada cara yang terbaik bagi para profesional untuk mengarahkan melalui prinsip-prinsip supaya dapat dipromosikan. Etika normatif adalah cara yang digunakan untuk mengembangkan norma-norma dan pedoman, tidak hanya untuk menggambarkan detil atau kesepakatan dengan abstraksi.

Praktik menerima suap ("amplop"), kloning berita, penulisan tanpa verifikasi, tidak menyebut sumber yang jelas, liputan berita berselubung iklan, adalah sebagian dari buruknya praktik etika pers oleh wartawan yang sering terjadi. Sebagian wartawan menganggap menerima "amplop" sebagai suatu hal yang biasa, sama-sama diketahui dan dimaklumi, karena di samping hampir tidak ada tindakan dari pihak media umumnya, juga sepertinya tidak ada keluhan dari masyarakat.

Etika juga bisa dipahami sebagai sebuah cabang pengetahuan yang berkaitan dengan standar perilaku baik atau buruk di masyarakat, menggunakan norma-norma kemasyarakatan sebagai dasar untuk evaluasi tata aturan atau perilaku manusia. Ini menunjukkan etika itu berlaku untuk semua bidang kehidupan dan profesi di masyarakat (Udoakah, 2014).

Setiap profesi memiliki etika. Perkembangan etika pada suatu profesi biasanya akan mempertimbangkan kemungkinan-kemungkinan baru yang jelas terjadi, ketika seseorang bekerja langsung dengan publik, dan berkomunikasi dengan kecepatan yang jauh lebih besar dari sebelumnya (Drushel, 2011)). Tuntutan yang sama pun dialamatkan pada para jurnalis yang tugasnya berhadapan langsung dengan publik dan bersentuhan dengan teknologi media baru dan daring yang sangat cepat penyebarannya.

Ada lima filter yang menghadang pekerjaan wartawan yakni pemilik media massa, pengiklan, sumber berita, tanggapan publik dan nilai budaya politik (Shoemaker, 2006). Hanya dengan aturan internal media, kode etik profesional yang kuat serta *self sencorship*,

wartawan dapat membatasi semua tekanan. Di sinilah arti kemerdekaan pers yang hakiki dengan iklim kondusif bagi para wartawan untuk bersaing secara sehat dan profesional, termasuk soal kesejahteraan.. Manan (2012) menilai, dalam sebuah negara demokratis, ekonomi negara juga dapat tumbuh secara terbuka dan *fair*. Ini menciptakan peluang keadaan yang kondusif bagi wartawan yang benar-benar profesional. Dalam keadaan demikian, tinggi rendahnya tingkat penghasilan wartawan dalam negara semacam ini kelak ditentukan oleh prestasi atau profesionalitas wartawan sendiri. Wartawan yang berkualitas dan profesional akan diterima oleh pasar secara baik, sehingga memberikan tingkat kesejahteraan yang baik pula. Sebaliknya, wartawan yang tidak profesional atau kurang laku hanya akan diberi tingkat kesejahteraan yang sesuai dengan tingkat kemampuannya.

Terkait etika profesi wartawan di Indonesia berlaku Peraturan Dewan Pers Nomor 6/Peraturan-DP/V/2008 tentang Kode Etik Jurnalistik (KEJ). Dalam KEJ dinyatakan dengan jelas bahwa "Kemerdekaan berpendapat, berekspresi, dan pers adalah hak asasi manusia yang dilindungi Pancasila, Undang-Undang Dasar 1945, dan Deklarasi Universal Hak Asasi Manusia PBB. Kemerdekaan pers adalah sarana masyarakat untuk memperoleh informasi dan berkomunikasi, guna memenuhi kebutuhan hakiki dan meningkatkan kualitas kehidupan manusia. Dalam mewujudkan kemerdekaan pers itu, wartawan Indonesia juga menyadari adanya kepentingan bangsa, tanggung jawab sosial, keberagaman masyarakat, dan norma-norma agama". Dari pembukaan KEJ tersebut jelas nilai-nilai kebebasan menyatakan pendapat menjadi prioritas utama bagi pers di Indonesia.

Di sisi lain KEJ juga menyatakan dengan tegas: "Dalam melaksanakan fungsi, hak, kewajiban dan peranannya, pers menghormati hak asasi setiap orang, karena itu pers dituntut profesional dan terbuka untuk dikontrol oleh masyarakat." Pada poin ini KEJ menekankan pentingnya sikap profesionalisme bagi para pekerja media. Untuk itu pula menjadi signifikan bagi para pekerja media untuk memahami fungsi atas hak dan tanggung jawab mereka, sehingga kemudian kehadiran KEJ menjadi sangat penting bagi semua awak media, para pekerja media, para jurnalis. Ini juga tertera dalam pengantar KEJ: "Untuk menjamin kemerdekaan pers dan memenuhi hak publik untuk memperoleh informasi yang benar, wartawan Indonesia memerlukan landasan moral dan etika profesi sebagai pedoman operasional dalam menjaga kepercayaan publik dan menegakkan integritas serta profesionalisme'.

Dalam konteks ini menjadi sangat penting kita mengkaji bagaimana sesungguhnya pemahaman dan pelanggaran kode etik jurnalistik yang terjadi di kalangan jurnalis di Indonesia.

Meski demikian memang tidak mudah memahami pelanggaran etika secara langsung dan terbuka. Berbeda dengan halnya kalau kita melihat dan mengamati pelanggaran hukum. Banyak hal-hal lain yang membedakan posisi etika dan hukum secara lugas. Misalnya, penilaian kesalahan hukum bervariasi dengan hasil aktual atas perilaku pelakunya, sementara penilaian atas kesalahan moral tidak tampak pada pelakunya secara jelas (Campbell, 2010). Namun dalam praktiknya kondisi ini bisa ditemukan dan diamati dengan cara lebih mendalam, termasuk dengan melakukan penelitian atas sikap dan perilaku pada para pelanggar etika.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metoda survei dengan populasi jurnalis yang tersebar di 34 provinsi yang tengah mengikuti Uji Kompetensi Wartawan (UKW) pada awal tahun 2020, untuk kemudahan pengumpulan data respon-

den.

Data primer adalah hasil kuesioner terdiri dari 50 pernyataan yang disusun berdasarkan 11 pasal dalam Kode Etik Jurnalistik. Lalu diukur dengan skala Likert menggunakan tabel frekuensi, sehingga diperoleh nilai rata-rata (*mean*) dengan kategori negatif, netral dan positif (nilai 1-5). Sebelum penyebaran kuesioner, terlebih dulu dilakukan uji instrumen yakni uji validitas dan uji reliabilitas pada 30 wartawan yang bertugas di Balai Kota DKI Jakarta. Data sekunder adalah dokumentasi berita di media serta pernyataan para tokoh pers.

Variabel operasional terdiri dari tiga dimensi yang diambil dari pengolahan 11 butir- KEJ yakni : 1. Profesionalisme, 2. Independensi, serta 3. Hak Publik. Lalu dilakukan analisis dengan *mixmethod* terhadap semua jawaban responden untuk mengetahui sejauh mana pemahaman serta pelanggaran yang dilakukan wartawan terhadap butir KEJ

HASIL PENELITIAN

Dari hasil pengumpulan data, jumlah responden tercatat 553 orang, dengan rentang usia 18-60 tahun dan masa kerja 2-40 tahun. Tentang jenis kelamin ada 4 orang tidak mengisi kuesiner; selebihnya terdiri dari 466 orang (85,8%) lakilaki, dan 77 orang (14.2%) adalah perempuan. Peserta dari UKW Muda 37,9%, UKW Madya 35,5% dan UKW Utama 26,6%. Pendidikan responden Strata 2 sebanyak 41 orang (7,5%), Strata 2 (sarjana) 317 orang (58%), Diploma 40 orang (7,3%), dan SMA 146 orang (26,8%).

1. Dimensi Profesionalisme

Ada 20 butir kuesioner yang berkaitan dengan profesionalisme para jurnalis Indonesia, antara lain pemahaman dan pengetahuan atas arti objektivitas pemberitaan, syarat akurasi dalam berita, penggunaan nama samaran pada anak-anak yang mengalami kekerasan, menunjukkan identitas pribadi pada narasumber. Mayoritas menjawab sangat setuju, namun masih ada yang cenderung masuk kategori ragu-ragu atau bahkan yang tidak setuju pun ada.

Poin yang berkaitan dengan memahami hak narasumber yang menjadi korban kekerasan untuk dihargai, menunjukkan masih saja ada jurnalis yang tidak memahaminya, sebanyak 3 orang, sementara yang ragu-ragu 2 orang dan tidak menjawab 7 orang. Sementara itu pada poin memahami pentingnya liputan berimbang (*cover both side*s), hanya 1 orang jurnalis yang mengisi tidak setuju, 7 orang ragu-ragu dan 6 orang tidak mengisi jawaban. Namun secara umum 446 orang sangat paham dan 93 orang paham. Pada isu tentang menghormati ruang pribadi narasumber, baik ruang fisik maupun psikis, maka tampak bahwa jurnalis masih ada yang tidak menghargainya sebanyak 5 orang, kemudian yang ragu-ragu 10 orang, tidak mengisi jawaban 9 orang. Sementara yang sangat menghormati 326 orang dan yang menghormati sebanyak 203 jurnalis.

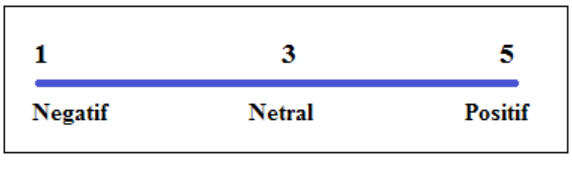
Untuk lengkapnya, berikut adalah tabel nilai rata-rata (*mean*) dari indikator-indikator mengenai sikap dan profesionalisme.

Dengan melihat pada nilai *mean* yang ada pada tabel di atas, dapat dijelaskan bahwa terkait nilai profesionalisme dalam jurnalisme, maka para jurnalis yang menjadi responden dalam penelitian ini sangat mendukung ataupun bersikap positif akan nilai-nilai profesionalisme. Hal ini dapat dilihat berdasarkan nilai *mean* yang ada kebanyakan bernilai di atas 4.0 untuk indikator sikap profesionalisme. Indikator nilai profesionalisme yang mendapat nilai paling tinggi adalah indikator mengenai pentingnya keberimbangan berita dalam setiap peliputan (nilai rata-rata 4.79). Hal ini mengindikasikan bahwa jurnalis yang menjadi responden

Tabel 1. **Nilai mean Profesionalisme**

No.	Indikator Sikap dan Profesionalisme	Mean
1	Saya mengetahui arti objektivitas pemberitaan	4.59
2	Saya memahami syarat akurat dalam berita	4.62
3	Saya memahami alasan menulis nama samaran pada korban perkosaan atau anak-anak yang mengalami kekerasan	4.71
4	Saya memahami pentingnya menunjukkan identitas pribadi kepada narasumber saat wawancara	4.71
5	Saya memahami hak narasumber yang menjadi korban kekerasan untuk dihargai	4.69
6	Saya memahami pentingnya liputan berimbang (cover both side)	4.79
7	Saya menghormati ruang pribadi narasumber, baik ruang fisik maupun psikis	4.56
8	Saya mendahulukan kepentingan masyarakat daripada kepentingan perusahaan media/ kelompok/golongan tertentu	4.48
9	Saya menjaga agar berita mengenai anak-anak dan perempuan tidak menimbulkan kerugian bagi narasumber maupun anak dan perempuan secara umum	4.67
10	Saya memahami wartawan tidak memasukkan opini pribadi dalam berita	4.59
11	Saya menerima fasilitas dan amplop dan jalan-jalan dari narasumber untuk kedekatan hubungan	2.07
12	Saya mengikuti arahan sepenuhnya pemilik media saat liputan	3.26
13	Saya mendahulukan kepentingan publik dalam menulis dan menyiarkan berita	4.54
14	Saya pernah menyembunyikan identitas narasumber karena yang bersangkutan meminta perlindungan	4.36
15	Saya tidak menampilkan gambar korban bencana dalam pemberitaan	3.91
16	Saya akan terus mengejar narasumber untuk liputan tertentu	4.20
17	Saya akan menyiapkan kamera tersembunyi atau menyiapkan uang demi mendapatkan informasi narasumber	2.64
18	Saling berbagi berita dengan jurnalis lain adalah biasa	2.69
19	Saya akan mengajukan pertanyaan sama ke narasumber lain untuk verifikasi berita	4.03
20	Saya sering menggunakan istilah "menurut narasumber yang dapat dipercaya di sebuah kementerian" jika narasumber sulit dihubungi	2.67

Penjelasan mengenai nilai mean yang ada di tabel di atas akan menggunakan tolok ukur sebagai berikut.



dalam penelitian ini sangat mendukung nilai keberimbangan dalam setiap peliputan ini.

Indikator yang tidak mendukung nilai profesionalisme, seperti indikator nomor 11,17, dan 18 ini memiliki nilai *mean* yang rendah (sekitar 2.00 2.99). Hal ini mengindikasikan bahwa para jurnalis pada hakikatnya tidak mendukung nilai yang non profesional.

Temuan yang menarik adalah untuk indikator no 12 dan 15, nilai *mean* yang ada berkisar antara 3.00 hingga 3.99. Hal ini mengindikasikan bahwa mengenai arahan para jurnalis dari pemilik media dan juga mengenai penggunaan foto korban dalam bencana masih banyak yang berikap netral.

2. Independensi

Ada 15 butir kuesioner untuk mengukur tingkat independensi jurnalis. Pada bagian ini masih ada beberapa jurnalis yang tidak menjawab/tidak mengisi pilihan pada pernyataan yang ada namun tidak diukur lagi oleh peneliti. Pada pernyataan normatif tentang pengetahuan bahwa "wartawan Indonesia tidak boleh menyalahgunakan profesi dan menerima suap", jawaban adalah sangat setuju 424 orang, serta 117 orang setuju, sementara yang ragu-ragu 2 orang dan yang sangat tidak setuju ada 5 orang.

Pada pernyataan independensi tentang "mengerti bahwa narasumber mempunyai hak setara dalam setiap liputan", jawabannya pun normatif mayoritas sangat menyetujui 266 orang dan setuju 259 orang. Sementara yang ragu-ragu dan tidak setuju 18 orang. Untuk pernyataan pemahaman pentingnya itikad baik seorang wartawan dalam membuat berita, jawabannya sangat setuju sebanyak 272 orang, yang setuju 213 orang, dan yang ragu-ragu 28 orang. Tidak satu pun yang menolak pernyataan tersebut.

Tabel **Nilai Mean Independensi**

No.	Sikap dan Independensi	Mean
21	Saya mengetahui bahwa wartawan Indonesia tidak boleh menyalahgunakan profesi dan menerima suap	4.74
22	Saya mengerti bahwa narasumber mempunyai hak setara dalam setiap liputan	4.44
23	Saya memahami pentingnya itikad baik seorang wartawan dalam membuat	4.48
24	Saya memahami bahwa wartawan tidak boleh menyembunyikan informasi penting yang perlu diketahui masyarakat	4.42
25	Jurnalis tidak dibenarkan menjiplak berita orang lain	4.64
26	Saya menghindari prasangka dalam menulis berita	4.41
27	Saya bersikap independen dalam setiap liputan yang saya lakukan	4.57
28	Saya menolak dengan tugas ganda mencari berita sekaligus iklan sebagai bagian pekerjaan wartawan	3.73
29	Dalam menyajikan berita saya melakukan proses cek and ricek	4.63
30	Peristiwa perkosaan perlu disampaikan dengan detil agar masyarakat waspada	2.86
31	Saya tidak menolak uang saku dari narasumber meski jumlahnya kecil	2.39
32	Saya tidak menyajikan berita dengan mengumbar kecabulan, kekejaman kekerasan fisik dan seksual	4.26
33	Saya pernah mengutip tulisan teman namun lupa mencantumkan sumbernya	2.32
34	Saya menolak intervensi perusahaan pers dalam menulis berita	3.77

Tolok ukur yang digunakan dalam menjelaskan nilai mean dalam table diatas adalah berikut.

1	3	5
Negatif	Netral	Positif

Berkaitan dengan independensi wartawan dengan pernyataan bahwa "wartawan tidak boleh menyembunyikan informasi yang penting yang perlu diketahui oleh masyarakat", 283 orang sangat setuju, 221 orang setuju, kurang setuju 26 orang dan ada yang tidak setuju 11 orang dan sangat tidak setuju 1 orang. Untuk pernyataan "jurnalis tidak dibenarkan menjiplak berita orang lain", 393 orang menyatakan sangat setuju, 133 orang menyatakan setuju, sementara yang ragu-ragu 7 orang. Sayangnya pada pernyataan ini masih saja ada jurnalis yang menyatakan pembenaran untuk menjiplak berita orang lain sebanyak 13 orang (tidak setuju 4 orang, sangat tidak setuju 9 orang).

Untuk lebih jelas mengenai sikap dan independensi jurnalis, maka *nilai mean* juga digunakan dalam penelitian ini. Berikut nilai mean dari sikap dan independensi.

Dengan melihat pada tolok ukur yang ada dan juga tabel *mean* mengenai sikap dan independensi jurnalis, dapat dijelaskan beberapa hal berikut:

- Para jurnalis yang menjadi responden pada penelitian ini memandang positif atau bersikap mendukung indikator indenpendensi jurnalisme yang ada dalam penelitian ini. Hal ini dapat terlihat dari besaran nilai *mean* (lebih dari 4.00) atas pernyataan yang mengindikasikan independensi jurnalisme.
- Pernyataan-pernyataan yang mengindikasikan tidak mendukung nilai independensi dalam penelitian ini (pernyataan nomor 30, 31, dan 33) bernilai rata-rata antara 2.00-2.99. Hal ini berarti bahwa para jurnalis bersikap negatif akan pernyataan yang mencerminkan nilai-nilai independensi jurnalisme.
- Pernyataan no.28 dan 34 memiliki nilai *mean* berkisar antara 3.00 – 3.44. Hal ini berarti bahwa mengenai tugas ganda (sebagai jurnalis dan pencari iklan) serta pernyataan mengenai penolakan akan intervensi perusaahaan pers; ditanggapi netral oleh para jurnalis.

3. Hak Publik

Pada bagian hak publik juga diajukan 15 butir kuesioner untuk mengukur pemahaman mengenai perbedaan hak jawab dan hak koreksi. Mayoritas secara normatif sudah mengetahuinya, yaitu sebanyak 245 sangat setuju dan 275 setuju. Meskipun masih ada 13 orang yang menyatakan ragu-ragu serta tidak setuju dan sangat tidak setuju masing-masing 1 orang. Untuk pernyataan "hak jawab harus selalu diberikan kepada pihak yang dirugikan", secara normatif juga jurnalis sudah memahami yakni 268 rang sangat setuju, 246 orang menyatakan setuju, meski ada 13 orang yang ragu-ragu, juga ada yang tidak setuju 8 orang serta yang sangat tidak setuju 3 orang.

Demikian juga pada pernyataan nomor 37 bahwa "permintaan maaf beserta dengan pencabutan atau ralat berita dilakukan sesegera mungkin", responden menjawab dengan normatif sudah memahami dan menyetujuinya. Terhadap pernyataan "Tindakan mencabut, meralat, dan memperbaiki berita yang keliru dan tidak akurat sebaiknya diikuti dengan permintaan maaf secara resmi," masih banyak dari responden yang tidak mendukung etika tersebut yakni sebanyak 39 orang, sedangkan yang ragu-ragu 28 orang.

Pada bagian pernyataan "Saya merasa berita berselubung iklan di media merupakan hal biasa bagi kelangsungan media, tampak jurnalis masih banyak yang menyetujuinya yakni sebanyak 242 orang (43% lebih dari jumlah responden). Hal ini menggambarkan kondisi yang memprihatinkan karena sebanding dengan pemahaman mereka yang salah atas independensi.

Pada poin pernyataan "Dalam pembuatan berita terorisme saya tidak ikut menyebarkan secara berlebihan tindakan yang menguntungkan pihak pelaku", ada 23 orang yang justru bersikap sebaliknya, yakni ikut menyebarkan secara berlebihan berita teroris. Kemudian ada

17 orang yang ragu-ragu, dan sisanya secara mayoritas jumlahnya tidak ikut menyebarkannya.

Pada pernyataan: "Saya menolak kloning berita tanpa melakukan liputan ke lapangan", tampaknya senada dengan dukungan oleh sebagian kecil jurnalis yang terbiasa berbagi berita, maupun yang menggunakan berita teman jurnalis lain tanpa pencantuman sumber. Hal ini pun terjadi di bagian pernyataan kloning berita. Yakni ada 14 orang jurnalis yang tidak menolak praktik tersebut, 36 orang jurnalis dalam posisi ragu-ragu. Sisanya menolak kloning berita yakni sebanyak 471 orang.

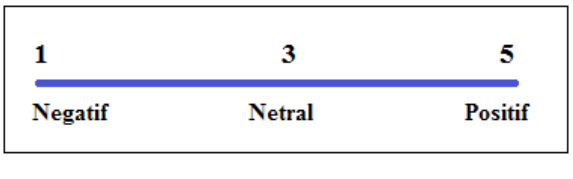
Demikian juga pada pernyataan poin terakhir, poin 50 tentang "Saya mengedepankan kebijaksanaan dalam membuat berita agar tidak menimbulkan dampak buruk di masyarakat", mayoritas secara normatif mendukung pernyataan tersebut, yakni sebanyak 308 orang sangat setuju, 215 setuju, 9 orang ragu-ragu, dan hanya 3 rang yang tidak setuju.

Berikut adalah nilai *mean* dari pernyataan yang berkaitan dengan sikap dan kepentingan/ hak publik yang ada.

Tabel **Nilai Mean Kepentingan/Hak Publik**

No.	Indikator Sikap dan Kepentingan/Hak Publik	Mean
35	Saya paham perbedaan hak jawab dan hak koreksi	4.42
36	Hak jawab harus selalu diberikan kepada pihak yang dirugikan	4.43
37	Permintaan maaf beserta dengan pencabutan atau ralat berita dilakukan sesegera mungkin	4.46
38	Tindakan mencabut, meralat, dan memperbaiki berita yang keliru dan tidak akurat sebaiknya diikuti dengan permintaan maaf secara resm	4.20
39	Saya merasa berita berselubung iklan di media merupakan hal biasa sebagai hal biasa bagi kelangsungan media	3.14
40	Saya menghormati embargo dari narasumber	3.73
41	Saya menolak melindungi narasumber yang tidak bersedia diketahui identitas maupun keberadaannya	2.81
42	Saya akan memegang teguh prinsip praduga tak bersalah	4.50
43	Saya mempertimbangkan berita yang keliru dan tidak akurat untuk dicabut	3.88
44	Orang lemah, miskin, sakit, cacat jiwa atau cacat jasmani mempunyai posisi sama seperti orang lainnya dalam sudut pandang pemberitaan saya	4.19
45	Saya melaksanakan pemberian hak jawab dan hak koreksi secara proporsional jika terjadi kesalahan dalam berita	4.53
46	Saya melaksanakan komitmen memenuhi permintaan off the record dari narasumber	4.41

Tolok ukur yang digunakan dalam menjelaskan nilai mean dalam table diatas adalah berikut.



Berdasarkan table *mean y*ang ada dan juga tolok ukur yang ada, dapat dijelaskan beberapa hal berikut:

- Sikap para jurnalis yang menjadi responden dalam penelitian ini mengenai nilai-nlai yang berkaitan dengan kepentingan dan hak publik dapat dikatakan positif atau mendukung pernyataan yang mencerminkan nilai mengutamakan kepentingan dan hak publik dalam jurnalisme. Hal ini terlihat bahwa pernyataan yang mencerminkan hal tersebut memiliki nilai *mean* lebih dari 4.00.
- Untuk pernyataan yang tidak mencerminkan pembelaan atas kepentingan dan hak publik dalam jurnalisme (pernyataan no. 41) mem;iki nilai *mean* 2.81. Hal ini berarti bahwa responden dalam penelitian ini yang juga merupakan jurnalis tidak mendukung nilai yang tidak membela kepentingan dan hak publik.
- Untuk pernyataan no. 39, 40 dan 43 memiliki nilai rata-rata berkisar 3.00 -3.99. Hal ini dapat diartikan bahwa untuk pernyataan mengenai iklan terselubung dalam berita, mengenai penghormatan atas embargo narasumber, dan mengenai pertimbangan pencabutan atas berita keliru dan tidak akurat; sikap para jurnalis dalam penelitian masih masih sedikit ragu dan netral.

PEMBAHASAN

Mahkota wartawan tetap harus ditegakkan yakni mencari kebenaran melalui pemberitaan. UU Nomor 40 Tahun 1999, pasal 7 ayat 2 menegaskan, wartawan wajib memiliki kode etik dan menaatinya. Hasil penelitian menunjukkan sikap sebagian besar jurnalis sudah memahami Kode Etik Jurnalistik, meskipun masih ada pelanggaran yang dilakukan. Namun, hampir semua wartawan merasakan bahwa pekerjaan mereka sangat dipengaruhi oleh profesionalisme, prosedur dan organisasi atau perusahaan media. Hasil investigasi 14 wartawan Aliansi Jurnalis Independen (AJI) mengungkapkan bahwa banyak wartawan merangkap sebagai *caleg* partai, tenaga pemasaran iklan, keberpihakan media pada partai tertentu, pemberitaan dengan nafas iklan, kerja redaksi yang menyelipkan iklan dalam pemberitaan, sehingga terjadi bias dan akhirnya masyarakat yang dirugikan media (Nurhasim, dkk, 2009)

Pada pernyataan: "Saya menolak kloning berita tanpa melakukan liputan ke lapangan", tampaknya senada dengan dukungan oleh sebagian kecil jurnalis yang terbiasa berbagi berita, maupun yang menggunakan berita teman jurnalis lain tanpa pencantuman sumber. Hal ini pun terjadi di bagian pernyataan kloning berita. Yakni ada 14 orang jurnalis yang tidak menolak praktik tersebut, 36 orang jurnalis dalam posisi ragu-ragu. Sisanya menolak kloning berita yakni sebanyak 471 orang.

Terkait hal ini, Paul Johnson, jurnalis dan ahli sejarah Amerika sudah lama mensinyalir tujuh dosa wartawan (*seven deadly sins of journalism, 1998*): distorsi informasi, dramatisasi fakta palsu, mengganggu privasi, pembunuhan

Ketika opini dan interpretasi ini sudah masuk ke sebuah pemberitaan, maka yang terjadi adalah ada bias pemberitaan. Ini adalah sebuah kondisi yang sejak awal harus dihindari oleh jurnalis dan awak media pada umumnya, untuk menghasilkan sebuah karya jurnalistik yang objektif. Tentu saja hal ini tidak mudah, karena itu dibutuhkan kerja keras, kesediaan, dan komitmen para jurnalis dan redaksi secara menyeluruh.

karakter, eksploitasi seks, meracuni beban pikiran anak dan penyalahgunaan kekuasaan. Liputan jurnalis, tentu saja tidak lepas dari keputusan redaksi untuk pemilihan beritanya. Objektivitas dalam membuat pemberitaan dan menuliskan artikel, tidak semata-mata menjadi tanggung jawab pribadi jurnalis.

Namun, pengetahuan dasar, kesiapan mental dan ketangguhan para jurnalis pun sebagai ujung tombak di lapangan, menjadi kata kunci dalam menghasilkan sebuah berita yang baik dan benar. Tetapi dalam praktiknya, berita kemudian sering mengandung interpretasi dan opini wartawan/jurnalis, bahkan di ruang redaksi. Kondisi ini seringkali terabaikan di ruang redaksi, ketika opini dan interpretasi ini sudah masuk ke sebuah pemberitaan, maka yang terjadi adalah ada bias pemberitaan. Ini adalah sebuah kondisi yang sejak awal harus dihindari oleh jurnalis dan awak media pada umumnya, untuk menghasilkan sebuah karya jurnalistik yang objektif. Tentu saja hal ini tidak mudah, karena itu dibutuhkan kerja keras, kesediaan, dan komitmen para jurnalis dan redaksi secara menyeluruh.

McQuail (2007) sudah lama mensinyalir keadaan pers di semua negara dengan mengemukakan tujuh prinsip jurnalisme yang berlaku dengan sistem pers apa pun. Pertama, praktik pers selalu berbeda dengan teori pers. Kedua, media massa bukanlah pelaku yang independen meski mereka memiliki potensi untuk menjalankan kekuasaan yang independen karena dalam sistem pers mana pun media berita merupakan agen para pemegang kekuatan politik dan ekonomi. Ketiga, isi media selalu mencerminkan kepentingan pemberi dana. Empat, semua sistem pers menganut paham kebebasan, namun praktiknya bervariasi. Kelima, semua sistem pers menyatakan melayani kepentingan masyarakat. Keenam, setiap model pers memandang model pers lainnya sebagai pers yang menyimpang. Ketujuh, sekolah jurnalistik sulit melepaskan diri dari kontrol penguasa.

Kesalahan dalam dunia jurnalisme terutama media siber, lebih banyak karena masalah akurasi, kualitas dan kredibilitas informasi yang dipaparkan media *online*. Atas nama kecepatan, *pageviews,* dan pertumbuhan bisnis, media *online* terjerembab menyampaikan informasi yang belum final terverifikasi. Dengan *tagline* berita terkini, tercepat, setiap detik ada berita, *deadline every second* dan tugas wartawan membuat minimal 20 berita per hari, banyak berita yang disajikan hanya sepotong-sepotong yang belum lengkap, karena verifikasi belakangan (Maryadi, 2009). Menurut Kovach dan Rosenstiel (2012), banyak media juga terperangkap dalam komersialisasi karena sangat bergantung pada pemasukan iklan sehingga *homepage* pun penuh iklan. Misal, antara

lain, iklan menempel di film melalui penempatan produk, projek jualan dalam program wawancara selebritas yang mengupas sebuah film atau buku.

SIMPULAN DAN SARAN

1. Para jurnalis secara umum sudah memahami Kode Etik Jurnalistik. Secara normatif, jawaban dari para responden menunjukkan bahwa mereka rata-rata paham Kode Etik Jurnalistik. Meskipun dari hasil tampak bahwa masih saja ada sejumlah jurnalis yang tidak mengindahkan kode etik jurnalistik.

2. Terkait isu profesionalitas, terutama untuk penulisan nama samaran pada korban perkosaan, maupun kekerasan pada anak-anak, juga pada perlindungan isu anak dan perempuan, serta poin melindungi hak korban (ada 3 poin terkait di sini), masih saja ada wartawan yang mengabaikan hal ini. Bahkan pada bagian penyataan peristiwa perkosaan perlu disampaikan dengan detil agar masyarakat waspada, 207 orang (37% dari total responden) menyetujui dan sangat setuju untuk menyampaikan dengan detil. Kesadaran jurnalis untuk lebih sensitif gender, tampak masih sangat diperlukan.

3. Masih tentang isu profesionalitas, salah satu yang cukup menonjol adalah inkonsistensi antara kepatuhan yang cukup besar terhadap pemilik media ("Saya mengikuti arahan sepenuhnya pemilik media saat liputan"), dan di sisi lain jurnalis juga mengklaim akan menulis untuk kepentingan publik ("Saya mendahulukan kepentingan publik dalam menulis dan menyiarkan berita"). Padahal seperti yang kita ketahui bersama, saat ini rata-rata pemilik media justru mengakomodasi kepentingan kelompok/organisasi yang berkaitan dengan kepentingan sang pemilik media. Hanya sedikit yang benar-benar mengakomodasi kepentingan publik.

4. Berkaitan dengan penerimaan fasilitas, "amplop" dan jalan-jalan, sekitar 10% responden menyatakan masih menerimanya. Hal ini menggambarkan kemungkinan ada tindak gratifikasi yang tinggi antara narasumber dengan jurnalis di Indonesia. Pernyataan serupa ditemukan terkait isu independensi; masih banyak jurnalis yang menyetujui praktik penerimaan uang saku yang berjumlah kecil dari narasumber. Kondisi ini menggambarkan persoalan yang cukup serius atas independensi jurnalis Indonesia, karena trennya menunjukkan lebih dari 20% jurnalis sangat dimungkinkan menerima gratifikasi/suap dalam proses pekerjaannya.

5. Tentang sikap independesi dan hak publik yang berkaitan dengan pencampuradukan antara tugas jurnalis dengan pencarian iklan, atau menganggap berita dengan selubung iklan adalah biasa, masih banyak jurnalis yang menyetujuinya (43% lebih dari jumlah responden).

6. Pemahaman dan pelanggaran atas hak cipta, plagiarisme, berbagi berita, dan kloning berita tanpa turun lapangan juga masih terjadi pada wartawan di Indonesia.

SARAN/REKOMENDASI

1. Perlu pemahaman dan pendidikan berkelanjutan berkaitan dengan Kode Etik Jurnalistik pada kalangan jurnalis Indonesia. Dewan Pers harus lebih gencar lagi menekankan pentingnya penegakan Kode Etik Jurnalistik agar nantinya pers di Indonesia benar-benar bisa menjadi

pilar ke empat dalam sistem bernegara di samping pilar eksekutif, legislatif dan yudikatif.

2. Manajemen media perlu secara rutin melakukan mengingatkan setiap jurnalisnya tentang pentingnya KEJ dan mewajibkan mereka untuk menaatinya.

3. Pelatihan dan program pendidikan jurnalis yang sensitif gender perlu terus dilakukan. Pelatihan pada jurnalis agar memproduksi berita dan informasi yang mendukung isu perempuan dan perlindungan anak, tampaknya harus terus ditingkatkan. Dukungan dari Dewan Pers dan berbagai pihak harus tetap dijalankan pada isu ini.

4. Dewan Pers perlu terus menyadarkan pemilik dan pengelola media untuk tidak meminta jurnalis merangkap sebagai pencari iklan di medianya. Hal ini tidak saja melanggar etika, namun juga akan mempengaruhi kredibilitas pers dan kepercayaan masyarakat terhadap profesi wartawan. ■

DAFTAR RUJUKAN

Arnett, Ronald C. and Arneson , Pat. 2014. *Philosophy of Communication Ethics : Alterity and the other*. London: Fairleigh Dickinson University Press

Artini. 2016. *Profesionalisme Wartawan dan Kualitas Jurnalistik LKBN Antara* dalam Riset Junalistik. Jakarta: Spirit Komunika Jakarta,

Campbell, Joseph Keim; Michael O ' Rourke, and Harry S. Silverstein.2010. *Action, Ethics, and Responsibility.* Massachusetts: Massachusetts Institute of Technology

Couldry, Nick. (2010). *Why Voice Matters: Culture and Politics After*

Neoliberalism. India: Sage Publication India

Drushel, Bruce E. and Kathleen German. 2011. *The Ethics of Emerging Media: Information, Social Norms, and New Media Technology*. New York: The Continuum International Publishing Group

Fortner, Robert S., Fackler, P. Mark. 2011. *The Handbook of Global Communication and Media Ethics.* UK: Wiley Blackwell.

Jeffres, Leo W. 2002. *Mass Media Process and Effects.* USA: Waveland Press,Inc

Miller, Christian. 2011. *The Continuum companion to ethics.* London: Continuum International Publishing Group

Neuman, W. Lawrence. 2011. *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approach.* Boston: Pearson Education Inc.

`Pearson, Mark. 1995. Teaching media law to journalism students: Different needs,

different strategies. http://epublications.bond.edu.au/hss_pubs. Journal Article Humanities & Social Sciences. Quensland: Bond University

Perry, David K. 2007. *Theory and Research Mass Communication. Context and Consequences.* New Yersey: Lawrences Erlbaum Publications London

Picard, Robert G 2000. *Measuring and Interpreting Productivity of Journalist*. Newspaper Research Journal.Vol.19.No4. h.71-84

Singh, Kultar. 2000. *Quantitative Social Research Methods*. New Delhi: Sage Publication India.

Udoakah, Nkereuwe., Nsikan Senam, and Godspower Udoh. 2014. *Influence of Mass Media Law and Ethics on Journalism Practice in Nigeria.* Journal of New Media and Mass Communication www.iiste.org, ISSN 2224-3267 (Paper), ISSN 2224-3275 (Online), Vol.31, 2014

*) **Dr.Artini,** dosen dan peneliti Institut Komunikasi dan Bisnis LSPR, anggota tim ahli pers Dewan Pers, Ketua Umum Sahabat Penulis Difabel Indonesia, peneliti dan pembina media siber Sumatera Barat, penguji Lembaga Uji Kompetensi Wartawan LSPR.

*) **Dr. Lestari Nurhajati, M.Si,** Akademisi yang memiliki pengalaman di media lebih dari 15 tahun (Jurnalis Radio, Koresponden Surat Kabar, Managing Editor Majalah, Script Writer, Talent Coordinator & Creative Director di production house). Founder dan Sekjen dari AAKIPT Aliansi Akademisi Komunikasi Indonesia Untuk Pengendalian Tembakau sejak tahun 2021. Menjadi Head of Centre for Health & Gender Literacy Studies LSPR sejak April 2022. Pengalaman lainnya, menjadi konsultan komunikasi dan Public Relations pada beberapa lembaga negara dan pemerintahan. Bidang Literasi Media Digital menjadi salah satu perhatian khususnya saat ini.

*) **Xenia Angelica Wijayanto, S.H., M.Si**. Peneliti dan pengajar di Institut Komunikasi dan Bisnis LSPR, saat ini menjalankan amanah sebagai Kepala Lembaga Publikasi dan juga Kepala Sentra HKI LSPR. Minat risetnya antara lain tentang media, jurnalistik, lingkungan hidup, keberagaman, pop culture dan hukum. Karyanya antara lain adalah buku Panduan Menjadi Jurnalis Warga yang Bijak Beretika (2019), Mencegah dan Mengatasi Bullying di Dunia Digital (2019), Cara Bijak Menggunakan Dompet Elektronik (2021), dll. Komunikasi dapat melalui email xenia.aw@lspr.edu dan Twitter @XeniAngeli.

TERKUNCI PANDEMI

Peran media adalah salah satu kunci penanganan pandemi covid-19. Menjaga hak publik atas informasi menjadi kebutuhan mendasar. Menyelamatkan ekosistem pers adalah investasi masa depan

Selamatkan warga, UMKM, dunia usaha, dan Pers Indonesia!

Iklan layanan masyarakat ini dipersembahkan:

SPS · TV Lokal · Asosiasi Media Siber Indonesia · SMSI · Forum Pemred · UTI · Pewarta Foto Indonesia · ATVJI