

# Idealisme Jurnalis & Inovasi Model Bisnis Industri Media

**PENYUNTING**

Eni Maryani  
Pandan Yudhapramesti  
Lestari Nurhajati  
Xenia Angelica Wijayanto



**Communication &  
Business Institute**

The Leading Graduate School of Communication & Business



**Penerbit  
LP3M**



# IDEALISME JURNALIS & INOVASI MODEL BISNIS INDUSTRI MEDIA

**PENYUNTING**

Eni Maryani

Pandan Yudhapramesti

Lestari Nurhajati

Xenia Angelica Wijayanto

Diterbitkan atas Kerjasama



Communication &  
Business Institute  
The Leading Graduate School of Communication & Business



Penerbit  
**LP3M**

# **IDEALISME JURNALIS & INOVASI MODEL BISNIS INDUSTRI MEDIA**

## **Penulis**

Ana Nadhya Abrar  
Andreas Ryan Sanjaya  
Anna Agustina  
Alfito Deannova Ginting  
Arba'iyah Satriani  
Amida Yusriana  
Dani Setiadarma  
Diyah Ayu Karunianingsih  
Gemuh Surya Wahyudi  
Gilang Desti Parahita  
Eni Maryani  
Hendra Alfani

Masayu Indriaty Susanto  
Lamria Raya Fitriyani  
Lestari Nurhajati  
Mia Dwianna Widyaningtyas  
Noviawan Rasyid Ohorella  
Nurul Hasfi  
Priska Akwila Birahy  
Rahmat Edi Irawan  
Suhetris  
Sunarto  
Xenia Angelica Wijayanto  
Yohanes Probo Dwi S

## **Penyunting**

Eni Maryani  
Pandan Yudhapramesti  
Lestari Nurhajati  
Xenia Angelica Wijayanto

**ISBN** 978-623-96941-4-2 (PDF)

**Design Cover** Fadlin Nur Ichwan

**Design Layout** Xenia Angelica Wijayanto

**Ilustrasi** Nada Afisa Syarif

Cetakan Pertama, Februari 2022

Hak Cipta dilindungi Undang-undang.

Kecuali dinyatakan lain, ciptaan ini dilisensikan di bawah lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional. Untuk melihat salinan lisensi ini, kunjungi <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

## **Penerbit**

Lembaga Penelitian, Publikasi dan Pengabdian Masyarakat (LP3M) LSPR  
Jl. KH. Mas Mansyur Kav. 35, Sudirman Park Campus. Jakarta Pusat 10220

# DAFTAR ISI

|                                                                             |           |
|-----------------------------------------------------------------------------|-----------|
| DAFTAR ISI                                                                  | III       |
| KATA SAMBUTAN                                                               | VII       |
| KATA PENGANTAR                                                              | IX        |
| PRAKATA                                                                     | XI        |
| <br><b>#1</b>                                                               |           |
| <b>Meniti Idealisme Wartawan: Kegamangan yang Tak Pernah Selesai</b>        | <b>1</b>  |
| <i>Ana Nadhya Abrar</i>                                                     |           |
| IDEALISME WARTAWAN                                                          | 2         |
| BERGANTUNG PADA <i>FRAMING</i> BERITA                                       | 6         |
| MEMASUKI ORDE REFORMASI                                                     | 8         |
| KEKUATAN DIGITALISASI                                                       | 12        |
| CATATAN AKHIR                                                               | 14        |
| <br><b>#2</b>                                                               |           |
| <b>Kuasa Anak Bungsu: Industri Media <i>Digital Native</i> di Indonesia</b> | <b>19</b> |
| <i>Andreas Ryan Sanjaya</i>                                                 |           |
| DALAM GENGAMAN AUDIENS                                                      | 21        |
| <i>CROWDSOURCING JOURNALISM</i> : KENISCAYAAN ATAU ANGAN?                   | 23        |
| PELANGGAN DIGITAL UNTUK KONTEN PREMIUM                                      | 26        |
| <br><b>#3</b>                                                               |           |
| <b>Idealisme, Data, dan Model Bisnis</b>                                    | <b>31</b> |
| <i>Anna Agustina, Suhetris, &amp; Alfito Deannova Ginting</i>               |           |
| MODEL BISNIS                                                                | 34        |
| MODEL BISNIS MEDIA                                                          | 39        |
| HASIL                                                                       | 41        |
| IDEALISME DAN MODEL BISNIS MEDIA                                            | 43        |
| TEMUAN                                                                      | 44        |
| <br><b>#4</b>                                                               |           |
| <b>Mungkinkah Menyandingkan Idealisme dan Bisnis Media?</b>                 | <b>49</b> |
| <i>Arba'iyah Satriani</i>                                                   |           |
| JURNALISME DI TENGAH SERBUAN MEDIA SOSIAL                                   | 50        |

|                                                                                                                                                   |            |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| JENIS INFORMASI                                                                                                                                   | 51         |
| BISNIS UNIK MEDIA                                                                                                                                 | 52         |
| PERPADUAN IDEALISME DAN KUALITAS                                                                                                                  | 55         |
| <b>#5</b>                                                                                                                                         |            |
| <b>Idealisme Jurnalis TV vs Kepentingan Pemilik Media</b>                                                                                         | <b>63</b>  |
| <i>Dani Setiadarma</i>                                                                                                                            |            |
| NEWSROOM: PERTARUNGAN IDEALISME JURNALIS VS KEPENTINGAN PEMILIK MEDIA                                                                             | 64         |
| PEMBERITAAN KAMPANYE 2014: ALAT POLITIK PEMILIK MEDIA?                                                                                            | 68         |
| KENDALI POLITIK DALAM REDAKSI BERITA TELEVISI                                                                                                     | 72         |
| <b>#6</b>                                                                                                                                         |            |
| <b>Penerapan <i>Mobile Journalism</i> pada <i>Live Report</i> Pemilu Presiden Amerika Serikat dengan Memanfaatkan Fitur <i>Live Instagram</i></b> | <b>79</b>  |
| <i>Diyah Ayu Karunianingsih</i>                                                                                                                   |            |
| TEKNOLOGI <i>MOBILE JOURNALISM</i> SEBAGAI MEDIA ALTERNATIF <i>LIVE REPORT</i>                                                                    | 85         |
| PENERAPAN <i>MOBILE JOURNALISM</i> PADA <i>LIVE REPORT</i> PEMILU PRESIDEN AMERIKA.                                                               | 87         |
| <b>#7</b>                                                                                                                                         |            |
| <b>Kode Etik Jurnalistik: Sebuah Dilematisasi Bagi Jurnalis</b>                                                                                   | <b>101</b> |
| <i>Gemuh Surya Wahyudi</i>                                                                                                                        |            |
| KODE ETIK JURNALISTIK ( <i>CODE OF ETHICS</i> )                                                                                                   | 103        |
| KODE PERILAKU JURNALIS ( <i>CODE OF CONDUCT</i> )                                                                                                 | 105        |
| DILEMATISASI JURNALIS DALAM MENJALANKAN KODE ETIK JURNALISTIK                                                                                     | 109        |
| <b>#8</b>                                                                                                                                         |            |
| <b>Ragam Cara Portal Berita Indonesia Tarik Partisipasi User</b>                                                                                  | <b>115</b> |
| <i>Gilang Desti Parahita</i>                                                                                                                      |            |
| <b>#9</b>                                                                                                                                         |            |
| <b>Meretas Lanskap Idealisme Jurnalis dan Inovasi Bisnis Industri Media</b>                                                                       | <b>131</b> |
| <i>Hendra Alfani &amp; Masayu Indriaty Susanto</i>                                                                                                |            |
| PERS IDEALIS TIDAK AKAN MATI, TAPI ...                                                                                                            | 133        |
| IDEALISME JURNALIS DI TENGAH KAPITALISASI MEDIA                                                                                                   | 137        |
| PEBISNIS MEDIA HARUS INOVATIF DAN BERKOMITMEN                                                                                                     | 142        |

## #10

**Tantangan Merawat Idealisme dalam Industri Media Online di Indonesia** 153*Lamria Raya Fitriyani*

## #11

**Idealisme Wartawan dalam Pusaran Bisnis Media: Runtuhnya Dinding Api** 165*Mia Dwianna Widyaningtyas*

|                                                                          |     |
|--------------------------------------------------------------------------|-----|
| MODEL BISNIS MEDIA DI ERA DIGITAL, DAN KERUNTUHAN DINDING API (FIREWALL) | 166 |
| IDEALISME WARTAWAN DALAM BISNIS MEDIA DIGITAL                            | 169 |
| KOLABORASI MEDIA, WARTAWAN, DAN KHALAYAK                                 | 172 |

## #12

**Idealisme Jurnalis dan Pertimbangan Moral Pemberitaan** 179*Noviawan Rasyid Ohorella & Priska Akwila Birahy*

## #13

**Mempersoalkan Kembali Produk Jurnalistik di Berbagai Media Saat Ini** 191*Rahmat Edi Irawan*

|                                  |     |
|----------------------------------|-----|
| PRODUK JURNALISTIK DI MEDIA LAMA | 192 |
| PRODUK JURNALISTIK DI MEDIA BARU | 196 |

## #14

**Menyoal Kode Etik Jurnalisme Era Disrupsi** 203*Sunarto, Nurul Hasfi, & Amida Yusriana*

|                                                    |     |
|----------------------------------------------------|-----|
| MEDIA ERA DISRUPSI                                 | 205 |
| ARTI PENTING JURNALISME DI ERA DISRUPSI            | 206 |
| ARTI PENTING KODE ETIK JURNALISTIK DI ERA DISRUPSI | 211 |
| ANCAMAN PADA KODE ETIK JURNALISTIK KLASIK          | 215 |

## #15

**Membangun Kebijakan Bermedia: Cyborg, Biopolitik dan Budaya Propaganda** 221*Yohanes Probo Dwi S*

|                                  |     |
|----------------------------------|-----|
| PEMBAHASAN                       | 223 |
| MANUSIA DALAM DIMENSI MESIN      | 224 |
| MEDIA SEBAGAI SUMBER PEMBERITAAN | 226 |

|                                                                        |            |
|------------------------------------------------------------------------|------------|
| MELAMPAUI BIOPOLITIK BERMEDIA                                          | 226        |
| MEDIA DAN BUDAYA PROPAGANDA                                            | 228        |
| TEKANAN KAPITALIS DALAM KEPENTINGAN SEMU                               | 229        |
| <b>#16</b>                                                             | <b>235</b> |
| <b>Kekerasan Terhadap Jurnalis: Tantangan Bagi Media dan Demokrasi</b> | <b>235</b> |
| <i>Eni Maryani</i>                                                     |            |
| LIPUTAN MEDIA DAN DEMOKRATISASI                                        | 237        |
| FAKTA DAN PENANGANAN KEKERASAN TERHADAP JURNALIS                       | 240        |
| KESELAMATAN JURNALIS, LIPUTAN MEDIA, DAN DEMOKRASI                     | 248        |
| <b>#17</b>                                                             |            |
| <b>Inovasi Bisnis Model Industri Media Online di Indonesia</b>         | <b>255</b> |
| <i>Lestari Nurhajati &amp; Xenia Angelica Wijayanto</i>                |            |
| MODEL BISNIS DAN PERUBAHAN KONSUMEN                                    | 256        |
| PERUBAHAN POLA KERJA JURNALIS                                          | 258        |
| START UP MEDIA; ANTARA HARAPAN DAN KENYATAAN                           | 260        |



## KATA SAMBUTAN

Baru-baru ini kita semua merayakan Hari Pers Nasional (HPN) yang jatuh pada tanggal 9 Februari 2022 di Kendari, Sulawesi Tenggara yang juga bertepatan dengan hari ulang tahun Persatuan Wartawan Indonesia (PWI). Di usianya yang semakin tua, persoalan media, jurnalisme dan tentunya jurnalis seakan tidak pernah ada habisnya, sekelumit persoalan senantiasa hadir terus menerus di tengah kedigjayaan media digital dan juga pandemi yang masih berlangsung. Hari Pers Nasional yang dikukuhkan melalui Keppres No. 5 tahun 1985 menjadi peringatan rutin tahunan sejak tahun 1985 silam, tersurat dalam Keppres bahwa pers Indonesia memiliki sejarah perjuangan dan peranan penting melaksanakan pembangunan pengamalan Pancasila.

Tidak dapat dipungkiri dan kita sepakati bersama bahwa media, pers akan selalu mempunyai peran penting sebagai pilar ke empat demokrasi dan selalu siap sedia menjadi anjing penggonggong (*watchdog*) kerapuhan demokrasi dan ketidakadilan yang muncul. *Noble duty* ini tentu wajib dijaga dan selalu menjadi ideologi utama bagi industri media, pers terlebih bagi insan jurnalis. Namun demikian, tantangan industri media saat ini sangatlah besar, arus informasi mengalir dengan sangat deras membanjiri semua lini dari sumber yang beragam (tidak hanya dari jurnalis), kedigajayaan teknologi komunikasi berupa industry 4.0 dengan lahirnya *Artificial intelligence*, *big data*, *virtual reality*, *augmented reality* dan lain sebagainya sangat 'sukses' memporakporandakan model bisnis industri media. Bisnis model industri media wajib, kudu, harus, *fardu ain* berubah mengikuti perkembangan teknologi komunikasi agar selalu seiring dengan perubahan pola konsumsi masyarakat terhadap media. Media yang bertahan dan akan terus berkembang adalah media yang tidak henti-hentinya mengikuti perkembangan teknologi komunikasi, namun tentu dengan mendahulukan

idealisme sebagai “tuhan” dalam spirit pencerahan (*enlightenment*) kepada masyarakat.

Baik pada masa lalu, masa kini dan (akan terus) pada masa mendatang, perdebatan Idealisme Pers, Media Vs Kepentingan Bisnis nampaknya tidak pernah usai, selalu tarik menarik dan terkesan paradox, kontradiktif. Idealisme selalu diasumsikan dengan semangat pengabdian, pencerahan kepada publik tanpa memikirkan *cuan*, sedangkan kepentingan bisnis selalu dianalogikan dengan keserakahan akan pemasukan (kapitalisme tulen), Integrasi dan sinkronisasi idealisme dengan kepentingan bisnis ini menjadi sangat fundamental agar mampu mengantarkan kita semua dalam menjawab pertanyaan besar *quo vadis* media, pers kedepan?

Topik “Idealisme Jurnalis & Inovasi Model Bisnis Industri Media” merupakan topik yang sangat menarik untuk terus dikaji, didalami, direfleksikan terus menerus.... 16 tulisan dari para pakar ini dengan jeli dan matang berhasil menggali dinamika idealisme media, idealisme jurnalis, beragam model bisnis industri media sampai pada kajian kode etik tersaji dengan komprehensif membuat kita semua (pembaca) dapat dengan mudah mencerna.

Atas nama Institut Komunikasi dan Bisnis LSPR kami mengucapkan selamat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada para penulis yang luar biasa, terima kasih juga kepada Fakultas Ilmu Komunikasi, UNPAD atas kerjasamanya yang produktif serta sangat bermanfaat, kami yakin dengan bunga rampai ini menjadi langkah awal lahirnya karya-karya berikutnya yang tidak kalah bermanfaat pada masa mendatang. Sekali lagi terima kasih, proficat, salam komunikasi.

**Andre Ikhsano**

Rektor Institut Komunikasi dan Bisnis LSPR

# KATA PENGANTAR

Membicarakan media dari masa kemasa, tetap akan berkaitan dengan orientasi media saat didirikan, produksi konten media, distribusi konten, dan konsumsi oleh khalayak atau publik media, serta aspek ekonomi, politik dan budaya. Media hadir dengan berbagai alasan atau penyebab, ada media yang lahir tujuan menjadi sarana penyebar informasi atau berita bagi kebutuhan publik, sebagai alat perjuangan, kepentingan politik dan bahkan kepentingan ekonomi semata.

Orientasi media yang mengsung jurnalisme sebagai aktivitas utamanya tentu harus menerapkan prinsip-prinsip jurnalisme yang baik (*good journalism*) dengan kawalan kode etik jurnalistik (*code of ethic*) dan perilaku media yang baik pula (*code of conduct*). Orientasi kepentingan publik seharusnya diutamakan.

Untuk menjalankan fungsi media yang ideal memproduksi informasi atau berita yang berkualitas, mengedukasi dan menjadi berpengaruh untuk kontrol sosial dibutuhkan adanya kebebasan media itu sendiri.

Kebebasan media selama beberapa dekade dikaitkan dengan sistem politik yang dianut oleh penguasa dimana media itu sendiri berada. Sistem politik yang tertutup dan otoriter akan membuat media terkekang kebebasannya atau menjadi alat kekuasaan semata. Sistem yang terbuka dan demokratis membuka peluang kebebasan pers untuk melakukan kontrol kepada penguasa politik atau pemerintahan, namun kondisi seperti ini juga tidak menjamin kemerdekaan media, karena masih ada faktor lain yang terkait budaya media secara internal seperti pengaruh pemilik, pengiklan bahkan ancaman dari masyarakat tertentu.

Berbagai temuan dan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang memasuki era digitalisasi telah mengubah praktek media, baik sebagai potensi dan peluang untuk mengembangkan media di satu sisi, namun dapat menjadi ancaman di sisi lain bagi media yang tidak dapat melakukan adaptasi dan inovasi sebagai langkah proaktifnya, disrupsi merupakan ancaman bagi media yang gagal melakukan transformasi, apalagi setelah munculnya pandemi Covid-19.

Untuk dapat bertahan perlu dipertimbangkan bahkan dilakukan transformasi digital bagi media dalam upaya bertahan (lebih lama).

Bagi para jurnalis dan juga pemilik media jurnalistik, tugas atau beban cukup berat untuk mempertahankan kualitas jurnalismenya, pemberitaan yang beretika serta menguatkan kedekatan dengan khalayaknya, belum lagi kegamangan untuk menguatkan atau memilih antara ruang hidup lokalitas, nasional atau bahkan global kontennya. Berbagai *platform* global serta realitas media sosialpun dapat dianggap sebagai ancaman bagi eksistensi media lokal atau nasional saat ini.

Model bisnis media saat ini dan ke depan yang paling tepat belum benar-benar ditemukan oleh para pengelola media, tepatnya mereka masih mencari-cari model bisnis yang tepat. Besar harapan dari banyak pihak agar media dapat bertahan (*sustain*) serta hadirnya kondisi “normal baru” bagi media itu sendiri yang memunculkan dan menguatkan kemandirian media yang bermartabat.

**Dadang Rahmat Hidayat**  
Dekan Fikom Unpad

# PRAKATA

Perubahan-perubahan yang terjadi akibat perkembangan pesat teknologi dan pengaruh disrupsi membawa konsekuensi besar terhadap upaya media untuk melakukan penyesuaian dari sisi bisnis dan penguatan tekad untuk tetap relevan. Pada saat yang bersamaan para jurnalis juga harus melakukan penyesuaian dalam menyikapi perubahan besar yang terjadi.

Buku ini merupakan hasil pemikiran para penulisnya untuk menjawab isu-isu besar yang dihadapi oleh para jurnalis dan perusahaan media saat ini, seperti persoalan idealisme jurnalis, model bisnis di era disrupsi, dan inovasi industri media. Selain itu, isu lain yang tidak kalah pentingnya untuk diperhatikan adalah pengaruh media digital terhadap audiens, termasuk di antaranya masalah literasi media dan kebijaksanaan dalam menggunakan media sebagai sumber informasi yang diharapkan dapat selalu diandalkan dan dipercaya.

Beberapa isu yang paling kontemporer, seperti *mobile journalism*, juga mendapatkan tempat untuk didiskusikan bersamaan dengan persoalan yang terus menjadi perhatian masyarakat, seperti kekerasan terhadap jurnalis di era demokratis sekarang. Isu-isu besar tersebut dianalisis tidak hanya dari perspektif praktis, tetapi juga akademis sehingga memungkinkan para pembaca melihat semuanya dari berbagai sisi yang bisa saling melengkapi.

Pada kesempatan ini, saya ingin mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada para penulis yang telah berkenan menyumbangkan tulisan mereka dalam bunga rampai ini. Tidak lupa saya ingin mengucapkan terima kasih kepada Pusat Publikasi LSPR dan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran yang menginisiasi kerja sama antarlembaga sehingga buku ini dapat diterbitkan. Saya berharap publikasi buku ini menjadi

awal kolaborasi produktif antara Institut Komunikasi dan Bisnis LSPR dan Universitas Padjajaran di masa depan.

Akhirnya, semoga buku berisi kumpulan artikel yang ditulis oleh para akademisi, wartawan, dan praktisi media ini dapat memberikan sumbangan pemikiran untuk kemajuan para jurnalis, pers, dan industri media di Indonesia. Selamat membaca.

Jakarta, 22 Februari 2022

**Rudi Sukandar, Ph.D.**

Direktur Lembaga Penelitian, Publikasi, dan Pengabdian  
Masyarakat (LPPPM) - Institut Komunikasi dan Bisnis LSPR



## #14

# Menyoal Kode Etik Jurnalisme Era Disrupsi

Sunarto, Nurul Hasfi, & Amida Yusriana

Perkembangan teknologi dewasa ini telah menghadirkan era disrupsi bagi banyak aspek kehidupan. Salah satunya aspek komunikasi. Sekarang ini semakin banyak dijumpai informasi bohong dan fitnah (*hoax*) beredar di jagad maya kita. Sebagaimana dilaporkan oleh *Detik.com* (Azzahra, 2021), terdapat sebanyak 352 kasus terkait hoaks tentang Covid-19 di media elektronik dan media sosial yang menjadi urusan pihak kepolisian. Sedang *Rakyat Merdeka* (Asi, 2021) melaporkan, Kementerian Komunikasi dan Informasi (Kemenkominfo) sejak 23 Januari 2020 hingga 1 Februari 2021 menemukan 1.402 kasus hoaks terkait Covid-19 dan 97 kasus terkait vaksin.

Selain hoaks, era disrupsi ini juga ditandai dengan meredupnya kehidupan bisnis media konvensional (*sunset industry*). Ekosistem media yang berubah sekarang ini menjadikan media konvensional harus bekerja keras untuk dapat bertahan. Kode etik jurnalistik



menjadi andalan pengelola media konvensional dalam era disrupsi untuk melawan gempuran informasi melalui jurnalisme pribadi (*personal journalism*) di media sosial. Setidaknya demikianlah yang diyakini oleh salah seorang narasumber dalam penelitian berjudul *Monograp Esensi Kepemimpinan Jurnalis Wanita di Media Pada Era 4.0*. (Sunarto, Nurul, dan Amida, 2020).

Menurut narasumber di atas, dalam kondisi perkembangan teknologi yang luar biasa masif sekarang ini, media konvensional akan kalah bersaing dengan media baru semacam *WhatsApp* atau media sosial yang lain apabila menjual kecepatan ataupun kedalaman informasi yang disajikan. Hal itu disebabkan para *Youtuber* sudah dapat melakukan itu semua sebagai jurnalis pribadi.

Selain itu seorang narasumber dalam posisi sebagai Wakil Pemimpin Redaksi sebuah koran lokal terkait strategi yang dijalankannya menghadapi era disrupsi ini mengungkapkan pula "Tapi, kita meyakini, bahwa media kami ini adalah sebuah institusi pers dan kami punya kode etik. Itu menjadi salah satu senjata utama kami, bahwa apa yang kami hadirkan ini benar-benar bisa dipertanggungjawabkan. Kami beda dengan *Youtuber-youtuber* yang mengais informasi dengan mengambil narasumber-narasumber yang kontroversial. Kemudian mereka tidak diikat dengan kode etik," (Sunarto, Nurul, dan Amida, 2020).

Narasumber tersebut sangat menanamkan pada anak buahnya akan arti penting menggunakan kode etik sebagai senjata ampuh melawan jurnalisme pribadi yang dilakukan oleh para *Youtuber* dan penggiat media sosial yang lain. "Berita-berita yang kami hadirkan adalah berita-berita yang bisa menjadi rujukan informasi dan bisa kami pertanggungjawabkan dalam kode etik. Karena kalau ada kesalahan, kami harus berhadapan dengan Dewan Pers," tegas narasumber tersebut untuk menjaga dan mempertahankan semangat kerja anak buahnya.

Bagi praktisi media, tampaknya kembali kepada kode etik profesi jurnalis dapat menjadi kunci strategis untuk mengatasi kompetisi dan meluasnya informasi hoaks di media sosial dalam era disrupsi sekarang ini. Terkait dengan gagasan tentang kode etik profesi maka artikel ini mencoba untuk mengelaborasi gagasan tersebut.

## **Media Era Disrupsi**

Saat ini kita hidup dalam era Revolusi Industri 4.0. Era ini ditandai dengan perkembangan teknologi digital secara masif sehingga menimbulkan disrupsi pada banyak aspek kehidupan. Menurut Schwab (2019) konvergensi antara aspek fisik, digital dan biologi yang menjadi ciri utama Era 4.0 ini memberikan kesempatan luas bagi dunia industri untuk melakukan aktivitas berbasis sumber daya teknologi secara efektif dan efisien untuk menciptakan model bisnis yang lebih produktif, regeneratif dan restoratif.

Industri media massa salah satunya yang terimbas disrupsi teknologi tersebut. Sekarang ini keberadaan media konvensional (surat kabar, majalah, televisi, radio, film) beriringan dengan media baru (media sosial, media online). Menurut Steele (2014), teknologi untuk mengumpulkan, memproses dan menyampaikan berita berkembang sangat cepat dalam menciptakan berbagai kemungkinan dinamis, tetapi terlalu sering memproduksi liputan distortif dengan kualitas rendah. Dalam periode adaptasi intensif sekarang ini, jurnalis dan jajaran eksekutif berita menggunakan alat-alat digital dan menciptakan isi inovatif dengan beragam tingkat ketertarikan yang dapat berisi ketakutan, keahlian maupun kebodohan.

Sekarang ini kebutuhan informasi, hasrat dan perilaku publik juga berubah secara dramatis. Para praktisi jurnalisisme harus memberikan perhatian pada apa yang didiktekan oleh pasar dan apa yang dibutuhkan oleh konsumen karena mereka juga

berpartisipasi dalam penciptaan dan pendistribusian produk jurnanisme. Tetapi, ada bahaya di sini, ketika praktek jurnanisme itu tergantung secara intensif pada jaringan sosial dan algoritme untuk menyampaikan informasi penting. Praktek jurnanisme yang selama ini mengandalkan akurasi, adil, substantif dan krusial dapat tergerus oleh penggunaan teknologi algoritme tersebut.

Perkembangan teknologi sekarang ini dapat melemahkan upaya jurnalis untuk mengejar kebenaran dalam pemberitaan mereka. Munculnya budaya media gabungan (*mixed media culture*) telah menggeser fungsi jurnanisme klasik untuk menyajikan laporan yang benar dan dapat diandalkan. Budaya baru ini menciptakan jurnanisme baru yang berisi percakapan yang mengalahkan jurnanisme lama yang bersandar pada verifikasi. Pada abad baru ini kebutuhan untuk kebenaran semakin besar, bukan berkurang. Hal tersebut disebabkan sekarang ini ketidakbenaran semakin menjadi lazim (Kovach dan Rosenstiel, 2004).

## **Arti Penting Jurnanisme di Era Disrupsi**

Dalam masa yang dipenuhi kelaziman ketidakbenaran, kebutuhan akan jurnanisme berkualitas menjadi tidak terelakkan. Sebagaimana dilaporkan *Liputan6.Com* (Widjaya, 2018), di Indonesia terdapat sekitar 47.000 media dengan porsi terbesar media daring yaitu sebanyak 43.300 media. Dari jumlah media daring yang ada, hanya 168 media yang telah terdata di Dewan Pers. Sisanya tidak. Sehingga, masyarakat harus berhati-hati untuk mengonsumsi informasi dari media daring yang belum terverifikasi ini.

Keberadaan jurnanisme, sebagaimana dijelaskan oleh Bon Steele (2014), mempunyai peran khusus di masyarakat. Jurnanisme hadir untuk melayani kebutuhan publik tidak seperti bisnis atau profesi yang lain. Jurnanisme mempunyai kewajiban untuk mendukung proses yang demokratis melalui informasi dan pendidikan. Jurnanisme mempunyai tanggung jawab untuk memberikan warga

negara informasi yang bermakna sehingga mereka bisa mempunyai pemahaman yang lebih baik terkait isu-isu yang ada di komunitas mereka. Selain itu agar mereka dapat menjalani dan membuat keputusan yang baik untuk kehidupan sehari-hari mereka serta melaksanakan secara efektif kewajiban mereka sebagai warga negara.

Jurnalisme adalah sebuah temuan atau sebuah bentuk dari ekspresi yang digunakan media massa untuk melaporkan dan mengomentari peristiwa-peristiwa dan gagasan-gagasan yang ada di sini dan sekarang (Adam, 2006). Menurut Adam, terdapat 5 (lima) elemen penting dalam definisi tersebut, yaitu: (1) sebuah bentuk ekspresi yang merupakan sebuah temuan; (2) laporan gagasan-gagasan dan peristiwa-peristiwa; (3) komentar pada gagasan dan peristiwa; (4) sirkulasi publik dari gagasan dan peristiwa; dan (5) di sini dan sekarang.

Elemen pertama terkait ekspresi yang menjadi temuan. Dalam pengertian yang paling mendasar, kegiatan jurnalistik terkait pelaporan peristiwa dan gagasan sebagaimana terjadi melalui kegiatan koleksi dan presentasi informasi pada subjek yang mengalami peristiwa atau mempunyai gagasan tertentu. Pelaporan bencana alam, perkembangan korban pandemi atau pendapat pakar terkait hal tersebut yang hari-hari ini menghiasai media di tanah air merupakan contoh bagaimana kegiatan jurnalistik tersebut berlangsung.

Selain melaporkan apa yang terjadi, kegiatan jurnalistik juga melibatkan kritik, penjelasan, atau pengiriman penilaian pada pembentukan segala sesuatu. Setiap unsur dalam penemuan yang sedang berlangsung ini, dimana ada hal-hal yang dilakukan secara sadar dan tidak sadar, melibatkan sebuah penilaian atau sebuah evaluasi akan arti penting, nilai, atau harga dari tindakan itu pada subjek-subjeknya. Pelaporan bencana alam, korban pandemic, dan

pendapat pakar terkait, tidak hanya sekedar peristiwa tapi juga mengandung nilai di dalamnya yang mewakili penilaian kita pada peristiwa tersebut. Dengan demikian, jurnalisme merupakan aplikasi dari nilai yang kita gunakan untuk mengevaluasi segala sesuatu. Nilai ini direfleksikan dalam kegiatan jurnalistik melalui seleksi subjek oleh jurnalis yang mempunyai nilai dalam dirinya mengenai bagaimana seharusnya dunia ini bekerja dengan baik. Dalam pemahaman semacam ini, jurnalisme mencakup dan memberikan sebuah tempat untuk komentar, kritik dan penilaian.

Jurnalisme juga bersifat publik. Terkait hal ini kita harus bisa membedakan dalam pikiran kita suara-suara yang khusus dan bersifat privat dengan suara-suara yang boleh diketahui oleh publik. Jurnalisme sejauh berhubungan dengan aspek kebaruan, kisah, pidato, dan pernyataan singkat diciptakan untuk kepentingan publik. Oleh karena itu, suara dan ragam kata yang digunakan diwarnai oleh tanggung jawab secara didaktik melalui tampilan eksplisit dan ketiadaan kutipan-kutipan yang mempunyai makna dalam ranah privat atau ragam kata yang mempunyai makna hanya dalam wacana khusus semacam ilmu pengetahuan.

Sifat publik jurnalisme juga ditandai dengan hubungannya dengan kekinian dan di sini. Hal itu disebabkan, jurnalisme hanya menampilkan dunia nyata yang masuk dalam kategori kekinian, bukan masa lalu.

Semua elemen yang sudah dijelaskan tersebut – pelaporan (*reporting*), penilaian (*judging*), suara publik (*public voice*), dan kekinian (*here and now*) – berakumulasi dalam proses penciptaan berdasarkan imajinasi secara individual dan kultural. Jurnalisme merupakan penemuan atau penciptaan imajinatif jurnalis dalam kapasitas sebagai individu dan anggota kelompok kultur tertentu di masyarakat. Meskipun produk jurnalistik merupakan karya jurnalis secara individual, apa yang diekspresikan dalam produk itu merupakan perwujudan bentuk budaya dimana jurnalis itu menjadi

anggotanya. Artinya, meskipun produk jurnalistik itu merupakan sebuah temuan, tapi bukan merupakan temuan jurnalis tersebut. Jurnalis hanya menyampaikan apa yang ada dalam budaya ini.

Sementara itu, menurut Bill Kovach dan Tom Rosenstiel (2004), tujuan utama jurnalisme adalah menyediakan informasi yang dibutuhkan warga agar mereka bisa hidup merdeka dan mengatur diri sendiri. Misi jurnalisme ini bersama-sama dengan kode etik jurnalisme bertujuan untuk melayani kesejahteraan umum dengan menginformasikan berita kepada orang-orang.

Untuk mencapai tujuan itu, menurut Kovach dan Rosenstiel, kegiatan jurnalistik dilaksanakan dengan memenuhi 9 (sembilan) elemen jurnalisme yang ada, yaitu: (1) kewajiban pertama jurnalisme adalah pada kebenaran; (2) loyalitas pertama jurnalisme kepada warga; (3) intisari jurnalisme adalah disiplin dalam verifikasi; (4) para praktisinya harus menjaga independensi terhadap sumber berita; (5) jurnalisme harus berlaku sebagai pemantau kekuasaan; (6) jurnalisme harus menyediakan forum publik untuk kritik maupun dukungan warga; (7) jurnalisme harus berupaya membuat yang penting menarik dan relevan; (8) jurnalisme harus menjaga agar berita komprehensif dan proporsional; dan (9) para praktisinya harus diperbolehkan mengikuti nurani mereka.

Di antara berbagai elemen tersebut, era disruptif sekarang ini sangat membutuhkan aktualisasi elemen ketiga terkait disiplin verifikasi. Elemen ini terkait dengan objektivitas jurnalis dalam melaporkan informasi kepada publik dengan bersikap tidak berat sebelah (*fairness*) dan seimbang (*balance*). Hal ini bisa dicapai ketika jurnalis tidak pernah menambahkan sesuatu yang tidak ada, tidak pernah menipu khalayak dan berlaku setransparan mungkin terkait metoda dan motivasi pribadi. Selain itu, jurnalis harus mengandalkan reportase sendiri dan bersikap rendah hati.

Verifikasi informasi bisa dilakukan jurnalis dengan cara melakukan penyuntingan skeptis, pengecekan akurasi, dan tidak berasumsi. Memberikan tanda pada naskah pra cetak yang masih meragukan dan selalu berhati-hati menggunakan sumber anonim adalah tindakan lain yang bisa dilakukan dalam proses verifikasi informasi. Elemen substantif dalam praktek jurnalistik ini sekarang banyak dicerai dengan maraknya informasi hoaks yang disebarluaskan pihak-pihak tidak bertanggung jawab untuk mencapai tujuan-tujuan pragmatis tertentu melalui kebebasan yang diberikan media sosial. Dalam konteks semacam ini, apa yang telah dilakukan oleh praktisi media, sebagaimana disampaikan di awal artikel ini, untuk menggunakan kode etik jurnanisme sebagai landasan utama dalam menjalankan profesinya sangat bisa dipahami. Hanya dengan menggunakan landasan kode etik jurnanisme inilah kebenaran profesional sebagaimana dimaksudkan oleh Kovach dan Rosenstiel tersebut dapat diaktualisasikan.

Bagaimana kebenaran dalam jurnanisme bisa diperoleh? Kebenaran macam apa yang disampaikan jurnanisme? Fakta yang ditampilkan dalam berita harus akurat dan berimbang. Akurat dipahami sebagai fakta yang benar yaitu adanya kesesuaian antara pernyataan dengan kenyataan (*correspondence*). Dalam realitanya akurasi ini dapat diperoleh manakala jurnalis menggunakan sumber berita yang dapat dipercaya, meneliti fakta dengan seksama dan menggunakan metoda transparan untuk mendapatkan fakta. Posisi akurasi ini sangat penting karena menjadi fondasi bagi bangunan di atasnya: konteks, interpretasi, debat dan semua hal terkait komunikasi publik.

Sedang keseimbangan (*balance*) terkait pemberian porsi seimbang pada pihak-pihak terkait dengan objek pemberitaan. Meskipun, keseimbangan ini dapat bersifat subjektif, setidaknya jurnalis dituntut untuk bersikap dan berlaku adil dalam menampilkan pihak-pihak terkait dan relevan dalam pemberitaan.

Secara kongkrit, jurnalisme mengaktualisasikan kebenaran fungsional yang dapat dipraktekkan yaitu sebuah kebenaran yang tidak bersifat mutlak dan filosofis tapi kebenaran yang bisa dijalankan dalam keseharian. Sebuah proses pencarian kebenaran dari hari ke hari secara berkelanjutan untuk mencapai pemahaman. Hal ini dapat terjadi dengan cara jurnalis menulis sebuah berita pada hari pertama yang akan diikuti dengan perkembangan berita yang sama pada hari berikutnya. Begitu seterusnya hingga dirasa fakta dalam berita itu sudah selesai disampaikan.

Kebenaran fungsional semacam itulah yang menjadi acuan profesi jurnalis dalam bekerja sebagai aktualisasi nilai-nilai yang ada dalam kode etik profesi mereka. Sebuah panduan profesional yang harus diikuti jurnalis dalam menjalankan profesi keseharian mereka.

### **Arti Penting Kode Etik Jurnalistik di Era Disrupsi**

Untuk memahami Kode Etik Jurnalistik, tidak bisa dilepaskan dari pemahaman pada persoalan etika sebagai bagian substantif di dalamnya. Menurut Ward (2009), etika merupakan analisis, evaluasi dan promosi pada apa yang membentuk perilaku baik dan karakter bijaksana sesuai dengan prinsip-prinsip terbaik yang ada. Etika tidak semata-mata bertanya tentang bagaimana kita hidup baik, tetapi bagaimana seharusnya kita hidup baik secara etis dalam kebaikan dan dalam relasi hak dengan orang lain. Etika terkait dengan sebuah tugas yang mempersyaratkan kita untuk melepaskan keuntungan pribadi atau mengalami penderitaan dalam melaksanakan tugas.

Sedang menurut Rolnicki, Tate dan Taylor (2015), etika terkait dengan standar atau aturan perilaku yang didasarkan pada penilaian moral. Etika ini bisa dibedakan menjadi etika pribadi dan profesional. Etika pribadi merupakan standar untuk menjalankan kehidupan sehari-hari yang dipelajari di sekolah, rumah, tempat



ibadah, teman sebaya dan pemerintah. Standar ini harus ditaati agar orang bisa hidup rukun dalam masyarakat.

Sedang etika profesi terkait dengan standar atau aturan khusus yang harus ditaati oleh anggota profesi. Bagi jurnalis, pedoman etika ini akan membantu mereka dalam proses mencari berita. Etika jurnalisisme merefleksikan misi jurnalisisme dalam masyarakat, moralitas pribadi, dan beberapa undang-undang media yang ada. Kode etik profesi ini bisa mewujudkan dalam beragam bentuk. Kode etik ini berupa prinsip-prinsip yang dapat digunakan sebagai panduan tindakan, referensi atau basis bagi dokumentasi tertentu. Bisa juga, berupa kebijakan publik yang didalamnya termasuk aspek-aspek dari perilaku, norma dan praktek yang bisa diterima di kelompok atau masyarakat. Kode etik ini juga dapat dalam bentuk kode tindakan yang mencakup prinsip-prinsip etis atau berupa instrumen legal yang memaksa tindakan baik melalui peradilan. Keberadaan kode etik profesi bisa digunakan untuk pendisiplinan, rekomendasi, pendidikan, inspirasi atau publikasi (Kizza, 2003).

Jurnalisisme membutuhkan kode etik disebabkan karena jurnalisisme memberi banyak manfaat dalam menjalankan fungsi-fungsi penting dalam masyarakat demokratis, antara lain: (1) jurnalisisme memberi informasi publik tentang fakta dan kejadian yang penting bagi masyarakat; (2) jurnalisisme menjamin kebebasan aliran informasi yang penting bagi kelahiran dan kelangsungan demokrasi; (3) jurnalisisme menyediakan forum untuk pandangan yang beragam; (4) jurnalisisme berfungsi sebagai pengawas pemerintah, dan institusi lain untuk memberi tahu publik jika ada tanda-tanda tindakan yang salah; (5) jurnalisisme mendukung perubahan demi kepentingan publik; dan (6) jurnalisisme mencari kebenaran dengan komitmen yang tegas (Rolnicki, Tate dan Taylor, 2015)

Dengan adanya Kode Etik Jurnalistik, menurut Rolnicki dan kawan-kawan, profesi jurnalis akan mendapatkan beberapa keuntungan,

antara lain: (1) kode etik membantu membangun pemahaman profesionalisme bagi mereka yang bekerja untuk satu organisasi berita atau anggota asosiasi berita, dan bagi jurnalis pada umumnya; (2) kepatuhan pada kode etik akan menciptakan kredibilitas di mata pembaca dan pemirsa, serta publik akan percaya pada apa yang ditulis, dilihat dan didengarnya; dan (3) kode etik memberikan ukuran yang seragam untuk mengatasi problem dalam pengumpulan berita.

Sedang menurut Ward (2009), etika jurnalisme merupakan satu jenis aplikasi etika media yang mengkaji persoalan-persoalan “mikro” terkait apa yang seharusnya dilakukan individu jurnalis dalam situasi-situasi tertentu dan persoalan-persoalan “makro” terkait apa yang seharusnya dilakukan oleh media berita dan berperan dalam masyarakat yang ada.

Dalam pandangan Ward, tugas utama etika jurnalisme adalah menentukan bagaimana norma-norma yang ada diaplikasikan pada isu-isu etis dalam keseharian kerja. Beberapa persoalan etis tersebut terkait dengan akurasi dan verifikasi (*accuracy and verification*), independensi dan alegiansi (*independence and allegiances*), desepsi dan fabrikasi (*deception and fabrication*), citra grafis dan manipulasi citra (*graphic image and image manipulation*), sumber dan kerahasiaan (*sources and confidentiality*), kondisi khusus (*special situations*), dan etika yang melintasi jenis-jenis media (*ethics across media types*).

Sementara itu, kelompok *Society of Professional Journalist* telah mengembangkan prinsip-prinsip dalam penulisan berita untuk dijadikan pedoman oleh anggotanya (McBride dan Rosenstriel, 2014). Terdapat 3 prinsip utama dalam pedoman kelompok jurnalis ini yaitu: (1) mencari kebenaran dan melaporkan sepenuhnya (*seek truth and report it as fully as possible*); (2) bertindak mandiri (*act independently*); dan (3) meminimalkan kerusakan (*minimize harm*).

Terkait prinsip mencari kebenaran dan melaporkan sepenuhnya (*seek truth and report it as fully as possible*), jurnalis diminta untuk melakukan tindakan sebagai berikut: (1) menginformasikan diri sendiri secara berkelanjutan sehingga pada gilirannya nanti bisa menginformasikan, melibatkan dan mendidik publik dengan cara yang jelas dan persuasif pada isu-isu yang signifikan; (2) jujur, adil dan berani dalam mengumpulkan, melaporkan dan menafsirkan informasi secara akurat; (3) memberikan suara bagi yang tidak mempunyai suara; dan (4) memegang tanggung jawab secara kuat. Pada prinsip bertindak mandiri (*act independently*), jurnalis diminta untuk melakukan hal-hal sebagai berikut: (1) menjaga secara tegas esensi peran pelayanan pers bebas memainkan perannya di masyarakat terbuka; (2) mencari dan mendiseminasikan perspektif yang bersaing tanpa menjadi terpengaruh secara tidak proporsional oleh pihak yang akan menggunakan kekuasaan atau posisi untuk melawan kepentingan publik; (3) menjaga kebebasan asosiasi dan aktivitas yang bisa mengkompromikan integritas atau merusak kredibilitas jurnalis; dan (4) mengetahui bahwa keputusan etika yang baik mempersyaratkan tanggung jawab yang diperkuat melalui kolaborasi

Terkait prinsip meminimalkan kerusakan (*minimize harm*), jurnalis diminta untuk melakukan hal-hal sebagai berikut: (1) berempati pada orang-orang yang dipengaruhi oleh tindakan jurnalis; (2) memperlakukan sumber, subjek dan kolega sebagai manusia yang butuh dihormati dan dihargai, tidak semata-mata alat untuk tujuan kegiatan jurnalistik; dan (3) mengetahui bahwa pengumpulan dan pelaporan informasi bisa menyebabkan kerusakan atau ketidaknyamanan, tetapi menyeimbangkan hal-hal negatif itu dengan memilih alternatif-alternatif yang memaksimalkan tujuan jurnalis untuk menyampaikan kebenaran.

Kode etik tersebut akan efektif ketika jurnalis mengetahui dan menggunakannya dalam melaksanakan pekerjaan. Hal ini penting

karena jurnalis mempertaruhkan kredibilitasnya dalam publikasi informasi ke publik. Arti penting pemenuhan standar etika ini karena jurnalis akan mencapai tujuan untuk: (1) dapat dipercaya, akurat, jujur, independen dan memenuhi janji; (2) menghormati dan sensitif terhadap standar dan selera komunikasi; (3) memiliki penghargaan yang tinggi kepada privasi personal; (4) memperlakukan orang dengan sopan dan tata krama; (5) bersikap adil dan tidak memihak; (6) memperhatikan kelengkapan dan konteks dari fakta dan opini yang dipakai dalam berita; (7) mau mengakui dan mengoreksi kesalahan; (8) mendengarkan pertanyaan dan keluhan publik; (9) berusaha memberikan yang terbaik dalam setiap pekerjaan; dan (10) mempertimbangkan kepentingan publik dalam menentukan keputusan (Rolnicki, Tate dan Taylor, 2015).

### **Ancaman pada Kode Etik Jurnalistik Klasik**

Berbagai nilai baik dalam Kode Etik Jurnalistik tersebut apabila bisa diaktualisasikan secara maksimal oleh para jurnalis di era disruptif sekarang ini akan bisa menjadikan kualitas informasi yang disajikan jurnalis bisa dipercaya publik dan mampu mengatasi serbuan informasi hoaks di masyarakat melalui berbagai *platform* media baru yang ada, baik media sosial atau media *online* abal-abal. Hal ini disebabkan, serbuan informasi melalui teknologi baru itu telah menyebabkan terjadinya situasi seolah-olah tanpa etika.

Sebagaimana ditunjukkan Kizza (2003), keberhasilan revolusi teknologi sekarang ini cenderung menciptakan situasi-situasi yang menggoda sebagai hasil dari semakin bebasnya nilai-nilai moral individu. Ada banyak situasi baru hasil dari revolusi teknologi komputer sekarang yang menjadikan nilai-nilai dasar yang selama ini dijadikan acuan perilaku menjadi tidak relevan atau diabaikan relevansinya.

Kajian Ward dan Wasserman (2010) menunjukkan bagaimana teknologi media baru sedang mengganti parameter terkait etika jurnalisme. Media baru dan media campuran membantu menciptakan sebuah “etika media terbuka” dan menawarkan sebuah eksplorasi pada bagaimana perkembangan ini mendorong sebuah transisi dari sebuah etika profesi tertutup menjadi sebuah etika yang memberi perhatian pada seluruh warga negara.

Sementara itu, kajian Whitehouse (2010) menekankan arti penting pembaharuan terkait kode etik media berhubungan dengan aspek privasi. Hal ini terutama disebabkan adanya kemudahan dalam mendapatkan informasi dari jaringan media sosial untuk disebarluaskan secara terbuka. Kode etik yang ada masih memungkinkan terjadinya kecurangan dan serbuan privasi terkait kebutuhan publik. Hal ini terjadi ketika tidak ada alat alternatif yang tersedia yang cukup memadai untuk mendefinisikan apa yang membentuk kebutuhan publik tersebut. Demikian halnya terkait bobot kerugian dalam tindakan terkait pada kepercayaan publik dan profesi.

Dalam terminologi Kizza (2003), kondisi sekarang ini terasa mendesak kebutuhan untuk memformulasikan hukum baru yang memperkuat serangkaian nilai-nilai dasar yang ada yang sekarang ini mengalami reduksi atau menjadi tidak relevan karena teknologi komputer. Selain itu, dirasa perlu untuk mengkonstruksi sebuah model konseptual baru dimana hukum baru bisa diaplikasikan dengan sukses. Satu hal yang tidak kalah penting untuk dilakukan sekarang ini adalah melakukan kampanye edukasi masif pada publik untuk mengingatkan agar waspada terhadap perubahan lingkungan yang sedang terjadi dan dampaknya pada nilai-nilai dasar yang kita miliki.

Dengan mencermati hal tersebut, pertanyaan yang bisa diajukan adalah apakah peraturan hukum yang kita miliki terkait interaksi dalam dunia maya semacam Undang-undang Informasi dan

Transaksi Elektronika (ITE) masih relevan dengan praktek komunikasi dalam dunia maya yang ada sekarang? Bagaimana halnya dengan praktek yang terjadi dalam dunia media massa kita? Apakah Undang-undang Pers dan Undang-undang Penyiaran yang kita miliki masih relevan dengan ekosistem komunikasi massa mutakhir? Apakah berbagai pedoman dan panduan profesi dalam Kode Etik Jurnalistik yang ada saat ini masih relevan dengan praktik jurnalistik yang sekarang berlangsung di dunia nyata dan dunia maya?

Tampaknya segenap pemangku kepentingan (*stakeholders*) dalam ekosistem komunikasi massa perlu duduk bersama untuk mendiskusikan berbagai perkembangan yang terjadi dan untuk mendapatkan titik terang strategis perilaku bermedia kita di masa depan, baik pada era disrupsi maupun sesudahnya, yang bermanfaat bagi perkembangan, dan kemajuan industri media nasional kita, maupun bagi publik yang dilayaninya.

## **Penutup**

Era disrupsi yang ditandai dengan kemajuan pesat teknologi berbasis internet dan digital ini memberikan tantangan baru pada bisnis dan perilaku jurnalisme media konvensional. Performansi isi berkualitas tinggi dalam praktek jurnalistik akan menjadi penyelamat kehidupan industri media konvensional dari gerusan disrupsi teknologi tersebut. Kepatuhan dan ketaatan pada Kode Etik Jurnalistik yang ada menjadi sebuah keharusan untuk menciptakan performansi semacam itu. Hal ini disebabkan publik masih menaruh harapan akan kepercayaan isi media sebagai basis penting dalam menanggulangi banjir bandang hoaks di media sosial.

Akan tetapi, kita juga harus realistis menyikapi kondisi yang ada saat ini. Perilaku bermedia dalam jagad maya telah menciptakan ancaman serius bagi eksistensi kode etik jurnalisme jagad nyata.

Hal itu disebabkan perilaku pengguna media baru yang ada telah menjadikan nilai-nilai etika bermedia yang selama ini dipercaya menjadi seolah-olah kehilangan fondasi dan eksistensinya. Apakah semua pranata tersebut masih relevan dengan ekosistem komunikasi massa yang sekarang kita hadapi? Perlu diskusi dengan semua pemangku kepentingan yang ada untuk menjawab pertanyaan ini.

## Referensi

- Adam, G. Stuart. (2006). "Notes Towards A Definition of Journalism". In G. Stuart Adam and Roy Peter Clark (Editors), *Journalism: The Democratic Craft*. New York: Oxford University Press: 344-370
- Asi. (2021). "Bantu Pemerintah Lawan Berita Provokatif: Ayo, Laporkan Joaks Corona Supaya Pelaku Dihukum Berat". *Rakyat Merdeka* (6 Februari. 2021)
- Azzahra, Tiara Aliya. (2021). "Polri Tangani 352 Hoax terkait COVID-19 Sepanjang 2020". *Detik.Com* (5 Februari 2021) diakses dari [https://news.detik.com/berita/d-5362961/polri-tangani-352-hoax-terkait-covid-19-sepanjang-2020?\\_ga=2.116918022.1222882446.1612532059-720428074.1612532059](https://news.detik.com/berita/d-5362961/polri-tangani-352-hoax-terkait-covid-19-sepanjang-2020?_ga=2.116918022.1222882446.1612532059-720428074.1612532059) pada 05/02/2021/20.35 wib
- Kizza, Joseph Migga. (2003). *Ethical and Social Issues in the Information Age* (2<sup>nd</sup> edition). New York: Springer-Verlag New York Inc.
- Kovach, Bill dan Tom Rosenstiel. (2004). *Elemen-elemen Jurnalisme: Apa yang Seharusnya Diketahui Wartawan dan yang Diharapkan Publik*. Jakarta: Institut Arus Studi Informasi dan Kedutaan Besar Amerika Serikat
- McBride, Kelly and Tom Rosenstiel. (2014). "New Guiding Principles for a New Era of Journalism". In Kelly McBride and Tom Rosenstiel (Editors), *The New Ethics of Journalism*. Thousand Oaks: Sage Publications Inc.: 1-6
- Rolnicki, Tom E., C. Dow Tate and Sherri A. Taylor. (2015). *Pengantar dasar Jurnalisme (Scholastic Journalism)*. Jakarta: Prenadamedia Group
- Schwab, Klaus. (2019). *Revolusi Industri Keempat*. Jakarta: Gramedia
- Sunarto, Nurul Hasfi dan Amida Yusriana. (2020). *Monograp Esensi Kepemimpinan Jurnalis Wanita di Media Pada Era 4.0*. Semarang: Alinea

- Steele, Bob. (2014). "Journalism Ethics Then and Now". In Kelly McBride and Tom Rosenstiel (Editors), *The New Ethics of Journalism*. Thousand Oaks: Sage Publications Inc.: vii-ix
- Ward, Stephen J.A. (2009). "Journalism Ethics". In Karin Wahl-Jorgensen and Thomas Hanitzsch (Editors), *The Handbook of Journalism Studies*. New York: Routledge: 295- 309
- Ward, Stephen J.A and Herman Wasserman. (2010). Towards an Open Ethics: Implications of New Media Platforms for Global Ethics Discourse. *Journal of Mass Media Ethics. Exploring Questions of Media Morality*. Volume 25 (4): 275-292.  
<https://doi.org/10.1080/08900523.2010.512825>
- Whitehouse, Ginny. (2010). Newsgathering and Privacy: Expanding Ethics Codes to Reflect Change in the Digital Media Age. *Journal of Mass Media Ethics*. Volume 25 (4): 310-327.  
<https://doi.org/10.1080/08900523.2010.512827>
- Widjaya, Yunizafira Putri Arifin. (2018). Hati-hati Baca Berita, Dewan Pers Catat 43.300 Media Online Tidak Terdata. Dalam <https://www.liputan6.com/news/read/3528505/hati-hati-baca-berita-dewan-pers-catat-43300-media-online-tidak-terdata> akses 29/03/2021/19.30 wib

## Profil Penulis

**Sunarto** menyelesaikan pendidikan program Sarjana di Universitas Diponegoro (1990), dan program Master (2000), serta program Doktor (2007) di Universitas Indonesia. Dosen tetap Program Magister Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro. Menekuni bidang Komunikasi Massa dan Gender baik dalam riset maupun pengabdian kepada masyarakat. Buku yang telah diterbitkannya adalah *Televisi, Kekerasan dan Perempuan* (2009), *Analisis Wacana: Ideologi Gender Media Anak-anak* (2000). Artikel berjudul "Literasi Media dan Dominasi Maskulin di Televisi" dalam buku *Literasi Media & Kearifan Lokal: Konsep dan Aplikasi* (2012), "Generasi X dan Koran Era Disrupsi" dalam buku *Esai Pengalaman Merangkai Asa untuk Media Massa* (2020), dan "Kepemimpinan Androgini Wanita Di Era Pandemi" dalam buku *Perempuan & Pandemi Covid-19* (2021).