

KODE ETIK DAN TEKANAN PUBLIK MEDIA MASSA

Nuryanti
Safrina Nurkamila
Sheptia Evani
Arta fahreza
Tri Yutdo

IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung, INDONESIA
nuryntiee8@gmail.com, safrinapangka18@gmail.com,
sheptiaevani35973@gmail.com, artakundi@gmail.com, yutdojr@gmail.com,

DOI: <https://doi.org/10.32923/dla.v2i2.3070>

Received: 23-12-2022

Revised: 23-11-2023

Approved: 23-11-2023

Abstract: *This article focuses on the examination of mass media ethics. Mass communication involves the entire spectrum of society with various differences encompassing aspects of religion, education, age, and social status, and involves all that can be reached by mass media. Media serves as a means of communication and a source of information for the community, enabling every narrative and story to be managed and presented through the media whenever needed. Its influence can be both positive and negative for mass media users, whether in the context of communities, organizations, or companies that involve many people or audiences. In social, national, and democratic life, the freedom to express thoughts and opinions aligns with conscience and essential human rights. Governments enact regulations regarding media ethics to ensure that every media user is cautious in expressing and receiving opinions. Thus, through an examination of mass media ethics, a structured media environment can be created, avoiding ethical violations that may have serious consequences for those involved.*

Keywords: *Ethical Code, Media, Public Pressure*

Abstrak: *Artikel ini berfokus pada telaah kode etik media massa. Komunikasi massa melibatkan seluruh segmen masyarakat dengan berbagai perbedaan yang mencakup aspek agama, pendidikan, usia, dan status sosial, serta melibatkan semua yang dapat dijangkau oleh media massa. Media berfungsi sebagai alat komunikasi dan sumber informasi bagi masyarakat, memungkinkan setiap narasi dan cerita untuk dikelola dan disajikan melalui media kapan pun dibutuhkan. Pengaruhnya dapat bersifat positif maupun negatif bagi pengguna media massa, baik dalam konteks komunitas, organisasi, maupun*

perusahaan yang melibatkan banyak orang atau audiens. Dalam kehidupan sosial, kebangsaan, dan bernegara yang demokratis, kebebasan menyatakan pikiran dan pendapat sejalan dengan nurani dan hak asasi manusia yang esensial. Pemerintah mengeluarkan peraturan mengenai etika dalam bermedia untuk memastikan bahwa setiap pengguna media tidak sembarangan dalam menyampaikan dan menerima pendapat. Dengan demikian, melalui telaah kode etik media massa dapat menciptakan lingkungan media yang teratur dan menghindari pelanggaran etika yang dapat membawa konsekuensi serius bagi pelakunya.

Kata Kunci: Kode Etik, Media, Tekanan Publik

A. PENDAHULUAN

Perkembangan Kode Etik dan tekanan publik dalam media massa telah menjadi perjalanan yang dinamis seiring dengan perubahan dalam ekosistem media dan perkembangan teknologi. Pada awalnya, Kode Etik media massa mencerminkan prinsip-prinsip dasar jurnalistik seperti kebenaran dan integritas, sebagaimana dibahas oleh Kovach dan Rosenstiel (2007) dalam "The Elements of Journalism." Namun, seiring dengan perkembangan zaman, kode etik ini berkembang untuk mencakup isu-isu kontemporer seperti keberagaman, privasi, dan dampak teknologi.

Tekanan publik, terutama yang berasal dari interaksi melalui sosial media, juga menjadi semakin signifikan. Castells (2009) dalam "Communication Power" menggambarkan bagaimana tekanan publik dari masyarakat yang terhubung online dapat memengaruhi kebijakan redaksi dan pemberitaan media massa. Fenomena ini menciptakan tantangan baru bagi media massa dalam menjaga integritas dan tanggung jawabnya terhadap masyarakat.

Dalam menanggapi perubahan-perubahan ini, ada reformasi dalam tanggung jawab media. Referensi seperti "Media Ethics in the Digital Age: Journalism's Greatest Test"¹ oleh Friedland (2021) memberikan wawasan tentang bagaimana media harus beradaptasi dengan era digital untuk mempertahankan kredibilitas dan memenuhi tuntutan masyarakat yang semakin berkembang.

Secara keseluruhan, perkembangan Kode Etik dan tekanan publik di media massa menciptakan dinamika yang kompleks, di mana media harus bergerak sejalan dengan nilai-nilai etika, mengatasi tekanan publik, dan tetap relevan dalam menghadapi perubahan sosial dan teknologi.

Kode etik adalah himpunan aturan atau prosedur yang berfungsi sebagai panduan perilaku. Kode etik juga bisa diartikan sebagai himpunan aturan, prosedur, simbol, atau pedoman etis yang mengatur pelaksanaan suatu kegiatan atau pekerjaan. Tujuannya adalah memastikan bahwa para profesional memberikan layanan terbaik kepada pengguna atau pelanggan mereka. Kode etik juga berperan melindungi dari perilaku yang tidak profesional. Dalam konteks profesi, kode etik adalah seperangkat aturan atau prosedur yang menjadi standar untuk anggota suatu profesi. Kode etik mencerminkan nilai-nilai profesionalisme profesi tersebut yang dijabarkan dalam standar perilaku anggotanya. Kode etik digunakan sebagai standar kegiatan anggota profesi dan sekaligus sebagai panduan.

Kode etik memuat ketentuan, aturan, dan prosedur yang menjadi pedoman dalam menjalankan aktivitas atau tugas suatu profesi. Setiap individu diharapkan mengikuti dan menginternalisasi pola, ketentuan, dan aturan tersebut karena tindakan tanpa mengikuti kode etik berpotensi mendapatkan sanksi. Khususnya dalam profesi hakim, kode etik atau pedoman perilaku menjadi panduan untuk menjaga

¹ Christians, Clifford G., et al. (2019). "Media Ethics: Cases and Moral Reasoning." New York, NY: Routledge.

kehormatan, martabat, dan perilaku hakim dalam melaksanakan tugas profesionalnya dan dalam interaksi dengan masyarakat di luar lingkungan kerja.

Dalam sebuah lembaga profesi, penting untuk memperhatikan etika dan moral, terutama di era teknologi di mana informasi dapat dengan mudah diakses dan disebarluaskan oleh publik. Keberlanjutan suatu perusahaan tergantung pada kemampuannya mengendalikan dan menggunakan teknologi dengan bijak untuk meningkatkan reputasinya. Namun, perusahaan juga rentan terhadap krisis, baik itu berasal dari internal maupun eksternal. Krisis moral dapat melemahkan perusahaan dan mengakibatkan tekanan sosial dari masyarakat. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk membangun pertahanan yang kuat ketika menghadapi krisis.

B. Memahami Kode Etik

1. Kode etik

Kode etik adalah ekspresi alami dari sikap seseorang, yang menjadi panduan bagi setiap individu dalam menentukan perilaku dan tindakan mereka. Namun, dalam ranah profesi, terdapat peraturan yang telah ditetapkan, seperti kode etik, yang harus dihormati dan dipegang teguh oleh para individu di dalamnya. Dalam konteks profesi, kode etik berfungsi sebagai pembatas, memastikan bahwa individu mempertahankan perilaku sesuai dengan kesepakatan yang telah ditetapkan sejak awal di dalam suatu profesi. Kode etik juga berperan sebagai kerangka aturan atau prosedur yang memberikan arahan dalam melaksanakan kegiatan atau tugas di dalam suatu profesi.

Etika sendiri dapat diartikan sebagai kemampuan manusia dalam menentukan perilaku dan tindakan mereka berdasarkan norma moral. Dari perspektif moral tersebut, kita dapat mengevaluasi sejauh mana seseorang berhasil dalam interaksi dan perilaku mereka. Dalam

konteks profesi, etika dan moral dapat dijadikan pedoman yang tetap untuk menilai perilaku dan tindakan individu.

Menurut keputusan Bersama MA dan Komisi Yudisial RI, etika adalah cara seseorang berperilaku dan menentukan nilai serta moral mengenai mana yang baik dan mana yang kurang baik untuk dilakukan didalam suatu kelompok sedangkan Perilaku adalah reaksi atau respon yang diterima oleh individu yang menggambarkan sebuah sikap yang pantas menurut kaidah hukum jadi etika berperilaku adalah sikap dan perilaku yang di tunjukan seorang individu terkait kedewasaan sebuah jiwa seseorang sehingga seseorang tersebut mengerti dan paham atas sikap yang harus ia tunjukkan.²

Adapun undang-undang yang mengatur kode etik yakni undang-undang pada Nomor 12 tahun 2011 mengenai peraturan yang didefinisikan sebagai peraturan tertulis dalam membuat aturan hukum yang sudah terikat secara umum.³

2. Kode etik jurnalistik

Kode etik didalam profesi jurnalistik adalah norma atau nilai yang sudah disepakati kemudian disahkan atau diikrar dengan setulus hati secara hukum dan tertulis didalam pasal 28 undang-undang dasar 1945, yang masuk kedalam landasan konstitusi seorang wartawan atau jurnalis dalam melakukan tugasnya sebagai jurnalis yang jujur dan bijaksana⁴

Adapun manfaat dari kode etik jurnalistik itu dibuat atau ditetapkan pertama, untuk mempublis suatu berita kepada publik, itu termasuk karya dari seorang jurnalis bahwa seorang jurnalis sangat bertanggung jawab terhadap pekerjaannya dalam menulis atau

² Wildan Suyuthi Mustofa, *KODE ETIK HAKIM*, 2013, kencana PRENADAMEDIA GROUP, Jakarta, hlm 6-7

³ Khairul Fahmi, Hukum Online, <https://www.hukumonline.com/klinik/a/apakah-kode-etik-termasuk-peraturan-perundang-undangan-cl2372>, 09-12-2022.

⁴ L Rivers, Wiliam, *Etika Media Masa dan Kecenderungan Dalam Menlangar*, 1994, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, hlm 30.

meliput sebuah berita. Dengan begitu seorang jurnalis akan mempertimbangkan terlebih dahulu apakah tindakannya bisa di pertanggung jawabkan atau tidak didalam menulis atau menyampaikan informasi. Dengan begitu seorang jurnalis bisa dikatakan professional ketika mereka bekerja dengan didasari oleh etika dan tanggung jawab.

3. Media Masa

Media massa merupakan sarana komunikasi dalam penyampaian pesan-pesan, sebagai alat komunikasi untuk menyebarkan berita ke masyarakat luas. menggunakan alat-alat seperti radio, surat kabar, TV dan film.

a. Jenis-jenis media massa.

jenis media massa menurut bentuknya terbagi menjadi tiga, yakni:

- 1) Media Massa Elektronik. Jenis media massa yang isinya disebarluaskan melewati suara atau gambar dan suara dengan menggunakan teknologi elektro, seperti radio, televisi, dan film.
- 2) Media Massa Cetak. Media massa dicetak dalam lembaran kertas. Dari segi formatnya dan ukuran kertas, media massa cetak secara detail mencakup koran atau surat kabar, tabloid, majalah, buku, newsletter dan bulletin.
- 3) Media Online, yaitu media massa yang bisa kita dapatkan di internet (situs web)

b. Fungsi Media Massa

Adapun fungsi media massa yang diantaranya yaitu: Sebagai pengambilan keputusan berperan dalam menghantarkan informasi untuk mengambil keputusan. Sebagai bahan untuk diskusi, memperjelas permasalahan yang dihadapi serta menyajikan pesan-pesan para pemuka masyarakat. Sebagai pemberi informasi kepada masyarakat umum, secara tepat waktu, sebagai pemberi

pendidikan kepada masyarakat melewati beragam macam informasi.

4. Tekanan Publik

Pada tanggal 3 Mei 1993, diperingati sebagai Hari Kebebasan Pers, sesuai dengan visi dan misi pers. Seorang jurnalis atau wartawan diharapkan untuk mengedepankan etika dan kemerdekaan dalam menentukan, menyusun, dan menerima informasi dari media. Di Indonesia, kebebasan pers dijamin oleh Undang-Undang No. 40 tahun 1999 tentang pers. Meskipun sudah diatur dalam undang-undang, kebebasan pers tidak menjadikan wartawan bebas dan aman sepenuhnya. Kebebasan pers tidak hanya berlaku untuk wartawan, melainkan juga terkait dengan hak asasi masyarakat untuk memperoleh informasi yang akurat dari media massa. Oleh karena itu, pelanggaran atau tekanan publik sering terjadi karena kebebasan pers terkait dengan hak asasi internasional.

Ancaman terhadap wartawan dapat berasal dari berbagai sumber. Ancaman kekerasan menjadi salah satu bentuk tekanan dalam menjalankan profesinya, meskipun sudah diatur oleh undang-undang. Kehadiran internet di era ini memberikan tantangan baru, seperti penyebaran informasi palsu atau kesalahan berita, yang dapat mengakibatkan tekanan pada wartawan. Dalam analisis UNESCO tentang kekerasan dan pelanggaran terhadap pers, terdapat perkiraan bahwa antara tahun 2010-2021, sekitar 970 wartawan dari seluruh dunia tewas dalam menjalankan tugas jurnalistik, termasuk lima di antaranya dari Indonesia.

Ancaman tidak hanya datang dari luar, melainkan juga dari dalam profesi. Tekanan publik atau hambatan bukan hanya bersumber dari luar, melainkan dalam konteks kemajuan teknologi, berita yang cepat dan mudah diakses oleh masyarakat dapat menjadi sumber tekanan internal. Bahkan rasa ingin tahu public terhadap seseorang dapat dilihat dari seberapa sering

ia berselancar di media sosial orang lain terutama bagi mereka yang memiliki personal branding yang kuat⁵. Tekanan dari dalam juga mencakup isu seperti bias dalam pemberitaan, di mana jurnalis dapat mengalami tekanan untuk menyajikan berita yang tidak sesuai dengan fakta demi menjaga kepentingan internal. Sebagai contoh, pada masa pandemi, bekerja dari rumah dan menyusun berita secara online dapat menciptakan situasi di mana prinsip kebebasan pers tidak sepenuhnya dijaga dengan baik.

C. Penutup

Kode etik jurnalistik merupakan seperangkat norma yang telah diterima baik secara eksplisit maupun implisit. Etika ini mencerminkan sifat profesionalitas dalam suatu profesi, di mana seorang jurnalis menjalankan tanggung jawabnya sesuai dengan nilai-nilai yang dijunjung tinggi dalam kode etik jurnalistik. Hal ini mencakup proses pembuatan berita dan penyebarannya, di mana setiap langkah harus sesuai dengan prinsip-prinsip yang terkandung dalam kode etik.

Media massa berfungsi sebagai platform bagi para jurnalis untuk mendapatkan dan menyebarkan informasi. Peran utama seorang jurnalis adalah melindungi hak masyarakat dengan memastikan bahwa informasi yang disampaikan adalah akurat dan berkualitas. Selain itu, tugas seorang jurnalis juga melibatkan perlindungan terhadap integritas profesi, sehingga mereka harus menjaga agar kinerja mereka tidak menyimpang dan terhindar dari masalah publik.

Dalam menjalankan profesinya, seorang jurnalis diharapkan mematuhi etika dan kode etik jurnalistik. Ini tidak hanya mencakup kewajiban untuk menyajikan informasi yang benar, tetapi juga untuk menjaga independensi dan objektivitas. Ketika melibatkan diri dalam proses

⁵ Putri, S. (2021). PERSONAL BRANDING PEJABAT PUBLIK (ANALISIS ISI AKUN INSTAGRAM WALIKOTA SOLO GIBRAN RAKABUMING RAKA). *MEDIOVA: Journal of Islamic Media Studies*, 1(1), 99 - 124. <https://doi.org/10.32923/medio.v1i1.1726>

informasi, seorang jurnalis memiliki tanggung jawab besar untuk memastikan bahwa apa yang disampaikan kepada publik adalah fakta yang dapat dipercaya.

Pentingnya kode etik jurnalistik terletak pada kemampuannya untuk membentuk dasar karakter dan integritas profesi jurnalistik. Kode etik ini memberikan pedoman yang kuat bagi para jurnalis, membantu mereka tetap berpegang pada nilai-nilai etika dalam setiap tindakan mereka. Dengan demikian, kode etik jurnalistik bukan hanya norma formal, tetapi juga merupakan landasan moral yang mengarahkan setiap langkah seorang jurnalis dalam menyediakan informasi yang bermutu dan bertanggung jawab kepada masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Christians, Clifford G., et al. (2019). "Media Ethics: Cases and Moral Reasoning." New York, NY: Routledge.
- Wildan suyuthi Mustafa, *Kode Etik Hakim*, 2013, Kencana, Jakarta, No.23, Hlm 44.
- Achmad fikri wicaksono, *Pengaruh Tekanan Publik Terhadap pengungkapan lapora tanggung jawab*, vol 5, Akuntansi integrative, 2019 hlm 86.
- Wildan Suyuthi Mustofa, *kode etik hakim*, 2013, kencana prenatal media grub, Jakarta, hlm 6-7
- Khairul Fahmi, Hukum Online, <https://www.hukumonline.com/klinik/a/apakah-kode-etik-termasuk-peraturan-perundang-undangan-cl2372> , 09-12-2022.
- L Rivers, Wiliam, *Etika Media Masa dan Kecenderungan Dalam Menlangar*, 1994, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, hlm 30.
- Putri, S. (2021). *Personal Branding Pejabat Publik (Analisis Isi Akun Instagram Walikota Solo Gibran Rakabuming Raka)*. MEDIOVA: Journal of Islamic Media Studies, 1(1), 99 - 124. <https://doi.org/10.32923/medio.v1i1.1726>