

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perilaku etis (ethical behaviour) atau kode etik (code of ethics) pada intinya merujuk pada konsep tentang memiliki nilai-nilai dan perilaku moral. Etika berasal dari kata Yunani, *ethos*. Artinya “karakter” “sifat” atau “disposition” - bagaimana seseorang harus berbuat. Pengertian ini dekat dengan ide umum tentang etika sebagai suatu soal “internal” dari karakter kebajikan yang memotivasi orang untuk bertindak secara benar. Sedangkan “moral” berasal dari kata Latin “*mores*”, yakni kebiasaan dari suatu kelompok “*Morality*” merupakan derivasi dari kata “*mores*” atau istiadat (custom) - tata laku pada suatu kelompok atau masyarakat (the rules of conduct of a group or society). Moralitas dekat dengan pengertian umum tentang etika sebagai perilaku eksternal (external conduct) seseorang sesuai dengan aturan suatu kelompok (Ward, 2006). Dari berbagai pengertian pokok tentang etika, maka etika yang dimaksudkan dalam tulisan ini adalah sebagai nilai-nilai atau norma yang menjadi pegangan bagi seseorang atau kelompok dalam mengatur tingkah lakunya (Mufid, 2009). Etika perlu diterapkan dalam kegiatan komunikasi, yaitu: pertama, media mempunyai kekuasaan dan efek yang besar terhadap publik, karena media mudah memanipulasi dan mempengaruhi audiens. Kedua, etika komunikasi merupakan upaya untuk menjaga keseimbangan antara kebebasan berekspresi dan tanggung jawab. Ketiga, mencoba menghindari dampak negatif dari logika instrumental. Idealnya, media menjalankan perannya sebagai sarana pendidikan agar pembaca, pemirsa, atau pendengar semakin memiliki sikap kritis dalam berpikir (Haryatmoko, 2007).

Kode etik menjadi salah satu faktor yang penting dalam sebuah program, dikarenakan kode etik melekat erat dengan bagaimana regulasi yang ada di sebuah negara. Beberapa hal yang menjadi kode etik adalah rasa hormat terhadap pandangan agama, rasa hormat terhadap hal pribadi, kesopanan dan kesusilaan, pembatasan adegan yang tidak senonoh, serta kenetralan program berita. Berdasarkan pemantauan dan hasil analisis Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) yang dimuat dalam sebuah website www.kpi.go.id telah menemukan beberapa pelanggaran kode etik penyiaran dalam program radio. Pelanggaran kode etik ini didapati pada Radio Elshinta yang beberapa kali menyampaikan informasi bahwa terjadi ledakan bom di beberapa lokasi selain di kawasan Sarinah, Thamrin. Informasi ini tidak didasari pada sumber yang akurat, dan tentu dapat menimbulkan keresahan masyarakat, serta mempengaruhi masyarakat untuk mempercayai informasi yang disampaikan. KPI menilai

terjadi pelanggaran prinsip jurnalistik seperti yang telah diatur dalam P3 & SPS yakni tidak memperhatikan keakuratan berita. (Sumber: <http://www.kpi.go.id/index.php/id/lihat-sanksi/33159-teguran-tertulis-program-siaran-radio-elshinta>). Sanksi administratif berupa teguran tertulis telah dilayangkan KPI kepada lembaga penyiaran tersebut. Selain itu pelanggaran serupa didapati pada Radio Prambors Jakarta, dalam program “Desta & Gina in the Morning” pada tanggal 15 Maret 2017. Menurut penjelasan KPI dalam surat sanksi, program “Desta & Gina in the Morning” menyiarkan ucapan seorang pria, via telepon yang tidak sopan yaitu “an***g, yang bener lu?”. KPI menilai muatan tersebut tidak pantas untuk disiarkan karena bertentangan dengan norma yang berlaku dimasyarakat dan dapat ditiru oleh khalayak yang mendengarkan. Jenis pelanggaran ini dikategorikan sebagai pelanggaran atas norma kesopanan serta perlindungan anak-anak dan remaja. Di akhir surat itu, KPI Pusat meminta Radio Prambors agar menjadikan P3 dan SPS KPI sebagai acuan utama dalam penyiaran sebuah program. (Sumber: <http://www.kpi.go.id/index.php/id/umum/38-dalam-negeri/33873-siarkan-ucapan-tidak-pantas-radio-prambors-dapat-teguran?detail5=1025&start=990&detail3=62>).

Dari berita di atas, ditemukan bahwa memang pelanggaran dalam dunia jurnalistik masih sering terjadi. Pelanggaran ini terjadi karena kurangnya pemahaman dan kepatuhan penyiar radio dalam menjalankan etika jurnalistik. Hal ini disebabkan oleh tidak menguasai prinsip-prinsip etika jurnalisisme ataupun jurnalis media terlalu menyepelekan etik dengan dalih kebebasan pers dan kebebasan berekspresi, tidak belajar atau menguasai etika jurnalisisme, tidak menyadari pentingnya etika jurnalisisme, dan lemahnya penegakan etika jurnalisisme. Selain itu jurnalis media tidak berhati – hati dalam mencari sumber keakuratan dalam sebuah berita, serta adanya persaingan dari sesama media penyiaran dalam kecepatan memberitakan suatu berita. Pasal 42 undang-undang penyiaran menyebutkan bahwa dalam melakukan kegiatan jurnalistik media elektronik harus tunduk kepada kode etik jurnalistik dan perundang-undangan yang berlaku. Adapun beberapa hal dalam KEJ yang disepakati pada tanggal 14 Maret 2006, oleh 29 organisasi wartawan dan perusahaan pers adalah sebagai berikut: wartawan atau penyiar harus bersikap independen dalam menghasilkan berita yang akurat, berimbang dan tidak beriktikad buruk, penyiar harus memiliki komitmen atau janji untuk melaporkan hanya fakta-fakta yang dikumpulkan dari sumber yang benar dan dapat diandalkan atau dipercaya. Jika sebuah informasi awal belum tuntas diteliti dan dicek, sebaiknya jangan disiarkan. Selalu menguji informasi, memberitakan secara berimbang, tidak mencampurkan fakta dan opini yang menghakimi, serta menerapkan asas praduga tak bersalah, tidak membuat berita bohong, fitnah, sadis dan cabul, tidak menyebutkan dan

menyiarkan identitas korban kejahatan susila dan tidak menyebutkan identitas anak yang menjadi pelaku kejahatan, tidak menyalah gunakan profesi dan tidak menerima suap. Memiliki hak tolak untuk melindungi narasumber yang tidak bersedia diketahui identitas maupun keberadaannya, tidak menulis atau menyiarkan berita berdasarkan prasangka atau diskriminasi terhadap seseorang atas dasar perbedaan suku, ras, warna kulit, agama, jenis kelamin, dan bahasa serta tidak merendahkan martabat orang miskin, sakit, cacat jiwa atau cacat jasmani, dan segera mencabut, meralat, dan memperbaiki berita yang keliru dan tidak akurat disertai dengan permintaan maaf kepada pembaca, pendengar, dan pemirsa (Nasution, 2015).

Tentunya, etika jurnalistik perlu diterapkan oleh semua media masa dalam bentuk atau kategori apapun karena jurnalistik berkaitan dengan masyarakat dan audiens yang memiliki pemikiran dan persepsi berbeda-beda. Bentuk media massa atau sarana jurnalistik kini dikategorikan kedalam tiga jenis, yaitu: media cetak, media elektronik dan media online. Radio merupakan salah satu media elektronik yang dapat menyampaikan suatu informasi secara cepat dari komunikator kepada komunikan. Komunikasi yang disampaikan dapat diterima secara bersamaan walaupun ditempat yang berbeda (Romli, 2009). Saat ini radio merupakan salah satu media massa yang banyak diminati dan dipilih khalayak, karena dianggap sebagai salah satu media yang lebih efektif untuk dijangkau dan dapat diakses kapan pun, dimana pun melalui berbagai macam media platform. Media dan masyarakat adalah dua bagian yang tidak dapat dipisahkan, karena media tumbuh dan berkembang seiring dengan timbulnya kesadaran masyarakat akan pentingnya informasi. Radio memberikan berbagai informasi tidak hanya mengedepankan sisi musikalitas nya saja tetapi semakin dikembangkan ke dalam cakupan yang lebih luas lagi. Artinya, bahwa tidak hanya ada musik dalam program siaran radio, namun berbagai kebutuhan informasi pun dapat dialokasikan pada program acara radio (Romli, 2004). Sejak periode pengembangannya peran radio dalam menyampaikan pesan mulai diakui pada tahun 1909. Radio menjadi medium yang teruji dalam menyampaikan informasi yang cepat dan akurat sehingga kemudian semua orang melirik media ini (Morrisan, 2013).

Selain daripada itu, banyaknya program acara yang disiarkan distasiun radio maupun televisi merupakan salah satu bukti dari pesatnya dunia penyiaran saat ini. Keberhasilan dari setiap program juga bergantung pada sumber daya manusia tiap individu yang berperan di dalamnya, semuanya harus dapat bekerja sama dengan baik agar dapat menghasilkan suatu program berkualitas dan juga memberi informasi penting yang beredukasi. Most Radio dengan Frekuensi 105.8 merupakan salah satu stasiun radio yang lebih banyak memberikan

informasi penting seputar *news* dalam program inti yang bernama *Prime Time*, disiarkan pada hari senin-jum'at pukul 06.00-10.00. Program ini berfokus membahas seputar berita terkini *hot issue/news* dari lokal, nasional dan internasional, disampaikan secara kasual/news dj dengan penyiar bernama Ralph Tampubolon, dengan target audiens dewasa 35-45 tahun. Program *prime time* merupakan program unggulan karena melibatkan pendengar dan narasumber yang kompeten. Sejarah singkat mengenai Most Radio yang mengudara selama hampir 25 tahun yang telah mengalami pergantian nama serta manajemen yang sebelumnya bernama Lite FM dibawah naungan Ramako Grup, kemudian pada akhir tahun 2016 lalu, nama Lite FM resmi berganti nama menjadi Most Radio dan bergabung dengan Mahaka Radio Integra, berlokasi di Menara Imperium Jakarta Selatan. Sejauh ini Most Radio memiliki citra baik dimata pendengar (audiens), karena tidak adanya pelanggaran mengenai kode etik penyiaran maupun komplek dari instansi tertentu. Menanggapi perihal ini Most Radio tentunya memiliki strategi tersendiri untuk dapat menanggulangi permasalahan mengenai kode etik agar tidak terjadi masalah yang dapat merugikan pihak Most Radio sendiri. Oleh karena itu, strategi most radio dalam membangun konten berita yang sesuai dengan etika jurnalistik sangat penting untuk diteliti agar diketahui, apakah saat ini Most Radio telah menjalankan segala etika jurnalistik yang berlaku. Selain itu, tentunya penelitian ini dapat mengevaluasi langkah penyiar program *prime time* Most Radio untuk tetap bisa menjalankan etika jurnalistik.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang tersebut, beberapa masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah terjadinya pelanggaran kode etik penyiaran di beberapa program radio. Hal ini tentunya menjadi salah satu faktor penting, karena media penyiaran harus mentaati kode etik yang berlaku serta memahami etika jurnalistik yang sudah diterapkan, serta selalu menjaga kualitas berita.

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana strategi program *prime time* di most radio dalam membangun konten berita?
2. Bagaimana penerapan etika jurnalistik yang dilakukan penyiar dan produser dalam program *prime time*?

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi yang digunakan program prime time di most radio dalam membangun konten berita yang sesuai dengan etika jurnalistik.
2. Untuk mengetahui penerapan etika jurnalistik yang dilakukan penyiar dan produser program prime time di most radio.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki 3 manfaat yang dapat di berikan, antara lain :

1. Manfaat Akademis

- a. Diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap ilmu komunikasi pemasaran, khususnya dalam bidang *broadcasting*.
- b. Diharapkan dapat memberikan referensi kepada peneliti selanjutnya.

a. Manfaat Praktis

- a. Hasil penelitian ini sebagai bahan evaluasi untuk penyiar Most Radio dalam menjalankan etika jurnalistik.
- b. Hasil penelitian ini dapat memberikan ilmu pengetahuan untuk pembaca yang ingin mengetahui lebih dalam mengenai etika jurnalistik.

3. Manfaat Umum

- a. Memberikan manfaat dan informasi sebesar – besarnya bagi masyarakat luas mengenai etika jurnalistik.