

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Masyarakat modern saat ini semakin dekat dengan media massa. Setiap hari sulit rasanya untuk tidak menonton televisi, membaca koran, majalah, atau mengakses media portal lewat internet. Konsumsi masyarakat akan media massa hari ini menjadikan hubungan antara keduanya tidak terpisahkan. Di Indonesia sendiri, perkembangan media massa mengalami perubahan drastis saat reformasi tahun 1998 yang ditupkan dan secara simbolis juga mengakhiri pemerintahan orde baru (Fanggida, 2006: 01). Sumbangan media massa itu sendiri, baik cetak maupun elektronik mulai membawa perubahan kehidupan masyarakat dan demokrasi di Indonesia, dimana media massa mulai mempengaruhi agenda politik negara dan masyarakat. Pada saat yang sama dalam bidang komunikasi, diharapkan hal ini bisa menciptakan sebuah era baru bagi kebebasan pers yang bebas dan independen.

Namun dalam perkembangannya, realitas yang kita lihat dan terima tidaklah selalu seperti itu. Banyak pihak yang mulai mempertanyakan dan menggugat peranan media massa dan dalam berbagai hal-hal negatif (Fanggida, 2006: 01). Untuk itu peranan Kode Etik Jurnalistik sangatlah diperlukan.

Kasus video mirip artis Nazril Irham dan Luna Maya yang cukup mengejutkan ini mulai merebak di awal bulan Juni 2010. Pertama kali peredaran

video ini diketahui mulai Kamis malam (3/6) lewat postingan *twitter* yang kemudian menyebar di berbagai akun *facebook* berlanjut menjadi obrolan di sejumlah forum internet (Radar Jogja edisi 5 Juni 2010). Berita ini terus berkembang dengan adanya keterkaitan artis lain yang diduga memiliki rekaman video juga dengan Nazril Irham. Apalagi ada beberapa tindakan pelecehan seksual yang diakui pelakunya dilatari setelah menonton video ini. Seperti yang terjadi di Jawa Tengah pertengahan bulan Juli lalu, seorang pria mencabuli ABG karena tidak bisa menahan nafsu birahi setelah melihat video Ariel-Luna dan Cut Tari (kompas.com diakses 14 Juli 2010 pukul 17:41).

Berhari-hari bahkan berminggu-minggu topik video yang diduga dilakukan oleh artis ini menjadi *headline* dan perbincangan di berbagai media sampai beberapa kali mengisi pemberitaan di media-media bukan hiburan dengan kata lain media yang konsentrasi pada berita seperti Metro TV dan TV One. Bagaimanakah peran media massa dalam memberitakan kasus ini? Apakah sudah sesuai dengan etika jurnalistik atau belum.

Kepala Departemen liputan6.com, Marthin Budi Laksonodalam situs liputan6.com mengemukakan, secara umum etika jurnalistik adalah standar aturan perilaku dan moral, yang mengikat para jurnalis dalam melaksanakan pekerjaannya. Etika jurnalistik ini penting bukan hanya untuk memelihara dan menjaga standar kualitas pekerjaan si jurnalis, tapi juga untuk melindungi atau menghindarkan khalayak masyarakat dari kemungkinan dampak yang merugikan dari tindakan atau perilaku keliru dari si jurnalis (liputan6.com, diakses 19 Agustus 2010; 13:45).

Mengutip kalimat Masduki dalam bukunya *Kebebasan Pers dan Kode Etik Jurnalistik* yang menulis, wartawan ibarat sopir kendaraan. Kebebasan pers adalah jalan yang lebar untuk dilewati ke berbagai tujuan, sedang Kode Etik Jurnalistik adalah sabuk pengaman yang harus selalu dipakai jika wartawan ingin selamat. Dalam praktek, etika bagi pengelola pers adalah perspektif moral yang diacu dalam setiap pengambilan keputusan peliputan dan pemuatan suatu fakta menjadi berita. Etika memiliki dua wilayah, yakni substantif dan operasional. Substantif adalah wilayah moral yang dianut wartawan secara personal misalnya prioritasnya atas kasus publik ketimbang faktor psikologis, mengambil fakta yang membantu situasi damai ketimbang memicu konflik. Sementara etika profesional menyangkut panduan teknis-etis bagaimana meliput dengan mempertimbangkan *balance* narasumber, akurasi, dan menolak sogokan (Masduki, 2004:48).

Dalam melaksanakan fungsi, hak, kewajiban dan peranannya, pers menghormati hak asasi setiap orang. Karena itu pers dituntut profesional dan terbuka untuk dikontrol oleh masyarakat. Tanggal 14 Maret 2006, organisasi wartawan dan perusahaan pers Indonesia menyepakati Kode Etik Jurnalistik untuk menjadi pedoman atau standar perilaku dan moral dalam kegiatan jurnalistik.

Penelitian yang berjudul etika jurnalisme dalam pemberitaan kasus video mirip artis ini ingin mengetahui sejauh mana penerapan etika jurnalisme pada salah satu perusahaan media lokal yang ada di Jogjakarta, yakni Radar Jogja. Radar Jogja adalah surat kabar harian yang masuk dalam Jawa Pos Group. Penelitian ini bukanlah penelitian pertama tentang media massa. Penelitian media massa sudah pernah

dilakukan oleh peneliti lain sebelumnya. Ada beberapa penelitian sebelumnya yang menjadi bahan studi pustaka sebagai referensi, dan membantu sebagai bahan perbandingan bagi peneliti.

Penelitian oleh Mathius Subang, mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta tahun 2010 yang meneliti tentang etika jurnalistik dan media massa. Penelitian ini berjudul "*Berita Infotainment pada Stasiun RCTI Dilihat dari Perspektif Etika Jurnalistik*". Peneliti ini menggunakan metode analisis isi kuantitatif, dimana peneliti menganalisis berita-berita infotainment pada program acara *Go Spot* di RCTI dilihat dari sudut pandang etika jurnalistik. Dengan meneliti masalah bagaimana berita-berita infotainment pada stasiun RCTI dilihat dari perspektif etika jurnalistik, peneliti menemukandari unit analisis nilai etis, berita paling banyak yang diliput oleh jurnalis infotainment *Go Spot* adalah yang mengacu kepada nilai terminal atau nilai individu. Sementara dari unit analisis Kode Etik Jurnalistik, berita paling banyak yang dilakukan oleh jurnalis infotainment *Go Spot* dalam proses peliputan sebuah berita terdapat pada pasal 3, yaitu dalam menguji sebuah informasi.

Perbedaan penelitian Mathius Subang diatas dengan penelitian kali ini terletak pada objek penelitian serta unit analisisnya. Mathius Subang meneliti berita-berita infotainment dalam *Go Spot* di RCTI menggunakan 2 (dua) unit analisis utama yakni nilai etis dan Kode Etik Jurnalistik. Sementara dalam penelitian *Etika Jurnalisme dalam Pemberitaan Video Mirip Artis* ini meneliti berita-berita di SKH Radar Jogja khusus terkait kasus video mirip artis Ariel dan Luna Maya, dengan menggunakan

unit analisis *Kode Etik Jurnalistik* meliputi aspek akurat, berimbang, menguji informasi, opini yang menghakimi, asas praduga tak bersalah, cabul, dan kehidupan pribadi.

Referensi lainnya adalah penelitian yang dilakukan Ery Kurnia Putri, mahasiswa komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta 2010 yang meneliti tentang media massa dan kekerasan. Penelitian ini berjudul "*Kekerasan Dalam Tayangan Reality Show di Televisi*", analisis isi pada program acara drama reality REALIGI "Realiti Religi" episode 31 Agustus 2009 - 16 September 2009 di Trans TV. Ery Kurnia Putri mempertanyakan dan menggali bagaimanakah kekerasan pada acara drama *reality show* "Realigi" (Realiti Religi) di Trans TV menggunakan metode penelitian analisis isi dengan pendekatan kuantitatif. Sebagai objek analisisnya, peneliti mengambil rekaman 5 (lima) episode tayangan Realigi secara berturut-turut, dan menganalisis adegan kekerasan dalam tayangan tersebut. Dari hasil dari penelitian itu didapat bahwa dalam program acara Realigi yang sekalipun bertema religi, namun ternyata tayangan ini tetap menampilkan adegan-adegan kekerasan dan mengekspos persoalan pribadi menjadi hiburan publik. Dari 5 episode yang dianalisis, ditemukan banyak terdapat unsur kekerasan seperti kekerasan fisik, verbal, dan kekerasan simbolik (berupa kekerasan agama serta kekerasan terhadap perempuan). Secara keseluruhan terdapat rata-rata tampilan adegan kekerasan sebesar 23% dari total durasi acara.

Perbedaan penelitian Ery Kurnia Putri diatas dengan penelitian kali ini terletak pada objek penelitiannya, dan apa yang menjadi perhatian utama dalam

penelitian masing-masing. Ery Kurnia Putri mengambil objek penelitian tayangan Realigi di Trans TV dan melihat bagaimana kekerasan dalam tayangan tersebut, sementara objek penelitian yang akan dilakukan peneliti kali ini adalah berita-berita di SKH Radar Jogja khusus terkait kasus video mirip artis Ariel dan Luna Maya, dan melihat bagaimana penerapan etika jurnalistik dalam pemberitaan tersebut.

Radar Jogja dipilih didasarkan pada pertimbangan praktis dan disengaja. Praktis maksudnya mudah diperoleh dan disengaja maksudnya dipilih karena faktor-faktor tertentu, yaitu dikarenakan koran Radar Jogja memiliki perhatian dan porsi berita yang cukup besar dalam kasus ini. Tercatat 36 item berita sejak hari pertama muncul di Radar Jogja yakni tanggal 5 Juni 2010 hingga 2 (minggu) berikutnya tanggal 19 Juni 2010. Disamping itu, Radar Jogja juga memberitakan kasus video mirip artis tersebut dalam berbagai rubrik. Tidak hanya di rubrik *Show and Celebrity* yang khusus untuk berita-berita hiburan, tapi juga di rubrik *hard news* seperti *Metropolis*, *Radar Magelang*, *Halaman Utama*, *Suara Rakyat*, dan *Berita Utama* sehingga memungkinkan teks-teks berita ini diteliti secara lebih komprehensif.

Berita yang dianalisis dalam penelitian ini dimulai sejak Radar Jogja memberitakan kasus video mirip artis Ariel dan Luna Maya, yakni sejak tanggal 5 Juni 2010. Dalam perkembangannya, kasus ini ditambah dengan kemunculan video lain yang mirip artis yakni Cut Tari masih dengan seseorang yang mirip Ariel. Bagaimana respon masyarakat terhadap penyebaran video ini dan juga pemberitaannya, apa perubahan yang terjadi dalam kehidupan orang-orang yang terkait yakni Ariel, Luna Maya, dan orang-orang di sekitar mereka seperti keluarga, karyawan mereka, rekan

sesama artis, bahkan sampai artis luar negeri yang sebenarnya tidak memiliki hubungan apa-apa dengan Ariel maupun Luna Maya ikut diangkat komentarnya oleh Radar Jogja. Karena kasus ini masih terus berkembang, maka peneliti membuat batasan waktu yaitu sejak tanggal 5 Juni hingga 19 Juni 2010. Dengan rentang waktu 2 (dua) minggu ini, dianggap cukup mewakili pemberitaan seputar kasus tersebut dan memberikan batasan yang jelas sehingga memudahkan dalam penelitian.

Radar Jogja beralamat di Jalan Ring Road Utara No.88, Depok, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta dan termasuk dalam Jawa Pos Group. Radar Jogja dengan profil pembaca wanita 45 % dan pria 55 % paling banyak dinikmati oleh pembaca berusia 30 – 50 tahun dengan oplah 80.000 eksemplar per hari.

Jika dilihat mulai edisi 5 Juni sampai 19 Juni 2010 hampir setiap hari pemberitaan kasus tersebut mengisi rubrik Show & Selebriti. Selain itu, pemberitaan kasus ini juga pernah menjadi *headline* Radar Jogja, dan tersebar di beberapa rubrik lain seperti Metropolis, Suara Rakyat, Sisi Lain, Berita Utama, dan rubrik Radar Magelang.

B. Rumusan Masalah

Bagaimanakah penerapan etika jurnalisme dalam pemberitaan video mirip artis Nazril Irham dan Luna Maya di SKH Radar Jogja edisi 5 – 19 Juni 2010?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui penerapan etika jurnalisme dalam pemberitaan video mirip artis Nazril Irham dan Luna Maya di SKH Radar Jogja edisi 5 – 19 Juni 2010.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat praktis, untuk mengevaluasi sejauh mana etika jurnalistik diterapkan oleh media massa dalam hal ini media cetak SKH Radar Jogja
2. Manfaat akademis, untuk menambah referensi dan pengetahuan di ranah ilmu komunikasi terutama yang berkaitan dengan Kode Etik Jurnalistik yang menggunakan metode analisis isi.

E. Kerangka Teori

E.1 Berita sebagai produk jurnalistik

Secara ringkas, berita adalah jalan cerita tentang peristiwa. Artinya suatu berita setidaknya mengandung dua hal, yaitu peristiwa dan jalan ceritanya. Nurudin dalam bukunya *Jurnalisme Masa Kini*, memberikan beberapa definisi jurnalisme sebagai berikut:

- Berdasarkan kamus *Longman Dictionary of Contemporary English*, dikatakan jurnalisme adalah pekerjaan yang berkaitan dengan menulis, mengedit, dan menerbitkan. Sementara, jurnalistik diartikan sebagai kata sifat dari jurnalisme

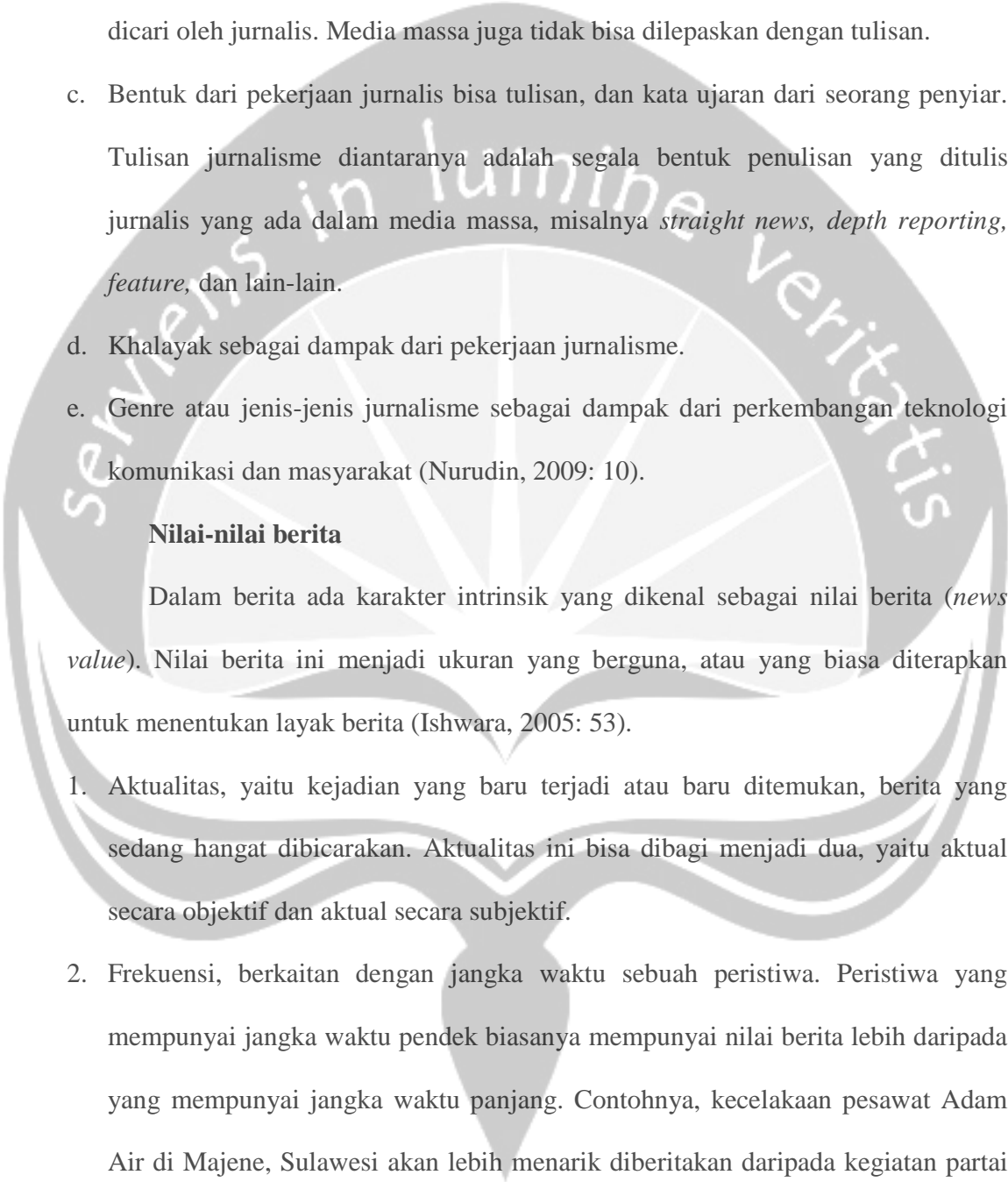
atau karakteristik dari jurnalisme. Dengan demikian bisa dikatakan jurnalistik sebagai kata sifat adalah ciri khas dari jurnalisme(Nurudin, 2009: 7).

- Berdasarkan kamus *The New Grolier Webster International Dictionary of the English Language*, jurnalisme didefinisikan sebagai:
 - a. Pekerjaan yang berkaitan dengan media berita termasuk menerbitkan, mengedit, menulis atau menyiarkan.
 - b. Lapangan akademis yang terkait dengan kegiatan yang berhubungan dengan media berita.
 - c. Reporting atau pelaporan adalah kegiatan melaporkan suatu peristiwa yang diliput dari lapangan kepada masyarakat.
 - d. Jenis penulisan yang secara ideal dicirikan adalah objektivitas, tapi kadang-kadang ditulis untuk memenuhi rasa ingin tahu masyarakat (Nurudin, 2009: 7).

Dalam perkembangannya, jurnalisme mengalami banyak perkembangan dan kemajuan. Ruang lingkungannya pun semakin luas, mulai dari jurnalisme cetak, jurnalisme siaran, dan jurnalisme online. Semua jenis jurnalisme tersebut memiliki produk yang sama yakni berita.

Membahas jurnalisme tidak akan bisa dilepaskan dari hal-hal yang berkaitan dengan:

- a. Jurnalis. Yakni individu-individu yang bekerja, mencari, mengolah, mengedit, dan menyiarkan informasi. Jurnalis sama dengan wartawan atau orang yang bertugas melakukan kegiatan jurnalisme.

- 
- b. Media massa atau pers. Yakni alat untuk menyebarkan informasi yang sudah dicari oleh jurnalis. Media massa juga tidak bisa dilepaskan dengan tulisan.
 - c. Bentuk dari pekerjaan jurnalis bisa tulisan, dan kata ujaran dari seorang penyiar. Tulisan jurnalis di antaranya adalah segala bentuk penulisan yang ditulis jurnalis yang ada dalam media massa, misalnya *straight news*, *depth reporting*, *feature*, dan lain-lain.
 - d. Khalayak sebagai dampak dari pekerjaan jurnalis.
 - e. Genre atau jenis-jenis jurnalis sebagai dampak dari perkembangan teknologi komunikasi dan masyarakat (Nurudin, 2009: 10).

Nilai-nilai berita

Dalam berita ada karakter intrinsik yang dikenal sebagai nilai berita (*news value*). Nilai berita ini menjadi ukuran yang berguna, atau yang biasa diterapkan untuk menentukan layak berita (Ishwara, 2005: 53).

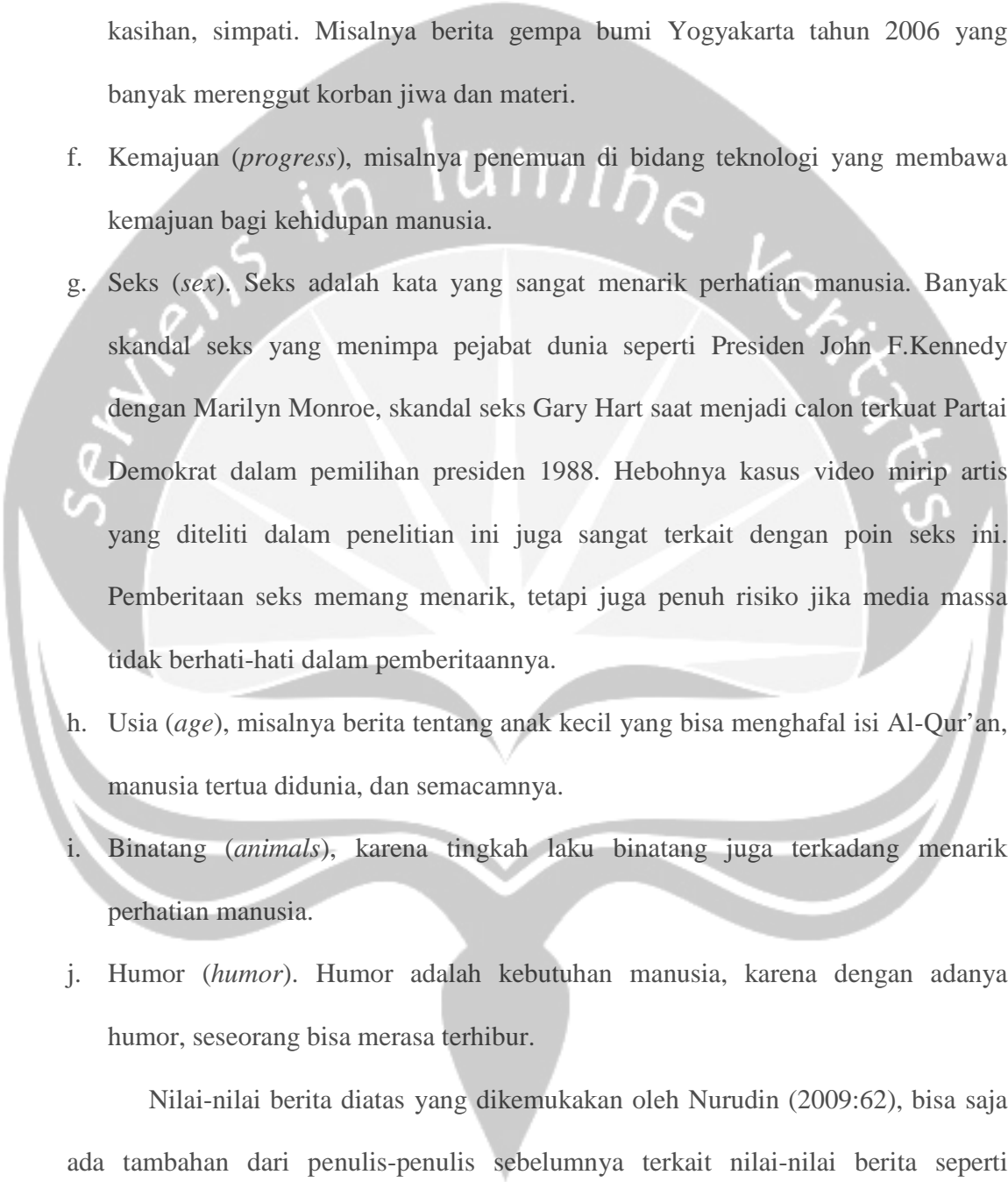
1. Aktualitas, yaitu kejadian yang baru terjadi atau baru ditemukan, berita yang sedang hangat dibicarakan. Aktualitas ini bisa dibagi menjadi dua, yaitu aktual secara objektif dan aktual secara subjektif.
2. Frekuensi, berkaitan dengan jangka waktu sebuah peristiwa. Peristiwa yang mempunyai jangka waktu pendek biasanya mempunyai nilai berita lebih daripada yang mempunyai jangka waktu panjang. Contohnya, kecelakaan pesawat Adam Air di Majene, Sulawesi akan lebih menarik diberitakan daripada kegiatan partai politik.

3. Negatif. Ungkapan *bad news is a good news* mungkin ada benarnya. Sesuatu yang menyangkut berita buruk seringkali dianggap memiliki nilai berita. Buruk disini adalah peristiwa yang membuat orang tidak senang mengalaminya.
4. Tak terduga. Sebuah peristiwa diluar kebiasaan akan mempunyai nilai berita yang tinggi daripada yang terjadi setiap hari.
5. Tidak mendua. Sebuah peristiwa yang diharapkan mempunyai dampak memperjelas suatu masalah juga memiliki nilai berita.
6. Personalisasi. Peristiwa yang dilihat sebagai aksi individu.
7. Kedekatan baik secara geografis maupun budaya atau *cultural proximity*.
8. Berkaitan dengan pemimpin negara. Berkaitan dengan kedekatan budaya juga, artinya segala sesuatu yang berkaitan dengan negaranya akan mendapat porsi lebih karena memang layak untuk diberitakan.
9. Berkaitan dengan individu. Maksudnya adalah peristiwa yang berkaitan dengan kekayaan, kekuatan, dan ketenaran.
10. Konflik, artinya perseteruan atau perselisihan antara dua orang atau lebih orang dan atau kelompok yang sedang bertikai. Konflik juga bisa berarti persaingan.
11. Prediksi, ulasan yang berkaitan dengan kemungkinan atau ketidakmungkinan. Biasanya dalam pertandingan olahraga.
12. Penting, artinya kejadian yang berkemungkinan mempengaruhi kehidupan orang banyak, atau kejadian yang punya akibat terhadap kehidupan pembaca.

13. Besar, artinya kejadian yang menyangkut angka-angka yang berarti bagi kehidupan orang banyak, atau kejadian yang berakibat bila dijumlahkan dalam angka akan menarik pembaca.
14. Tenar, yaitu yang menyangkut hal-hal yang terkenal atau sangat dikenal oleh pembaca.
15. *Human interest* atau manusiawi adalah kejadian yang memberikan sentuhan perasaan bagi pembaca, bisa juga kejadian yang menyangkut orang biasa pada situasi yang luar biasa, atau juga kejadian yang terjadi pada orang besar dalam situasi biasa.

Beberapa bentuk dalam *human interest*:

- a. Ketegangan (*suspense*) sesuatu yang ditunggu-tunggu tapi belum terjawab. Misalnya berita tentang putusan pengadilan atas sebuah kasus, atau skor pertandingan olahraga.
- b. Ketidaklaziman (*unusualness*), sesuatu yang tidak lazim atau aneh. Misalnya, ayam berkaki 2 itu biasa, bagaimana jika ada ayam berkaki 4?
- c. Minat pribadi (*personal interest*), berkaitan dengan minat atau hobi seseorang akan suatu berita.
- d. Konflik (*conflict*), bisa diartikan kompetisi, kriminalitas, perang, dan sebagainya. Konflik menjadi bagian dari ketertarikan manusia karena menyangkut perasaan, dan banyak berita yang bisa dibuat.

- 
- e. Simpati (*sympathy*), terkait pemberitaan yang bisa menimbulkan rasa iba, kasihan, simpati. Misalnya berita gempa bumi Yogyakarta tahun 2006 yang banyak merenggut korban jiwa dan materi.
 - f. Kemajuan (*progress*), misalnya penemuan di bidang teknologi yang membawa kemajuan bagi kehidupan manusia.
 - g. Seks (*sex*). Seks adalah kata yang sangat menarik perhatian manusia. Banyak skandal seks yang menimpa pejabat dunia seperti Presiden John F. Kennedy dengan Marilyn Monroe, skandal seks Gary Hart saat menjadi calon terkuat Partai Demokrat dalam pemilihan presiden 1988. Hebohnya kasus video mirip artis yang diteliti dalam penelitian ini juga sangat terkait dengan poin seks ini. Pemberitaan seks memang menarik, tetapi juga penuh risiko jika media massa tidak berhati-hati dalam pemberitaannya.
 - h. Usia (*age*), misalnya berita tentang anak kecil yang bisa menghafal isi Al-Qur'an, manusia tertua didunia, dan semacamnya.
 - i. Binatang (*animals*), karena tingkah laku binatang juga terkadang menarik perhatian manusia.
 - j. Humor (*humor*). Humor adalah kebutuhan manusia, karena dengan adanya humor, seseorang bisa merasa terhibur.

Nilai-nilai berita diatas yang dikemukakan oleh Nurudin (2009:62), bisa saja ada tambahan dari penulis-penulis sebelumnya terkait nilai-nilai berita seperti menurut Johan Galtung dan Marie Holmboe Ruge (1965), Bell A (1991), atau Ashadi Siregar (1982), namun penulis mengambil dari referensi yang relatif paling baru.

Semakin banyak unsur nilai-nilai berita yang terdapat dalam sebuah pemberitaan, maka berita tersebut akan semakin menarik perhatian media massa dan khalayak. Dalam objek penelitian ini, pemberitaan video mirip Nazril Irham dan Luna Maya memiliki setidaknya 8 nilai berita penting, yakni:

1. Aktualitas. Beredarnya video mirip artis disusul pemberitaan yang “heboh” ini baru ditemukan (sekitar awal bulan Juni 2010) dan hangat dibicarakan media.
2. Negatif. Ungkapan *bad news is a good news* mungkin ada benarnya. Sesuatu yang menyangkut berita buruk seringkali dianggap memiliki nilai berita. Buruk disini adalah peristiwa yang membuat orang tidak senang mengalaminya. Pemberitaan perilaku seksual mirip 2artis papan atas ini dianggap melanggar moral budaya ketimuran bangsa Indonesia. Pemberitaan kasus ini membuat orang yang terlibat didalamnya yakni Ariel dan Luna Maya tidaklah sesuatu yang menyenangkan bagi mereka berdua.
3. Personalisasi. Tindakan dalam video yang dilakukan oleh dua orang yang mirip Ariel dan Luna Maya merupakan tindakan atau aksi individu,
4. Individu, dalam hal ini keterkenalan. Pemberitaan skandal video ini menyeret nama pria dan wanita yang sama-sama populer baik sebagai individu maupun sebagai pasangan kekasih. Ariel, seorang vokalis band terkenal yang memiliki banyak penggemar dan lagu-lagunya disukai khalayak, sementara Luna Maya seorang presenter, model, pemain film, dan duta lingkungan hidup yang dikenal oleh masyarakat luas atau *public figure*.

5. Konflik. Kasus ini menimbulkan tuntutan dan kecaman dari pihak-pihak yang merasa tindakan dalam video tersebut merugikan masyarakat dan mencemari nama baik sebuah kota. Contohnya dalam Radar Jogja 15 Juni 2010 dengan artikel berjudul “*Walikota Bandung cekal Ariel*”.
6. Penting. Peredaran berita maupun videonya sendiri berdampak negatif bagi khalayak. Banyak orangtua yang mengaku resah jika anak-anak mereka terutama di bawah umur menonton pemberitaan kasus tersebut. Radar Jogja edisi 19 Juni 2010 dalam rubrik Metropolis pernah mengangkat artikel berjudul “*26 HP siswa diamankan*”. Dari sini terlihat bahwa pemberitaan dan video ini berdampak luas bagi publik sehingga dianggap penting.
7. Tenar. Tidak jauh berbeda dengan poin 4, orang yang dikait-kaitkan dalam pemberitaan ini sangat dikenal oleh pembaca.
8. Human interest → seks. Perilaku seks dalam video mirip Ariel dan Luna Maya menarik perhatian banyak kalangan, pejabat, artis, polisi, sampai bintang film porno luar negeri. Seks ini umum dipertimbangkan oleh para editor sebagai nilai berita. Hal ini akan terasa benar jika dihubungkan dengan orang-orang terkenal (Ishwara, 2005: 57).

Tidak heran mengapa berita seputar video mirip artis ini terus menjadi perbincangan yang hangat, bahkan sampai penulisan ini dibuat, karena setidaknya ada 8 nilai berita yang terkandung didalamnya.

E.2 Etika

Sebelum berbicara mengenai Kode Etik Jurnalistik, sebaiknya kita pahami dulu apa itu etika. Seperti halnya dengan banyak istilah yang menyangkut konteks ilmiah, istilah etika juga berasal dari bahasa Yunani kuno. Kata “*ethos*” dalam bentuk tunggal mempunyai banyak arti seperti tempat tinggal yang biasa; kebiasaan, adat; akhlak, watak; perasaan, sikap, cara berpikir. Dalam bentuk jamak “*ta etha*” berarti adat kebiasaan. Dan dari arti terakhir inilah menjadi latar belakang bagi terbentuknya istilah “etika” yang oleh filsuf Yunani besar Aristoteles (384 – 322 SM) sudah dipakai untuk menunjukkan filsafat moral. Dari asal-usul ini, etika berarti ilmu tentang apa yang biasa dilakukan atau ilmu tentang adat kebiasaan Moekijat (1995: 2).

Sifat dasar etika adalah kritis, tidak pernah puas atas jawaban-jawaban yang ada, dan terus mencari tahu. Hal ini karena etika merupakan cabang filsafat yang berbicara mengenai tindakan manusia serta sekaligus menyoroti kewajiban-kewajiban manusia. Muhamad Mufid dalam bukunya *Etika Filsafat dan Komunikasi* mengemukakan beberapa hal terkait tugas dari etika, yakni:

1. Untuk mempersoalkan norma yang dianggap berlaku. Diselidikinya apakah dasar suatu norma itu dan apakah dasar itu membenarkan ketaatan yang dituntut oleh norma itu terhadap norma yang dapat berlaku.
2. Etika mengajukan pertanyaan tentang legitimasinya. Artinya norma yang tidak dapat mempertahankan diri dari pertanyaan kritis dengan sendirinya akan kehilangan haknya.

3. Etika mempersoalkan pula setiap lembaga seperti orang tua, sekolah, negara, dan agama untuk memberikan perintah atau larangan yang harus ditaati.
4. Etika memberikan bekal kepada manusia untuk mengambil sikap yang rasional terhadap semua norma.
5. Etika menjadi alat pemikiran yang rasional dan bertanggung jawab bagi seorang ahli dan bagi siapa saja yang tidak mau diombang-ambingkan oleh norma-norma yang ada (Mufid, 2009: 174).

Tindakan manusia ditentukan oleh macam-macam norma. Etika menolong manusia untuk mengambil sikap terhadap semua norma dari luar dan dari dalam, supaya manusia mencapai kesadaran yang otonom. Sementara kode etik adalah persetujuan bersama, yang timbul dari diri para anggota itu sendiri untuk lebih mengarahkan perkembangan mereka, sesuai dengan nilai-nilai ideal yang diharapkan. Kode etik adalah hasil murni yang sesuai dengan aspirasi profesi suatu tujuan tertentu demi kepentingan dan kerukunan bersama. Kode etik merupakan kaidah-kaidah atau peraturan-peraturan yang ditetapkan dan diterima oleh seluruh anggota profesi. Tujuan adanya kode etik ini adalah untuk memberikan efek jera dan pembelajaran bagi mereka yang melanggarnya. Dengan sanksi hukuman, kode etik tidak akan dilanggar oleh para anggotanya. (Moekijat, 1995: 97).

Ada banyak jenis dan contoh etika dan kode etik. Seperti etika komunikasi, etika profesi, etika pengadilan, etika bisnis, etika pengawasan, etika manajer, kode etik bagi para pengawas, kode etik administrasi kepegawaian, dan lain-lain.

Terkait profesi wartawan dan mengacu pada dewan pers, ada 11 pasal Kode Etik Jurnalistik yang disepakati oleh 29 organisasi wartawan dan perusahaan pers Indonesia pada tanggal 14 Maret 2006 di Jakarta. Untuk menjamin kemerdekaan pers dan memenuhi hak publik dalam memperoleh informasi yang benar, wartawan Indonesia memerlukan landasan moral dan etika profesi sebagai pedoman operasional dalam menjaga kepercayaan publik dan menegakkan integritas serta profesionalisme. Atas dasar itu, wartawan Indonesia menetapkan dan menaati Kode Etik Jurnalistik.

E.3 Kode Etik Jurnalistik

Masduki dalam bukunya *Kebebasan Pers dan Kode Etik* mengatakan bahwa etika adalah sebuah studi tentang formasi nilai-nilai moral dan prinsip-prinsip benar dan salah. Masyarakat profesional jurnalis percaya bahwa tujuan jurnalis adalah untuk menyajikan kebenaran. Untuk itu sejumlah prinsip etis harus dipakai seperti akurasi dan objektivitas, sportivitas, dan sebagainya. Untuk menunjang hal tersebut, masyarakat profesional jurnalis selalu mengembangkan buku panduan etika (*ethics handbook*) yang berisi prinsip-prinsip etika jurnalistik. Kode etik umumnya dirumuskan dan dikeluarkan oleh organisasi atau asosiasi profesi (Masduki, 2003: 50).

Dalam sejarah pers Indonesia, terdapat sejumlah kode etik yang dirumuskan dan diberlakukan oleh organisasi wartawan, misalnya PWI dan AJI, dan kode etik yang dibuat bersama yaitu KEWI. Bila mengacu pada dewan pers, ada 11 pasal Kode Etik Jurnalistik yang disepakati oleh 29 organisasi wartawan dan perusahaan pers Indonesia pada tanggal 14 Maret 2006 di Jakarta.

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. Atas dasar itu, wartawan Indonesia menetapkan dan menaati Kode Etik Jurnalistik yang terdiri dari 11 pasal (lihat lampiran Kode Etik Jurnalistik).

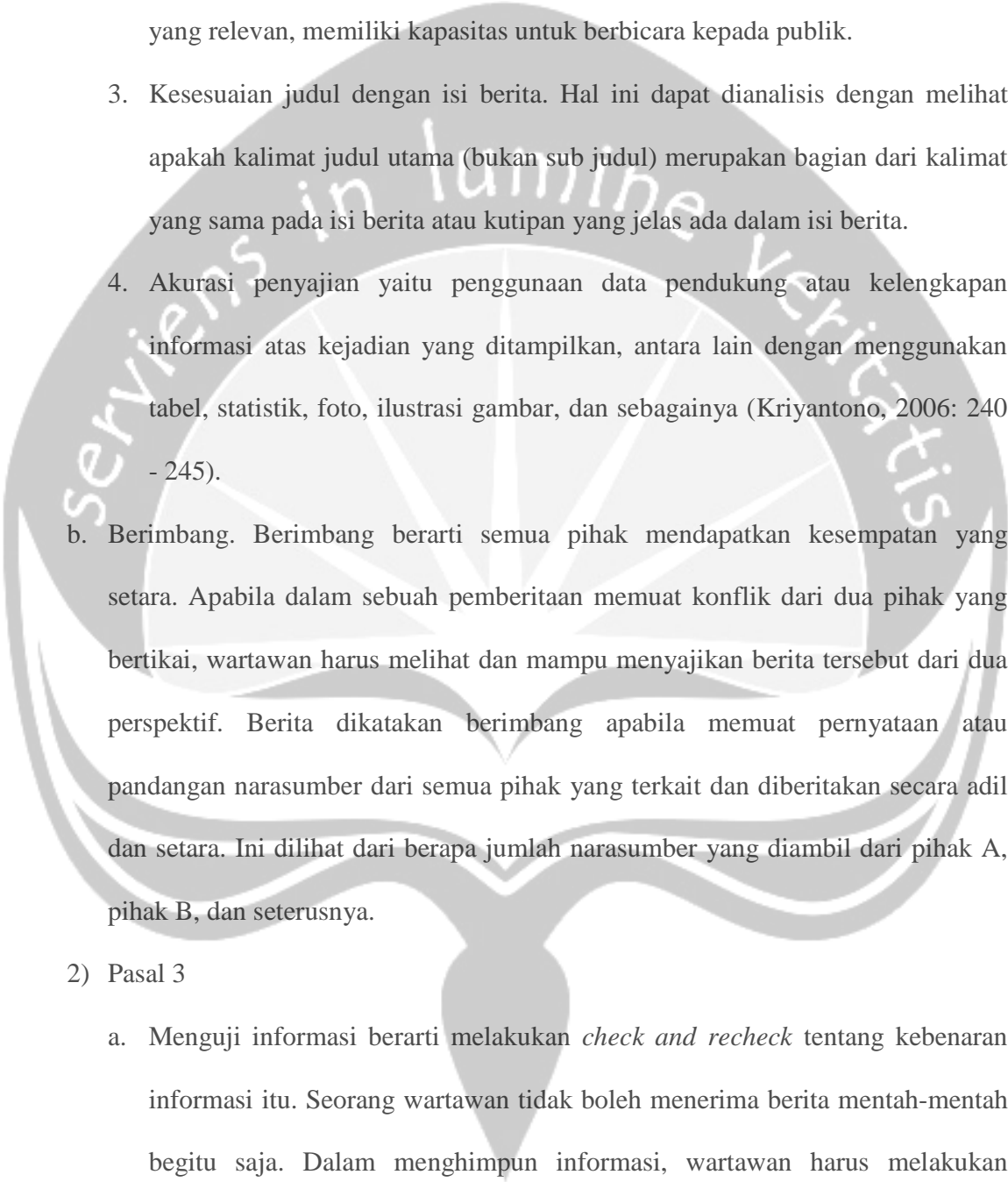
Dalam penelitian tentang etika jurnalisme dalam pemberitaan video mirip artis Nazril Irham dan Luna Maya ini, peneliti tidak mengujikan kesebelas pasal etika jurnalistik tersebut. Alasannya, tidak semua pasal dapat dioperasionalkan dalam teks-teks berita. Padahal data primer dalam penelitian ini adalah teks-teks berita di SKH Radar Jogja.

Pasal yang akan digunakan peneliti untuk mencermati penerapan Kode Etik Jurnalistik dalam kasus ini hanyalah pasal-pasal yang dapat dioperasionalkan dan dianalisis dalam teks berita. Pasal-pasal tersebut adalah:

1) Pasal 1

a. Akurat. Dalam memberitakan sebuah peristiwa atau fakta, seorang jurnalis harus menggunakan hati nuraninya tanpa campur tangan, paksaan, dan intervensi dari pihak manapun, termasuk pihak pemilik perusahaan pers dimana jurnalis bekerja. Keakuratan (*accuracy*) adalah salah satu kategorisasi dalam mengukur media performance. Keakuratan mencakup akurasi fakta, relevansi sumber berita, dan akurasi penyajian.

1. Akurasi fakta merujuk pada pencantuman waktu terjadinya suatu peristiwa.

- 
2. Relevansi sumber berita, apakah narasumber yang diwawancarai adalah orang yang relevan, memiliki kapasitas untuk berbicara kepada publik.
 3. Kesesuaian judul dengan isi berita. Hal ini dapat dianalisis dengan melihat apakah kalimat judul utama (bukan sub judul) merupakan bagian dari kalimat yang sama pada isi berita atau kutipan yang jelas ada dalam isi berita.
 4. Akurasi penyajian yaitu penggunaan data pendukung atau kelengkapan informasi atas kejadian yang ditampilkan, antara lain dengan menggunakan tabel, statistik, foto, ilustrasi gambar, dan sebagainya (Kriyantono, 2006: 240 - 245).
- b. Berimbang. Berimbang berarti semua pihak mendapatkan kesempatan yang setara. Apabila dalam sebuah pemberitaan memuat konflik dari dua pihak yang bertikai, wartawan harus melihat dan mampu menyajikan berita tersebut dari dua perspektif. Berita dikatakan berimbang apabila memuat pernyataan atau pandangan narasumber dari semua pihak yang terkait dan diberitakan secara adil dan setara. Ini dilihat dari berapa jumlah narasumber yang diambil dari pihak A, pihak B, dan seterusnya.
- 2) Pasal 3
- a. Menguji informasi berarti melakukan *check and recheck* tentang kebenaran informasi itu. Seorang wartawan tidak boleh menerima berita mentah-mentah begitu saja. Dalam menghimpun informasi, wartawan harus melakukan pengecekan kembali, atau yang biasa disebut *check and recheck*. Sehingga informasi yang sampai kepada pembaca atau audiens benar-benar teruji

dandapat dipercaya. Informasi yang melalui proses *check and recheck* dapat terlihat dari kata-kata seperti “ditegaskan pula oleh...”, “setuju dengan...”, atau “diiyakan oleh...”.

b. Berimbang adalah memberikan ruang dan waktu pemberitaan pada masing-masing pihak secara proporsional. Dalam berita surat kabar, aspek berimbang ini dapat dilihat dari berapa paragraf atau lebih spesifik lagi jumlah kata yang ditulis dari masing-masing pihak yang bersangkutan. Jika ada satu pihak yang diberitakan dalam surat kabar sebanyak 4 paragraf sementara pihak satunya hanya 1 paragraf saja, tentu ini tidak dapat dikatakan berimbang.

c. Opini yang menghakimi. Saat menuliskan laporan berita, wartawan tidak boleh mencampurkan antara fakta dengan opini pribadinya yang menghakimi. Ada tidaknya opini yang menghakimi dalam sebuah berita ini diukur berdasarkan kejujuran dalam pemberitaan, yaitu ada tidaknya pencampuran fakta dengan opini wartawan yang menulis berita. Kata-kata *opinionative* seperti: tampaknya, diperkirakan, seakan-akan, terkesan, kesannya, seolah, agaknya, diramalkan, kontroversi, mengejutkan, manuver, sayangnya, dapat dijadikan sebagai indikator (Kriyantono, 2006: 241).

3) Pasal 4

a. Cabul. Dalam Kode Etik Jurnalistik dijelaskan bahwa cabul berarti penggambaran tingkah laku secara erotis dengan foto, gambar, suara, grafis atau tulisan yang semata-mata untuk membangkitkan nafsu birahi.

4) Pasal 9

- a. Kehidupan pribadi adalah pemuatan berita dari segala segi kehidupan seseorang dan keluarganya yang tidak memiliki kaitan dengan kepentingan publik. Berita yang tidak mencampuri kehidupan pribadi, apabila tidak memuat segala sesuatu yang sifatnya pribadi, misalnya hubungan asmara, keluarga, kehidupan seksual, dan harta yang tidak ada kaitannya dengan kepentingan publik.

E.4 Pornografi dalam media

Masduki dalam bukunya berjudul *Kebebasan Pers dan Kode Etik Jurnalistik* mengemukakan bagaimana pro-kontra seputar pornografi di media tak pernah usai karena sulit untuk membuat kategori pornografis dalam karya media. Masing-masing bersandar pada konteks (1) lokasi konsumen media dan lokasi rubrik pemuatan, (2) kultur setempat dan jenis media massa, (3) waktu penerbitan atau penyiaran, (4) status sosial dan pendidikan konsumen sasaran media, dan (5) umur. Namun yang disepakati adalah bahwa pornografi dapat merusak moral pembaca awam (Masduki, 2003;88). Dalam media pers, pornografi muncul dalam 3 (tiga) bentuk:

1. Visual berupa gambar mati dan hidup
2. Suara dari siaran radio dan televisi
3. Teks yang didalamnya sarat kosa kata konotatif.

Terkait penelitian ini, pornografi dalam pemberitaan video mirip artis dalam SKH Radar Jogja melalui teks seperti pada poin nomor 3. Bisa juga dilihat bagaimana Radar Jogja menuliskan judul-judul berita, apakah dengan karakter huruf yang sengaja menonjol, penggunaan kata-kata seronok, dan sebagainya.

Pendapat lain mengenai pornografi di media dikemukakan oleh Bungin dalam bukunya berjudul *Pornomedia*. Referensi ini diambil oleh peneliti karena dalam buku ini memberikan penjelasan lebih lengkap mengenai pergeseran konsep pornografi. Pada awalnya ketika masyarakat belum terbuka seperti sekarang ini, begitu pula media massa dan teknologi komunikasi belum berkembang seperti saat ini, semua bentuk pencabulan atau tindakan-tindakan yang jorok dengan menonjolkan objek seks disebut dengan kata porno. Saat ini, ketika masyarakat sudah terbuka, kemajuan teknologi terus berkembang, maka konsep pornografi juga telah bergeser dan berkembang. Karena itu secara garis besar, dalam wacana porno atau penggambaran tindakan pencabulan (pornografi) kontemporer. Ada beberapa varian pemahaman porno yang dapat dikonseptualisasikan seperti pornografi, pornoteks, pornosuara, dan pornoaksi. Dalam kasus tertentu, semua kategori konseptual itu dapat menjadi sajian dalam satu media, sehingga melahirkan konsep baru yang dinamakan pornomedia.

Pornografi

Pornografi adalah gambar-gambar perilaku pencabulan yang lebih banyak menonjolkan tubuh dan alat kelamin manusia. Sifatnya yang seronok, jorok, vulgar, membuat orang yang melihatnya terangsang secara seksual.

Pornoteks

Pornoteks adalah karya pencabulan (porno) yang ditulis sebagai naskah cerita atau berita dalam berbagai bentuk narasi, konstruksi cerita, testimonial, atau pengalaman pribadi secara detail dan vulgar, termasuk pula cerita porno dalam buku-

buku komik sehingga pembaca merasa seakan-akan ia menyaksikan sendiri, mengalami atau melakukan sendiri peristiwa hubungan-hubungan seks itu.

Pornosuara

Pornosuara yaitu suara, tuturan, kata-kata, dan kalimat-kalimat yang diucapkan seseorang, yang langsung atau tidak langsung, bahkan secara halus atau vulgar melakukan rayuan seksual, suara atau tuturan tentang objek seksual atau aktivitas seksual. Pornosuara ini secara langsung atau tidak memberi penggambaran tentang objek seksual maupun aktivitas seksual kepada lawan bicara atau pendengar, sehingga berakibat kepada efek rangsangan seksual terhadap orang yang mendengar atau penerima informasi seksual itu.

Pornoaksi

Pornoaksi adalah penggambaran aksi gerakan, lenggokan, liukan tubuh, penonjolan bagian-bagian tubuh yang dominan memberi rangsangan seksual sampai dengan aksi mempertontonkan payudara atau alat vital yang tidak disengaja ataupun disengaja untuk memancing bangkitnya nafsu seksual bagi yang melihatnya. Pornoaksi pada awalnya adalah aksi-aksi subjek-objek seksual yang dipertontonkan secara langsung dari seseorang kepada orang lain, sehingga menimbulkan rangsangan seksual bagi seseorang termasuk menimbulkan histeria seksual di masyarakat.

Pornomedia

Dalam konteks media massa, pornografi, pornoteks, pornosuara, dan pornoaksi menjadi bagian-bagian yang saling berhubungan sesuai dengan karakter media yang menyiarkan porno itu. Namun dalam banyak kasus, pornografi (cetak -

visual) memiliki kedekatan dengan pornoteks, karena gambar dan teks dapat disatukan dalam media cetak. Sementara pornoaksi dapat bersamaan pemunculannya dengan pornografi (elektronik) karena ditayangkan di televisi. Kemudian pornosuara dapat bersamaan muncul dalam media visual seperti televisi maupun media audio semacam radio dan media telekomunikasi lainnya seperti telepon. Bahkan varian-varian porno ini menjadi satu dalam media jaringan seperti internet, yaitu yang sering dikenal sebagai *cybersex*, *cyberporno*, dan sebagainya. Agenda media tentang varian pencabulan (porno) dan penggunaan media massa dan telekomunikasi ini untuk menyebarkan pencabulan tersebut inilah yang dimaksud dengan pornomedia.

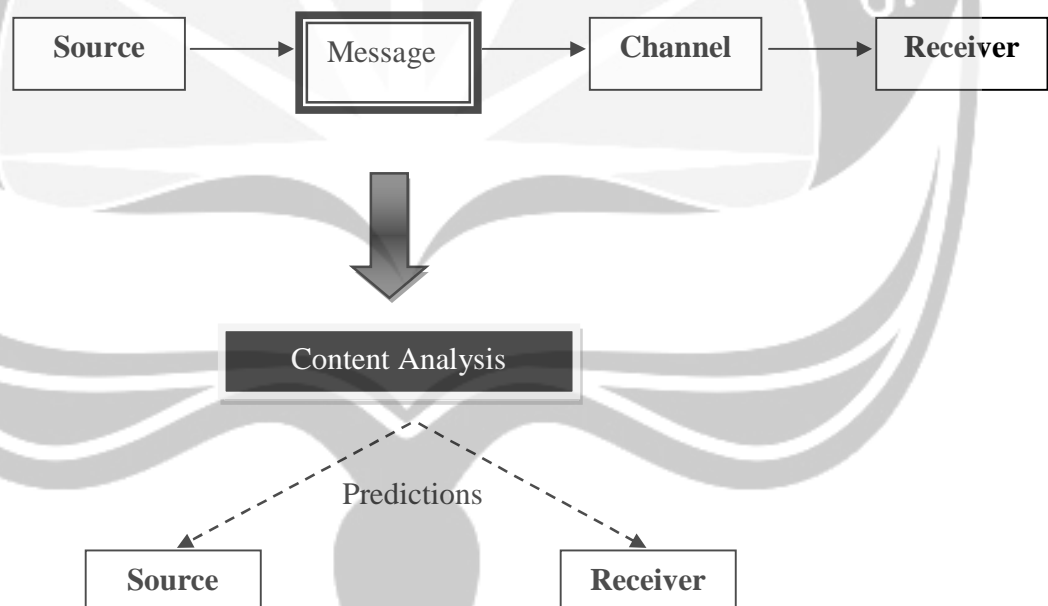
Pelanggaran soal pornografi dan kecabulan sesungguhnya sudah diatur dalam KUHP Pasal 282 sebagai bentuk pelanggaran kesusilaan yang berbunyi: mempertunjukkan atau menempelkan di depan umum tulisan, gambar yang diketahui isinya melanggar kesusilaan diancam hukuman penjara maksimal 18 bulan. Dalam Kode Etik Wartawan Indonesia disebutkan bahwa wartawan Indonesia tidak menyiarkan informasi yang bersifat dusta, fitnah, sadis, dan pornografis, serta tidak menyebutkan identitas korban kejahatan susila.

E.5 Analisis isi

Analisis isi adalah suatu metode untuk mempelajari dan menganalisis komunikasi secara sistematis, objektif, dan kuantitatif terhadap pesan yang tampak (Kriyantono, 2007: 228). Sedangkan menurut Agus Putranto (2004: 146) dalam *Metode Penelitian Komunikasi*, analisis isi adalah sebuah pendekatan penelitian yang mengedepankan penyajian data secara terstruktur serta memberikan

gambaran terinci tentang objek penelitian berupa pesan komunikasi. Tujuan utama dari penelitian dengan pendekatan analisis isi adalah mendeskripsikan karakteristik pesan yang ada dalam ranah publik dengan perantara teks. Pelopor analisis isi adalah Harold D. Lasswell, yang memelopori teknik simbol koding, yaitu mencatat lambang atau pesan secara sistematis, kemudian diberi interpretasi.

Dalam buku *Metode Penelitian Komunikasi* bab *Analisis Isi* : *Suatu Pengantar dalam Praktek* (Birowo, 2004: 149), menggambarkan desain penelitian yang merujuk pada Budd, Thorp, dan Donohew (1971). Desain penelitian tersebut dapat dilihat pada gambar dibawah:



Berdasarkan bagan tersebut, dapat dikatakan bahwa analisis isi tidak hanya menyajikan bagaimana pesan komunikasi diangkat, melainkan juga membuat prediksi terhadap sumber dan penerima pesan tersebut (Birowo, 2009: 149)

E.6 Unit Analisis

Menurut Rachmat Kriyantono dalam bukunya *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, unit analisis adalah sesuatu yang akan dianalisis. Dalam metode analisis isi, unit analisisnya adalah teks, pesan atau medianya sendiri (Kriyantono, 2007: 233). Dalam penelitian ini yang menjadi unit analisis adalah penerapan etika jurnalisme yang terwujud atau yang dapat dilihat pada teks-teks berita yang terkait pemberitaan kasus video mirip artis yang terbit di surat kabar Radar Jogja edisi 5 Juni – 19 Juni 2010.

Untuk mengetahui penerapan etika jurnalisme dalam pemberitaan video mirip artis Nazril Irham dan Luna Maya di SKH Radar Jogja, digunakan tolak ukur atau dicerminkan pada Kode Etik Jurnalistik yang disepakati oleh 29 organisasi wartawan dan perusahaan pers Indonesia yang terdiri dari 11 pasal seperti yang tercantum dalam kerangka teori E.2 Kode Etik Jurnalistik diatas. Namun dari 11 pasal tersebut, yang bisa dioperasionalkan adalah pasal 1, pasal 3, pasal 4, dan pasal 9. Keempat pasal ini lah yang bisa dioperasionalkan dan bisa dianalisis nilai-nilainya dalam teks-teks berita yang diteliti. Berikut ini unit analisis beserta kategorisasinya sebagai acuan dalam pengumpulan data.

Kode Etik	Unit Analisis	Keterangan	(x)			
Jurnalistik	1) Pasal 1					
	a. Akurat					
	✓ Akurasi fakta	Keterangan tanggal, hari, jam	Ada	Tidak ada
	✓ Relevansi sumber berita	Orang / pihak yang diwawancarai	Ya	Tidak
	✓ Kesesuaian judul dengan isi berita	apakah narasumber yang relevan				
	✓ Akurasi penyajian	Kalimat judul utama sesuai dengan isi berita				
b. Berimbang						
✓ Perspektif pemberitaan	Salah satu data pendukung: tabel, statistik, foto, ilustrasi gambar, buku, Undang Undang	Sesuai	Tidak sesuai	
	Berita ditulis dengan dua perspektif yang berbeda	Ada	Tidak ada	

			Ya	Tidak
	<p>2) Pasal 3</p> <p>a. Menguji informasi</p> <p>✓ Melakukan <i>cross-check</i></p> <p>b. Berimbang</p> <p>✓ Porsi berita</p> <p>c. Opini yang menghakimi</p> <p>✓ Pencampuran fakta dan opini</p>	<p>Ada tidaknya kata-kata yang menyatakan persetujuan informasi, seperti “ditegaskan pula oleh”, “diyakini oleh”, “setuju dengan”</p> <p>Jumlah paragraf dan jumlah kata dalam penulisan berita masing-masing pihak</p>	Ada	Tidak ada
			Seimbang	Tidak seimbang

		Kata-kata <i>opinionative</i> seperti: tampaknya, diperkirakan, seakan-akan, terkesan, kesannya, seolah, agaknya, diramalkan, kontroversi, mengejutkan, manuver, sayangnya.	Ada	Tidak ada
	3) Pasal 4 a. Cabul	Salah satu dari foto, gambar, grafis, penulisan tingkah laku yang tidak senonoh.	Ada	Tidak ada
	4) Pasal 9 a. Kehidupan pribadi	Memuat hubungan asmara, keluarga, kehidupan seksual, jumlah harta, yang tidak ada hubungannya dengan kepentingan publik.	Ada	Tidak ada

TABEL 1

Unit Analisis

F. Definisi Operasional

Dari unit analisis diatas, peneliti membuat definisi operasional untuk memudahkan analisis sebagai berikut:

a. Pasal 1

✓ Akurat berarti dipercaya benar sesuai dengan keadaan objektif ketika peristiwa itu terjadi. Keakuratan (*acuracy*) meliputi: akurasi fakta, relevansi sumber berita, kesesuaian judul dengan isi berita, dan akurasi penyajian.

1. Akurasi fakta, pencantuman waktu terjadinya suatu peristiwa. Ini untuk melihat akurasi fakta atau opini. Indikatornya:

a. Mencantumkan waktu, yaitu bila berita mencantumkan waktu, bisa tanggal, kata-kata atau pernyataan tentang waktu atau keduanya sekaligus.

b. Tidak mencantumkan waktu, yaitu bila berita tidak mencantumkan waktu, bisa tanggal, kata-kata atau pernyataan tentang waktu atau keduanya sekaligus.

2. Relevansi sumber berita, yakni apakah narasumber yang diwawancarai adalah orang yang relevan, memiliki kapasitas untuk berbicara kepada publik. Indikatornya:

a. Relevan, yaitu apabila narasumber yang diwawancarai adalah orang yang memiliki kapasitas untuk berbicara kepada publik terkait kasus yang diberitakan.

b. Tidak relevan, apabila narasumber yang diwawancarai tidak memiliki kapasitas untuk berbicara kepada publik terkait kasus yang diberitakan.

3. Kesesuaian judul dengan isi yakni kesesuaian antara judul dengan isi berita. Apakah kalimat judul utama (bukan subjudul) merupakan bagian dari kalimat yang sama pada isi berita atau kutipan yang jelas-jelas ada dalam isi berita. Indikatornya:

- a. Sesuai, yaitu bila judul merupakan bagian dari kalimat yang sama pada isi berita atau kutipan yang jelas-jelas ada dalam isi berita.
- b. Tidak sesuai, bila judul bukan merupakan bagian dari kalimat yang sama pada isi berita atau bukan kutipan yang jelas-jelas ada dalam isi berita.

4. Akurasi penyajian, yaitu penggunaan data pendukung atau kelengkapan informasi atas kejadian yang ditampilkan, antara lain menggunakan tabel, statistik, foto, dan ilustrasi gambar. Indikatornya:

- a. Ada data pendukung, yaitu bila berita dilengkapi salah satu data pendukung, seperti tabel, statistik, foto, ilustrasi, gambar, buku, dan UU.
- b. Tidak ada data pendukung, yaitu bila berita tidak dilengkapi salah satu data pendukung, seperti tabel, statistik, foto, ilustrasi, gambar, buku, dan UU.

✓ Berimbang berarti semua pihak mendapatkan kesempatan yg setara. Indikatornya:

- a. Berimbang apabila masalah tersebut dilihat dari dua perspektif, yaitu dari masing-masing pihak yang bertentangan.
- b. Tidak berimbang, jika perspektif pemberitaan yang dipakai hanya dari satu pihak saja. Tidak ada kesempatan yang sama terhadap kedua pihak.

b. Pasal 3

- ✓ Menguji informasi berarti melakukan *check and recheck* tentang kebenaran informasi tersebut. Indikatornya:
 - a. Berita yang teruji informasinya adalah berita yang melakukan *cross check* berita dan termuat dalam kata-kata seperti “ditegaskan pula oleh...”, “setuju dengan...”, “diyakini oleh...”.
 - b. Berita yang tidak teruji informasinya adalah berita yang tidak melakukan *cross check* berita seperti yang disebutkan diatas.
- ✓ Berimbang dalam porsi berita dalam surat kabar dapat dilihat dari berapa banyak jumlah paragraf atau lebih spesifik lagi jumlah kata yang ditulis dari masing-masing pihak yang bersangkutan. Indikatornya:
 - a. Berimbang, apabila jumlah paragraf masing-masing narasumber sama dan seimbang.
 - b. Tidak berimbang, apabila ada salah satu pihak yang porsi pemberitaannya (jumlah paragraf) lebih banyak atau lebih sedikit dibanding pihak lainnya.
- ✓ Opini yang menghakimi adalah pendapat pribadi wartawan. Indikatornya:
 - a. Ada pencampuran fakta dan opini, yaitu bila terdapat kata-kata *opinionative* yang berasal dari wartawan, seperti: tampaknya, diperkirakan, seakan-akan, terkesan, kesannya, seolah, agaknya, diramalkan, kontroversi, mengejutkan, manuver, dan sayangnya.
 - b. Tidak mencampur fakta dan opini, yaitu jika dalam tulisan berita tersebut tidak terdapat kata-kata *opinionative* seperti: tampaknya, diperkirakan, seakan-akan, terkesan, kesannya, seolah, agaknya, diramalkan, kontroversi, mengejutkan, manuver, dan sayangnya.

c. Pasal 4

✓ Cabul berarti penggambaran tingkah laku secara erotis dengan foto, gambar, suara, grafis, atau tulisan yang semata-mata untuk membangkitkan nafsu birahi. Indikatornya:

a. Ada unsur cabul: adanya pemuatan salah satu dari foto, gambar, grafis, penulisan tingkah laku yang tidak senonoh atau kurang sopan dalam isi berita.

b. Tidak ada unsur cabul: tidak memuat salah satu dari foto, gambar, grafis, penulisan tingkah laku yang tidak senonoh atau kurang sopan dalam berita.

d. Pasal 9

✓ Kehidupan pribadi adalah pemberitaan segala segi kehidupan seseorang dan keluarganya selain yang terkait dengan kepentingan publik. Indikatornya:

a. Mencampuri kehidupan pribadi: dalam berita memuat tentang hubungan asmara, keluarga, kehidupan seksual, dan harta seseorang yang tidak ada kaitannya dengan kepentingan publik.

b. Tidak mencampuri kehidupan pribadi: berita tidak memuat tentang hubungan asmara, keluarga, kehidupan seksual, dan harta seseorang yang tidak ada kaitannya dengan kepentingan publik.

F. Metode Penelitian

G.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode analisis isi. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Penelitian kuantitatif tidak mementingkan aspek kedalaman data, melainkan aspek keluasan data sehingga data atau hasil riset dianggap merupakan representasi dari seluruh populasi (Kriyantono, 2007: 57). Selanjutnya Kriyantono dalam bukunya *Teknik Praktis Riset Komunikasi* mengatakan bahwa dalam penelitian kuantitatif, periset dituntut bersikap objektif dan memisahkan diri dari data, dan hubungan antara peneliti dengan subjek yang diteliti jauh.

Analisis isi adalah suatu metode untuk mempelajari dan menganalisis komunikasi secara sistematis, objektif, dan kuantitatif terhadap pesan yang tampak. Analisis isi memiliki prosedur yang sudah dirancang secara sistematis untuk mengkaji informasi yang terekam. Untuk itu data yang terdokumentasi adalah salah satu syarat mutlak dalam metode analisis isi (Kriyantono, 2007: 228).

Metode analisis isi memiliki beberapa prinsip, (Kriyantono, 2007: 229) yakni:

1. Prinsip sistematis

Ada perlakuan prosedur yang sama pada semua isi yang dianalisis. Periset tidak dibenarkan menganalisis hanya pada isi yang sesuai dengan perhatian dan minatnya, tetapi harus pada keseluruhan isi yang telah ditetapkan untuk diriset.

2. Prinsip objektif

Hasil analisis tergantung pada prosedur bukan orangnya. Kategori yang sama bila digunakan untuk isi yang sama dengan prosedur yang sama, maka hasilnya harus sama walaupun perisetnya berbeda.

3. Prinsip kuantitatif

Mencatat nilai-nilai bilangan atau frekuensi untuk melukiskan berbagai jenis isi yang didefinisikan. Diartikan juga sebagai prinsip digunakannya metode deduktif.

4. Prinsip isi yang nyata

Objek penelitian yang diriset dan dianalisis adalah isi yang tersurat (tampak), bukan makna yang dirasakan periset. Perkara hasil akhir dari analisis isi nanti menunjukkan adanya sesuatu yang tersembunyi, dan hal itu sah-sah saja. Namun semuanya bermula dari analisis terhadap isi yang tampak.

Penggunaan analisis isi mempunyai beberapa tujuan atau manfaat, yakni:

- Mendeskripsikan dan membuat perbandingan terhadap isi media
- Membuat perbandingan antara isi media dengan realitas sosial
- Isi media merupakan refleksi dari nilai-nilai sosial dan budaya serta sistem kepercayaan masyarakat
- Mengetahui fungsi dan efek media
- Mengevaluasi *media performance*
- Mengetahui apakah ada bias media

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui bagaimana penerapan etika jurnalistik yang tampak dalam pemberitaan kasus video mirip artis Ariel dan Luna Maya yang dimuat oleh harian Radar Jogja. Perlu digaris bawahi bahwa penelitian ini menganalisis dari setiap pesan yang tampak, sehingga analisis isi (*content analysis*) dinilai sebagai metode yang sesuai untuk digunakan. Apabila media massa merefleksikan dan menciptakan kondisi-kondisi sosial, analisis isi terhadap media massa ini dapat memberikan pemahaman terhadap nilai-nilai, orientasi, dan nilai-nilai suatu budaya. Dengan menganalisis isi pemberitaan seputar video mirip artis yang diberitakan oleh media cetak seperti Radar Jogja, maka penelitian ini diharapkan juga akan mampu memberikan pemahaman terhadap nilai-nilai dan orientasi yang dimiliki oleh pekerja media Radar Jogja. Bagaimana mereka memberitakan kasus ini, apakah sesuai dengan Kode Etik Jurnalistik atau tidak.

G.2 Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah berita-berita di SKH Radar Jogja mengenai kasus video mirip artis Nazril Irham dan Luna Maya mulai edisi 5 – 19 Juni 2010. Pemilihan Radar Jogja ini didasarkan pertimbangan praktis dan disengaja. Praktis maksudnya mudah diperoleh dan disengaja maksudnya dipilih karena faktor-faktor tertentu, yaitu dikarenakan koran Radar Jogja memiliki perhatian dan porsi berita yang cukup besar dalam kasus ini. Tercatat 36 item berita sejak hari pertama muncul di Radar Jogja yakni tanggal 5 Juni 2010 hingga dua minggu berikutnya tanggal 19 Juni 2010. Di samping itu, Radar Jogja juga memberitakan kasus video mirip artis tersebut dalam berbagai rubrik. Tidak hanya di rubrik *Show and Selebrity* yang khusus untuk berita-berita hiburan, tapi juga di

rubrik *hard news* seperti *Metropolis*, *Radar Magelang*, *Suara Rakyat*, dan *Berita Utama* sehingga memungkinkan untuk teks-teks berita ini diteliti secara lebih komprehensif. Radar Jogja beralamat di Jalan Ring Road Utara No.88, Depok, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta dan termasuk dalam Jawa Pos Group. Radar Jogja dengan profil pembaca wanita 45 % dan pria 55 % paling banyak dinikmati oleh pembaca berusia 30 – 50 tahun dengan oplah 80.000 eksemplar per hari.

Berita – berita seputar video mirip artis Nazril Irham dan Luna Maya di SKH Radar Jogja edisi 5 – 19 Juni 2010 yang dihimpun peneliti berjumlah 36 item berita, dan berita-berita ini tidak hanya dimuat pada satu rubrik tapi tersebar di beberapa rubrik di SKH radar Jogja, seperti berikut ini:

TABEL 2
Daftar Berita

No	Tanggal	Judul	Rubrik
	5 Juni 2010	Luna diterpa skandal video porno	Show & Celebrity
	6 Juni 2010	Pulang kerja lebih cepat	Show & Celebrity
		Ariel sibuk album baru	Show & Celebrity
	7 Juni 2010	Luna Maya beralasan berhalangan	Berita Utama
	8 Juni 2010	Nyaris lukai wartawan	Show & Celebrity
	9 Juni 2010	Luna mendadak ajukan cuti syuting	Show & Celebrity
		Bantah cabut karena skandal	Show & Celebrity
		Justin Bieber pun turut komentar	Show & Celebrity
	10 Juni 2010	Kado terburuk ultah anak	Show & Celebrity
		Bintang porno dunia ingin ketemu Ariel	Show & Celebrity
	11 Juni 2010	Polres razia video mesum	Metropolis
		Eks Peterpan jadwal ulang album baru	Show & Celebrity
		Semua sekolah diminta razia HP	Metropolis
		Polisi gerah peredaran video mesum	Berita Utama
		Aril – Luna tetap tebar senyum	Show & Celebrity
		Ariel rusak kamera wartawan	Show & Celebrity
	14 Juni 2010	Masuk Pretoria News, saingi berita skandal Presiden	Halaman Utama

		Tak mau komentari video mirip artis	Berita Utama
		Jangan hakimi anak band	Show & Selebrity
		Tegur tayangan video syur	Show & Selebrity
		Harus tangkap penyebar video	Show & Selebrity
		Puluhan peserta SNM PTN lampirkan foto artis	Berita Utama
		Mayoritas siswa SD pernah akses pornografi	Berita Utama
	15 Juni 2010	Wali kota Bandung cekal Ariel	Berita Utama
		Cegah peredaran video porno, HP pelajar dirazia	Radar Magelang
		Luna berhenti jadi ikon Lux	Show & Selebrity
		Cut Tari penuh panggilan	Show & Selebrity
		Bantah hubungan dengan Ariel	Show & Selebrity
	16 Juni 2010	Mesra terus tapi tak pernah difoto	Berita Utama
		Video syur tanpa rekayasa	Show & Selebrity
		Razia HP pun digencarkan di sekolah-sekolah	Radar Magelang
		DPR kecewa kasus video syur lamban	Show & Selebrity
	18 Juni 2010	Polisi tangkap tersangka penyebar	Headline
	19 Juni 2010	26 HP siswa diamankan	Metropolis

		Pernah ajak bantah video	Show & Celebrity
		Luna PHK 100 karyawan	Show & Celebrity

G.3. Jenis Data

Jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder.

a. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung oleh pengumpul data dari objek penelitiannya (Krisnamurthi, 1994: 42). Dalam penelitian ini, data primer tersebut berupa teks atau artikel asli SKH Radar Jogja tentang pemberitaan kasus video mirip artis Nazril Irham dan Luna Maya selama edisi 5 Juni – 19 Juni 2010.

b. Data sekunder

Data sekunder adalah semua data yang diperoleh secara tidak langsung dari objek yang diteliti (Krisnamurthi, 1994: 42). Dalam penelitian ini, data sekunder yang peneliti dapatkan diambil dari data *company profile* Radar Jogja seperti sejarah Radar Jogja, oplah, data statistik profil pembaca Radar Jogja, dan sebagainya. Data sekunder lainnya berupa artikel majalah, artikel dari internet, kamus, dan lain-lain yang dianggap peneliti bisa mendukung dan memperkaya data-data dalam penelitian ini.

G.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data untuk data primer dalam penelitian ini adalah mendokumentasi isi komunikasi atau mengkliping berita-berita yang akan diriset yakni pemberitaan seputar video mirip Nazril Irham dan Luna Maya yang dimuat di harian Radar Jogja yang waktunya dibatasi oleh peneliti. Waktu yang ditentukan yakni mulai 5 Juni – 19 Juni 2010. Untuk mengumpulkan data sekunder, peneliti melakukan studi pustaka guna memperoleh teori-teori maupun pemahaman yang dapat mendukung penelitian mengenai kode etik jurnalisme dan kasus video mirip artis tersebut. Sementara untuk memasukkan data ke dalam kategorisasi yang ditentukan, peneliti menggunakan lembar koding. Kegiatan pengkodean dimulai dengan memberikan penjelasan kepada pengkoding mengenai masalah dalam penelitian, mengenai batasan, dan definisi unit analisis. Pengkoding dipilih sendiri oleh peneliti dan diharapkan memiliki pemahaman tentang jurnalistik terutama mengenai Kode Etik Jurnalistik, dan memahami metode penelitian analisis isi kuantitatif.

G.5. Analisis Data

Data yang sudah dikumpulkan perlu disusun kemudian diolah atau dianalisis lebih lanjut. Data hasil penelitian ini akan diolah secara kuantitatif.

Tahapan dalam analisis data penelitian:

1. Mencatat frekuensi kemunculan unit analisis yang sudah ditetapkan dalam kategori yang sudah ditetapkan. Pencatatan ini menggunakan lembar koding yang sudah diisi oleh pengkoding.
2. Menggunakan tabel frekuensi distribusi. Salah satu cara yang sering dipakai dalam analisis data adalah frekuensi distribusi relatif, dimana data dibagi

dalam beberapa kelompok dan dinyatakan atau diukur dalam presentase (Suparmoko, 1996: 63). Dari setiap tabel diberikan penjelasan dalam bentuk uraian yang disusun sistematis.

3. Membandingkan. Hasil tabel frekuensi distribusi dibandingkan dengan dasar teori yang dijadikan acuan dalam penelitian.

G.6. Uji reliabilitas

Supaya objektif, maka kategorisasi yang sudah dibuat harus dijaga reliabilitasnya. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas yang digunakan adalah berdasarkan rumus *Ole R. Holsty*, dimana peneliti melakukan *pretest* dengan cara mengkode sampel ke dalam kategorisasi (lihat halaman 60). Selain pengkodean dilakukan oleh peneliti, juga akan dilakukan oleh seseorang lain yang ditunjuk oleh peneliti sebagai pembanding atau hakim. (Kriyantono, 2007: 234).

Hasil pengkodean dibandingkan dengan menggunakan rumus Holsty:

$$CR = \frac{2M}{N1+N2}$$

Keterangan:

CR = *Coefficient Reliability*

M = Jumlah pernyataan yang disetujui oleh pengkode (hakim) dan peneliti

N1,N2 = Jumlah pernyataan yang diberi kode oleh pengkode (hakim) dan peneliti