

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1. Tinjauan Pustaka**

Sejumlah penelitian membahas peran wartawan terkait etika dan independensi. Natalia (2019) menyebutkan kepentingan banyak pihak terutama pemilik modal media mempengaruhi ruang redaksi. Padahal dari ruang redaksilah segala standar tugas pelaksana wartawan di lapangan. Fokus pemilik modal yang lebih besar ke keuntungan mengakibatkan kefatalan di ruang-ruang redaksi dan wartawan di lapangan. Mereka tidak bebas menjalankan profesi sebagai jurnalis, baik yang di meja redaksi maupun di lapangan. Ada kecenderungan wartawan menuliskan secara bias berbagai pemberitaan akibat pengaruh pemilik modal.

Namun penelitian tersebut tidak mengupas secara khusus peran jurnalis dalam penulisan dan pencarian iklan. Peneliti hanya melihat peran media pada pemberitaan kasus korupsi, ternyata dinamika di ruang redaksi terjadi tarik-menarik kepentingan yang mengakibatkan lemahnya posisi media (Natalia, 2019).

Penelitian lain menyebutkan etika profesi jurnalis yang harusnya dijunjung tinggi menurut Dahlan (2011), terabaikan akibat persaingan ekonomi yang sangat keras. Media harus bisa bertahan di tengah gempuran teknologi informasi. Berbagai cara dilakukan hingga akhirnya mengurangi nilai luhur profesi. Ini tak lain karena ekonomi menjadi tuntutan utama dalam industri media. Tekanan dari perusahaan dan masyarakat menjadikan jurnalis benar-benar mengalami konflik peran di dalam pekerjaannya (Hellmueller, 2015).

Penelitian itu juga mengungkapkan aturan-aturan yang dibuat perusahaan, sistem politik, membuat wartawan tidak bebas mengekspresikan dirinya. Masyarakat memiliki harapan sangat besar pada jurnalis yang memiliki peran sangat mulia, salah satunya menjalankan fungsi sebagai kontrol sosial. Kenyataannya, ada fenomena yang berkembang yaitu jurnalis sebagai pencari iklan yang tidak terkait dengan profesi kewartawanan. Penelitian tersebut sebatas meneliti konflik peran wartawan di dalam struktur organisasi dan tidak membahas secara mendalam peran wartawan yang memperoleh tambahan sebagai pencari iklan.

Kondisi tersebut terjadi salah satunya akibat industri media konvensional yang tergerus oleh media baru yang berdampak persaingan tak sehat. Menurut Hidayat dan Abdullah (2015), kondisi terburuk pada media yakni tak mampu lagi membayar upah wartawan secara layak. Akhirnya, media membiarkan wartawan mencari tambahan penghasilan dengan cara apapun, termasuk menjadi pencari iklan formal maupun non formal. Formal artinya, jurnalis mendapat legitimasi menjadi pencari iklan dan uang dari perusahaan. Non formal, jurnalis atas inisiatif sendiri mencari iklan dan uang untuk kepentingan perusahaan dan pribadi. Penelitian Hidayat dan Abdullah menguak stigma wartawan bodrek atau wartawan amplop yang dimaknai sebagai pemeras. Pada penelitiannya hal itu terjadi karena oknum wartawan yang mencari-cari kesalahan orang, menakut-nakuti dan meminta imbalan uang. Penelitian mereka belum sampai mengungkap peran wartawan yang memperoleh beban tugas sebagai pencari berita sekaligus pencari iklan.

Penelitian lain menyebutkan peran ganda wartawan sangat berisiko bagi independensi pribadi dan media. Pramesti (2015) mengatakan dalam penelitiannya, perusahaan media tidak mengatur secara tegas aturan mengenai boleh atau tidaknya wartawan menerima uang dalam sebuah liputan. Peneliti membuat kategori wartawan yang menerima uang dalam peliputan dalam dua hal, yakni yang aktif mencari uang dan yang pasif. Keduanya bertujuan kepentingan pribadi bukan perusahaan. Fenomena yang terjadi akibat kemunculan media baru dan persaingan ketat, wartawan pun diminta mencari iklan untuk perusahaan. Di situ ada pembiaran dari perusahaan maupun keinginan pribadi wartawan.

Pramesti menyebut jurnalis harusnya menjunjung tinggi profesionalisme. Wartawan yang profesional harus bisa bersikap independen, tidak terikat dengan narasumber dan kepentingan narasumber. Namun penelitian tersebut belum secara khusus menyoroti peran wartawan ketika menjalani tugas sebagai pencari berita dan iklan.

Independensi sebagai tujuan objektivitas dalam jurnalistik menurut Maras (2013) bersifat transnasional. Artinya, nilai-nilai yang harus dipegang jurnalis berlaku secara umum di seluruh dunia. Kendati demikian, objektivitas dipengaruhi oleh kondisi setempat, yakni masyarakat, sosial, kebudayaan. Faktor kepemilikan perusahaan media juga menjadi salah satu aspek penting dalam independensi jurnalis. Kepentingan-kepentingan politik dan ekonomi mempengaruhi kerja dan independensi di ruang redaksi maupun di lapangan. Jajaran pimpinan di redaksi kadang-kadang memberi rambu pada wartawan agar tidak atau sebaliknya meliput peristiwa yang terkait dengan pemilik perusahaan media (Raharjo, 2014).

Penelitian lain, Nugroho dkk (2020) menemukan kebebasan jurnalis bukan lagi menjadi hal yang utama akibat kepemilikan media yang lebih mementingkan ekonomi. Media dalam hal ini wartawan sebagai pembuat konten harus bisa merekonstruksi kejadian sesuai fakta agar bisa menjadi berita yang bebas kepentingan pemilik media. Kepentingan pemilik modal bisa membuat independensi dan kebebasan wartawan terkikis. Wartawan yang berorientasi pada nilai komersial akan mengesampingkan kepentingan audiens bahkan lebih jauh dari itu, audiens bisa menjadi sasaran eksploitasi kepentingan pemilik modal.

Namun demikian ada pula penelitian yang tidak mempersoalkan bersatunya redaksi dan iklan sebagai gambaran bahwa jurnalis bisa menerima pola tersebut. Hal itu dianggap sebagai adaptasi dalam perkembangan media karena perusahaan dan redaksi bisa melakukan penyesuaian. Tradisi lama tidak mau menerima kondisi tersebut karena kekhawatiran akan mempengaruhi profesionalisme jurnalis. Orang-orang baru yang beradaptasi dan bersedia mengkompromikan redaksi dan uang menganggap tradisi lama harus ditinggalkan supaya media bisa bertahan. Pemisahan yang tegas antara ruang redaksi dan iklan tidak lagi menjadi fokus di dalam organisasi yang menyesuaikan dengan perkembangan zaman (Cornia, 2020).

Sementara itu, Obermaier dan Koch (2015) melakukan penelitian tentang wartawan yang melakukan peran ganda sebagai humas. Wartawan yang bekerja paruh waktu sebagai humas merasa apa yang dilakukannya bertolak belakang dengan profesi sebenarnya. Di satu sisi para wartawan harus menjalankan tugas sebagai pewarta untuk memenuhi harapan masyarakat tetapi di sisi lain juga bekerja mewakili kepentingan perusahaan, lembaga, di luar lembaga medianya. Mereka

membangun citra positif kondisi perusahaan yang diwakilinya. Akhirnya terjadi konflik di dalam diri wartawan. Penelitian mencoba melihat peran wartawan yang menjalankan fungsi sebagai wartawan sekaligus sebagai humas. Wartawan menjalankan peran tersebut karena pendapatan humas jauh lebih tinggi.

Penelitian lain menyebutkan perkembangan teknologi dan ekonomi mengakibatkan pergeseran peran wartawan ketika menjalankan tugas mencari berita dan di dalam ruang redaksi. Pergeseran itu terlihat pada kecenderungan wartawan yang juga berperan sebagai pemasar berita. Mereka yang ada di lapangan membuat berita dan ruang redaksi menjadikannya sebagai produk yang layak jual kepada audiens. Pemasaran mereka lakukan melalui media sosial yang dapat menjangkau audiens secara lebih luas. Wartawan secara tidak langsung memasarkan juga produknya kepada pemasang iklan yang akan melihat sejauh mana jangkauan audiensnya. Konsep ini sudah muncul sejak awal 2000an seiring dengan perkembangan teknologi (Tandoc Jr, 2015).

Bukan hanya itu, penelitian mengenai praktik media atau wartawan menjadi pencari iklan muncul dalam beberapa tahun terakhir meskipun belum secara jelas. Wujudnya apa yang dikenal sebagai iklan natif. Istilah native advertising muncul ketika media daring terus berkembang bukan hanya dalam bentuk tetapi juga konten. Kondisi ini mengakibatkan pergeseran di dalam ruang kerja media terutama di redaksi karena munculnya iklan yang secara format penulisan sama dengan konten berita (Tuna & Ejder, 2019). Mereka juga menyebutkan dalam usia yang relatif muda, iklan natif masih akan terus berkembang dengan editorial yang akan semakin asli sehingga tidak tampak sebagai iklan.

Menurut Catharina (2021), iklan natif merupakan bentuk iklan komersial yang menyerupai tulisan produk wartawan, berita atau tulisan ringan. Tulisan yang sebenarnya iklan, berpotensi menyesatkan pembaca karena mereka yang tidak mengerti akan menganggap iklan natif sebagai berita. Padahal dalam proses pembuatan berita hingga tayang memerlukan proses panjang dengan syarat-syarat tertentu. Pada iklan natif tidak seperti itu karena sifatnya komersial.

Praktik iklan natif tak hanya menjadi permintaan pengiklan yang menginginkan konten komersialnya tersamar dan menyerupai berita biasa. Praktik tersebut di satu sisi menguntungkan pengiklan karena memiliki nilai lebih dari iklan yang menyerupai berita. Di sisi lain merugikan media karena produk iklan natif tidak melalui proses layaknya penerbitan berita. Dengan demikian tulisan iklan natif tetaplah iklan, bukan karya wartawan yang harus memenuhi berbagai kaidah (Catharina, 2021; Odilia, 2021).

Beckert (2022) dalam penelitiannya menyatakan iklan natif melanggar kaidah jurnalistik. Kompromi jurnalistik dan iklan natif memiliki kelemahan-kelemahan. Kaidah jurnalistik merupakan pegangan bagi para wartawan untuk memenuhi harapan masyarakat akan informasi yang benar dan mencerahkan. Dalam peran ini wartawan harus jujur, netral dan objektif. Sebaliknya praktik iklan natif berpotensi menipu, tidak objektif dan tidak netral karena mengedepankan sisi komersial. Hal ini bertentangan dengan tanggung jawab sosial wartawan (Beckert, 2022).

Penelitian-penelitian tersebut belum secara spesifik menyoroti independensi dan etika wartawan ketika menerima tugas sebagai pencari berita sekaligus pencari iklan. Penelitian ini berusaha memperkaya penelitian-penelitian sebelumnya

tentang peran jurnalis di tengah kompetisi media. Ada pola baru yang muncul ketika media menghadapi perkembangan media baru dan satu di antaranya menjadikan wartawan melakukan peran sebagai pencari iklan.

## **2.2. Landasan Teori**

Melihat berbagai penelitian yang belum fokus pada peran ganda wartawan sebagai pencari berita dan iklan, peneliti ingin memperkaya dengan membuat penelitian berlandaskan sejumlah teori.

Denis McQuail dalam Susanto (2009) mengatakan kebebasan pers meliputi beberapa hal yaitu, bebas dari upaya penyensoran, penerbitan dan distribusi terbuka bagi siapa saja, kritik terhadap pemerintah tidak bisa dipidanakan, pers tidak wajib memberitakan semua hal, jurnalis memiliki posisi tawar kuat di dalam perusahaan media sehingga tidak harus tunduk pada ketentuan yang tidak sejalan dengan profesinya. Akan tetapi, kondisi ini dikhawatirkan dapat bergeser akibat peran ganda wartawan sebagai pencari berita sekaligus pencari iklan. Bukan hanya itu, peran ganda karena dalam diri yang sama menjalani peran yang berbeda juga bisa mengakibatkan konflik peran di dalam diri wartawan yang tidak sesuai dengan fungsi media.

Media memiliki empat fungsi menurut Severin dan Tankard Jr (2011). Pertama fungsi pengawasan atau *surveillance*. Pada fungsi ini media merupakan lembaga yang memproduksi dan menyediakan berita untuk masyarakat. Media memberi informasi terkait kejadian-kejadian yang bakal terjadi dan sudah terjadi di dalam masyarakat.

Fungsi kedua, korelasi atau *correlation* dimaknai sebagai kritik atas sesuatu yang terjadi di dalam masyarakat. Media bertujuan menjaga dan menjalankan norma sosial mengawasi pemerintah dan individu yang berada dalam kekuasaan.

Fungsi ketiga, penyampaian warisan sosial atau *transmission of the social heritage*. Pada fungsi ini media menjalankan tugas menyampaikan informasi dan nilai-nilai dalam masyarakat secara berkesinambungan dari generasi ke generasi. Media juga menjadi tempat untuk menyatukan kesatuan sosial dan mengurangi runtuhnya tatanan sosial melalui informasi dan pemberitaannya.

Fungsi keempat hiburan atau *entertainment*. Hiburan merupakan fungsi media yang sangat penting bagi manusia. Seseorang yang merasa Lelah fisik maupun psikis dapat beristirahat sejenak dengan menikmati konten media. Ada banyak media yang menyajikan hiburan seni dan budaya, tradisional maupun populer.

Effendy (2003) menyebutkan fungsi media yang utama yakni menyampaikan informasi yang berasal dari karya jurnalistik wartawan. Ia mencatat ada empat fungsi media ( (Effendy, 2003).

Pertama, media memiliki fungsi menyampaikan informasi kepada khalayak. Ini menjadi fungsi yang utama dari media massa supaya masyarakat mengetahui berbagai peristiwa yang terjadi. Informasi yang disampaikan adalah informasi yang sesuai fakta.

Kedua, media mempunyai fungsi mendidik masyarakat. Pada fungsi ini media massa memiliki kewajiban menyampaikan informasi yang mencerahkan, membuat masyarakat dari semula tidak mengetahui tentang sesuatu hal akhirnya



menjadi tahu. Bukan hanya tahu tetapi juga memahami. Ini menjadikan media massa sebagai seperti seorang guru (Sumadiria A. H., 2011).

Ketiga, media berfungsi menghibur dengan tulisan-tulisan yang ringan yang membuat pembaca atau pemirsa merasa terhibur. Karya jurnalistik pada fungsi ini pada media massa cetak bisa berupa tulisan dan gambar seperti karikatur atau kartun bahkan bisa juga foto. Pada media lain menyesuaikan dengan medianya, televisi dengan liputan-liputan wisata, radio dengan lagu-lagu.

Keempat, fungsi media massa yakni mempengaruhi pola pikir dan perilaku masyarakat. Kehadiran media massa memegang peranan penting dalam kehidupan manusia.

Fungsi lainnya, media sebagai koreksi. Pada fungsi ini, media massa menjalankan peran sebagai pengawas dan pengontrol jalannya kekuasaan. Kekuasaan bisa berarti pemerintah, parlemen dan lembaga peradilan. Namun demikian di dalam praktiknya media tidak bisa bebas menyampaikan informasi ke masyarakat karena pengaruh kekuasaan dan kepemilikan media (Raharjo, 2014).

Selain itu, media massa juga memiliki fungsi mediasi, membantu mempertemukan pihak-pihak yang terlibat dalam persoalan kemudian mencari jalan keluar. Fungsi media sebagai mediasi tidak serta merta mempertemukan pihak-pihak yang berkonflik. Dalam fungsi ini media merekonstruksi informasi supaya masing-masing pihak merasa tertarik (Sumadiria A. H., 2011; Burton, 2012).

Dalam menjalankan fungsi atau perannya, sering terjadi konflik dalam diri wartawan apalagi ketika harus melakukan peran yang berbeda. Mangkunegara

(2013) memberi makna konflik sebagai adanya situasi yang bertentangan, antara harapan dan realita dalam diri seseorang, komunitas, organisasi dan masyarakat. Konflik peran tersebut dapat terjadi ketika seseorang menjalani minimal dua peran, bahkan bisa lebih dari dua, yang berbeda atau bertentangan antara satu peran dan peran lainnya. Di dalam penelitian ini, peneliti ingin mengungkap pengalaman wartawan yang menjalankan peran lebih dari satu, bukan saja sebagai pencari berita tetapi juga pencari iklan dan penulis iklan natif. Akibat peran ganda tersebut dapat terjadi konflik karena persepsi yang tidak sama antara satu orang dengan orang lain atau pihak satu dan pihak lainnya. Perbedaan tersebut mengakibatkan kesenjangan yang dapat diselesaikan melalui penyelesaian tuntas, setengah tuntas atau malah tidak ada penyelesaian sama sekali (Andri, 2015)

Selain itu, makna lain konflik yakni ada ketidakseimbangan antara satu pihak dengan pihak yang lain dalam konteks sosial. Konflik merupakan pembentuk komunitas sosial (Mas'udi., 2015). Konflik juga dimaknai sebagai adanya perbedaan pengertian terhadap sesuatu. Perbedaan tersebut mengakibatkan ketegangan bahkan dapat berlanjut ke permusuhan hingga kekerasan (Wahyudi A., 2015).

Konflik dalam diri wartawan dapat terjadi karena ketidaksesuaian peran yang bertentangan sehingga membuat dirinya ragu-ragu (Sudarmanto, et al., 2021). Peran diartikan sebagai aktivitas sehari-hari kemudian menjadi akting yang memperoleh status dalam kehidupan sosial. Ketika seseorang menjalani peran sehari-hari mengajari anak-anak membaca, menulis, berhitung, ia sedang menjadi guru atau pengajar. Peran juga dimaknai sebagai hak, tugas, harapan dan norma dalam

kehidupan sosial yang harus dipenuhi oleh seseorang. Namun demikian pemaknaan peran tergantung dari situasi dalam lingkungan sosial (Ashidiqie, 2020).

Istilah peran merujuk pada dunia seni pertunjukan, seseorang bisa bermain sebagai tokoh sesuai dengan karakter yang dibangun penulis atau sutradara. Peran tidak berdiri sendiri tetapi berhubungan dengan situasi kondisi serta lingkungan masyarakat sekitar (Hutami, 2011).

Dalam konteks media massa, peran wartawan mulai dari meliput, membuat dan mengolah berita kemudian mengirimkannya ke kantor supaya bisa ditayangkan. Ada proses panjang sebelum berita bisa tampil di media cetak, elektronik dan daring. Proses itu meliputi penyaringan di meja editor, editor bahasa, tata letak, redaktur pelaksana, wakil pemimpin redaksi dan pemimpin redaksi (Putra, 2006).

Pada UU No 40 Tahun 1999 tentang Pers jelas tertulis bahwa wartawan merupakan seseorang yang bertugas melakukan kegiatan jurnalistik secara berkala (Pers D. , 2017). Tugasnya juga tertera dalam UU tersebut yakni semua bentuk yang menyangkut pencarian informasi kemudian mengumpulkannya, memroses menjadi berita dan menyiarkan kepada masyarakat (Wibawa, 2012). Di dalam melaksanakan tugas, wartawan harus berpegang pada Kode Etik Jurnalistik.

Saputra di dalam Thariq B (2019) menyebutkan peran wartawan semakin kompleks di era revolusi industri 4.0. Wartawan tidak lagi semata-mata menjadi bagian dari pers yang berusaha melawan Orde Baru seperti sebelum reformasi tetapi juga menjadi bagian dari komersial untuk memperoleh pendapatan (Wibawa, 2012). Pada perkembangannya, peran wartawan di era teknologi tak juga sebatas

menyampaikan informasi namun sekaligus sebagai pembawa teknologi. Mereka menjadi sumber informasi teknologi bagi khalayak. Bahkan lebih jauh dari itu, wartawan menjadi sumber pemecah masalah khususnya pada persoalan yang menyangkut teknologi (Thariq B & Utomo., 2019).

Para ahli menyebutkan wartawan berangkat dari kegiatan yang dilakukan yakni menulis jurnal atau menulis warta. Ada yang mengistilahkan wartawan sebagai juru warta, juru berita, ahli berita atau jurnalis. Diah dalam Sobur (2001) mengatakan wartawan merupakan abi atau hamba masyarakat yang bertugas memberi penerangan, mengajak berpikir.

Menurut Adinegoro dalam Sobur (2001), wartawan adalah orang yang hidupnya bekerja sebagai anggota redaksi media cetak. Ia bisa bekerja di dalam ruang redaksi tetapi dapat pula di luar kantor, mencari dan memproduksi berita kemudian mengirimkannya ke kantor media.

Wartawan disebut profesi karena dalam mengerjakan tugasnya harus memenuhi kaidah-kaidah jurnalistik. Tidak semua orang yang bisa menulis dikategorikan sebagai wartawan. Profesional berarti dalam bekerja memiliki ketrampilan teknis dalam penulisan dan penyuntingan, memenuhi kaidah etika yang tertera di dalam kode etik jurnalistik maupun di dalam UU yang berlaku (Kusumaningrat, 2014).

Keberadaan wartawan sangat penting pada era informasi yang semakin kompleks. Wartawan bisa memperoleh informasi secara cepat dan menyebarkannya kepada khalayak. Namun semua itu mengalami pergeseran karena wartawan harus memperoleh informasi yang lebih mendalam dengan pola investigasi yang

kemudian memunculkan istilah jurnalisme investigasi. Jurnalisme investigasi merupakan bagian dari pengembangan jurnalisme konvensional. Pola ini menjadi nilai tambah wartawan dalam situasi persaingan yang sangat kompleks di era teknologi informasi dan komunikasi (Santana K, 2009). Dengan peliputan investigasi, banyak hal bisa terungkap tidak hanya yang tampak di permukaan.

Di tengah informasi yang semakin beragam, masyarakat memiliki harapan tinggi agar wartawan dapat menyampaikan informasi yang faktual sesuai dengan fakta (Kovach, 2011). Namun tidak semua wartawan dapat memenuhi harapan masyarakat karena ada wartawan yang benar-benar bekerja sesuai dengan alur profesinya tetapi ada pula yang di luar itu. Mereka yang bekerja di luar alur karena kepentingan ekonomi juga politik diri sendiri. Kondisi ini memunculkan istilah wartawan sebagai pahlawan dan sebaliknya ada pula wartawan sebagai penjahat. Wartawan sebagai pahlawan berusaha memenuhi harapan masyarakat dengan bekerja secara jujur, sesuai kaidah. Sebaliknya, wartawan sebagai penjahat bekerja tanpa mau melihat kepentingan publik, wartawan bekerja untuk kepentingan diri sendiri (Saltzman, 2002).

Dalam menjalankan perannya sebagai juru warta, wartawan sehari-hari tidak lepas dari penulisan berita. Informasi yang disajikan dalam bentuk berita harus memenuhi kaidah berdasarkan fakta dan kebenaran. Berita sebagai laporan cepat tentang peristiwa atau fakta terkini harus sesuai dengan kenyataan, bukan fiktif, menarik perhatian banyak orang dan disampaikan melalui saluran media cetak, radio, televisi dan yang terbaru yakni internet (Sumadiria A. H., 2006).

Pakar lain menyebut berita sebagai informasi yang paling faktual mengenai fakta bahkan opini termasuk di dalamnya. Unsur yang sama yakni, menarik perhatian banyak orang sehingga mau membaca atau menontonnya (Kusumaningrat, 2014). Berita yang menarik bukan atas imajinasi wartawan namun berdasarkan fakta atau peristiwa yang memang benar-benar terjadi. Bisa saja wartawan mendapat informasi tidak menarik tetapi karena kemauan melihat sesuatu secara lebih rinci dan detil, jadilah sebuah karya berita yang menarik bagi khalayak (Putra, 2006).

Definisi tentang berita bukanlah sekadar informasi namun informasi terbaru. Meskipun informasi terbaru tersebut bisa bermakna bias karena baru bagi seseorang belum tentu baru bagi orang lain. Informasi tersebut dapat kejadian, sesuatu hal bahkan tentang orang dan tentunya yang dibuat oleh wartawan dan disebarluaskan oleh media massa, apapun bentuk medianya (Van Dijk, 2009).

Informasi terbaru belum tentu masuk ke dalam kategori berita kalau tidak memenuhi sejumlah persyaratan. Ada 10 persyaratan supaya sebuah informasi dapat dikategorikan sebagai berita yakni informasi tentang pelaku kekuasaan, artis, hiburan, informasi yang mengejutkan, informasi negatif, informasi baik, perilaku orang atau kelompok, informasi yang saling berhubungan, keberlanjutan dan informasi dari dalam internal redaksi media seperti tajuk rencana (Harcup & O'Neill, 2016).

Berita berbeda dengan iklan. Ada beberapa definisi tentang iklan, Kotler dan Keller dalam Priansa (2017) menyatakan iklan adalah semua bentuk promosi, presentasi mengenai barang dan jasa yang ditujukan kepada banyak orang. Dalam

beriklan, seseorang atau perusahaan, lembaga, harus mengeluarkan biaya tertentu. Cravens dan Piercy menyebutkan, iklan merupakan komunikasi bukan pribadi tentang gagasan, perorangan atau lembaga dan perusahaan di satu dan atau banyak media yang berbayar (Priansa, 2017).

Iklan juga diartikan sebagai bentuk komunikasi yang memotivasi untuk tujuan komersial. Iklan tidak bersifat personal dan berusaha mempengaruhi publik agar tertarik kemudian memberikan pemasukan bagi pemasang iklan atau membeli produk. Media massa dalam beriklan meliputi media cetak, elektronik, penyiaran dan daring. Iklan bisa berupa produk barang atau benda namun bisa juga jasa. Karena itu, pengaruh iklan tidak hanya membuat orang membeli barang tetapi membeli keahlian, kemampuan seseorang (Lukitaningsih, 2013; Situmeang, 2016). Berdasarkan pengertian tersebut, terlihat jelas berita dan iklan. Berita tidak bertujuan komersial sedangkan iklan memiliki tujuan komersial. Keduanya berada dalam ranah yang berbeda.

Iklan sebagai salah satu pendapatan perusahaan sangat penting bagi kehidupan media. Iklan menjadi penopang hidup dan matinya perusahaan media. Tidak hanya di media massa cetak tetapi juga media massa lainnya seperti penyiaran dan daring. Masing-masing media berusaha supaya bisa memperoleh iklan sebanyak-banyaknya dengan berbagai cara, terlebih ketika persaingan sangat ketat. Persaingan tersebut mengakibatkan penetapan harga iklan yang bervariasi, satu media bisa memberi harga iklan lebih murah dibandingkan lainnya dengan harapan bisa memperoleh pemasukan lebih banyak (Hidayat & Abdullah., 2014).

Ini memberi gambaran betapa pentingnya pemasukan perusahaan media massa dari iklan.

Persaingan untuk memperoleh iklan membuat media mempunyai kecenderungan membuat berita yang tidak mendalam. Media menjadikan khalayak sebagai konsumen yang hanya memerlukan membaca berita secara singkat (Hu, 2016). Di sinilah ekonomi menjadi salah satu persoalan bagi wartawan ketika menjalankan tugas. Perkembangan teknologi dan tekanan ekonomi membuat wartawan mengalami krisis dan berubahnya paradigma. Paradigma wartawan mengalami perubahan dari idealisme seperti yang ada dalam teori menjadi praktik yang sangat berbeda (Hanitzsch, Hanusch, Ramaprasad, & Beer, 2019). Idealisme wartawan berhadapan dengan ekonomi yang bisa membuat mereka tertekan. Idealnya tidak ada campur tangan kekuasaan, pemilik media dan pihak-pihak yang merasa telah memberi kontribusi kepada media karena media memiliki hak kebebasan (Maras, 2013; Raharjo, 2014). Namun demikian, pada praktiknya akan sangat berbeda.

Berdasar uraian di atas, media perlu memisahkan secara tegas antara iklan dan berita karena keduanya merupakan produk yang berbeda. Keduanya juga memiliki prinsip yang berbeda. Di dalam kode etik jurnalistik sudah tertera secara jelas wartawan ketika menjalankan profesinya harus mengacu ke sana. Wartawan tidak boleh melanggar kode etik dan menyampaikan informasi secara jujur (Pers D. , 2017). Namun demikian terkait dengan penelitian ini, kenyataan di lapangan berbeda. Wartawan menyampaikan informasi secara tidak jujur karena keterikatan dengan pemberi iklan yang ingin menyampaikan pesan tertentu. Iklan merupakan



rangkaian pesan-pesan yang ditujukan untuk konsumen supaya mereka mempunyai pandangan baik terhadap iklan tersebut (Darmawan, 2006). Dampaknya, wartawan yang menulis iklan akan menyampaikan hal yang baik-baik saja meskipun dalam kenyataannya bisa sebaliknya.

Dalam prinsip periklanan juga ada etika yang harus dipenuhi yakni kejujuran, tidak bertentangan dengan hukum, tak boleh merendahkan martabat seseorang, menyinggung perasaan atau mengandung unsur SARA dan bersaing secara sehat (Perwira & Winanti, 2020). Wartawan dan iklan sama-sama memiliki prinsip yang dalam praktik di lapangan kadang-kadang tidak sesuai dengan prinsip tersebut. Wartawan ingin menyampaikan informasi yang jujur apa adanya, iklan ingin menyampaikan yang baik-baik saja.

Selain kode etik jurnalistik untuk wartawan, ada prinsip jurnalistik yang juga dapat menjadi pegangan wartawan. Bill Kovach dan Tom Rosenstiel mengenalkan prinsip-prinsip dasar jurnalistik tersebut yang sangat penting bagi jurnalis dan media. Ada sembilan elemen mendasar yang dapat menjadi pegangan wartawan menjalankan tugas. Salah satu elemen di dalamnya yakni wartawan harus independen, tidak terpengaruh pihak lain ketika menulis dan menyajikan informasi. Elemen lain terkait independen adalah penyampaian fakta sesuai dengan kebenaran yang diperoleh atau apa adanya. Masih ada elemen lain yang terkait yakni loyalitas jurnalis kepada masyarakat bukan perusahaan atau pemasang iklan. Penulisan berita dalam elemen lain disebutkan harus proporsional dan komprehensif, tidak melebih-lebihkan atau hanya memuat kepentingan tertentu (Kovach, 2011).

Sembilan elemen jurnalistik menurut Bill Kovac dan Tom Rosenstiel sebagai berikut.

Pertama, wartawan bekerja berpegang pada kebenaran. Banyak pihak yang masih mempertanyakan kebenaran yang seperti apa yang harus menjadi pegangan wartawan. Kebenaran diperoleh ketika wartawan dapat bekerja secara jujur. Ia menyampaikan informasi yang diperoleh tanpa membumbui dengan opini sendiri. Fakta yang terlihat di depan mata merupakan kebenaran yang utama. Di balik itu bisa diungkap lebih jauh dengan jurnalisme investigasi.

Kedua, wartawan bekerja untuk khalayak. Prinsip ini menjadi pegangan wartawan agar ia melihat kepentingan yang lebih luas dalam menjalankan tugas. Kepentingan luas itu adalah masyarakat, khalayak. Masyarakat berhak mendapat informasi yang benar dan akurat dari wartawan.

Ketiga, wartawan harus selalu melakukan verifikasi. Ketika memperoleh informasi, wartawan wajib melakukan verifikasi. Ia harus menguji informasi tersebut apakah benar-benar dapat dipertanggungjawabkan atau tidak. Wartawan perlu melakukan langkah ini supaya tidak terjebak dalam kepentingan tertentu bahkan tidak terjebak menyebarkan informasi tidak valid atau bohong.

Keempat, wartawan tidak terpengaruh dengan berbagai kepentingan. Kepentingan bukan saja kepentingan pemilik media tetapi juga kepentingan lain seperti kekuasaan atau partai politik. Independensi menjadi pegangan wartawan ketika melakukan peliputan. Ia juga harus menjaga jarak dengan objek peliputan.

Kelima, wartawan bekerja untuk khalayak dan terutama mereka yang tertindas, tidak memiliki akses informasi dan politik. Ini terkait dengan fungsi

media sebagai pemantau dan pengkritik kekuasaan. Dalam elemen ini, wartawan menjalankan prinsip sebagai watchdog. Pekerjaan sebagai anjing penjaga menuntut wartawan mampu melakukan kerja-kerja investigatif, tidak hanya memberitakan yang tak di permukaan sebagai fakta. Ada pola penggalian supaya wartawan bisa memperoleh fakta lain.

Keenam, wartawan yang bekerja kepada khalayak wajib memberi forum terbuka kepada mereka. Hal ini penting agar wartawan bisa mengetahui apa yang menjadi kritik khalayak kepada media. Pemberian ruang kepada public menjadi ajang dialog bagi media dan masyarakat.

Ketujuh, wartawan menyajikan informasi bukan membuat cerita fiktif. Karena itu, ia harus mampu menyampaikan hal-hal yang penting agar menarik dan relevan sesuai dengan fakta yang ada. Masyarakat memerlukan informasi penting yang dikemas menjadi tulisan menarik.

Kedelapan, pada elemen kedelapan Bill Kovac menekankan pentingnya wartawan membuat berita yang komprehensif dan proporsional. Ini penting supaya sebuah tulisan benar-benar akurat dan dapat dipertanggungjawabkan. Selain itu, komprehensif dan proporsional menjaga dan membatasi informasi supaya tidak melebar ke mana-mana atau bahkan melenceng dari fakta.

Kesembilan, hati nurani merupakan elemen penting dalam profesi wartawan. Hati nurani menjadi pedoman wartawan selain kode etik jurnalistik. Wartawan paling mengerti situasi di lapangan sehingga ketika menyajikannya harus sesuai dengan fakta dan berani melawan tekanan untuk tidak menyampaikan fakta.

Kebebasan pers dan juga kebebasan jurnalis ini sangat penting karena media merupakan salah satu pilar demokrasi selain legislatif, eksekutif dan yudikatif. Pers yang bebas yang tidak terikat dengan kelompok tertentu merupakan salah satu kunci kualitas demokrasi. Dengan kebebasannya, mereka bisa menjalankan fungsi kontrol bahkan kritik kepada penguasa. Karenanya, informasi yang disampaikan kepada publik harus benar-benar menjunjung tinggi independensi (Subiakto, 2014).

Sebuah berita yang objektif apabila memenuhi unsur kejujuran, akurasi, lengkap, sesuai kenyataan dan tidak mencampuradukkan dengan opini. Berita merupakan penyajian fakta tanpa unsur keinginan dari penulis untuk menilai atau bahkan menyimpulkan (Musfialdy, 2019).

Memang, objektivitas selalu menjadi perdebatan yang tidak pernah habis. Banyak orang mempertanyakan apakah wartawan bisa benar-benar objektif dan independen? Apakah pengetahuan dan pengalaman wartawan tidak mempengaruhi objektivitas? Wartawan perlu melakukan banyak hal supaya bisa menghasilkan karya yang objektif. Objektif merupakan cara bukan tujuan. Ketika objektivitas menjadi sebuah tujuan, akan membuat keragu-raguan bahkan menyangsikan bakal tercapai (Harsono, 2022).

Dalam proses peliputan dan penulisan yang objektif, wartawan Indonesia mempunyai pegangan yang tertera di dalam Kode Etik Jurnalistik. Di dalam Peraturan Dewan Pers Nomor: 6/Peraturan-DP/V/2008 Tentang Pengesahan Surat Keputusan Dewan Pers Nomor: 03/SK-DP/III/2006 Tentang Kode Etik Jurnalistik Sebagai Peraturan Dewan Pers tertera secara rinci tentang Kode Etik Jurnalistik. Ada sebelas pasal lengkap dengan penjelasannya mengenai Kode Etik Jurnalistik

(Pers D. , 2017). Pasal-pasal di dalam Kode Etik Jurnalistik memuat tataran ideal seorang wartawan hingga hal-hal praktis yang boleh dan tidak boleh dilakukan ketika menjalankan tugas. Pada pasal 1 dan 6 sangat terkait dengan penelitian ini yakni menyebut soal independen dan tidak terpengaruh siapapun termasuk pemilik media. Kecuali itu juga ditegaskan wartawan tidak boleh menyalahgunakan profesinya serta tidak boleh menerima suap.

Namun situasi sekarang di dalam praktik menurut wawancara pra riset, ada kalangan wartawan menabrak rambu-rambu tersebut. Persaingan pasar dan perkembangan teknologi membuat media di mana wartawan ada di dalamnya. Melakukan cara-cara yang tidak etis dalam memperoleh berita dan menyiarkannya. Kondisi tersebut semakin parah karena banyak pemilik media dan jajaran atas manajemen bukan orang media. Mereka orang-orang bisnis yang mengedepankan kepentingan pasar sehingga menjadikan berkurangnya kepekaan atas informasi (Haryatmoko, 2011).

Di situ terlihat jelas bagaimana ekonomi memainkan peran besar di dalam dunia media. Tidak menutup kemungkinan wartawan melawan pegangan etika karena menjalankan tugas yang cenderung berseberangan dengan tugas pokoknya karena alasan ekonomi. Padahal, di dalam Chapultepec Declaration on Press Freedom yang diinisiasi Inter American Press Association (IAPA) sudah mempertegas kebebasan wartawan dari intervensi apapun. Intervensi yang bersifat teror, kekerasan maupun ekonomi (Christopher, 1997).

Pers yang bebas adalah pers yang tidak mengekang wartawannya (Susanto, 2009). Kebebasan wartawan menyampaikan informasi dilandasi oleh hati nurani

bahwa ia bekerja untuk masyarakat bukan untuk kepentingan lain yang dapat mempengaruhi idealismenya (Kovach, 2011). Kebebasan pers terjadi ketika wartawan bisa menyampaikan informasi kepada khalayak sesuai dengan fakta, kebenaran, tidak atas dasar pesanan dari pihak tertentu (B Lambeth, 1992).

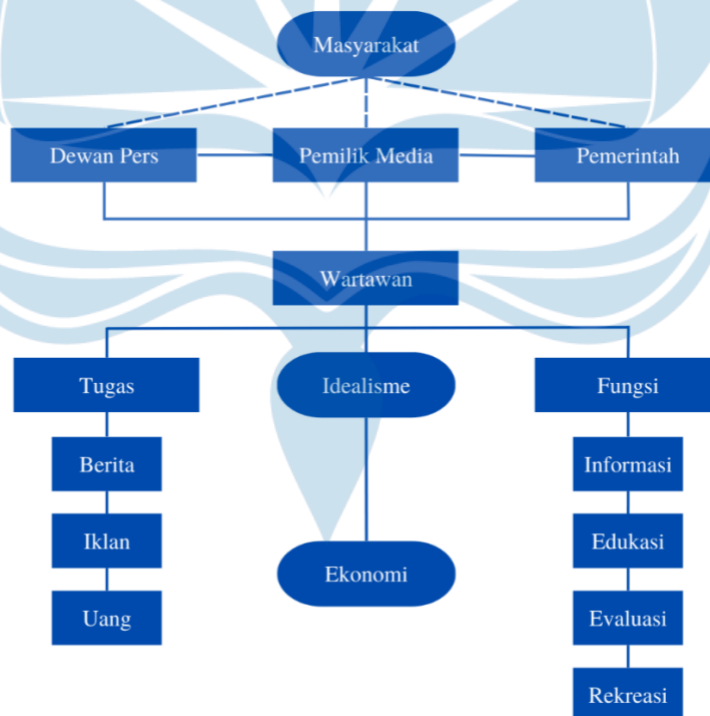
Di era kebebasan, banyak pihak dapat menyampaikan informasi melalui banyak saluran. Mereka tidak lagi menjadikan kaidah jurnalistik sebagai basis namun mengagungkan kebebasan yang bagi para pakar merupakan titik terjadinya awan gelap pada dunia media massa (Holmes, 2012). Menyambut awan gelap itu, media massa mencari terobosan untuk mempertahankan keberadaannya, salah satunya menambah peran wartawan selain sebagai pencari berita tetapi juga pencari iklan.

Rambu-rambu etika profesi menjadi sangat lemah, komitmen media dan wartawan untuk menjaga dan mempertahankan fungsi serta idealismenya menjadi pertanyaan saat mereka menjalani peran ganda tersebut. Kerawanan munculnya konflik kepentingan bisa terjadi, di satu sisi wartawan menjalani peran sebagai penyampai informasi yang benar, di sisi lain ada aspek ekonomi yang memiliki pengaruh cukup besar (Rizki, 2016). (Kovach, 2011) (Kovach, 2011)

Berdasarkan berbagai penelitian dan referensi serta wawancara pra riset, peneliti mencoba menggambarkan di dalam kerangka konsep yang berisi alur kerja wartawan. Alur kerja tersebut secara ideal menjadi landasan wartawan tetapi pada praktiknya terdapat berbagai hal yang merupakan kendala.

### **2.3. Kerangka Konsep**

Kerangka konsep penelitian, dapat digambarkan ke dalam bagan sebagai berikut, perusahaan media menaungi wartawan yang bekerja atas dasar independensi, tidak tergantung atau terpengaruh oleh pemilik media. Jurnalis bekerja melayani publik. Namun memasuki era kompetisi dengan masuknya media baru, perusahaan menambahkan beban tugas wartawan selain pencari berita juga mencari iklan. Penambahan beban tugas tersebut merupakan konsekuensi perubahan peta media akibat munculnya media baru. Pemasukan media dari iklan menurun dan ini membuat perusahaan media menjadikan wartawan sebagai ujung tombak mencari iklan. Kerangka konsep penelitian ini dapat digambarkan dalam bagan seperti di bawah ini.



**Gambar 1. Bagan/Kerangka Konsep  
(Diolah oleh peneliti)**

Bagan di atas menggambarkan pers memiliki sejumlah fungsi, secara universal sebagai pusat informasi, penyedia dan penyampai informasi, realitas dan kejadian

di dalam masyarakat. Informasi tersebut tentu harus sesuai dengan fakta. Selain itu sebagai kesinambungan, korelasi, mobilisasi, hiburan, fantasi, edukasi, pemicu pembangunan, decoder, encoder, interpreter, persuasi dan pengawasan (J Severin, 2011)

Di Indonesia, fungsi pers menurut UU No 40/1999 tentang Pers pada Bab II pasal 3 ayat 1 menyebutkan pers nasional mempunyai fungsi sebagai media informasi, Pendidikan, hiburan dan kontrol sosial. Pada ayat 2 tercantum, di samping sebagai fungsi-fungsi tersebut ayat (1), pers nasional dapat berfungsi sebagai lembaga ekonomi. Selain fungsi pers, dalam UU itu juga disebutkan pentingnya perusahaan pers memberi kesejahteraan pada karyawan seperti tertuang dalam Bab 4 Pasal 10 yang mengatakan Perusahaan pers memberikan kesejahteraan kepada wartawan dan karyawan pers dalam bentuk kepemilikan saham dan atau pembagian laba bersih serta bentuk kesejahteraan lainnya.

Usman Ks (2009) yang menyoroti ekonomi media mengatakan media berkompetisi memperebutkan sumber ekonomi supaya bisa bertahan dan melangsungkan kehidupan. Persaingan melahirkan kreasi dan inovasi bagi masing-masing media.

Dalam upaya bertahan, ada banyak cara yang dilakukan, salah satunya memfungsikan wartawan sebagai pencari iklan. Alur koordinasi menjadi berubah karena selain bertanggung jawab kepada jajaran redaksi sekaligus kepada bagian iklan dan pemasaran yang selama ini mengurus pendapatan. Kecuali alur koordinasi yang berubah, wartawan mengalami konflik dalam dirinya karena melakukan tugas yang bukan menjadi bagian dari profesinya.



Adiputra dalam Siregar dkk (2010) menegaskan ada ‘kesesatan’ pola pikir pengelola media lama ketika ikut-ikutan melakukan transformasi dari media lama ke media baru. Mereka melakukan perubahan tanpa melihat kendala-kendala yang bakal muncul dalam menjalankan manajerial organisasi media. Akhirnya yang muncul salah kaprah dalam manajerial organisasi yang dapat membawa media tidak menuju perubahan yang lebih baik namun sebaliknya semakin terpuruk.

Di era media baru ketika persaingan memperebutkan iklan sangat ketat, sejumlah media menugaskan wartawan untuk membantu perusahaan dengan salah satunya mencari iklan. Langkah demikian diambil karena wartawan dianggap dekat dengan narasumber sehingga lebih mudah mencari iklan. Tentu saja ini mengakibatkan kerawanan karena konsentrasi wartawan terbagi menjadi mencari berita dan mencari iklan. Selain risiko terbelahnya konsentrasi, persoalan lain muncul yakni profesionalisme dan independensi.

Mustofa (2014) menyatakan dominasi perusahaan pada jurnalis membawa dampak keterkekangan. Jurnalis tidak leluasa menjalankan tugasnya karena dominasi ekonomi. Ini tak lain karena wartawan tidak memiliki kuasa atas ekonomi dirinya sebagai pekerja media. Bahkan wartawan tidak memiliki kuasa atas politik di dalam perusahaan sehingga tidak memungkinkan memunculkan aturan-aturan pekerjaan yang melindungi profesinya. Jurnalis harus tetap memegang teguh independensi dan tidak terpengaruh dengan tekanan dari manapun dan siapa pun. Ia harus menghindari konflik kepentingan akibat peran sampingan yang sedang dijalankan.

Kepentingan merupakan salah satu hambatan dalam proses komunikasi. Bisa kepentingan politik, ekonomi, perhatian pada isu tertentu. Seorang jurnalis yang terbebani kepentingan di luar tugasnya akan selektif di dalam peliputan dan penulisan. Dampaknya besar, kepentingan dapat mengalihkan perhatian dan menentukan pilihan yang tidak sesuai dengan perasaan wartawan. Apalagi ketika jurnalis menerima stimulus sebagai bentuk kompensasi atas kepentingan (Effendy, 2003).

Tuntutan bagi seorang wartawan ketika mencari dan menuliskan berita harus sesuai dengan fakta dan kebenaran. Kebenaran tersebut merupakan informasi yang diperoleh yang aktual, kontekstual dan sosial. Kebenaran yang tidak hanya pada peristiwa dan informasinya tetapi juga memperhatikan kebenaran sesuai dengan konteks sosial atau masyarakat. Di sinilah pentingnya etika supaya karya wartawan tidak direndahkan karena membuat berita yang sesuai dengan kebenaran. Nilai-nilai etika itulah yang menjadi nilai berita (B Lambeth, 1992).

Etika yang menjadi panduan bagi wartawan ketika bekerja hanya sebagai pedoman. Etika tidak memiliki kekuatan seperti halnya hukum yakni menindak atau menegakkan secara legal. Penegakan etika wartawan tidak ada di dalam hukum secara legal. Penegakan lebih sebagai perilaku wartawan (M Pasqua Jr, Buckalew, Rayfield, & Jr, 2010). Pemenuhan kode etik di banyak tempat sangat sulit terwujud karena kadang-kadang memang mencantumkan hal yang sangat ideal. Kendati demikian, panduan ini sangat penting untuk membatasi pekerjaan wartawan supaya tidak melampaui etika atau norma yang berlaku di dalam masyarakat.

Arifin (1992) menuliskan kode etik pers di banyak negara termasuk di Indonesia berkilat pada konsep pers tanggung jawab sosial yang berkembang di Amerika Serikat. Kemunculan kode etik tidak lepas dari keinginan masyarakat supaya pers memiliki tanggung jawab kepada masyarakat. Kode etik ini ada kalanya berbenturan dengan kebutuhan ekonomi. Pemenuhan kebutuhan informasi kepada masyarakat seolah-olah bersanding dengan kebutuhan ekonomi media. Akibatnya berita-berita yang muncul dikemas sedemikian rupa menjadi berita yang layak jual (Rizki, 2016).

