

Penerapan Etika Jurnalistik dalam Pemberitaan Politik di Media *Online* (Studi Kasus Pemilihan Gubernur DKI Jakarta)

Application of Journalistic Ethics in Political Reporting in Online Media (Case Study of the Governor Election of Jakarta)

Didik Haryadi Santoso¹⁾, Rani Dwi Lestari²⁾

Fakultas Ilmu Komunikasi & Multimedia Universitas Mercu Buana Yogyakarta
Jl. Ringroad Utara Depok Sleman Yogyakarta 55283. Telp: 081324607360, 0274-584922

didikharyadi.s@gmail.com¹⁾, aieramaharani@gmail.com²⁾

Diterima: 17 Agustus 2018 || Revisi: 6 Oktober 2018 || Disetujui: 30 Oktober 2018

Abstrak – Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta tahun 2017 telah usai. Terdapat beberapa problem pada kontestasi tersebut, terutama yang berkaitan dengan pelanggaran etika jurnalistik pada pemberitaan politik di media *online*. Muncul dua pertanyaan kunci, yaitu bagaimana bentuk pelanggaran etika jurnalistik pada pemberitaan politik pemilihan Gubernur DKI Jakarta di media *online* nasional pada tahun 2016-2017 dan bagaimana penerapan etika jurnalistik pada pemberitaan politik pemilihan gubernur DKI Jakarta di media *online* nasional pada tahun 2016-2017? Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus model Robert K. Yin dengan subjek penelitian berupa media *online* nasional, diantaranya: sindonews.com, mediaindonesia.com, kompas.com, republika.co.id dan tribunnews.com. Hasil penelitian ini menemukan beberapa pelanggaran etika jurnalistik. Selain itu, penerapan etika jurnalistik di media-media *online* pada pemilihan Gubernur DKI Jakarta belum optimal. Penyebabnya adalah faktor ekonomi dan politik.

Kata Kunci: etika jurnalistik, media baru, media *online*, pemberitaan, politik

Abstract – The selection of the Governor and Deputy Governor of DKI Jakarta in 2017 have been completed. There are several problems in the contestation, especially those relating to violations of journalistic ethics in political reporting in online media. Two key questions in this research, first, what is the form of violations of journalistic ethics in the political reporting of the Jakarta Governor's election in national online media during 2016-2017? Second, how journalistic ethics to the political reporting of the Jakarta governor's election in national online media in 2016-2017? This study uses a qualitative approach with Robert K. Yin's case study method with national online media research subjects including sindonews.com, mediaindonesia.com, kompas.com, republika.co.id and tribunnews.com. The results of this study, there are several violations of journalistic ethics, besides the application of journalistic ethics in online media in the selection of the Governor of DKI Jakarta is not optimal. The causes are economic and political factors.

Keywords: journalistic ethics, new media, news, online media, politics

PENDAHULUAN

Dunia berita dan pemberitaan kian hari kian berkembang pesat. Terlebih dengan adanya ruang virtual, pemberitaan mulai merambah ke dalam pemberitaan *online*. Media *online* mempermudah jalur produksi, distribusi serta konsumsi, khususnya terkait produksi berita. *Time & space* dapat diatasi dengan adanya teknologi ruang virtual tersebut. Proses produksi, distribusi dan konsumsi informasi menjadi efisien dan instan.

Kecepatan produksi maupun distribusi informasi di media *online* ini pada akhirnya memunculkan persoalan baru. Jika dahulu kualitas dan kredibilitas informasi ini merupakan hal yang sangat penting diutamakan oleh media massa, baik konvensional

maupun media baru, namun kini hal itu kadang terabaikan. Hanya karena alasan kecepatan, *pageview*, dan pertumbuhan bisnis, seringkali lembaga berita *online* menyampaikan informasi yang belum final terverifikasi kepada masyarakat luas, sehingga terkadang menimbulkan mispersepsi dan salah interpretasi fakta (Juditha, 2016).

Tidak ada yang salah dengan kecepatan produksi dan penyebaran informasi, namun dengan kemampuan media *online* yang serba cepat dan instan tersebut, terdapat sisi-sisi yang menimbulkan permasalahan, baik bagi para akademisi, praktisi maupun masyarakat secara umum. Secara sekilas, permasalahan dalam pemberitaan *online* tidak tampak, namun seiring waktu, mulai terlihat ke permukaan ragam permasalahan

mengenai pemberitaan *online* yang dalam penelitian ini terkait pemberitaan politik, khususnya mengenai etika jurnalistik. Iklim dunia digital dan *cyberculture* mendorong lahir dan hadirnya media-media *online* dengan ragam pemberitaannya. Media *online* ini tidak hanya menyoroti berita-berita yang berdimensi hiburan, melainkan juga berkaitan dengan ekonomi dan politik. Khusus mengenai pemberitaan politik, cukup banyak yang menuai kritik dari berbagai kalangan, termasuk akademisi, sebab pemberitaan politik yang ditampilkan pada media-media *online* tidak jarang menunjukkan keberpihakan di luar batas, bahkan merendahkan lawan politik, serta tidak mengindahkan etika dan kaidah-kaidah jurnalistik.

Edward Spence dan Peter Denyer-Simmons (2006) mengungkapkan bahwa persoalan utama mengenai etika jurnalistik adalah penipuan dan kepercayaan. Dalam hal pemberitaan, praktik penipuan atau hal yang tidak sesuai dengan realitas di lapangan merupakan praktik-praktik yang dirancang untuk mendapatkan dukungan-dukungan, termasuk dukungan dari masyarakat pemilih.

Dari sini muncul persoalan lama, namun dalam wadah yang baru. Artinya, persoalan mengenai etika jurnalistik merupakan persoalan yang telah lama dibahas dan didiskusikan, namun menjadi baru karena terjadi pada media baru atau *new media* dengan ragam karakteristiknya. Apalagi, aturan mengenai etika jurnalistik dalam media *online* belum berupa kode etik yang jelas dan lugas. Sampai saat ini, aturan mengenai etika jurnalistik yang disusun oleh Dewan Pers baru dalam bentuk pedoman pemberitaan media siber, belum dalam bentuk kode etik. Selain itu, pedoman tersebut belum banyak dibenturkan dengan permasalahan pada pemberitaan *online* akhir-akhir ini.

Masalah kode etik ini sangat penting bagi sebuah profesi, khususnya jurnalis, karena mereka tidak hanya dituntut untuk mengembangkan idealisme profesinya, tetapi juga efek media yang besar bagi publik. Kode etik penting dilakukan, karena merupakan bagian dari profesionalitas jurnalis (Lewi, 2014).

Persoalan lainnya adalah tentang mekanisme pemberian sanksi. Dalam kode etik jurnalistik konvensional, Dewan Pers hanya memberikan penilaian, sementara pemberian sanksi dilakukan oleh organisasi wartawan atau perusahaan pers. Pada posisi ini, terdapat celah bagi media-media *online* yang melanggar aturan dan etika jurnalistik. Pertanyaan sederhananya adalah, apakah perusahaan pers yang merupakan rumah bernaung media *online* bersedia

memberikan sanksi kepada media-media *online* yang melanggar? Lalu, siapa yang berwenang dalam memberikan sanksi bagi media-media *online* yang melanggar? Pertanyaan ini menjadi salah satu kunci utama dalam menata media-media *online*, khususnya media *online* yang berfokus pada pemberitaan politik.

Ironisnya, jika pelanggaran kode etik jurnalistik ini didukung oleh perusahaannya, berarti tidak akan mendapatkan sanksi apapun. Seharusnya perusahaan pers tetap memegang pada prinsip-prinsip jurnalistik yang mencerdaskan bangsa, menyampaikan pemberitaan yang benar, objektif, dan sesuai fakta yang ada, serta landasan moral dan etika profesi sebagai pedoman operasional dalam menjaga kepercayaan publik dan menegakkan integritas serta profesionalisme (Nurdyantoro, 2017).

Penelitian ini penting untuk dilaksanakan, sebab belum ada penelitian yang secara spesifik meneliti tentang pelanggaran etika jurnalistik pada media *online*, khususnya pada pemberitaan-pemberitaan politik. Selain itu, titik penting penelitian ini ada pada level kontribusi penelitian. Secara spesifik penelitian ini berguna dan berkontribusi bagi uji publik tentang pedoman pemberitaan siber yang telah ditetapkan oleh Dewan Pers. Dari penelitian ini, dapat dipetakan bentuk-bentuk pelanggaran media *online* sekaligus memungkinkan dirintisnya kode etik jurnalistik *online* yang sampai saat ini hanya berpegang pada pedoman pemberitaan siber karya Dewan Pers. Dengan demikian, penelitian ini memberikan sumbangsih pada kajian akademik mengenai kode etik jurnalistik *online*. Dengan demikian, penelitian ini penting untuk dilaksanakan mengingat semakin banyaknya pelanggaran-pelanggaran yang dilakukan oleh media-media *online*, khususnya pada pemberitaan di bidang politik. Selain itu, penelitian ini penting dilaksanakan mengingat hasil penelitian Cunningham (1997) memaparkan bahwa rekonstruksi etis diperlukan jika kita ingin mengamankan demokrasi yang berkelanjutan.

Dipilihnya pemberitaan politik pada pemilihan Gubernur DKI Jakarta, sebab pilgub DKI Jakarta merupakan ajang kontestasi yang memiliki dampak yang cukup luas. Hal ini disebabkan Jakarta merupakan ibu kota negara dan merupakan barometer Indonesia. Artinya, apa yang terjadi pada pemilihan kepala daerah di Jakarta akan menjadi contoh dan pembelajaran bagi pemilihan di pelosok nusantara. Penelitian ini diharapkan memberikan sumbangsih juga bagi proses dan kontestasi demokrasi pada pemilihan kepala daerah

lain di Indonesia. Terdapat dua rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana bentuk pelanggaran etika jurnalistik pada pemberitaan politik pemilihan Gubernur DKI Jakarta di media *online* nasional periode 1 Desember 2016 hingga 30 April 2017, dan bagaimana penerapan etika jurnalistik pada pemberitaan politik pemilihan gubernur DKI Jakarta di media *online* nasional periode 1 Desember 2016 hingga 31 April 2017.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan memahami lebih dalam tentang bentuk pelanggaran etika jurnalistik, penerapan etika jurnalistik pada pemberitaan politik pemilihan gubernur DKI Jakarta di media *online* nasional periode 1 desember 2016 hingga 31 april 2017, dan membenturkan antara penerapan etika jurnalistik pada media *online* dengan aturan dan pedoman pemberitaan siber dari Dewan Pers. Dari hasil penelitian ini, tidak menutup kemungkinan akan ada revisi penambahan dan atau perintisan kode etik jurnalistik dalam dunia *online*. Melalui penelitian ini, diharapkan akan didapatkan gambaran utuh, menyeluruh dan mendalam tentang bentuk pelanggaran yang terjadi pada media-media *online* khususnya pada pemberitaan politik. Selain itu, diharapkan agar Dewan Pers, organisasi wartawan, perusahaan pers dan para akademisi atau peneliti mendiskusikan ulang mengenai penerapan etika jurnalistik pada media *online*, serta mendiskusikan lebih jauh tentang arti pentingnya kode etik jurnalistik pada dunia *online*. Hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan dan data awal dalam merumuskan kode etik jurnalistik *online*.

Penelitian mengenai etika jurnalistik pada media *online* telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya, diantaranya: Díaz-Campo, J., & Segado (2015) yang meneliti tentang bagaimana kode etik jurnalistik yang dibenturkan dengan realitas di lapangan. Penelitian tersebut mencoba menganalisis secara sistematis 99 kode etik yang dirangkum dari seluruh penjuru dunia. Hasilnya menunjukkan bahwa dari 99 kode yang dianalisis, hanya 9 (Sembilan) yang dapat masuk ke dalam referensi internet dan teknologi informasi dan komunikasi. Artinya, hanya 9 kode etik yang dapat menjawab tentang kemajuan teknologi dan media baru.

Penelitian selanjutnya ialah penelitian yang dilakukan oleh Tatipang (2013) yang berfokus pada media *online* dan pelanggaran etika jurnalistik. Isu tentang plagiat berita dan foto menjadi titik kunci penelitiannya. Ia menemukan pelanggaran konkret kode etik jurnalistik pasal 12 tahun 2008.

Penelitian selanjutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Wibawa (2012) yang menemukan bahwa terjadi pelanggaran dalam proses verifikasi pemberitaan. Pemberitaan yang telah diinformasikan kepada publik ternyata tidak sesuai dengan kenyataan atau tidak benar. Singkat kata, penelitian tersebut menemukan bahwa terjadi mekanisme yang tidak tepat dalam hal proses pencarian informasi dan pengolahan berita.

Penelitian lainnya yang berkaitan dengan etika dalam jurnalisme *online* adalah penelitian Widodo (2010) yang menelisik lebih jauh tentang pelanggaran-pelanggaran jurnalistik di media *online*, khususnya pelanggaran pada jurnalisme warga. Penelitian tersebut melihat bahwa agar kualitas jurnalisme terjamin, dan standar serta etika jurnalisme terjaga, diperlukan keterlibatan jurnalis profesional, editor, warga dan pembaca.

Sebelum hadirnya media *online*, pertukaran berita hanya mengandalkan teknologi printing dan frekuensi radio dan televisi. Seiring berjalannya waktu, teknologi konvensional itu mengalami perubahan yang sangat drastic, sebab datangnya *new media technology*. Dengan adanya *new media*, dunia berita dan pemberitaan juga mengalami konvergensi media. Hal itu tidak hanya membantu memangkas biaya produksi, tetapi juga biaya operasional distribusi. Teknologi media baru memungkinkan terjadinya penyebaran dan pertukaran berita lintas batas ruang dan waktu. Pertukaran tersebut mencakup ragam bentuk konten media berupa data, teks, suara, gambar, video yang terkombinasi dan terintegrasi serta terdistribusikan secara lintas jaringan (Flew, 2004).

Dalam karakteristik masyarakat jaringan, kecepatan penyebaran konten berada pada level tinggi dengan sentralisasi kontrol yang tergolong rendah (van Dijk, 2006:33). Pada titik ini sering kali media-media *online* cenderung mengabaikan nilai-nilai etis konten pemberitaan. Meskipun demikian, media *online* tetap unggul, sebab informasi bersifat *up to date*, *real time* dan praktis. *Up to date*, karena media *online* dapat melakukan *upgrade* suatu informasi atau berita dari waktu ke waktu. Hal ini terjadi karena media *online* memiliki proses penyajian informasi yang lebih mudah dan sederhana. *Real Time*, karena media *online* dapat langsung menyajikan informasi dan berita saat suatu peristiwa berlangsung. Sebagian besar wartawan media *online* dapat mengirimkan informasi langsung ke meja redaksi dari lokasi peristiwa. Praktis, karena media *online* dapat diakses dimana saja dan kapan saja,

asalkan didukung oleh fasilitas teknologi internet (Yunus, 2015: 32).

Media *online* juga memiliki keunggulan-keunggulan lain, seperti adanya fasilitas *hyperlink*, yaitu system koneksi antara website ke *website* lain. Fasilitas *Hyperlink* dapat dengan mudah menghubungkan satu situs dengan situs lainnya, sehingga pengguna dapat mencari atau memperoleh informasi lainnya. Media *online* makin dipilih dan digemari oleh kalangan jurnalistik dan masyarakat, karena tidak hanya dapat mencari dan memperoleh informasi, tetapi juga dapat melakukan korespondensi atau komunikasi tertulis dengan narasumber (Yunus, 2015:33).

Setidaknya, media *online* memicu dua perubahan besar dalam industri media, yaitu substansi media atau proses jurnalistik, dan bentuk atau format organisasi media. Jika sebelumnya setiap jenis media massa berdiri sendiri, atau memiliki organisasi dan manajemen mandiri, kini mereka bergabung dalam satu kesatuan yang dikenal dengan konvergensi media. Kini, hampir semua media cetak dan elektronik membarenginya dengan bentuk berita *online*, *e-paper*, dan *live streaming* (Iskandar, 2016: 27-29).

Jurnalistik *Online* yang juga disebut sebagai *cyber journalism*, jurnalistik internet dan jurnalistik web merupakan generasi baru jurnalistik setelah jurnalistik konvensional (jurnalistik media cetak, jurnalistik penyiaran radio dan televisi). Jurnalistik *online* terkait dengan banyak istilah, seperti: jurnalistik, *online*, internet dan *website*. Jurnalistik *online* dapat didefinisikan sebagai proses penyampaian informasi melalui media internet atau pelaporan fakta yang diproduksi dan disebarakan melalui medium internet (Syamsul, 2012:11-12).

Ada lima prinsip dasar jurnalistik *online* yang disingkat B-A-S-I-C, yakni:

1. Keringkasan (*Brevity*). Berita *online* dituntut untuk bersifat ringkas untuk menyesuaikan kehidupan manusia di tingkat kesibukannya yang makin tinggi. Pembaca memiliki sedikit waktu untuk membaca dan ingin segera tahu informasi, maka jurnalistik *online* sebaiknya berisi tulisan ringkas saja. Hal ini sesuai dengan salah satu kaidah bahasa jurnalistik KISS (*Keep It Short and Simple*).
2. Kemampuan Beradaptasi (*Adaptability*). Wartawan media *online* dituntut agar mampu menyesuaikan diri di tengah kebutuhan preferensi publik. Dengan adanya kemajuan teknologi jurnalis dapat menyajikan berita dengan cara membuat berbagai

keragaman cara seperti dengan penyediaan format audio, video dan lain lain dalam satu berita (Syamsul, 2012:13).

3. Dapat Dipindai (*Scannability*). Untuk memudahkan para audiens, situs-situs terkait dengan jurnalistik *online* hendaknya memiliki sifat dapat dipindai agar pembaca tidak perlu merasa terpaksa dalam membaca informasi atau berita.
4. Interaktivitas (*Interactivity*). Komunikasi dari public kepada jurnalis dalam jurnalistik *online* sangat dimungkinkan dengan adanya akses yang semakin luas
5. Komunitas dan Percakapan (*Community and Conversation*). Media *online* memiliki peran yang lebih besar dari media cetak atau media konvensional lainnya, yakni sebagai penjangkar komunitas. Jurnalis *online* juga harus memberi jawaban kepada publik sebagai sebuah balasan atas interaksi yang dilakukan.

Dalam mendistribusikan beritanya, media *online* menggunakan banyak cara untuk memancing “klik” pembaca. Kerap kita temui ragam keunikan jurnalistik *online* yang sebelumnya jarang diaplikasikan di media konvensional seperti surat kabar diantaranya:

1. *Unlimited Space*. Jurnalistik *online* memungkinkan halaman tak terbatas. Ruang bukan masalah. Artikel dan berita bisa selengkap dan sepanjang mungkin, tanpa batas.
2. *Audience Control*. Jurnalistik *online* memungkinkan pembaca lebih leluasa memilih berita/informasi.
3. *Non-Lienarity*. Dalam jurnalistik *online* masing-masing berita berdiri sendiri sehingga pembaca tidak harus membaca secara berurutan.
4. *Storage and Retrieval*. Jurnalistik *online* memungkinkan berita “abadi”, tersimpan dan bisa diakses kembali dengan mudah kapan dan di mana saja.
5. *Immediacy*. Jurnalistik *online* menjadikan informasi bisa disampaikan secara singkat cepat dan langsung.
6. *Multimedia Capability*. Jurnalistik *online* memungkinkan sajian berita berupa teks, suara, gambar, video dan komponen lainnya sekaligus.
7. *Interactivity*. Jurnalistik *online* memungkinkan interaksi langsung antara redaksi dengan pembaca seperti melalui kolom komentar dan *social media sharing* (Iskandar dkk, 2016: 29).

Perbedaan utama antara jurnalistik *online* dengan jurnalistik tradisional (cetak, radio, TV) adalah kecepatan, kemudahan akses, bias diupdate dan

dihapus kapan saja dan adanya interaksi dengan pembaca atau *user*. Jurnalistik *online* juga tidak mengenal tenggat waktu (*deadline*) sebagaimana dikenal di media cetak. *Deadline* bagi jurnalistik *online* dalam pengertian “publikasi paling lambat” adalah beberapa menit bahkan detik setelah kejadian berlangsung. Kemampuan interaktivitas jurnalistik *online* dianggap mampu meruntuhkan aturan lama bahwa kebenaran factual terletak pada praktik jurnalistik karena hanya wartawan yang tahu dan memutuskan informasi macam mana yang dibutuhkan khalayak. Kebenaran faktual, obyektivitas dan imparisialitas tidak lagi dibangun pada ruang senyap editor melainkan dipertukarkan antara jurnalis dan publik (Syamsul, 2012: 14).

Tahapan perkembangan isi berita dalam edisi *online* internet menurut Pavlik (1998) dalam Prijana Hadi (2009:69) telah melewati tiga tahap yaitu: (a) surat kabar *online* hanya memindahkan ulang versi cetaknya ke *online*; (b) surat kabar sudah membuat isi inovatif-kreatif dalam websitenya dengan fitur interaktif seperti *hyperlinks* dan *search engines*, yang dapat memudahkan pengguna mencari materi dengan topik-topik khusus yang sesuai dengan ukuran kebutuhannya, misalnya dengan katagori berita dan informasi yang dipilihnya; dan (c) isi berita telah didesain secara khusus untuk media *web* sebagai sebuah medium komunikasi.

Kode Etik Jurnalistik *Online* di Indonesia baru muncul tanggal 3 Februari 2012 dengan disahkannya Pedoman Pemberitaan Media Siber (PPMS) Oleh Dewan Pers yang ditandatangani kalangan praktisi media *online*. Sebelumnya wartawan media *online* mengacu pada Kode Etik Jurnalistik (KEJ) yang juga ditetapkan oleh dewan pers sesuai dengan otoritasnya menurut UU No. 40 tahun 1999 tentang pers. Sebanyak 31 perusahaan beserta 11 organisasi dan tokoh pers menandatangani PPMS tersebut. Isi dari PPMS tidak jauh berbeda dengan KEJ. Hal baru pada PPMS diantaranya menyangkut soal pemutakhiran (*update*) dengan tautan pada berita yang belum terverifikasi dan media siber mewajibkan setiap pengguna untuk melakukan registrasi keanggotaan dan melakukan proses *log in* (Syamsul, 2012: 39).

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini bersifat kualitatif dengan jenis penelitian *eksplanatori* guna mendalami persoalan yang sedang diteliti. Pendekatan penelitian ini

menggunakan pendekatan studi kasus *eksplanatori*. Dipilihnya studi kasus eksplanatori, sebab metode ini memiliki daya kejar dan daya bongkar dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian.

Desain penelitian ini menggunakan desain studi kasus tunggal terjal. Desain ini terdiri dari sub unit analisis. Robert K. Yin mengatakan bahwa desain studi kasus tunggal terjal terjadi ketika pada kasus tunggal dan perhatian diberikan kepada satu atau beberapa sub unit analisis (Yin, 2012: 51). Dipilihnya desain studi kasus tunggal terjal dalam penelitian, sebab pelanggaran dan penerapan etika jurnalistik pada media *online* merupakan persoalan yang khusus dan spesifik.

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data menggunakan enam sumber bukti sesuai aturan studi kasus Robert K. Yin yaitu wawancara, observasi, dokumentasi, rekaman arsip dan perangkat fisik. Wawancara dilakukan dengan *open-ended* dan terfokus. Peneliti menggali pertanyaan kepada informan kunci tentang fakta-fakta tanpa perlu mengikuti alur dan serangkaian pertanyaan tertentu yang telah diturunkan dalam protokol studi kasus (Yin, 2012:109). Wawancara yang dilakukan merupakan wawancara informal yang biasa digunakan untuk mengeksplorasi berbagai aspek atau topik-topik penting guna investigasi.

Selanjutnya, dengan observasi, peneliti secara leluasa dapat mengajukan pertanyaan sebanyak-banyaknya sesuai dengan pengetahuan tentang subjek yang diteliti (Denzin & Lincoln, 2000: 530). Observasi lebih memiliki fleksibilitas dalam membingkai gagasan ke dalam realitas. Selain itu, observasi jika digabungkan dengan metode lain, akan menghasilkan temuan-temuan yang mendalam dan memiliki cakupan yang lebih luas sehingga dapat mengukuhkan konsistensi dan validitas temuan (Wahyuni, 2012:57).

Melalui studi dokumentasi, rekaman arsip dan perangkat fisik, peneliti mengumpulkan data-data baik dari dokumen-dokumen dan data-data dari lapangan yang berkaitan dengan masalah penelitian. Untuk mendalami lebih jauh tentang fokus masalah dalam penelitian ini, peneliti mengobservasi langsung ke redaksi-redaksi media *online* yang berdomisili di wilayah Yogyakarta dan Jakarta. Akan tetapi, guna mendapatkan gambaran yang lebih objektif dan menyeluruh tidak menutup kemungkinan dilakukan juga wawancara mendalam terhadap berbagai lembaga atau instansi seperti Dewan Pers, Aliansi Jurnalis Independen, praktisi dan akademisi.

Subjek penelitian ini adalah media-media *online* yang berfokus pada pemberitaan politik secara nasional. Media *online* yang dimaksud dalam penelitian ini diantaranya sindonews.com, mediaindonesia.com, metrotvnews.com, kompas.com, vivanews.com, republika.co.id dan tribunnews.com. Dipilihnya media-media *online* tersebut, sebab media tersebut merupakan media *online* nasional dan telah dikenal oleh khalayak Indonesia, dan berfokus pada pemberitaan-pemberitaan politik. Artinya, media *online* yang berfokus pada dunia hiburan seperti brilio.net, kapanlagi.com dan lain-lain, tidak termasuk kedalam kategori ini. Selain itu, media *online* yang dipilih memiliki *rank* tinggi berdasarkan perhitungan alexa.com. Objek penelitian berfokus pada penerapan etika jurnalistik pada pemberitaan politik di media-media *online* nasional.

Analisis data dilakukan melalui tahapan, pengumpulan data menggunakan teknik wawancara mendalam, observasi dan studi dokumentasi; reduksi data untuk proses seleksi data, pemilihan data-data awal yang muncul dari temuan-temuan data di lapangan dan *display* data untuk menyusun data yang runtut dan sistematis. Hal itu akan mempermudah proses penarikan kesimpulan. Data kualitatif yang ditemukan di lapangan akan dipaparkan kedalam bentuk teks naratif, tabel, bagan, matrik dan lain-lain.

Penarikan kesimpulan merujuk pada rumusan masalah yang telah dipaparkan pada bagian awal. Proses analisis ditarik melalui proses interaksi dan dialogis, bukan secara instan dan pragmatis. Verifikasi juga terus dijalankan saat proses analisis. Saat verifikasi selesai, penarikan kesimpulan pun dimulai berdasarkan hasil analisis. Proses penarikan kesimpulan ini merupakan rangkaian paling akhir dari seluruh proses penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemberitaan politik di media *online* khususnya terkait isu Pilkada DKI Jakarta menunjukkan beberapa indikasi pelanggaran dalam penerapan etika jurnalistik. Bentuk-bentuk pelanggaran tersebut cukup beragam dan memiliki kaitan erat dengan kepentingan politik baik dari sisi pemilik media maupun keberpihakan pada salah satu pasangan calon.

Untuk dapat mempertajam bentuk-bentuk pelanggaran etika jurnalistik apa saja yang banyak dilakukan media *online* dalam pemberitaan politiknya, maka dibuatlah sebuah indikator atau alat ukur.

Indikator ini disusun dengan berpedoman pada pasal-pasal dan tafsir dalam Kode Etik Jurnalistik Dewan Pers dan pedoman pemberitaan media siber. Sementara itu, analisis menggunakan indikator yang sudah ditetapkan hanya terbatas pada konten atau isi pemberitaan dan tidak menelisik pada kegiatan jurnalistik media di lapangan.

Tabel 1 Indikator Bentuk Pelanggaran Etika Jurnalistik Pemberitaan Politik di Media *Online*

No	Indikator	Definisi Operasional
1	Independensi	Konten tidak sesuai fakta, terdapat intervensi dari perusahaan pers
2	Akurasi Pemberitaan	Pemberitaan tidak objektif, tidak berimbang, menjatuhkan/menyudutkan salah satu pihak
3	Sumber berita	Tidak <i>cover both sides</i> , tidak mencantumkan sumber berita/nara sumber, sumber berita tidak jelas
4	Konten berita	Konten tercampur antara fakta dan opini, konten mengandung plagiarisme / <i>self plagiarism</i> , memuat isi yang mengandung prasangka dan kebencian terkait dengan suku, agama, ras, dan antargolongan (SARA)
5	Konten kepentingan publik	Media <i>online</i> terlalu menonjolkan keberpihakan pada salah satu partai atau pemilik media

Berdasarkan data yang dikumpulkan selama periodisasi penelitian, didapatkan berita politik pilkada DKI Jakarta sebanyak 33 berita dari mediaindonesia.com, 64 berita dari sindonews.com, 28 berita dari metrotvnews.com, 45 berita dari vivanews.com, 68 berita dari republika.com, 45 berita dari tribunnews.com dan 32 berita dari kompas.com. Total keseluruhan berita yang diteliti adalah sebanyak 315 berita.

Bentuk Pelanggaran Etika, Independensi dan Konten Kepentingan Publik

Independensi pemberitaan merupakan bentuk sikap media terhadap suatu isu dalam pemberitaan yang memegang teguh kejujuran. Menurut tafsir resmi Kode Etik Jurnalistik, dijelaskan bahwa independen berarti memberitakan peristiwa atau fakta sesuai dengan suara hati nurani tanpa campur tangan, paksaan dan intervensi dari pihak-pihak lain termasuk pemilik perusahaan pers. Independensi dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya faktor dalam diri jurnalis terkait pengetahuan dan kesadarannya akan kode etik jurnalistik, serta faktor pemilik media.

Sebagai contoh berita yang berjudul; *Kalau Kiai Sudah Ridho, Insya Allah Anies-Sandi Menang* pada media *online* viva.co.id. Keberpihakan media *online* terlihat jelas, tidak hanya itu, fakta dan opini tercampur

serta mengadung *self plagiarisme*. Konteks pemberitaan politik, terutama dikaitkan dengan kondisi peta kepemilikan perusahaan pers di Indonesia, faktor pemilik media sangat memegang kendali terhadap *output* produk jurnalistik yang dikeluarkan oleh media tersebut. Bisnis media di Indonesia kini hanya dimiliki oleh segelintir pemodal yang sebagian besar diantaranya merupakan anggota atau bahkan ketua partai politik tertentu. Keterkaitan itu jelas memberikan pengaruh pada pemberitaan politik yang dipublikasikan. Ini terlihat pula pada pemberitaan politik Pilkada DKI Jakarta di 7 media *online* yang diteliti. Ditemukan fakta bahwa pemberitaan mengarah pada bentuk intervensi perusahaan pers/pemilik media yang menunjukkan bahwa kecenderungan politik pemilik media akan menjadi tolok ukur sikap media dalam memberitakan tokoh politik atau pasangan calon tertentu yang akan beradu dalam Pilkada DKI Jakarta.

Kecenderungan keberpihakan dalam pemberitaan politik karena adanya intervensi dari pemilik media, jelas merupakan bentuk pelanggaran terhadap kode etik jurnalistik pasal 1 yakni Wartawan Indonesia bersikap independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang dan tidak beritikad buruk.

Adanya keberpihakan berlebih dalam pemberitaan media khususnya terkait isu politik juga menyempitkan ruang kepentingan publik didalamnya. Pasalnya, kepentingan politik lebih ditonjolkan untuk menjaring keuntungan politik dibanding untuk kepentingan masyarakat. Ini dapat dilihat dari pemberitaan media *online* yang terlalu menonjolkan keberpihakan pada salah satu partai atau pemilik media khususnya pada media *online* yang pemiliknya juga merupakan kader partai politik.

Kondisi tersebut bertentangan dengan apa yang tertuang dalam kode etik jurnalistik pasal 3 yakni wartawan Indonesia selalu menguji informasi, memberitakan secara berimbang, tidak mencampurkan fakta dan opini yang menghakimi serta menerapkan asas praduga tak bersalah. Poin yang menjadi titik utama pelanggaran adalah terkait tafsir butir (b) mengenai keberimbangan dimana dalam memberitakan peristiwa, media harus menerapkan prinsip berimbang dengan memberikan ruang dan waktu pemberitaan kepada masing-masing pihak secara proporsional.

Akurasi

Akurasi memegang peranan penting dalam sebuah pemberitaan. Persoalan akurasi atau ketepatan sebuah

informasi merupakan salah satu hal yang membedakan karya jurnalistik atau berita dengan desas-desus, gossip, opini maupun informasi biasa. Menurut tafsir kode etik jurnalistik, akurasi atau akurat berarti dapat dipercaya benar sesuai keadaan objektif ketika peristiwa terjadi.

Keakuratan sebuah informasi untuk mewujudkan kebenaran dalam pemberitaan memang tidak bisa ditempuh dengan proses yang singkat. Harsono membuat istilah bahwa kebenaran yang diberitakan media dibentuk lapisan demi lapisan seperti stalagmit yang dibentuk dari tetes demi tetes, butuh waktu dan prosesnya lama, tetapi dari kebenaran sehari-hari ini pula terbentuk bangunan kebenaran yang lengkap (Harsono, 2010:17).

Seiring pesatnya perkembangan media *online* tanpa kendali, jurnanisme *online* selalu menjadi sorotan karena sering kali dianggap tidak mengedepankan objektivitas (akurasi, fairness, kelengkapan dan imparialitas) berita hanya untuk mengejar hal yang instan. Pemasalahannya, di satu sisi, media *online* sangat memungkinkan penyebaran informasi jauh lebih cepat dari media konvensional, namun di sisi lain kecepatan ini mengorbankan prinsip-prinsip dasar jurnanisme, diantaranya akurasi berita (Juditha, 2013).

Persoalan akurasi kini menjadi dilema bagi media *online* yang mengejar kecepatan dalam mempublikasikan informasi secara *real time*. Pada akhirnya media *online* seringkali menempuh jalan pintas, yakni dengan mengutamakan kecepatan dibandingkan keakuratan. Media *online* seringkali berdalih bahwa sistem *update* berita akan menjadi sarana untuk mengoreksi berita yang dianggap tidak akurat. Inilah yang menjadikan banyaknya pemberitaan di media *online* yang tidak objektif dan bahkan memiliki kecenderungan menjatuhkan salah satu pihak tertentu seperti yang ditemui dalam pemberitaan politik Pilkada DKI Jakarta.

Sumber Berita dan Konten Berita

Sumber berita atau narasumber dalam pemberitaan di media *online* memiliki keunikan dibandingkan dengan media konvensional lain. Di media *online* kerap kita disuguhkan dengan sumber informasi yang dibahasakan wartawan dengan sebutan 'menurut sumber yang dapat dipercaya', 'berdasarkan desas-desus yang beredar' dan lainnya, yang pertanggungjawabannya sangat sulit untuk dibuktikan. Media *online* juga sering hanya mencantumkan satu narasumber dalam pemberitaannya karena alasan adu

cepat dan memperbanyak konten untuk menjaring klik pembaca, padahal alasan tersebut tidak sepenuhnya bisa dibenarkan, karena masyarakat membutuhkan informasi yang menyeluruh dan tidak sepotong-sepotong. Salah satu contoh berita politik yang tidak memiliki kejelasan sumber yaitu berita berjudul “*Anies Kumpulan Kyai NU, Begini Komentar Netizen*”. Selain itu berita berjudul “*Membaca Pilihan di Pilkada DKI Jakarta*” merupakan salah satu contoh berita yang mencampurkan antara fakta dan opini, serta tidak *cover both sides*.

Pada era media sosial yang sangat cepat, media perlu menyediakan informasi terkini secara cepat dan terpercaya karena khalayak tidak punya waktu dan akses untuk menyaring. Khalayak pun ingin tahu asal informasi dan butuh keberagaman sudut pandang dalam liputan berita, sehingga saat ini *cover multiple sides* adalah keniscayaan (Wendratama, 2017: 52).

Akan tetapi, kondisi ideal tersebut nampaknya belum bisa diwujudkan oleh media-media *online* di Indonesia. Pemberitaan mengenai Pilkada DKI Jakarta misalnya, media *online* hanya menyajikannya dari satu narasumber dan dari satu sisi pemberitaan saja. *Cover both sides* pun tidak dapat ditampilkan terlebih *cover many sides*. Pembaca media dipaksa untuk melakukan klik halaman lain di media *online* untuk mendapatkan informasi lain yang kadang juga masih bersumber dari narasumber yang sama. Bahkan, yang marak terjadi adalah praktik *self plagiarism* dengan mengulang-ulang kalimat pada pemberitaan sebelumnya untuk didaur ulang, seolah merupakan berita baru. Persoalan mengenai sumber berita dan plagiarisme sendiri juga diatur tegas dalam kode etik jurnalistik pasal 2 yakni Wartawan Indonesia menempuh cara-cara profesional dalam melaksanakan tugas jurnalistik. Sumber berita yang jelas diatur dalam kode etik jurnalistik pasal 2 penafsiran butir (d) yakni menghasilkan berita yang faktual dan jelas sumbernya. Sementara itu, persoalan mengenai plagiarisme dijelaskan dalam tafsir butir (g) yakni tidak melakukan plagiat, termasuk menyatakan hasil liputan wartawan lain sebagai karya sendiri. Berita berjudul “*Partai Pengusung Ahok-Djarot Sebut Kubu Sebelah Sibuk Bagi-bagi Sembako*” merupakan salah satu contoh berita *self plagiarisme*, dan masih banyak contoh berita lainnya diantara 315 yang telah dicoding oleh peneliti beserta tim.

Penerapan Etika Jurnalistik

Tidak mudah mengukur dan menelaah tentang penerapan etika jurnalistik di Indonesia, terlebih pada

media-media *online* dan pada pemberitaan-pemberitaan politik. Bentuk-bentuk pelanggaran yang telah dipaparkan pada pembahasan sebelumnya menunjukkan bahwa pelanggaran itu nyata dan dalam bentuk yang beragam. Mulai dari tidak berimbangny sebuah pemberitaan, keberpihakan yang berlebihan, tidak memiliki sumber berita sampai pada praktik *self plagiarism*.

Pelanggaran itu terjadi hampir merata di setiap media *online*. Proses pencarian berita yang serba instan dan pragmatis turut menurunkan kredibilitas media-media *online*. Hal ini bukan tanpa sebab, mengingat karakteristik *new media* yang serba cepat lintas batas ruang dan waktu. Akan tetapi, kekuatan *new media* berupa kecepatan ini tidak lantas membuat para pembuat berita kehilangan profesionalitasnya. Pemberitaan-pemberitaan yang instan dan pragmatis pada media-media *online* yang diteliti pada penelitian ini sangat cepat, namun tidak akurat, tanpa sumber berita, atau melanggar etika-etika jurnalistik yang selama ini menjadi alat ukur profesionalitas media dalam pemberitaan. Pada muaranya, penerapan etika jurnalistik pun menjadi rendah dan tidak optimal. Setidaknya, terdapat dua hal mendasar yang menyebabkan pelanggaran etika jurnalistik dan penerapan etika jurnalistik menjadi sangat rendah diantaranya yaitu faktor ekonomi dan faktor politik.

Faktor Ekonomi dalam Penerapan Etika Jurnalistik

Faktor ekonomi dalam pemberitaan media *online* sama halnya dalam media-media konvensional seperti televisi. Didalamnya terdapat ragam kepentingan dengan orientasi profit, diantaranya: pengejaran rating *online* dengan hitungan per-klik, minimnya anggaran untuk operasional yang berimbas pada minimnya biaya produksi berita, pelatihan-pelatihan bagi wartawan baru, serta berimbas pada keterbatasan SDM wartawan di lapangan, dan perilaku instan dan pragmatis dari sebagian pegiat media *online*.

Sebagaimana industri media televisi yang bergantung pada hitungan rating program acara, media-media *online* pun memiliki kesamaan. Hanya saja, cara menghitung dan lembaga ratingnya yang berbeda. Untuk media *online*, terdapat banyak penghitung rating, salah satu diantaranya adalah alexa.com. Usaha tim produksi berita untuk memperoleh rating *online* tinggi menurunkan kualitas berita dan pemberitaan. Beberapa judul pemberitaan

pun dibuat sensasional dan bombastis, khususnya pada pemberitaan pada pemilihan DKI Jakarta. Apapun akan dilakukan oleh media *online*, demi industri lainnya yang bernama industri rating *online*.

Minimnya anggaran untuk operasional pada media *online* berimbas berimbas pada minimnya biaya produksi berita, pelatihan-pelatihan bagi wartawan baru, serta terbatasnya SDM wartawan di lapangan. Minimnya biaya operasional mendorong pegiat media *online* untuk mencari jalan pintas berupa *plagiarisme* konten berita, atau melahirkan berita-berita yang tanpa sumber. Hal ini terjadi di sebagian media *online* nasional dalam pemberitaan pemilihan Gubernur DKI Jakarta.

Perilaku instan dan pragmatis dalam pemberitaan-pemberitaan politik ini turut didukung dengan kemampuan dan karakteristik *new media* yang serba cepat dan instan. Pemberitaan politik tentang pemilihan Gubernur DKI Jakarta sangat cepat untuk viral atau diviralkan melalui media-media sosial. Bahkan, beberapa konten ditemukan, hanya merubah kata-kata konten berita satu ke dalam berita lainnya.

Faktor Politik dalam Penerapan Etika Jurnalistik

Selain faktor ekonomi, penerapan etika jurnalistik juga bergantung atau dipengaruhi oleh faktor politik. Faktor politik yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu faktor politik kepemilikan media atau afiliasi media *online* terhadap salah satu pasangan calon Gubernur DKI Jakarta. Afiliasi menjadi silang sengkabut dan kadang tidak jelas antara pemilihan kepala daerah yang satu dengan pemilihan kepala daerah di lain tempat. Akan tetapi, afiliasi media *online* ini sejalan dengan media konvensional sebagai induk medianya, misalnya Metro TV dengan metrotvnews.com dan mediaindonesia.com dan lain-lain.

Riuh rendah afiliasi ini semakin tambah runyam karena beririsan juga dengan partai politik yang mendukung salah satu calon Gubernur. Tidak heran, lahir berita-berita politik yang tidak objektif, tidak berimbang, menyudutkan salah satu calon, hingga tidak *cover both sides/many sides*. Jika ini terus terjadi dan semakin parah, muaranya akan terjadi rendahnya kualitas demokrasi di Indonesia.

Praktik konglomerasi media menjadi salah satu faktor yang perlu dikaji lebih jauh. Interrelasi antara media *online*, media konvensional pemilik media dan pengelola partai politik bukanlah sesuatu yang baru.

Praktik keberpihakan yang berlebih ini justru ditunjukkan secara terang-terangan dalam dunia televisi, bahkan vulgar. Saat ini, praktik tersebut bergeser ke dalam media *online*. Ini mirip dengan idiom *old wine in a new bottle*, diganti menjadi *old content in a new media*.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis terhadap pemberitaan politik mengenai Pilkada DKI Jakarta di 7 media *online* nasional periode 1 Desember 2016 – 30 April 2017 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pada berita yang berkaitan dengan pemberitaan politik tentang pilkada DKI Jakarta, terdapat beberapa pelanggaran etika jurnalistik, yaitu pasal 1, 2 dan 3 kode etik jurnalistik. Pelanggaran pasal 1 kode etik jurnalistik yakni mengenai independensi. Pemberitaan politik pada pemilihan Gubernur DKI Jakarta di media-media *online* tidak mengindahkan asas independen dan terjadi intervensi berlebih dari pemilik media atau perusahaan pers terhadap isi pemberitaan. Pemberitaan tersebut juga tidak objektif, dan menjatuhkan atau menyudutkan salah satu pasangan calon Gubernur. Pelanggaran pasal 2 kode etik jurnalistik yang terjadi terkait kejelasan sumber berita dan plagiarisme (*self plagiarism*). Terakhir, pelanggaran pasal 3 kode etik jurnalistik terkait dengan keberimbangan yakni tidak *cover both sides* (tidak *cover many sides*).

Penerapan etika jurnalistik di media-media *online* pada pemilihan Gubernur DKI Jakarta belum optimal karena dua faktor. Dua faktor ini jugalah yang menjadi penyebab terjadinya pelanggaran etika jurnalistik yaitu, faktor ekonomi dan politik. Dari sisi faktor ekonomi, terdapat upaya media *online* dalam mengejar rating *online* dengan hitungan per-klik dan tentu hal ini berkaitan dengan orientasi profit, akumulasi modal dan kalkulasi laba. Faktor ekonomi lainnya, yaitu minimnya anggaran untuk operasional yang berujung pada minimnya biaya produksi berita, pelatihan-pelatihan bagi wartawan baru serta berimbas pada keterbatasan SDM wartawan di lapangan, dan perilaku instan dan pragmatis dari sebagian pegiat media *online*. Kekuatan dan karakteristik *new media* yang serba cepat mendorong media-media *online* untuk bertindak instan dan pragmatis baik dalam proses produksi berita maupun dalam konten pemberitaannya dan abai pada etika-etika jurnalistik. Dari sisi faktor politik, pelanggaran etika jurnalistik pada media *online* pada pemilihan Gubernur DKI Jakarta juga

dipengaruhi oleh afiliasi dan kepemilikan media terhadap salah satu pasangan calon Gubernur DKI Jakarta. Hal ini diperparah dengan afiliasi langsung dalam bentuk konglomerasi media dan spesialisasi vertikal dan horizontal antara pemilik media dengan partai politik yang juga ikut dalam kontestasi pemilihan kepala daerah tersebut. Jika ini terus berlanjut dan bertambah parah, tidak hanya kode etik yang akan dilanggar, melainkan juga akan diikuti turunnya kualitas demokrasi di Indonesia.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Kementerian Riset dan Teknologi Republik Indonesia yang telah memberikan dukungan moril dan materil pada penelitian ini dalam program hibah riset Kemenristek Dikti tahun 2017/2018. Selain itu, peneliti beserta tim juga menghaturkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) serta tim di Fakultas Ilmu Komunikasi dan Multimedia Universitas Mercu Buana Yogyakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Anindiyta W. A. 2012, *Etika dan Prinsip Jurnalisisme Media Siber detik.com mengenai Mekanisme Pemberitaan Tewasnya WNI di Kerusuhan Mesir*. E-Journal Univesitas Padjajaran, Vol.1, No. 1, 2012, 34
- Tatipang, R. A. (2013) *Fenomena Pelanggaran Kode Etik Jurnalistik Pasal 12 Tahun 2008 di Media Online Manado Post*. E-journal Unsrat, Vol 2, No.4 Mei 2013, 203-210
- Cunningham, B S. (1997). *Deadlines and Diversity: Journalism Ethics in a Changing World*. Canadian Journal of Communication, Vol. 22, No. 1, 46
- Denzin N K & Lincoln Y.S. (2000). *Handbook of Qualitative Research*. California: Sage Publications.
- Dewan Pers. (2012). *Kajian Tuntas 350 Tanya Jawab UU Pers dan Kode Etik Jurnalistik*. Dewan Pers: Jakarta
- Flew, T. (2004). *New Media An Introduction*. United Kingdom: Oxford University Press.
- Harsono, A. (2010). *Agama Saya Adalah Jurnalisisme*. PT Kanisius: Yogyakarta.
- Iskandar S. D. & Rini. (2016). *Mitos Jurnalisisme*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Juditha, C. (2013). *Akurasi Berita dalam Jurnalisisme Online (Kasus Dugaan Korupsi Mahkamah Konstitusi di Portal Berita Detiknews)*, E-Journal Pekommas, Vol. 16 No. 3, Desember 2013, 145-154
- Juditha, C. (2016). *Obyektivitas Berita dan Etika Jurnalistik di Media Online: Kasus Rekrutmen Karyawan BUMN News*, E-Journal Pekommas, Vol. 1 No. 1, April 2016, 1 – 12
- Yin R. K. (2002). *Case Study Research. Design and Methods*. California: Sage Publications.
- Lewi, O. (2014) *Penerapan Kode Etik di Kalangan Jurnalis*, E-Journal Jurnal Ilmu Komunikasi UAJY Vol11, No. 1, Juni 2014, 81-92
- Nurdyantoro, A. D. (2017). *Pergeseran Etika Jurnalistik dalam Pers Industri*, E-Journal Jurnal Pembangunan dan Kebijakan Publik FISIP UNIGA, Vol. 08; No. 02; 2017, 19-29
- Prijana, H. I. (2009). *Perkembangan Teknologi Komunikasi dalam Era Jurnalistik Modern*. Jurnal Ilmiah SCRIPTURA, Vol. 3, No. 1, Januari 2009, 69
- Syamsul, A., Romli, A. (2012). *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online*. Jakarta: Nuansa Cendekia
- Spence, E. & Simmons P. D. (2006). *The practice and ethics of media release journalism*. Australian Journalism Review. Vol.28 No.1, 167-181
- van Dijk, J. (2006). *The Network Society*. London: Sage Publication.
- Wahyuni, S. (2012). *Qualitative Research Method, Theory and Practice*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Wendratama, E. (2017). *Jurnalisisme Online, Panduan Membuat Konten Online yang Berkualitas dan Menarik*. B First: Yogyakarta.
- Widodo, Y. (2010). *Menyoal Etika Jurnalisisme Kontemporer: Belajar dari OhmyNews*, E Journal ASPIKOM Vol 1, No 1, Juli 2010, 1-124
- Yunus, S. (2015). *Jurnalistik Terapan*, Jakarta: Ghalia Indonesia