

# Pelanggaran Kode Etik Jurnalistik Dalam Berita Kampanye Pemilihan Umum Calon Kepala Daerah Jawa Timur Periode 2014-2019 di TVRI Jawa Timur

William Wijaya Thomas, Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya

*williamlie.th@gmail.com*

## Abstrak

TVRI pernah menyiarkan konvensi partai demokrat yang ditayangkan *live*. Atas kasus tersebut, TVRI kemudian dianggap tidak lagi menjadi lembaga yang netral. Dalam kaitannya dengan pemilihan umum kepala daerah Jawa Timur, terdapat seorang pasangan *incumbent* yang kembali maju sebagai calon kepala daerah Jawa Timur. Pasangan tersebut berasal dari Partai Demokrat dan juga merupakan bagian dari pemerintahan yang turut menyuplai pendanaan TVRI Jawa Timur. Oleh sebab itu menarik untuk dilihat dari sisi etika pemberitaan, apakah terdapat pelanggaran Kode Etik Jurnalistik dalam berita kampanye pemilihan umum kepala daerah Jawa Timur periode 2014-2019 di TVRI Jawa Timur. Etika adalah standar moral jurnalis dalam berprofesi, dan kekuatannya terletak pada hati nurani, sehingga rentan untuk dilanggar.

Penelitian ini mengambil pendekatan kuantitatif dengan metode analisis isi. Hasil penelitian menunjukkan, dalam menayangkan berita kampanye pemilihan umum kepala daerah Jawa Timur periode 2014-2019, terdapat pelanggaran yang dilakukan oleh TVRI Jawa Timur. Pelanggaran ditemukan terkait Pasal 1 dan Pasal 3 Kode Etik Jurnalistik. Terdapat beberapa berita yang tidak melakukan verifikasi maupun pengujian informasi atas data maupun keterangan dari narasumber. Terdapat pula berita yang tidak berimbang, baik dalam *cover both sides* maupun durasi pemberitaan kampanye masing-masing calon. Selain itu, ditemukan pula adanya berita yang mencampurkan fakta dan opini yang menghakimi.

**Kata Kunci:** Kode Etik Jurnalistik, Berita Kampanye Pemilihan Umum Kepala Daerah Jawa Timur, TVRI Jawa Timur

## Pendahuluan

Kode etik bagi pers sangat penting. Kode etik merupakan aturan moral yang didelegasikan, dan kekuatannya bergantung pada si pengemban profesi (Mulkan, 2011, p. 25). Kode etik ada sebagai rambu-rambu agar tidak dilanggar. Kode etik adalah harga mati, dan harus ditaati bagi setiap pengemban profesi. Dalam UU Pers No. 40 tahun 1999 pasal 7 (2) dikatakan, "Wartawann memiliki dan menaati Kode Etik Jurnalistik". Di mana, kode etik yang dimaksudkan dalam undang-undang tersebut adalah Kode Etik Jurnalistik yang ditetapkan oleh Dewan Pers.

Namun, kode etik yang menjadi standar moral tersebut masih rentan untuk dilanggar. Penelitian pemahaman KEJ pernah dilakukan oleh Dewan Pers kepada 1200 wartawan di 33 provinsi di Indonesia. Hasilnya, wartawan yang berasal dari media cetak, *online*, dan elektronik, hanya sekitar 42% yang memahami KEJ (Dewan Pers Terima 89 Aduan Pelanggaran Kode Etik, 2013). Disebutkan bahwa ternyata 80% wartawan Indonesia sama sekali belum pernah membaca KEJ dan Undang-Undang No. 40/1999 tentang pers (Wibowo, 2009, p. 57).

Todd Gitlin (1987), pakar Sosiologi Komunikasi menyatakan, berita televisi sangat dipercaya khalayak, karena jurnalisme televisi mempunyai kekuatan besar (dalam Panuju, 2005, p. 103). Penelitian Litbang Kompas pada Juni 2008 menunjukkan tayangan berita memiliki presentase sebesar 30,4%. Di tahun 2010 naik menjadi 46%, lebih tinggi dibandingkan jenis tayangan lainnya (Mulkan, 2011, p. 17). Kekuatan besar pada jurnalisme televisi tercermin pada peristiwa politik. Pada televisi disebutkan bahwa kekuatan besar dalam mempengaruhi *audience* berada di bidang politik (Panuju, 2005, p. 103). Pada cara komunikasi yang paling berpengaruh saat pemilihan walikota Surabaya tahun 2005, pasangan Bambang D. H dan Arif Afandi sukses mempengaruhi pemilih sebesar 42,07% melalui iklan televisi, 39,63% melalui berita televisi dan 34,81% melalui debat di televisi (Luwarso, 2005, p. 36). Karena itu, pada pemberitaan politik seperti pemilihan umum, pemahaman hingga penerapan KEJ mutlak harus dilakukan.

Di tahun 2013, provinsi Jawa Timur menggelar pemilihan kepala daerah masa jabatan 2014-2019. Bambang Hartanto, Kepala Seksi Produksi Berita TVRI Jawa Timur mengatakan, peristiwa politik seperti pemilihan umum kepala daerah Jawa Timur menjadi isu penting tidak hanya bagi masyarakat Jawa Timur, namun bagi masyarakat Indonesia. Hal ini dikarenakan Jawa Timur merupakan barometer politik bagi bangsa Indonesia (B. Hartanto, *personal communication*, April 4, 2014). Terkait pelaksanaan etika dalam pemberitaan pemilihan umum kepala daerah Jawa Timur, menurut Nico Leopold, Koordinator Daerah Jawa Timur Ikatan Jurnalis Televisi Indonesia (IJTI), dalam rangkaian kegiatan tersebut media televisi sangat rentan terhadap pelanggaran etika, terutama dalam hal netralitas isi berita (N. Leopold, *personal communication*, September 18, 2013). Pada kegiatan kampanye khususnya, KPDI Jawa Timur selalu memberi perhatian khusus. Diva Claretta, Komisioner Pengawasan Isi Siaran KPID Jawa Timur mengatakan, setiap kampanye pemilihan kepala daerah, KPID Jawa Timur selalu memantau isi siaran televisi lokal. Hal ini dilakukan mengingat besarnya kemungkinan pelanggaran yang dilakukan ketika menyiarkan berita kampanye (D. Claretta, *personal communication*, October 7, 2013). Kekhawatiran KPID Jawa Timur pun terjadi. Sakti TV, TV9, JTV Kompas TV Surabaya, MetroTV Jawa Timur, dan TV One ditegur KPID Jawa Timur karena menyiarkan iklan kampanye pada masa tenang (Effendi, 2013, para. 2). Jika KPID Jawa Timur menemukan adanya pelanggaran yang dilakukan media televisi lokal atas dasar Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3/SPS) yang merupakan aturan hukum, maka peneliti ingin melihat apakah hal yang sama terjadi atas dasar etika.

Berita kampanye pilkada Jawa Timur 2013 yang tayang di TVRI Jawa Timur menjadi materi yang akan diteliti. Menurut Max Sopacua (2013), anggota Komisi

I DPR Fraksi Partai Demokrat, TVRI yang merupakan lembaga penyiaran publik seharusnya berdiri independen disaat televisi lain sudah memihak (Sanusi, 2013, para. 4). Selain itu, siaran TVRI Jawa Timur dapat terjangkau 95% dari seluruh daerah di wilayah Jawa Timur (*Company Profile* TVRI Jawa Timur, 2014), sehingga pengaruhnya luas terkait kegiatan pilkada Jawa Timur 2013. Akan tetapi indikasi televisi publik ini untuk tidak netral tercium. TVRI pusat pernah menayangkan Konvensi Calon Presiden Partai Demokrat secara. Atas penayangan tersebut, TVRI kemudian mendapatkan kecaman publik dan dinilai tidak lagi independen (Sanusi, 2013, para. 7). Terkait pemilihan umum kepala daerah Jawa Timur, terdapat pasangan *incumbent* yang berasal dari Partai Demokrat, yakni pasangan Soekarwo dan Saifullah Yusuf. Kedua pasangan tersebut adalah bagian dari pemerintah yang secara tidak langsung menyuplai dana untuk operasionalisasi TVRI Jawa Timur melalui APBD. Rosanti mengatakan, secara pendanaan, TVRI Jawa Timur masih bergantung terhadap pemerintah melalui APBN dan APBD (A. D. Rosanti, *personal communication*, April 4, 2014). Oleh sebab itu, dengan kaca mata KEJ, peneliti ingin melihat apakah TVRI Jawa Timur masih patuh terhadap KEJ, terutama dalam hal netralitas berita.

Sebelumnya, penelitian mengenai aplikasi KEJ pernah dilakukan oleh Lesmana (2010). Lesmana menemukan pelanggaran yang dilakukan jurnalis dalam hal pengumpulan berita, yakni menerima imbalan untuk informasi yang didapatkannya. Sedangkan pada penulisan berita kampanye Pemilu Surabaja melalui teknik analisis teks media, Lesmana menemukan pengaruh redaksional pada isi berita, terutama pemilihan judul. Selain itu, objek penelitian KEJ pernah digunakan untuk meneliti berita kriminal seperti yang dilakukan oleh Budiono (2006). Dengan metode analisis isi kuantitatif, Budiono mengamati berita kriminal pada Program Televisi "Patroli" di Indosiar pada bulan Maret hingga Mei tahun 2006. Budiono menemukan bahwa sebagian besar berita-berita kriminal pada rentang waktu Maret hingga Mei 2006 telah sesuai dengan kode etik.

Penelitian yang dilakukan Lesmana difokuskan pada media cetak. Lesmana melihat bagaimana jurnalis melakukan proses pencarian berita di lapangan. Selain itu, Budiono meneliti berita kriminal dengan objek penelitiannya adalah Kode Etik Jurnalistik Televisi Indonesia yang dikeluarkan oleh IJTI. Sedangkan dalam penelitian ini, peneliti menganalisis berita kampanye pemilihan umum dengan objek penelitiannya adalah Kode Etik Jurnalistik dari Dewan Pers, di mana media yang diamati adalah media televisi lokal. Karena itu, penelitian ini baru pertama dilakukan. Dengan menggunakan metode analisis isi kuantitatif, maka peneliti ingin melihat, apakah terdapat pelanggaran KEJ dalam berita kampanye pemilihan umum calon kepala daerah Jawa Timur periode 2014-2019 di TVRI Jawa Timur.

## Tinjauan Pustaka

### Kode Etik Jurnalistik

Etika menjadi syarat mutlak bagi insan media dalam menyajikan berita bagi masyarakat. Kode etik merupakan rambu-rambu landasan moral, kaidah penuntun

sekaligus pemberi arah bagi wartawan tentang apa yang seharusnya dilakukan dan yang tidak dilakukan dalam melaksanakan tugas jurnalistiknya (Setiati, 2005, p. vi). Undang-Undang Pers No. 40/1999 Bab I ayat 10 tentang Pers dan Kode Etik Jurnalistik Wartawan Indonesia (KEWI, sekarang KEJ), menyebutkan bahwa wartawan atau jurnalis merupakan sebuah profesi. Oleh karena itu, jurnalis dituntut untuk menerapkan etika profesi dalam menjalankan profesinya. Bekerja tanpa kode etik menunjukkan seseorang tidak profesional (Shaffat, 2008, p. 55).

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan KEJ yang ditetapkan oleh Dewan Pers atas kesepakatan 29 organisasi wartawan dan perusahaan pers sebagai objek penelitian sebagai objek penelitian. KEJ ini menjadi standar moral bagi seluruh jurnalis di media apapun, termasuk media televisi. Kode etik ini bahkan telah ditetapkan dalam Undang-Undang No. 40 tahun 1999 tentang Pers dan Undang-Undang No. 32 tahun tentang Penyiaran. UU Pers pasal 7 (2) menyebutkan, "Wartawan memiliki dan menaati Kode Etik Jurnalistik". Sama halnya dengan UU Penyiaran pasal 42 yang berbunyi, "Wartawan penyiaran dalam melaksanakan kegiatan jurnalistik media elektronik tunduk kepada Kode Etik Jurnalistik dan peraturan perundang-undangan yang berlaku". Sehingga jurnalis televisi dalam menyiarkan berita televisi harus tunduk pada kode etik ini.

KEJ ini disahkan di Jakarta pada 14 Maret 2006 yang terdiri atas 11 pasal beserta penafsiran masing-masing pasal. Tidak semua pasal tersebut digunakan dalam penelitian, karena pemilihan pasal sebagai indikator penelitian disesuaikan dengan relevansi penelitian serta bisa atau tidaknya diteliti secara *manifest*. Karena itu, dari ke 11 pasal, hanya pasal 1, 3, dan 8 saja yang sesuai dan dapat diteliti.

### **Pasal 1**

Pasal 1 KEJ berbunyi, "Wartawan Indonesia bersikap independen, menghasilkan berita akurat, berimbang, dan tidak beritikad buruk". Pasal ini diukur dengan indikator (1) berita yang akurat dan (2) berita yang berimbang. Akurat adalah sesuatu yang dipercaya benar sesuai dengan keadaan objektif ketika peristiwa terjadi (sesuai dengan fakta). Keakuratan berita dapat dilihat dengan (1) adanya verifikasi informasi kepada pihak terkait dan (2) kesesuaian fakta dengan konteks berita (Sukardi, 2012, p. 147-148). Selanjutnya untuk keberimbangan berita, dapat dilihat dengan adanya kesetaraan. Berimbang berarti semua pihak mendapatkan kesempatan yang setara. Tujuan dari berita yang berimbang adalah agar tercapai pemberitaan yang komprehensif, di mana apabila sebuah berita menyangkut persoalan beberapa pihak, maka hal positif maupun negatif dari representasi banyak pihak harus ter-*cover* di dalam berita tersebut (Panuju, 2005, p. 36).

### **Pasal 3**

Pasal 3 KEJ berbunyi, "Wartawan Indonesia selalu menguji informasi, memberitakan secara berimbang, tidak mencampurkan fakta dan opini yang menghakimi, serta menerapkan asas praduga tak bersalah". Pasal ini diukur dengan indikator (1) pengujian informasi, (2) berita yang berimbang, (3) berita yang tidak mencampurkan fakta dan opini yang menghakimi, dan (4) berita yang menerapkan asas praduga tak bersalah. Pengujian atau verifikasi dapat dilakukan

dengan adanya keterangan dari pihak-pihak terkait. Pengujian informasi dapat disamakan dengan melakukan verifikasi (Sukardi, 2012, p. 362). Indikator ini sama dengan verifikasi informasi pada pasal 1. Selain itu, keberimbangan berita pada pasal 3 berbeda dengan pasal 1. Pada pasal ini, keberimbangan diartikan sebagai pemberian ruang dan waktu kepada masing-masing pihak secara proporsional (Sukardi, 2012, p. 389). Oleh karena itu untuk mengukur pasal ini, peneliti melihatnya berdasarkan kesetaraan porsi frekuensi dan durasi kemunculan para kandidat calon kepala daerah Jawa Timur. Selanjutnya, yang dimaksudkan dengan opini yang menghakimi adalah pendapat pribadi wartawan. Hal ini berbeda dengan opini interpretatif, yaitu pendapat yang berupa interpretasi wartawan atas fakta. Sedangkan pendapat pribadi yang bersifat menghakimi tidak diperbolehkan dalam KEJ. Untuk indikator berita yang menerapkan asas praduga tak bersalah diartikan sebagai prinsip tidak menghakimi seseorang. Seseorang tidak boleh disebut atau dikesankan bersalah melakukan suatu tindak pidana (Sukardi, 2012, p. 129).

### **Pasal 8**

Pasal 3 KEJ berbunyi, “Wartawan Indonesia tidak menulis atau menyiarkan berita berdasarkan prasangka atau deskriminasi terhadap seseorang atas dasar perbedaan suku, ras, warna kulit, agama, jenis kelamin, dan bahasa serta tidak merendahkan martabat orang lemah, miskin, sakit, cacat jiwa atau cacat jasmani”. Pasal ini dilihat dengan ada atau tidaknya unsur prasangka yang mendeskriminasi. Berdasarkan penafsiran KEJ, prasangka adalah anggapan kurang baik mengenai sesuatu sebelum mengetahui secara jelas, sedangkan deskriminasi adalah perbedaan perlakuan. Prasangka bersumber dari suatu sikap, dan deskriminasi menunjuk pada suatu tindakan, oleh sebab itu sikap berprasangka dan deskriminasi seolah-olah menyatu dan tak terpisahkan (Harwantiyoko & Katuuk, 1997, p. 220). Oleh sebab itu, antara prasangka dan deskriminasi memiliki keterkaitan. Dapat dikatakan bahwa prasangka yang mendeskriminasi adalah anggapan kurang baik berupa perbedaan perlakuan terhadap masyarakat tertentu.

## **Metode**

### **Konseptualisasi Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis isi. Analisis isi kuantitatif merupakan suatu teknik penelitian ilmiah yang ditujukan untuk mengetahui gambaran karakteristik isi dan menarik inferensi dari isi. Analisis isi ditujukan untuk mengidentifikasi secara sistematis isi komunikasi yang tampak (*manifest*), dan dilakukan secara objektif, valid, reliabel, dan dapat direplikasi (Eriyanto, 2011, p. 15).

Indikator yang digunakan adalah Pasal 1, 3, dan 8 Kode Etik Jurnalistik. Pada pasal 1, peneliti membaginya menjadi 2 indikator, yakni: (1) berita yang melanggar KEJ karena tidak berimbang dan (2) berita yang melanggar KEJ karena tidak akurat, di mana di-*breakdown* lagi menjadi (a) berita yang melanggar KEJ

karena tidak ada verifikasi kepada pihak-pihak terkait topik yang diangkat, serta (2) berita yang melanggar KEJ karena tidak menempatkan fakta yang sesuai dengan konteks. Untuk pasal 3, diukur berdasarkan 4 indikator, yakni: (1) berita yang melanggar KEJ karena tidak melakukan pengujian informasi, (2) berita yang melanggar KEJ karena tidak memberikan waktu pemberitaan yang setara kepada masing-masing pihak, (3) berita yang melanggar KEJ karena mencampurkan fakta dan opini yang menghakimi, serta (4) berita yang melanggar KEJ karena tidak menerapkan asas praduga tak bersalah. Sedangkan pasal 8, diukur dengan satu indikator, yakni berita yang melanggar Kode Etik Jurnalistik karena mengandung unsur prasangka yang mendeskriminasi.

### *Subjek Penelitian*

Populasi penelitian ini adalah ke 42 berita kampanye pilkada Jawa Timur 2013 yang tayang di TVRI Jawa Timur. Untuk menarik sampel, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*, yakni pemilihan subjek yang berada dalam posisi terbaik untuk memberikan informasi yang dibutuhkan sesuai dengan ciri-ciri khusus yang dimiliki sampel (Silalahi, 2010, p. 272). Syarat atau kriteria pemilihan sampel adalah berita yang mengandung unsur kampanye pilkada Jawa Timur 2013 dan tayang pada masa kampanye pemilihan (12-25 Agustus 2013). Hasilnya, jumlah sampel yang didapatkan adalah 42 berita, sesuai dengan jumlah populasinya.

### *Analisis Data*

Dalam menganalisis data, peneliti menggunakan statistik deskriptif yang berkaitan dengan teknik untuk pencatatan, pengorganisasian, dan peringkasan informasi dari data numerik (Silalahi, 2010, p. 336). Skala pengukuran yang digunakan adalah skala nominal, yang setiap kategori akan diberikan angka sebagai label dalam mengkategorikan isi (Babbie, 2004 dalam Eriyanto, 201, p. 209). Sedangkan langkah menganalisis data, peneliti awali dengan penyuntingan instrumen penelitian dan pengkodean data. Di mana data tersebut selanjutnya akan ditabulasikan untuk kemudian di analisis (Silalahi, 2010, p. 320-332).

## **Temuan dan Analisis Data**

### **Pasal 1**

Tabel 1. Frekuensi Berita yang Melanggar KEJ Karena Tidak Ada Verifikasi Kepada Pihak-Pihak Terkait Topik yang Diangkat

	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Ada Pelanggaran	11	26,19%
Tidak Ada Pelanggaran	31	73,81%
<b>Total</b>	<b>42</b>	<b>100%</b>

Indikator berita yang akurat berhubungan dengan adanya verifikasi data. Kusumaningrat dan Kusumaningrat (2006) mengatakan, keakuratan berita harus



disertai dengan *check* dan *recheck*. *Check* dan *recheck* merupakan konfirmasi atau pengujian kebenaran dan ketepatan fakta kepada subjek, objek, atau saksi berita (Siahaan, et al, 2001, p. 101). Dalam Sukardi (2012), dikatakan pula bahwa untuk mencapai berita yang akurat perlu adanya verifikasi kepada pihak atau masalah terkait, apakah fakta tersebut benar dan tidak keliru (p. 344).

Contoh berita yang tidak melakukan verifikasi terdapat pada berita edisi 21 Agustus 2013 yang berjudul “Kampanye Egi”. Pada berita ini, kampanye Eggi Sudjana yang tadinya akan dilangsungkan di Pasar Setono Betek dialihkan ke Pasar oleh kepolisian Kediri karena truk trailer yang digunakan untuk berkampanye tidak dapat masuk di Pasar Setono Betek. Eggi merasa kecewa atas peralihan tempat kampanye mereka, pasalnya di Pasar Grosir masih sepi pembeli ataupun pedagang. Egi menduga ada pihak yang berusaha menjatuhkannya atas kasus ini. Namun, dalam berita tersebut tidak ada verifikasi dari pihak kepolisian Kota Kediri, padahal beberapa polisi terlihat *on camera* dalam berita tersebut.

Verifikasi fakta yang dilakukan dalam berita-berita kampanye calon kepala daerah ini, ditemukan dalam bentuk SOT narasumber maupun kutipan pernyataan dari narasumber yang dinarasikan. Dikatakan dalam Panuju (2005), fakta selalu dikaitkan dengan uji validitas, sedangkan fakta sendiri adalah fenomena yang dapat diidentifikasi dengan pancaindra manusia (p. 26-27). Hal ini berarti bahwa fakta yang ditemukan wartawan di lapangan harus dibarengi dengan verifikasi. Praktiknya, TVRI Jawa Timur mewajibkan setiap informasi harus dilakukan *check and recheck* lebih dari satu narasumber jika waktu memungkinkan. Jika tidak, maka akan mengutamakan verifikasi kepada satu sumber yang dapat dipercaya (B. Hartanto, *personal communication*, May 12, 2014). Pasal 1 KEJ terkait verifikasi sama halnya dengan indikator pengujian informasi pada pasal 3. Karena itu, jika ditemukan pelanggaran pada Pasal 1 dalam hal verifikasi, maka pengujian informasi pada Pasal 3 akan dikatakan pula telah dilanggar. Sebab, Sukardi (2012) mengatakan, pengujian atau verifikasi antara lain dapat dilakukan dengan menghubungi pihak terkait (p. 362).

Tabel 2. Frekuensi Berita yang Melanggar KEJ Karena Tidak Menempatkan Fakta yang Sesuai Dengan Konteks

	Frekuensi	Presentase
Ada Pelanggaran	0	0%
Tidak Ada Pelanggaran	42	100%
<b>Total</b>	<b>42</b>	<b>100%</b>

Menurut Mulyana (2005), konteks adalah situasi terjadinya komunikasi (p. 71). Kesesuaian fakta dengan konteks berkaitan dengan kejelasan sebuah berita. Badjuri (2010) mengemukakan, tulisan yang efektif mampu meletakkan informasi pada perspektif yang tepat sehingga *audience* tahu dari mana kisah berawal dan ke mana mengalir, serta seberapa jauh dampaknya (p. 78). Tidak ditemukannya pelanggaran pada indikator ini dikarenakan keseluruhan berita-berita yang dianalisis berada pada konteks yang tepat, yakni terkait kampanye pilkada 2013. Fakta-fakta yang menyusun suatu berita secara keseluruhan berkaitan dengan kampanye pasangan para calon kepala daerah tersebut.

Tabel 3. Frekuensi Berita yang Melanggar KEJ Karena Tidak Berimbang

	Frekuensi	Presentase
Ada Pelanggaran	3	7,14%
Tidak Ada Pelanggaran	39	92,86%
<b>Total</b>	<b>42</b>	<b>100%</b>

Dalam penafsiran KEJ, berimbang didefinisikan sebagai kesetaraan bagi semua pihak (Sukardi, 2012, p. 388). Contoh pelanggaran pada pasal ini terdapat pada berita edisi 21 Agustus 2013 dengan judul “Bambang DH Kampanye Di Pasar”. Dalam berita ini, Bambang DH menyangsikan kinerja KPUD dan merasa dicurangi karena posternya banyak yang hilang di daerah Banyuwangi. Akan tetapi, tidak ditampilkan keterangan dari pihak KPUD. Keberimbangan terletak pada penyajian aspek-aspek evaluatif dalam pemberitaan. Salah satunya dapat dilihat dari adanya *cover both sides*, yakni menyajikan gagasan/tokoh atau pihak-pihak yang diberitakan secara bersamaan dan proposional (Siahaan, 2001, p. 102). Kusumaningrat dan Kusumaningrat (2006) berpendapat, bahwa wartawan seharusnya memberikan kesempatan yang sama adilnya kepada pihak yang dirugikan (p. 53). Namun, kesempatan yang adil tersebut tidak tercermin dalam berita ini, karena hanya menampilkan satu sisi saja.

### Pasal 3

Pasal 3 Kode Etik Jurnalistik, keberimbangan berita lebih ditegaskan pada sisi dimensi berita. Penafsiran berimbang pada pasal 3 yakni memberikan ruang dan waktu pemberitaan kepada masing-masing pihak secara proposional (Sukardi, 2012, p. 389). Kata “proposional” pada Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) diartikan sebagai sesuai dengan proporsi, sebanding, seimbang, berimbang. Karena itu, untuk mengukur indikator ini, penulis melihat dari sisi frekuensi dan durasi pemberitaan masing-masing pasangan kandidat

Tabel 4. Frekuensi Kandidat yang Diberitakan

	Frekuensi	Presentase
Soekarwo – Saifullah Yusuf	10	23,81%
Eggi Sudjana – Mochamad Sihad	11	26,19%
Bambang DH – Said Abdullah	10	23,81%
Khofifah Indar Parawansa – Herman Sumadiredja	10	23,81%
Seluruh Kandidat	1	2,38
<b>Total</b>	<b>42</b>	<b>100%</b>

Dari data tersebut, terdapat ketimpangan frekuensi berita antara pasangan Soekarwo-Saifullah, Bambang-Said, dan Khofifah-Herman dengan pasangan Eggi-Sihat, meski ketimpangan frekuensi kemunculan berita tersebut hanya berbeda 1 berita saja. Hal yang sama juga ditemukan dalam durasi berita.



Tabel 5. Durasi Pemberitaan Kampanye Masing-Masing Kandidat

	Detik	Menit	Presentase
Soekarwo – Saifullah Yusuf	1027	17:7	24,80%
Eggi Sudjana – Mochamad Sihad	1146	19:06	27,67%
Bambang DH – Said Abdullah	927	15:27	22,39%
Khofifah Indar Parawansa – Herman Sumadiredja	933	15:33	22,53%
Seluruh Kandidat	108	1:48	2,61%
<b>Total</b>	<b>4141</b>	<b>69:01</b>	<b>100%</b>

Kampanye pasangan Eggi-Sihat memiliki durasi diberitakan paling lama jika dibandingkan dengan 3 kandidat lainnya. Bambang Hartanto, Kepala Seksi Produksi Berita TVRI Jawa Timur, mengatakan, keberimbangan dari sisi durasi juga harus sama. Jika kampanye 1 pasangan calon kepala daerah Jawa Timur diberitakan selama satu menit, maka kampanye pasangan calon lainnya diberlakukan sama (B. Hartanto, *personal communication*, May 12, 2014). Keterangan Bambang berbeda dengan temuan data, bahwa jika semua kandidat diberitakan dengan durasi yang setara setiap edisi, maka akumulasi durasi secara keseluruhan haruslah sama setiap kandidat.

Tabel 6. Frekuensi Berita yang Melanggar KEJ Karena Mencampurkan Fakta dan Opini yang Menghakimi

	Frekuensi	Presentase
Ada Pelanggaran	1	2,38%
Tidak Ada Pelanggaran	41	97,62%
<b>Total</b>	<b>42</b>	<b>100%</b>

Adanya pencampuran fakta dan opini wartawan bisa dilihat dari adanya kata-kata *opinionative*, seperti tampaknya, kemungkinan, diperkirakan, seakan-akan, terkesan, seolah, agaknya, diramalkan, kontroversi, mengejutkan, manuver, sayangnya, dan sejenisnya atas fakta yang ada (Subiakto, 2000, p. 38). Dalam sebuah berita, opini menjadi masalah ketika ada unsur penghakiman di dalamnya. Contohnya terdapat pada berita edisi 22 Agustus 2013 yang berjudul “Eggi-Sihat Kampanye Di Pasar”. Bentuk penghakimannya terdapat pada kutipan narasi berita berikut:

“NAMUN SAYANG/ BANYAK WARGA YANG TIDAK MENGENAL EGGI SUDJANA DAN MOCHAMAD SIHAT/ SEHINGGA KAMPANYE YANG DILAKUKANNYA KURANG BANYAK MENDAPAT APRESIASI WARGA/”

Kata *opinionative* terdapat pada kata “NAMUN SAYANG”. Setelah kata tersebut, merupakan bentuk penghakimannya, yakni bahwa banyak warga tidak mengenal pasangan calon gubernur Eggi-Sihat. Bentuk penghakiman lainnya adalah dengan mengatakan bahwa kampanye Eggi-Sihat kurang mendapat apresiasi warga. Padahal, dalam berita tersebut tidak ada satupun keterangan dari warga sekitar. Sukardi (2012) mengatakan, dalam beropini perlu diperhatikan bahwa data atau

fakta yang dipakai dalam opini harus akurat (p. 151). Sedangkan keakuratan data atau fakta berkaitan dengan adanya verifikasi atas data atau fakta tersebut (Sukardi, 2012, p. 147). Meski wartawan melihat fakta bahwa dalam kampanye Eggi-Sihat kurang mendapat apresiasi karena banyak warga yang tidak mengenal mereka, wartawan pun perlu melengkapinya dengan verifikasi kepada pihak-pihak yang dilibatkan dalam berita.

Tabel 7. Frekuensi Berita yang Melanggar KEJ Karena Tidak Menerapkan Asas Praduga Tak Bersalah

	Frekuensi	Presentase
Ada Pelanggaran	0	0%
Tidak Ada Pelanggaran	42	100%
<b>Total</b>	<b>42</b>	<b>100%</b>

Tingginya presentase tidak ada berita yang tidak menerapkan asas praduga tak bersalah lebih karena memang tidak ada berita yang berkaitan dengan indikator ini. Menurut Hadi (2013), suatu berita dikatakan melanggar asas praduga tak bersalah apabila isi berita memang telah menghakimi seseorang atau beberapa orang telah terlibat atau bersalah melakukan tindak pidana, padahal belum terbukti melalui putusan pengadilan yang telah berkekuatan hukum tetap (para. 9). Indikator ini berkaitan dengan kasus hukum yang sedang dialami seseorang. Berita yang dianalisis berkaitan dengan kegiatan kampanye pemilihan umum yang di dalamnya tidak terdapat kasus-kasus hukum.

## Pasal 8

Tabel 8. Frekuensi Berita yang Melanggar KEJ Karena Mengandung Unsur Prasangka yang Mendeskriminasi

	Frekuensi	Presentase
Ada Pelanggaran	0	0%
Tidak Ada Pelanggaran	42	100%
<b>Total</b>	<b>42</b>	<b>100%</b>

Terkait indikator ini, secara keseluruhan tidak ditemukan adanya pelanggaran meski ada potensi demikian. Potensi tersebut terkait dengan deskriminasi terhadap *gender*. Dalam kampanye pilkada Jawa Timur terdapat seorang calon gubernur berjenis kelamin perempuan, yakni Khofifah Indar Parawansa. Tokoh wanita biasanya digambarkan pasif, pengalah, inferior, emosional dan menjalankan peran sebagai ibu rumah tangga dan pendukung atau pendamping tokoh pria (dalam Raharjo, T., et.al, 2012, p. 138). Namun, Khofifah tidak digambarkan demikian. Ia lebih digambarkan aktif berkampanye dalam berita-berita yang dianalisis.

## Sistem Pengawasan Kode Etik Jurnalistik di TVRI Jawa Timur

Dalam menjaga kepekaan setiap jurnalis terhadap KEJ, TVRI Jawa Timur membekali mereka dengan pendidikan dan pemahaman KEJ, seperti diklat profesi yang dilaksanakan Balai Diklat di Jakarta, diklat oleh organisasi kewartawanan, seminar pelatihan, hingga pendidikan informal dari jurnalis senior ke juniornya.

Selain itu, apabila ditemukannya pelanggaran yang dilakukan oleh jurnalis TVRI Jawa Timur dalam kaitannya dengan Kode Etik Jurnalistik, langkah yang dilakukan adalah dengan mengingatkan dan memberikan masukan terkait apa yang benar dan tidak benar menurut standar kode etik (B. Hartanto, *personal communication*, May 12, 2014).

## Simpulan

Dari total 42 berita yang dianalisis, peneliti menemukan adanya pelanggaran KEJ dalam berita kampanye pilkada Jawa Timur 2013 yang disiarkan TVRI Jawa Timur. Pasal KEJ yang dilanggar adalah pasal 1 dan 3. Terkait pasal 1, ditemukan adanya berita yang tidak melakukan verifikasi terhadap pihak-pihak terkait informasi yang ada. Selain itu, ada pula berita yang cenderung tidak berimbang, karena berita tersebut hanya menampilkan salah satu pihak saja ketika terdapat sebuah konflik antara beberapa pihak. Untuk pasal 3, pelanggaran yang ditemukan adalah adanya durasi pemberitaan yang tidak berimbang antar masing-masing kandidat kepala daerah Jawa Timur. Selain itu, pelanggaran ditemukan pada pasal 3 dalam hal tidak melakukan pengujian informasi, serta adanya pencampuran fakta dan opini yang menghakimi dalam narasi berita.

Pelanggaran-pelanggaran yang dilakukan tersebut diindikasikan terjadi karena tidak adanya sistem di TVRI Jawa Timur dalam menjaga kepekaan para jurnalisnya terhadap KEJ yang dilakukan secara periodik. Sehingga pemahaman KEJ yang sangat bergantung pada hati nurani sang pengemban profesi perlahan dapat saja memudar. Untuk itu, TVRI Jawa Timur perlu menerapkan sebuah sistem untuk menjaga kepekaan jurnalis terhadap KEJ. Pada penelitian selanjutnya, diharapkan dapat dilakukan dengan metode analisis isi kualitatif pada berita-berita kampanye pilkada Jawa Timur 2013 untuk melihat secara mendalam berita-berita yang dikategorikan melanggar KEJ. Selain itu, peneliti menyarankan agar dapat dilakukannya penelitian aplikasi Kode Etik Jurnalistik dalam penghimpunan berita kampanye pilkada jurnalis TVRI Jawa Timur di lapangan.

## Daftar Referensi

- Budiono, Shelley. (2006). *Penerapan Kode Etik Jurnalistik Televisi Indonesia Pada Program Berita di Televisi (Analisis Isi Tayangan Berita Kriminal "Patroli" di Indosiar)*. Surabaya: Program Sarjana Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra.
- Badjuri, Adi. (2010). *Jurnalistik Televisi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Effendi, Zainal. (2013, August 28). *Tayangkan Iklan Saat Masa Tenang, KPID 'Semprit' 6 TV Swasta dan 1 Radio*. Retrieved June 16, 2013, from [http://hot.detik.com/celeb-personal/read/2013/08/28/213430/2343568/47\\_5/tayangkan-iklan-saat-masa-tenang-kpid-semprit-6-tv-swasta-dan-1-radio](http://hot.detik.com/celeb-personal/read/2013/08/28/213430/2343568/47_5/tayangkan-iklan-saat-masa-tenang-kpid-semprit-6-tv-swasta-dan-1-radio)
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Hadi, Ilman. (2003, March 29). *Pemberitaan Pers dan Asas Praduga Tak Bersalah*. Retrieved May 11, 2014, from <http://www.hukumonline.com/klinik/detail/lt5152469d75905/pemberitaan-pers-dan-asas-praduga-tak-bersalah>.
- Harwantiyoko & Katuuk, N. F. (1997). *MKDU Ilmu Sosial Dasar*. Jakarta: Gunadarma.
- Kusumaningrat, H. & Kusumaningrat, P. (2006) *Jurnalistik: Teori dan Praktik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Lesmana, Fanny. (2010). *Praktik Peliputan Jurnalis dan Aplikasi Kode Etik Wartawan (KEWI) dalam Kampanye Pemilukada Kota Surabaya 2010*. Surabaya: Program Pascasarjana Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga.
- Luwarso, Lukas., Samsuri., dan Kusmandi. (2005). *Pers dan Pilkada 2005*. Jakarta: Dewan Pers.
- Mulkan, Dede. (2011). *Matinya Kode Etik Jurnalistik: Berdasarkan Studi Kasus di Metro TV dan TV one*. Bandung: Arsad Press.
- Mulyana. (2005). *Kajian Wacana: Teori, Metode, dan Aplikasi Prinsip-Prinsip Analisis Wacana*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Panuju, Redi. (2005). *Nalar Jurnalistik: Dasar-Dasar Jurnalistik*. Malang: Bayumedia.
- Raharjo, T., et.al. (2012). *Literasi Media & Kearifan Lokal: 'Konsep dan Aplikasi'*. Salatiga: Universitas Kristen Satya Wacana.
- Sanusi. (2013, December 27). *TVRI Terancam Tutup Karena Anggaran Diblokir*. Retrieved March 8, 2014, from <http://www.tribunnews.com/nasional/2013/12/27/tvri-terancam-tutup-karena-anggaran-diblokir>.
- Setiati, Eni. (2005). *Ragam Jurnalistik Baru dalam Pemberitaan: Strategi Wartawan Menghadapi Tugas Jurnalistik*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Shaffat, Idri. (2008). *Kebebasan, Tanggung Jawab, dan Penyimpangan Pers*. Jakarta: Prestasi Pustaka.
- Siahaan, H., et al. (2001). *Pers Yang Gamang: Studi Pemberitaan Jejak Pendapat Timor-Timur*. Surabaya: Lembaga Studi Perubahan Sosial.
- Silalahi, Ulber. (2010). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- Subiakto, Henry. (2000). *Jurnal Penelitian: Objektivitas Pemberitaan*.
- Sukardi, Wina Armanda. (2012). *Kajian Tuntas 350 Tanya Jawab UU Pers dan Kode Etik Jurnalistik*. Jakarta: Dewan Pers.
- Wibowo, Wahyu. (2009). *Menuju Jurnalisme Beretika: Peran Bahasa, Bisnis dan Politik di Era Mondial*. Jakarta: Kompas.