**Implementasi Pasal 3 Kode Etik Jurnalistik pada Berita Tragedi Kanjuruhan di AyoMalang.com**

**Dilla Anggraeni1\*, Darajat Wibawa1, Rusmulyadi2**

Jurusan Ilmu Komunikasi Jurnalistik, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

*\*Email : dillaanggraini4@gmail.com*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat proses implementasi Pasal 3 Kode Etik Jurnalistik pada berita Tragedi Kanjuruhan yang dimuat media *online* AyoMalang.com pada periode 1-31 Oktober 2022, serta menilik kebijakan redaksi yang berlaku untuk mengetahui faktor apa saja yang berpengaruh pada isi pemberitaan. Metode penelitian yang digunakan yakni studi kasus melalui tiga tahap, antara lain observasi terhadap cara kerja AyoMalang.com, wawancara mendalam terhadap tim redaksi sebagai pihak utama yang bersangkutan langsung dengan produksi berita, dan studi dokumen terhadap berita Tragedi Kanjuruhan yang telah dipublikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media *online* AyoMalang.com belum sepenuhnya menerapkan Pasal 3 Kode Etik Jurnalistik khususnya pada poin pemberitaan berimbang dan pengujian informasi. Hal tersebut terlihat dari pemberitaan yang dipecah sehingga membuat beberapa berita bersifat tendensius dan ditemukan adanya informasi keliru pada salah satu berita.

**Kata Kunci:** Kode Etik Jurnalistik; Pasal 3; Berita Tragedi Kanjuruhan; AyoMalang.com

***ABSTRACT***

This study aims to look at the implementation of Article 3 of the Journalistic Code of Ethics in the Kanjuruhan Tragedy news published by the online media AyoMalang.com in the period 1-31 October 2022, as well as review the editorial policies that apply to find out what factors influence the content of the news. The research method used is a case study through three stages, observation of how AyoMalang.com works, in-depth interviews with the editorial team as the main party directly involved in news production, and document study of published Kanjuruhan Tragedy news. The results of the study show that the online media AyoMalang.com has not fully implemented Article 3 of the Journalistic Code of Ethics, especially on the points of balanced reporting and testing of information. This can be seen from the news that was broken down so that some of the news was tendentious and it was found that there was wrong information in one of the news.

**Keywords:** Journalistic Code of Ethics; Article 3; News of the Kanjuruhan Tragedy;

AyoMalang.com.

PENDAHULUAN

Kemunculan portal berita versi *online* merupakan bentuk nyata dari kemajuan teknologi informasi dan komunikasi pada bidang jurnalistik. Sebagai generasi penerus media elektronik, media *online* memiliki beberapa ciri khas menonjol, salah satunya adalah kecepatan penyajian informasi terbaru yang dapat diakses oleh khalayak tanpa adanya batasan waktu dan tempat selama terkoneksi dengan internet (Romli, 2012).

Ciri khas tersebut kemudian menjadi tuntutan yang tak jarang membuat para jurnalis media *online* mengesampingkan kode etik profesinya. Padahal, Kode Etik Jurnalistik adalah pedoman operasional yang bersifat mutlak dan wajib ditaati oleh setiap pelaku jurnalis dalam menjalankan kegiatan jurnalistik. Samsuri (2013:291) menjelaskan Kode Etik Jurnalistik mengatur tentang apa yang akan menjadi perhatian masyarakat di dalam isi berita yang disajikan oleh wartawan yang dimuat dalam suatu media. Kode etik jurnalistik sendiri menyadari bahwa masyarakat harus memperoleh informasi yang benar, akurat, berimbang dan memerlukan landasan moral untuk menjaga kepercayaan publik.

Beragam definisi yang disampaikan para ahli mengenai Kode Etik Jurnalistik dapat disimpulkan sebagai aturan berupa landasan moral dan pedoman operasional yang bersifat mengikat para pelaku jurnalistik dalam melaksanakan profesinya demi menjamin kemerdekaan pers dan memenuhi hak publik untuk memperoleh informasi yang benar. Dalam menjalankan perannya, pers dituntut untuk menjadi profesional, selalu menghormati hak asasi manusia, dan terbuka agar dapat dikontrol oleh masyarakat. Ketergantungan masyarakat akan media *online* yang dianggap lebih efisien dan aktual dalam memberikan informasi ini sayangnya belum sepenuhnya didukung oleh media *online* yang mematuhi Kode Etik Jurnalistik.

Ketua Dewan Pers, Yosep Adi Prasetyo menyatakan bahwa media *online* yang terdaftar dalam Dewan Pers hanya sejumlah 234 dari total 43.400 media yang ada, dan tak mencapai setengah dari 234 yang mengikuti peraturan perundangan serta menerapkan Kode Etik Jurnalistik. Sedangkan hanya 74 media *online* yang telah terverifikasi oleh Dewan Pers.

Merujuk pada data dari laman resmi Dewan Pers, sepanjang tahun 2022 tercatat lebih dari 500 kasus aduan terkait pers. Aduan tersebut secara umum mengenai pelanggaran kode etik yang dilakukan media pada poin pengujian informasi, menghakimi, plagiasi, dan tidak menerapkan *cover both sides.*

Hal tersebut seharusnya tidak terjadi jika setiap wartawan menerapkan nilai yang terkandung dalam Kode Etik Jurnalistik. Berdasarkan data tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana media *online* AyoMalang.com mengimplementasikan Kode Etik Jurnalistik terutama pasal 3 dalam pemberitaan mengenai Tragedi Kanjuruhan.

Tragedi Kanjuruhan yang memakan ratusan korban pada 1 Oktober 2022 di Stadion Kanjuruhan, Malang merupakan insiden besar bagi dunia sepak bola tanah air bahkan internasional. Kehangatan topik pembahasan yang dinantikan seluruh masyarakat indonesia terutama para suporter bola karena menyangkut nyawa saudaranya serta harapan besar masyarakat akan peran pers yang berpedoman pada kode etik profesinya lah yang menjadi keunikan penelitian kali ini. Penelitian ini berfokus pada pasal 3 Kode Etik Jurnalistik yang berbunyi “Wartawan Indonesia selalu menguji informasi, memberitakan secara berimbang, tidak mencampurkan fakta dan opini yang menghakimi, serta menerapkan asas praduga tidak bersalah”.

Rentannya pelanggaran pasal 3 Kode Etik Jurnalistik dalam penulisan berita terkait Tragedi Kanjuruhan seperti informasi palsu yang tidak dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya, pencampuran fakta dan opini yang menggiring, pemberitaan yang condong ke salah satu pihak, dan berita yang menghakimi menjadikan penelitian ini penting dilaksanakan untuk mengetahui bagaimana wartawan media *online* AyoMalang.com mengimplementasikan nilai-nilai etika yang terkandung dalam pasal tersebut sehingga memenuhi hak masyarakat dalam memperoleh informasi yang benar dan objektif.

Pemilihan media *online* AyoMalang.com didasarkan atas alasan lokalitas dalam peliputan dan pemuatan konten berita. AyoMalang.com lebih banyak berfokus pada peristiwa-peristiwa yang terjadi di kota Malang, dimana sesuai dengan lokasi kejadian Tragedi Kanjuruhan. AyoMalang.com juga merupakan pilihan portal media *online* yang termasuk populer di kalangan masyarakat khususnya warga Malang. Berdasarkan web analisis *page view* similarweb.com, AyoMalang.com per April 2023 dikunjungi oleh lebih dari 52 ribu *visitor* per hari.

Terdapat penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini, pertama, dengan judul penelitian *Penerapan Kode Etik Jurnalistik Pasal 4 Terkait dengan Peliputan Berita: Studi Fenomenologi Perspektif Wartawan AJI Bandung* yang ditulis oleh Imas Masfufah (2021). Metode penelitiannya adalah studi fenomenologi yang mengungkap bahwa Kode Etik Jurnalistik pasal 4 telah dipahami para wartawan AJI Bandung yang kemudian diaplikasikan saat peliputan berita kekerasan. Walaupun dalam proses peliputan berita kekerasan ini kerap kali mengalami hambatan dan ancaman, namun mereka tetap menyampaikan berita secara faktual dan merahasiakan identitas korban kekerasan.

Penelitian kedua yang relevan dengan pembahasan kali ini berjudul *Media dan Pemberitaan Kriminal* yang ditulis oleh Farras Agrivina (2022) dengan menggunakan metode analisis isi kualitatif. Penelitian tersebut menghasilkan temuan bahwa tiap berita kriminal edisi Oktober sampai Desember 2021 yang dimuat dalam laman Tribun Padang telah menerapkan seluruh unsur yang terkandung dalam pasal 3 Kode Etik Jurnalistik yakni pengujian informasi, keberimbangan berita, tidak mencampurkan fakta dan opini, dan menerapkan asas praduga tak bersalah.

Penelitian yang relevan lainnya ialah berjudul *Penerapan Kode Etik Jurnalistik dalam Penulisan Berita Kriminal pada Media Online Infobekasi.co.id* yang ditulis oleh Riesma Winora (2021). Menggunakan metode studi kasus, hasil penelitian menunjukkan bahwa Infobekasi.co.id telah melakukan upaya penerapan kode etik jurnalistik dalam rangka menjaga reputasi media, meskipun beberapa aspek tersebut tidak sesuai dengan kode etik khususnya dalam aspek penulisan berita.

Bila dibandingkan dengan penelitian relevan lainnya, terdapat perbedaan yang menjadi ciri khas tersendiri pada penelitian kali ini, dengan menggunakan metode studi kasus terhadap tim redaksi, penelitian ini akan mengaitkan kebijakan redaksi yang berlaku di media terkait untuk mengungkap proses implementasi kode etik jurnalistik pada berita yang diproduksinya.

Penelitian ini difokuskan untuk mengkaji implementasi Kode Etik Jurnalistik pada beberapa aspek mulai dari hal mendasar seperti pemahaman tim redaksi terhadap kode etik, cara pengimplementasian pada berita Tragedi Kanjuruhan, serta kebijakan redaksi yang berlaku di AyoMalang.com untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi isi berita.

Berpacu pada fokus yang telah dipaparkan sebelumnya, muncul beberapa pertanyaan penelitian yang akan dibahas, *pertama,* Bagaimana pemahaman tim redaksi AyoMalang.com terhadap pasal 3 Kode Etik Jurnalistik? *kedua,* Bagaimana tim redaksi AyoMalang.com mengimplementasikan pasal 3 Kode Etik Jurnalistik dalam berita Tragedi Kanjuruhan? *Ketiga,* Bagaimana kebijakan redaksi yang berlaku di AyoMalang.com?

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus, Creswell mendefinisikan studi kasus sebagai sebuah strategi kualitatif dimana yang menjadi objek kajian peneliti adalah suatu program, kejadian, aktivitas, proses dari satu atau lebih individu dengan lebih mendalam (Widhagdha, 2020). Hal tersebut sesuai dengan tujuan penelitian kali ini yang akan mengungkap proses implementasi pasal 3 Kode Etik Jurnalistik pada berita Tragedi Kanjuruhan di AyoMalang.com dengan rinci melalui kebijakan redaksi yang berlaku.

Penggunaan metode studi kasus dilakukan melalui tiga tahap yakni observasi terhadap cara kerja AyoMalang.com, wawancara mendalam terhadap tim redaksi sebagai pihak utama yang bersangkutan langsung dengan produksi berita, dan studi dokumen terhadap berita Tragedi Kanjuruhan yang telah dipublikasi pada laman AyoMalang.com periode 1-31 Oktober 2022.

**LANDASAN TEORITIS**

Penelitian ini berpijak pada teori hirarki pengaruh yang diperkenalkan oleh Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese pada tahun 1996. Dalam Pratiwi 2018, digambarkan bahwa terdapat faktor internal dan eksternal yang nyata mempengaruhi isi pemberitaan suatu media. Teori ini berasumsi bahwa konten informasi yang disampaikan media kepada khalayak merupakan hasil dari kebijakan redaksi yang berlaku di media dan dipengaruhi oleh internal dan eksternal suatu lembaga (Pratiwi, 2018).

Teori hirarki pengaruh dapat disimpulkan sebagai teori yang menjelaskanhubungan antar beragamnya faktor dan agenda media massa. Lebih lanjut shoemaker dan Reese menyatakan bahwa terdapat pengaruh internal dan eksternal yang dapat mengubah isi pemberitaan suatu media. Pengaruh ini terbagi ke dalam lima level, yakni individu pekerja media (*individual level*), rutinitas media (*media routines level*), organisasi media (*organizational level*), luar media (*extramedia level*), dan ideologi (*ideology level*).

Teori ini menjelaskan bahwa konten atau isi pesan yang disajikan media massa bukan lagi berasal dari lingkungan yang netral, melainkan telah dipengaruhi berbagai kepentingan lewat wadah yang penuh distorsi. Isi pesan suatu media adalah hasil dari pengaruh kebijakan internal organisasi media dan pengaruh eksternal media itu sendiri. Pengaruh internal terhadap isi pesan di suatu media meliputi faktor pemilik media, wartawan sebagai individu pencari berita, serta rutinitas, dan organisasi media. Adapun pengaruh eksternal terhadap isi pesan di suatu media meliputi faktor masyarakat sebagai pembaca, pemerintah, pengiklan, dan pihak lainnya.

Mayoritas isi pesan suatu media ditentukan oleh tekanan yang berasal dari pihak internal dan eksternal organisasi media. Isi media merupakan pencampuran dari program internal, keputusan manajerial dan editorial, serta pengaruh eksternal dari sumber-sumber non media, misalnya individu-individu yang memiliki pengaruh sosial, pejabat pemerintah, pengiklan, dan lainnya. Secara ringkas, berikut penjelasan kelima level oleh Shoemaker dan Reese yang dijelaskan Nawiroh:

*Pertama,* Level Individual, level individu dalam konteks ini merujuk pada peran penting para pekerja media seperti wartawan, redaktur, dan lainnya yang mengalami langsung realitas yang akan dilaporkan ke publik. Tahap ini juga menganggap pesan yang terkandung dalam media massa dipengaruhi oleh faktor intrinsik para pekerja media seperti karakteristik personal dan latar belakang profesional, kepribadian, sikap pribadi, dan hal lainnya. *Kedua,* Level rutinitas media. Dimaksudkan sebagai kegiatan yang dilakukan berulang hingga membentuk pola dan kebijakan yang berlaku di media tersebut. Kebijakan media atau media rutin merujuk pada praktik sistem kerja profesional yang bersifat wajib diikuti, biasanya mengenai kebiasaan media dalam pengemasan berita.

*Ketiga,* Level Organisasi. Level ini berkaitan dengan struktur manajemen organisasi, kebijakan, dan tujuan media. Biasanya dikaitkan dengan visi misi yang akan dicapai media tersebut. Shoemaker menganggap level ini lebih berpengaruh karena kebijakan dipegang pemilik media melalui tim redaksi, yang mana lebih erat hubungannya dengan publikasi berita. *Keempat,* Level Extramedia. Level ekstramedia dimaksudkan sebagai pihak luar yang dapat mempengaruhi isi berita, seperti sumber berita, pasar, pengiklan, segmentasi pasar, teknologi, dan media lain yang dapat mempengaruhi kebijakan media. *Kelima,* Level Ideologi, yakni kerangka berpikir yang menganggap bahwa sistem kepercayaan, makna, penilaian yang digunakan oleh media massa dapat menentukan isi yang akan ditampilkan. Pada level ini, dijelaskan hubungan antara pembentukan konten berita pada suatu media dengan nilai-nilai, kepentingan, dan relasi kuasa yang dapat mempengaruhi isi media.

Berdasarkan penjelasan di atas, penelitian ini akan menggambarkan bagaimana faktor-faktor kepentingan media baik yang berasal dari internal maupun eksternal dapat mempengaruhi isi pemberitaan media *online* AyoMalang.com. Berita-berita terkait Tragedi Kanjuruhan akan dianalisis apakah telah menerapkan KEJ khususnya pasal 3 yang memuat empat elemen yakni pengujian informasi, pemberitaan secara berimbang, tidak mencampurkan fakta dan opini yang menghakimi, dan menerapkan asas praduga tak bersalah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

AyoMalang.com merupakan perusahaan multimedia hasil peranakan dari PT. Ayo Media Network yang telah menaungi website-website media *online* seperti AyoBandung.com, AyoJakarta.com, AyoPurwakarta.com, AyoCirebon.com, AyoTasik.com, AyoBogor.com, dan lainnya. AyoMalang.com berfokus pada berita lokal daerah Malang Raya dan sekitarnya, namun tetap memproduksi berita terkait isu nasional maupun internasional.

Pengembangan AyoMalang.com dengan penerapan strategi lokalitas dapat dilihat dengan gerakan AyoMalang.com yang mengajak masyarakat untuk berkontribusi melalui jurnalisme keberagaman dengan melihat sekitar lebih dekat melalui berita lokal. Beberapa contoh pemberitaan lokal sebagai wujud identitas AyoMalang.com yakni adanya rubrik Malang Raya dimana berfokus pada peristiwa-peristiwa yang terjadi di lingkup kota Malang.

Dengan metode studi kasus terhadap tim redaksi, penelitian ini berusaha melihat implementasi pasal 3 Kode Etik Jurnalistik pada berita Tragedi Kanjuruhan di media *Online* AyoMalang.com melalui analisis berita Tragedi Kanjuruhan yang telah dipublikasi pada periode 1-31 Oktober 2022 dan melalui kebijakan redaksi yang berlaku.

Berdasarkan data yang dikumpulkan, hasil penelitian menunjukkan bahwa tim redaksi AyoMalang.com telah memahami dengan baik setiap poin yang terkandung Pasal 3 Kode Etik Jurnalistik sesuai dengan tafsir Dewan Pers. Namun pemahaman tersebut belum sepenuhnya diimplementasikan pada berita Tragedi Kanjuruhan khususnya pada poin pemberitaan berimbang dan pengujian informasi. Hal tersebut terlihat dari pemberitaan yang dipecah sehingga membuat beberapa berita bersifat tendensius dan ditemukan adanya informasi keliru pada salah satu berita. Adapun usaha yang dilakukan untuk mengimplementasikan pasal 3 pada berita Tragedi Kanjuruhan adalah dengan verifikasi ke sumber yang bersangkutan sebelum publikasi, memberi porsi yang setara pada pihak yang bersangkutan, menyatakan informasi dengan apa adanya tanpa mencampurkan opini pribadi, dan memahami secara mendalam status hukum seseorang.

Pemahaman Tim Redaksi AyoMalang.com terkait Pasal 3 Kode Etik Jurnalistik

Secara sederhana pemahaman dapat diartikan sebagai kemampuan seseorang dalam mengerti dan memaknai suatu hal setelah hal tersebut diketahui dan diingat. Pemahaman jurnalis media online AyoMalang.com terkait Kode Etik Jurnalistik pada penelitian kali ini diartikan menjadi bagaimana para jurnalis AyoMalang.com yang menjadi informan memaknai apa arti dari kode etik sendiri dan sejauh mana mereka mengenal pasal-pasal yang ada di dalamnya, terkhusus pasal 3.

Selayaknya profesi lain, jurnalis memiliki pedoman operasional yang telah ditetapkan oleh Dewan Pers, hal tersebut tertuang dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999. Sebanyak 11 butir peraturan teknis yang terkandung dalam Kode Etik Jurnalistik merupakan pagar pembatas bagi setiap jurnalis Indonesia untuk tetap berada dalam jalur yang benar dalam menjalankan tugasnya.

Ketiga informan dalam penelitian ini secara garis besar mengaku paham dan dapat memaknai apa yang dimaksud dengan Kode Etik Jurnalistik karena kode etik merupakan pedoman mutlak yang harus ditaati oleh seluruh pelaku jurnalistik. Kode Etik Jurnalistik juga dianggap sebagai acuan teknis dalam memproduksi karya jurnalistik demi memberikan informasi yang sebenar-benarnya kepada khalayak dengan mengikuti etika dan moral yang berlaku.

Kode Etik Jurnalistik dianggap tim redaksi AyoMalang.com sebagai rambu profesi yang bersifat teknis, dimana mengarahkan jurnalis Indonesia untuk selalu berada pada jalur yang benar. Sejalan dengan pemaparan Suryo, Redaktur AyoMalang.com sebagai berikut.

“KEJ ini kan ibaratnya rambu- rambu ya. Jadi seperti halnya Profesi dokter pun ada regulasi yang mengatur dalam praktek, sama halnya dengan wartawan atau profesi jurnalis ini eee yang sesuai dengan Undang-Undang Pers, dibuatkan hal yang sifatnya teknis dalam dunia jurnalistik. Jadi ini sebagai rambu supaya dalam seluruh hal pembuatan atau produksi karya jurnalis tidak keluar dari relnya.” (Hasil wawancara 08 April 2023).

Berdasarkan hasil wawancara di atas, Kode Etik Jurnalistik memiliki kedudukan sebagai pedoman teknis sekaligus pembatas dalam melaksanakan kegiatan jurnalistik. Sifatnya yang mutlak dan menuntut membuat tim redaksi AyoMalang.com harus paham dan penerapan butir demi butir peraturan yang terkandung sejak proses mencari informasi hingga menghasilkan produk jurnalistik. Adanya rambu-rambu akan membantu mengarahkan wartawan mengenai tindakan yang seharusnya dilakukan dan yang seharusnya dihindari pada saat menjalankan tugas jurnalistik (Zaenudin, 2011).

Pengujian informasi merupakan usaha memastikan informasi yang didapat adalah benar adanya lewat proses verifikasi ke sumber terkait. Pengujian informasi juga dimaksudkan sebagai kegiatan melihat pandangan berbagai sumber untuk memberikan beragam pandangan berbeda dan memastikan informasi yang sebenarnya (Kurnia, 2017). Informasi adalah kekuatan dan kebenaran adalah senjata paling kuat. peran wartawan sangatlah menentukan bagaimana sebuah peristiwa ditampilkan di media massa, karena pada akhirnya informasi tersebut dapat membentuk opini masyarakat tentang realitas tersebut walaupun belum tentu sepenuhnya akurat (Wibawa, 2012). Maka dari itu, pengujian informasi adalah hal krusial yang harus dilakukan para jurnalis profesional untuk memenuhi hak masyarakat dalam memperoleh informasi yang benar.

Pemberitaan berimbang dipahami sebagai pemberian kesempatan yang sebanding kepada setiap pihak terkait untuk menyampaikan penjelasan, pandangan, klarifikasi, dan hal lainnya tentang suatu kejadian yang sedang berlangsung. Berita yang berimbang disusun untuk memberikan informasi, bukan untuk memandu publik dalam mendukung atau menolak pihak tertentu (Kurnia, 2017). Seluruh media massa wajib menyajikan karya jurnalistik yang berkualitas dengan penerapan keberimbangan (*cover both side*), pengecekan ulang (*check and recheck*), dan (*balancing reporting*). Artinya masyarakat berhak memperoleh informasi yang netral, jujur, dan benar (Hasan, 2014).

Menginterpretasikan fakta dari data-data yang telah diperoleh di lapangan merupakan tugas yang tidak akan lepas dari seorang jurnalis. Tentunya hal tersebut patut dilakukan secara murni tanpa memasukan opini pribadi yang menghakimi, sebagaimana penuturan Naufal, redaktur pelaksana AyoMalang.com sebagai berikut.

“Kita harus sajikan data secara apa adanya, apa yang di dapat itu yang ditulis. Opini yang menghakimi ini akan menimbulkan *chaos* di masyarakat ya, bisa bahaya juga bagi media kita. Jadi harus dihindari para jurnalis. Apalagi terkait Tragedi Kanjuruhan. Jadi kita sangat berhati-hati dan terus berpedoman pada kode etik profesi.” (Hasil wawancara 03 April 2023).

Tercampurnya fakta dan opini akan menciptakan ketegangan dan konflik di masyarakat, bahkan akan membahayakan medianya. Karenanya tim redaksi AyoMalang.com mengaku selalu berpegang teguh terhadap kode etik termasuk dengan memberitakan secara hati-hati, akurat, dan apa adanya tanpa keluar dari *statement* narasumber. Pencampuran fakta dan opini yang menghakimi dalam pemberitaan membuat isi berita mengandung sudut pandang tertentu yang akan menguntungkan salah satu pihak jika opini tersebut tidak sesuai dengan fakta yang ada (Panuju, 2018:139).

Poin terakhir yang terkandung dalam pasal 3 Kode Etik Jurnalistik ialah menerapkan asas praduga tak bersalah. Jurnalis mutlak hukumnya untuk tidak menghakimi seseorang melalui sebutan di pemberitaan. Pemahaman mengenai sebutan kepada pihak bersangkutan di posisi tertentu merupakan hal besar yang berpengaruh terhadap diterapkan atau tidaknya poin asas praduga tak bersalah ini. Sebagaimana penjelasan Suryo selaku redaktur AyoMalang.com.

 “Asas praduga tak bersalah itu ketika seseorang disebut sebagai tersangka atau apa, kita harus bisa membedakan statusnya. Apakah itu masih saksi, apakah sudah ditetapkan oleh pihak yang kompeten atau terkait. Dari terduga, lalu di kejaksaan menjadi tersangka, ke pengadilan jadi terdakwa, dan vonis hakim pun membuat statusnya menjadi terpidana. Jadi semuanya harus jelas secara strata aturan seperti itu.” (Hasil wawancara 08 April 2023)

Pemahaman tersebut selaras dengan pemahaman Lukman yang menjelaskan bahwa asas praduga tak bersalah berarti tidak mengadili siapapun sampai ada keputusan dari pengadilan. Jika statusnya baru tersangka jangan kita tulis hanya pelaku saja. Hal tersebut juga merupakan tindakan menghormati hak orang.

Ketiga informan sepakat memahami asas praduga tidak bersalah sebagai aturan yang mengharuskan jurnalis untuk menghormati hak asasi warga negara sebelum ada keputusan dari pihak terkait. Krusialnya peran media dalam memberitakan fakta dikarenakan media memiliki kekuatan dalam membentuk opini publik. Karenanya, media harus profesional dan berintegritas dengan menyesuaikan landasan moral dan etika profesi dalam melaporkan suatu peristiwa secara objektif tanpa memihak dan menghakimi pihak manapun (Samsuri, 2013).

Implementasi Pasal 3 Kode Etik Jurnalistik pada Berita Tragedi Kanjuruhan

Poin ini ditujukan untuk mengetahui bagaimana tim redaksi AyoMalang.com melaksanakan tugasnya yakni memenuhi hak masyarakat dalam memperoleh informasi yang benar. Seorang wartawan dapat dikatakan profesional ketika ia dapat mengimplementasikan Kode Etik Jurnalistik. Sehingga hanya orang-orang yang memiliki kemampuan luar biasa saja yang dapat dikategorikan sebagai seorang wartawan yang sesuai dengan kode etik (Sukardi 2012: 339).

Pada proses pencarian data, ketelitian merupakan bekal utama bagi jurnalis untuk menyampaikan berita yang benar kepada masyarakat, salah satu upayanya dengan melakukan pengecekan ulang ke sumber terkait untuk memastikan kevalidan informasi. Hal ini seperti yang disampaikan Lukman, asisten redaktur AyoMalang.com sebagai berikut.

“Diawali dengan menerapkan kehati-hatian dan ketelitian dalam mengambil data, dan wawancara, dan lain-lain. Mendapatkan informasi dari media sosial juga harus dicek lebih lanjut, apakah valid atau tidak, kita pastikan kepada yang bersangkutan. Opini-opini dari suporter, data dari pihak aparat, semuanya harus disaring benar-benar. Tujuannya memang itu untuk memberitakan yang sebenar-benarnya tanpa ada kesubjektifan untuk memberitakan yang baik ke masyarakat. Kalau itu sudah dilakukan, kedepannya saya rasa akan aman.” (Hasil wawancara 13 April 2023).

Ungkapan di atas menunjukkan bahwa yang ditekankan pada saat proses pencarian data adalah ketelitian, salah satunya dengan verifikasi informasi yang diperoleh dari sumber manapun kepada pihak terkait. Mencermati data ditujukan untuk menyampaikan berita secara objektif dan benar kepada masyarakat. Hal tersebut sesuai dengan prinsip utama jurnalisme yakni menjadi akurat dan mendapatkan fakta dengan benar (Ireton dkk, 2019: 30).

Usaha lain yang dilakukan Ayomalang.com dalam pengimplementasian Kode Etik Jurnalistik adalah kontrol atau pengawasan berkala guna memastikan konsistensi dan kualitas produk jurnalistik yang dihasilkannya melalui dua cara. Pertama dengan mengingatkan tim redaksi untuk berpedoman pada Kode Etik Jurnalistik setiap diadakan rapat rutin, dan kedua dengan meninjau *feedback* pihak eksternal. Hal tersebut dinyatakan Suryo selaku redaktur sebagai berikut.

“Kontrol itu yang efektif memang melihat reaksi dari pihak eksternal, kalau memang ada reaksi atau respon dari pembaca yang bersifat protes. Untuk Tragedi Kanjuruhan sejauh ini eee nyaris tidak ada yang sifatnya keberatan terhadap produk-produk jurnalis yang kita publish. saya sih eee tetap meyakini produk jurnalistik kami eee masih sesuai dengan kode etik, termasuk pada pasal 3 tersebut. Kalo dari pihak internal penulis kami kan sudah terbekali, punya rambu-rambu eee sesuai dengan kode etik, supaya gak melampaui.” (Hasil wawancara 08 April 2023).

Dari pernyataan tersebut, diketahui bahwa selama tidak ada protes atau reaksi negatif dari para pembaca, informan menganggap berita-berita yang tayang sudah sesuai dengan kaidah kode etik, karena pihak internal AyoMalang.com telah memiliki bekal yang cukup untuk menjadi jurnalis profesional. Kebijakan untuk melakukan kontrol atau pengawasan terhadap reaksi publik tersebut selaras dengan pendapat Terry dalam Sujamto yang menyatakan bahwa usaha pengawasan dilakukan guna menjamin tujuan dapat tercapai sesuai dengan rencana (Sujamto, 1986:17).

Sebagai bentuk studi dokumen, penulis menganalisis berita-berita Tragedi Kanjuruhan yang telah dimuat pada media *online* AyoMalang.com periode 1-31 Oktober 2022. Tujuannya untuk melihat apakah praktik implementasi Kode Etik Jurnalistik khususnya pasal 3 pada berita Tragedi Kanjuruhan sesuai dengan pernyataan para informan saat diwawancara. Karena jumlah berita yang dipublikasikan oleh AyoMalang.com setiap harinya tidak sama, maka studi dokumen dilakukan terhadap satu berita per hari yang akan digambarkan pada tabel berikut.

Tabel 1. Analisis Implementasi Pasal 3 KEJ pada Berita Tragedi Kanjuruhan

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **No** | **Poin/Butir Penafsiran** | **Hasil Penelitian** |
| **Sesuai** | **Tidak Sesuai** | **Tidak Mengandung**  |
| 1 | 1. Menguji informasi
 | 24 | 1 | 0 |
| 2 | 1. Berimbang
 | 8 | 4 | 13 |
| 3 | 1. Tidak mencampurkan fakta dan opini yang menghakimi
 | 24 | 0 | 1 |
| 4 | 1. Asas praduga tak bersalah
 | 7 | 0 | 18 |
| Total Berita | 25 |

Hasil studi dokumen mengungkap bahwa sebagian besar berita Tragedi Kanjuruhan di AyoMalang.com telah sesuai dengan poin-poin aturan yang terkandung dalam pasal 3 Kode Etik Jurnalistik. Dari 25 berita, ditemukan 1 berita yang tidak sesuai atau tidak menerapkan poin pengujian informasi, yakni berita yang dipublikasi 2 Oktober 2022 berjudul “Tragedi Kanjuruhan Menjadi Bencana Kerusuhan Suporter Sepakbola Terbesar ke-2 Dunia, Tewaskan 182 Orang”. Isi dalam berita tersebut menyatakan informasi yang keliru mengenai jumlah korban jiwa, bahkan dalam artikel tersebut tidak disebutkan bahwa pihak AyoMalang.com telah memverifikasi atau mengkonfirmasi data ke pihak yang bersangkutan.

Pada 24 berita lainnya, pengujian informasi terlihat dari penggunaan kata “telah diverifikasi oleh”, “disampaikan Kadiv Polri Kepada wartawan”, “Kapolresta Malang membenarkan adanya”, dan lainnya yang menunjukkan bahwa data yang diperoleh telah dibenarkan pihak terkait.

Pada poin ke dua yakni memberitakan secara berimbang, peneliti menemukan fenomena bahwa AyoMalang.com tidak menerapkan keberimbangan pada satu berita tunggal yang utuh, melainkan melalui prinsip *update* berita yang terpecah di judul berita lain sehingga menyebabkan keberimbangan baru muncul pada berita kedua, ketiga, dan selanjutnya. Dengan ini, media *online* sering dituduh membuat berita yang tidak seimbang dan tidak mengedepankan objektifitas (*accuracy, fairliness, imparsialitas* dan kelengkapan), berita hanya untuk mengejar kecepatan informasi dengan mengorbankan prinsip-prinsip dasar jurnalisme diantaranya keberimbangan (Juditha, 2013). Padahal, Keberimbangan berita dikatakan seimbang apabila narasumber yang memberikan informasi bermuatan pro dan kontra, alias tidak memberitakan sepihak saja tetapi dari berbagai pihak mempunyai kepentingan, penilaian, atau sudut pandang masing-masing terhadap suatu kasus (Masduki, 2014:68)

Berdasarkan hasil studi dokumen dari 25 berita yang diuji, terdapat total 8 berita yang memerlukan poin pemberitaan secara berimbang. Namun poin tersebut hanya diterapkan kepada 4 berita, sedangkan sisa berita lainnya tidak ditemukan pendapat dari pihak lain. Hal tersebut memberi kesan bahwa 50% pemberitaan condong ke salah satu pihak.

Pemberitaan berlebihan mengenai kasus-kasus hukum tertentu dimana mengandung opini yang bersifat menghakimi serta kesimpulan yang keliru dapat berpengaruh terhadap stigma berpikir masyarakat dan proses peradilan yang dihadapi oleh seseorang. AyoMalang.com menghindari penambahan opini yang menghakimi dalam produk jurnalistiknya, hal ini disampaikan Suryo, redaktur AyoMalang.com sebagai berikut.

“Tidak mencampuradukkan fakta dengan opini ini jangan sampai wawancara dengan narasumber itu keluar dari statement si narasumber, nah ini supaya tidak terjadi opini pribadi yang masuk di tulisan kreator hasil produk jurnalistik, gitu ya” (hasil wawancara 08 April 2023).

Pada praktiknya, poin tidak mencampur fakta dengan opini yang menghakimi terlihat telah diterapkan AyoMalang.com pada berita Tragedi Kanjuruhan karena berdasarkan studi dokumen yang dilakukan peneliti, tiap berita hanya mengandung penjelasan jurnalis yang bersifat interpretatif atau menjelaskan data-data yang telah dikumpulkan. Kata-kata mungkin mengandung nilai tertentu yang dapat menimbulkan perbedaan pendapat. Kata “tampaknya, diperkirakan, seakan-akan, terkesan, seolah, menduga, seharusnya” adalah kata yang diklasifikasikan sebagai opini publik, dan opini publik mungkin tidak sependapat dengannya. Sebaiknya pemilihan kata digunakan dengan kalimat deskriptif (Sobur, 2001).

Penerapan asas praduga tak bersalah merujuk pada aturan dalam UU RI No. 40 Tahun 1999 tentang Pers dan Kode Etik Jurnalistik yang menyebut bahwa terdapat batasan yang harus diperhatikan oleh pelaku jurnalistik dalam mencari, mengolah, dan menyampaikan berita terkait dengan permasalahan hukum yang dihadapi seseorang (Suharyanti, 2015). Menurut R.H Siregar dalam (Dewan pers, 2010:6) pemberitaan yang berkaitan dengan asas praduga tidak bersalah ialah wartawan menaati asas praduga tidak bersalah dengan menyembunyikan identitas tersangka, penyebutan nama cukup dengan inisial, serta tidak memuat gambarnya

Berdasarkan hasil studi dokumen melalui berita Tragedi Kanjuruhan periode 1-31 Oktober 2022 yang telah dipublikasi di AyoMedia.com, tidak ditemukan satupun berita yang menghakimi atau melanggar poin asas praduga tak bersalah. Salah satu contohnya pada berita berjudul “6 Tersangka Tragedi Kanjuruhan dan Jabatan Masing-Masing yang Baru Diumumkan Kapolri 5 Hari Setelah Kerusuhan”, penyebutan tersangka telah sesuai dengan status yang telah ditetapkan kepolisian.

Kebijakan Redaksi AyoMalang.com

Setiap media massa memiliki kebijakan terkait hal keredaksian yang diatur oleh pimpinan perusahaan. Kebijakan redaksi mengacu pada seperangkat aturan yang mengarahkan dan mengontrol kegiatan jurnalistik. Seperti cara media tersebut merespon, menyaring, dan mengembangkan isu yang beredar sehingga kebijakan redaksi biasanya membentuk ataupun mempengaruhi isi dalam media tersebut.

Pada sub bab ini membahas mengenai kebijakan redaksi yang berlaku di AyoMalang.com dalam memproduksi berita. Teori hirarki pengaruh milik Shoemaker dan Reese akan digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisis hubungan antara beragamnya faktor dengan isi berita media massa.

Shoemaker dan Reese menganalogikan hubungan ini selayaknya bawang merah, dimana lapisan-lapisan tersebut merepresentasikan berbagai aspek yang dapat mempengaruhi media massa. Lapisan terdalam yang juga disebut sebagai inti dipengaruhi oleh lapisan-lapisan yang berada di sekelilingnya. Lapisan terluar disebut sebagai level ekstramedia, atau pihak luar yang turut berpotensi mempengaruhi media.

Level Individu, pengaruh individu tidak datang dari faktor jenis kelamin, usia, dan sebagainya, melainkan melalui sikap profesionalitas dan pengetahuan mengenai bidang pekerjaannya (Shoemaker dan Reese, 1996:65). AyoMalang.com hanya merekrut pekerja yang telah memiliki pengalaman kerja di bidang jurnalistik. Dua dari tiga informan telah mengikuti Ujian Kompetensi Wartawan dan memiliki sertifikat sebagai Wartawan Muda. Sebagaimana pernyataan Suryo, redaktur AyoMalang.com sebagai berikut.

“Saat saya di media cetak Jawa Pos, saya sudah ikut Uji Kompetensi Wartawan (UKW), saat itu saya dapat kategori Wartawan Muda. Terus kalo di AyoMalang.com itu sifatnya informal-informal melalui beberapa kursus singkat itu sudah beberapa kali. Selebihnya eee training-training swasta yang sifatnya untuk update dan upgrade kemampuan saya itu yang diselenggarakan oleh teman- teman asosiasi gitu ya, kalo yang di Malang raya ini kan ada PWI Malang Raya terus juga Aliansi Jurnalistik Independen.” (Hasil wawancara 08 April 2023).

Tidak jauh berbeda dengan Suryo, Lukman menjelaskan bahwa terdapat pelatihan terkait penulisan berita secara menarik dan sesuai dengan kaidah penulisan serta Kode Etik Jurnalistik yang difasilitasi oleh kantor sebagai berikut.

“Saya sempat mengikuti pelatihan jurnalistik dari kantor, isinya kayak pelatihan penulisan google, SEO, etika-etika, gitu sih. lebih fokus ke pelatihan menulis karena media *online* sekarang kuncinya itu kan ya.” (Hasil wawancara 13 April 2023).

Berdasarkan hasil wawancara, dapat diketahui bahwa AyoMalang.com memfasilitasi para pekerjanya untuk melaksanakan pelatihan-pelatihan jurnalistik demi memperbarui dan menambahkeahlian para pekerjanya. Hal tersebut tentu berguna untuk menghasilkan produk jurnalistik yang berkualitas. Penuturan Lukman di atas turut didukung Naufal sebagai redaktur pelaksana AyoMalang.com, sebagai berikut.

 “Saya sebetulnya lulusan sastra Indonesia, dan sebetulnya sangat membantu. Kaitannya karena bahasa itu kan media untuk menyampaikan pikiran, informasi, dan sebagainya. Jadi, penggunaan ilmu-ilmu saya dulu itu sangat membantu. Tapi ketika masuk ke Ayo Media, sebetulnya kantor memfasilitasi saya untuk belajar banyak hal, baik itu di internal maupun mengikuti pelatihan-pelatihan eksternal dan internal terkait jurnalistik. Kalau internal itu ya secara nggak langsung ya, misalnya ngobrol dengan wartawan senior, pemimpin redaksi, dengan wartawan di lapangan terkait kode-kode etik maupun isu-isu. kalau yang eksternal itu dari lembaga, dari, saya lupa lembaga di Jakarta. Jurnalistik Dr. apa gitu, Dr. Soetomo, Lembaga Pers Dr. Soetomo.” (Hasil wawancara 03 April 2023).

Dari hasil wawancara dapat disimpulkan meskipun para pekerja AyoMalang.com tidak memiliki latar belakang studi jurnalistik, namun hal tersebut tidak dianggap sebagai pengaruh besar karena sebelum bergabung ke AyoMalang.com para informan telah memiliki pengalaman baik kursus, pelatihan, ataupun pekerjaan di media massa yang erat sangkutannya dengan jurnalistik. Pelatihan mengenai cara penulisan berita yang berpedoman pada Kode Etik Jurnalistik yang difasilitasi AyoMalang.com juga membantu para informan dalam melatih dan menjaga kemampuan.

Selanjutnya level rutinitas media yang dimaknai sebagai kegiatan rutin yang sudah terbiasa dilakukan redaksi (Kuncoro, 2022: 103). Setiap organisasi media memiliki pola, kebiasaan, serta cara melakukan sebuah pemberitaan. Rutinitas tersebut sebagian besar menjadi bagian dari bisnis berita. Seperti rutinitas yang berorientasi pada pembaca, yang kemudian menganggap rutinitas ini telah dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan sistem dan telah menjadi standar bagi mereka yang menggunakan (Shoemaker dan Reese, 1992:117).

Pada level rutinitas media AyoMalang.com, kegiatan sehari-hari terkait proses produksi dilakukan secara bertahap dimulai dari rapat pra produksi untuk menentukan isu yang akan diangkat melalui grup *WhatsApp.* Para informan mengakui pemilihan isu disesuaikan dengan apa yang sedang ramai dibicarakan khalayak. Hal ini dinyatakan Lukman, asisten redaktur sebagai berikut.

“Mengenai tahapan redaksional, itu tergantung isu yang beredar. Itu pun tetap tergantung tanggapan diri wartawannya sendiri. Intinya apapun yang sudah saya tulis, ada tahap penyaringan oleh editor sebelum tayang di web AyoMalang.com. Kita biasanya ada rapat perencanaan setiap pagi, dan evaluasi di hari senin. Kita laporan pencapaiannya seperti apa, kendalanya apa, nanti dicari solusinya, gitu-gitu” (Hasil wawancara 13 April 2023).

Kebebasan memilih isu tersebut pada akhirnya diakui tetap mengikuti arus pasar. Hal ini dikarenakan pendapatan media online bergantung pada jumlah pembaca, Lukman menekankan:

“Khalayak menentukan isu yang kita produksi sih, kalo trafficnya tinggi di isu tertentu, kita produksi terus isu itu, kita kembangkan dari berbagai angel. Misalnya kemarin Kanjuruhan, setiap hari harus nulis mengenai berita Kanjuruhan.” (Hasil wawancara 13 April 2023).

Berdasarkan hasil wawancara di atas, kebijakan redaksi AyoMalang.com yang diterapkan saat penelitian ini berlangsung dimulai dari koordinasi penentuan isu setiap pagi hari. Lalu dilakukan penyuntingan informasi agar kemudian hasilnya akan diserahkan kepada editor untuk disaring sebelum dipublikasi ke web AyoMalang.com.

Tahap selanjutnya adalah produksi penulisan berita sesuai dengan pedoman Kode Etik Jurnalistik, berita-berita yang telah selesai ditulis akan diserahkan kepada editor untuk dilakukan penyaringan atau penentuan kelayakan berita untuk dipublikasi pada laman AyoMalang.com. Tahap pasca produksi menyangkut kegiatan setelah berita dipublikasikan, yakni diadakan rapat evaluasi dan menunggu umpan balik pembaca, jika tidak ada reaksi negatif maka berita dianggap telah sesuai dengan pedoman yang berlaku.

Pada level organisasi Reese menegaskan bahwa pemegang kebijakan atau pemilik media sebagai seseorang yang menentukan kebijakan sebuah media (Shoemaker and Reese, 1992:140). Dalam konteks AyoMalang.com, pemilik media bukan dimiliki oleh perseorangan, sehingga kebijakan redaksional mengacu pada visi misi perusahaan. Pada faktor organisasi media, pengaruh tidak hanya berasal dari pemilik media, namun dari pemimpin redaksi yang juga memiliki kewenangan penuh dalam mengelola segala hal terkait dengan keredaksian. AyoMalang.com memang berorientasi pada konten lokal dan memperbanyak berita terkait peristiwa-peristiwa yang terjadi di kota Malang. Namun karena pendapatan utama media *online* berasal dari programmatic atau banyaknya klik, maka untuk mengimbangi hal tersebut tetap diproduksi berita-berita nasional. Sehingga prioritas isu yang akan digarap adalah isu yang sedang *trending*. Oleh karenanya, Tragedi Kanjuruhan bagaikan waktu panen informasi yang mendulang *traffic*.

Level selanjutnya yang dapat mempengaruhi isi pemberitaan media yakni berkaitan dengan pihak di luar media, beberapa diantaranya adalah narasumber, pengiklan, pemerintah, dan banyak lainnya (Kuncoro, 2022: 100). Namun, pada AyoMalang.com, level ekstramedia diakui para informan bahwa khalayak lah penentu isu yang akan diangkat. Isu-isu yang sedang banyak diperbincangkan dengan otomatis akan banyak dilihat para pembaca, dimana akan mengangkat nilai kunjungan halaman dan mendatangkan para pengiklan. Hal tersebut mempengaruhi tim redaksi untuk mengikuti selera pasar dengan mengembangkan isu terhangat melalui berbagai angel. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Suryo, redaktur AyoMalang.com sebagai berikut.

“Pengaruh eksternal ga ada, tapi intinya gini, AyoMalang.com kan itu namanya, berarti informasinya terkait Malang gitu, tapi di media online ini karena pendapatan utamanya dari programmatic, dari iklan online, jadi ketika hanya berpaku pada konten-konten lokal itu pembacanya nggak akan tinggi. Jadi diimbangi dengan konten-konten di luar Malang, mau itu teknologi atau isu-isu nasional, itu ada juga di AyoMalang.com untuk mengimbangi pendapatan tersebut. Jadi isu-isu yang digarap adalah isu yang sedang trending.” (Hasil wawancara 03 April 2023).

Meskipun nama AyoMalang.com jelas bertujuan untuk merepresentasikan media yang memproduksi berita-berita seputar kota Malang, namun media ini tidak menampik bahwa prioritas utamanya adalah jumlah kunjungan pembaca, dimana hal tersebut akan meningkat jika yang dibahas adalah isu yang sedang trending baik nasional maupun internasional. Sehingga selera khalayak lah yang menentukan isu apa yang akan digarap AyoMalang.com.

Pada level ideologi merujuk pada kerangka berpikir khusus yang ditanamkan oleh perusahaan media mengenai nilai-nilai yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu. Konsep ideologi pada media berhubungan dengan prinsip, sistem keyakinan, serta nilai yang diusung oleh media dalam melihat realitas dunia (Pawito, 2014: 9). AyoMalang.com berusaha menjadi sarana kontrol terhadap jalannya program pemerintahan kota Malang, maka dengan tujuan itu, seluruh pekerja di AyoMalang.com berusaha melakukan pekerjaan yang sesuai dengan pedoman Kode Etik Jurnalistik dan aturan yang telah ditetapkan perusahaan.

**PENUTUP**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa tim redaksi AyoMalang.com telah memahami setiap butir yang terkandung dalam Pasal 3 Kode Etik Jurnalistik dengan baik sesuai dengan penafsiran Dewan Pers.

Pemahaman yang baik terkait pasal 3 Kode Etik Jurnalistik tersebut belum sepenuhnya diterapkan pada berita Tragedi Kanjuruhan yang dimuat AyoMalang.com dalam rentang waktu 1-31 Oktober 2022. Dari 25 total berita yang dianalisis, terdapat 1 buah berita yang memuat informasi keliru, hal tersebut melanggar poin pengujian informasi. Pada 4 berita lainnya, ditemukan berita yang tidak berimbang karena tidak adanya pernyataan dari pihak lain, pemecahan berita ke dalam beberapa sub judul pun membuat berita bersifat tendensius.

Penelitian yang menggunakan teori hirarki pengaruh milik Shoemaker dan Reese ini mengungkap bahwa faktor utama yang mempengaruhi kebijakan redaksi AyoMalang.com adalah faktor pada level ekstra media dimana minat khalayak lah yang menentukan ditulis tidaknya suatu peristiwa, banyaknya pembaca yang meng-*klik* berita akan mendatangkan iklan dan menaikan pendapatan, hal ini terkait dengan faktor level organisasi yang berorientasi pada isu lokal seputar Malang Raya dan isu-isu yang sedang *trending*. Faktor selanjutnya adalah level rutinitas media yang meliputi tiga tahap sebelum berita tayang di laman AyoMalang.com, yakni rapat penentuan isu, penulisan berita, dan penyaringan berita. Pada level individu, pekerja di AyoMalang.com diwajibkan memiliki pengalaman yang baik di bidang jurnalistik. Sementara pada level ideologi AyoMalang.com berusaha untuk menjadi media kontrol jalannya pemerintahan, sehingga tim redaksi harus berpedoman pada Kode Etik Jurnalistik.

Berdasarkan penelitian ini, penulis berharap kepada media *online* AyoMalang.com untuk mengkaji secara berkala pemahaman jurnalis terhadap Kode Etik Jurnalistik. Jurnalis AyoMalang.com pun diharapkan mengimplementasikan pemahaman terkait Kode Etik Jurnalistik tersebut ke dalam seluruh pemberitaan yang hendak di publikasi sebagai bentuk tanggung jawab pada profesinya.

**DAFTAR PUSTAKA**

Ireton, C. (2019). *Jurnalisme, berita palsu, dan disinformasi*. Prancis: UNESCO Publishing.

Krisdinanto, N. (2014). Anomali dan teori hirarki pengaruh terhadap isi media. *Komunikatif: Jurnal Ilmiah Komunikasi, 3*(2014).

Kuncoro, W. (2022). Hirarki pengaruh dalam penentuan kebijakan redaksional Harian Bhirawa. *Jurnal Representamen, 8*(01), 100-103.

Kurnia, T. S. (2017). *Analisis penerapan kode etik jurnalistik pasal 3 pada SKH Republika (Studi kasus pemberitaan reklamasi Teluk Jakarta edisi 1-15 April 2016*). Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Panuju, R. (2018). *Pengantar studi ilmu komunikasi*. Jakarta: Kencana.

Pawito. (2014). Meneliti ideologi media: Catatan singkat. *Jurnal Komunikasi Profetik*.

Pratiwi, D. (2018). *Hierarki pengaruh dalam penentuan berita: Studi pada kebijakan redaksi rubrik politik Harian Umum Media Indonesia.*

Romli, A. S. M. (2012). *Jurnalistik online: Panduan mengelola media online*. Bandung: Nuansa Cendekia.

Samsuri. (2013). *Pers berkualitas, masyarakat cerdas*. Jakarta: Sekretariat Dewan Pers.

Shoemaker, P. J., & Reese, S. D. (1996). *Mediating the message*. New York: Longman Publisher.

Shoemaker, P., & Reese, S. D. (2014). *Mediating the message in the 21st century: A media sociology perspective*. New York: Routledge.

Sobur, A. (2001). *Etika pers: Profesionalisme dengan nurani*. Bandung: Humaniora Utama Press.

Suharyanti, N. P. (2015). Perspektif HAM mengenai penerapan asas praduga tidak bersalah dalam kaitannya dengan pemberitaan di media massa. *Jurnal Advokasi,* 125.

Sukardi, W. A. (2002). *Kajian tuntas 350 tanya jawab UU Pers dan kode etik jurnalistik*. Jakarta: Dewan Pers.

Sukardi, W. A. (2012). *Mengukur mahkota wartawan*. Jakarta: Dewan Pers.

Wibawa, D. (2012). Meraih profesionalisme wartawan. *Mimbar: Jurnal Sosial dan Pembangunan*.

Zaenudin. (2011). *The journalist, bacaan wajib wartawan, redaktur, editor & para mahasiswa jurnalistik*. Bandung: Simbiosa Rekatama Med.