

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia masuk dalam salah satu negara yang mengalami dampak virus Covid-19. Covid-19 pertama kali terkonfirmasi di Kota Wuhan, China pada 2019. Menyebar dengan begitu cepat hampir diseluruh negara di dunia. Di Indonesia, virus ini terkonfirmasi pada Maret 2020 yang kemudian menyebar hingga menyebabkan ratusan orang meninggal setiap harinya. Pada Desember 2021 dalam peta sebaran website *covid19.go.id* tercatat sudah 4 juta lebih kasus terkonfirmasi dengan angka kematian mencapai 144.088.¹ Dengan banyaknya kasus yang muncul pemerintah melakukan berbagai upaya dan tindakan untuk mencegah penyebaran kasus Covid-19 semakin meluas, diantaranya yaitu himbauan untuk mencuci tangan dengan sabun, *social distancing*, *physical distancing*, PSBB atau Pembatasan Sosial Bersekala Besar, himbauan untuk tetap di rumah, PPKM atau Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat Jawa hingga Bali dan vaksinasi yang ditujukan untuk seluruh lapisan masyarakat, serta himbauan yang diinformasikan pada media massa, baik itu pada media elektronik, media cetak, ataupun pada media *online* yang berperan penting dalam menyebarkan informasi terkait perkembangan, penanganan, serta pencegahan penularan virus Covid-19.

Kehadiran media massa saat ini sebagai tempat untuk menjembatani komunikasi antara masyarakat dan pemerintah. Media massa atau pers sebagai lembaga sosial dan lembaga kemasyarakatan merupakan kegiatan atau aktivitas dalam hal mengembangkan ide dan gagasan untuk ikut serta memajukan bangsa dan negara. Dalam Undang-Undang Pers Nomor 40 Tahun 1999, lembaga pers atau media massa adalah lembaga yang melakukan kegiatan jurnalistik berupa mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi baik itu dalam bentuk

¹ <https://covid19.go.id/peta-sebaran> , diakses pada 10 Jan 2022, pukul 10.00 WIB.

tulisan, gambar, suara, grafik dan data ataupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, elektronik, ataupun segala jenis saluran yang tersedia.²

Media massa adalah sarana komunikasi massa, sarana yang hingga saat ini digunakan. Dengan adanya perkembangan zaman serta teknologi informasi dan komunikasi yang semakin canggih, media massa menjadi salah satu sarana komunikasi yang tidak bisa ditinggalkan. Komunikasi massa menjadi tempat untuk menyampaikan informasi kepada khalayak. Informasi tersebut berupa berita atau opini yang disampaikan melalui media elektronik ataupun media *online*.

Di zaman modern saat ini, berita layaknya menjadi makanan sehari-hari bagi masyarakat. Hampir setiap hari masyarakat membutuhkan informasi yang dikemas melalui berita. Dengan informasi berupa berita masyarakat dapat melihat dunia. Dengan banyaknya informasi berita yang ada saat ini, informasi yang paling menyita perhatian ialah berita Covid-19. Virus yang dengan cepat menyebar hingga ke seluruh dunia ini menjadi berita yang paling banyak dimuat oleh hampir semua media massa yang saat ini ada di Indonesia.

Pemberitaan yang media keluarkan terkait Covid-19 serta kebijakan pemerintah dan dampaknya bagi masyarakat sudah banyak diberitakan oleh media. Bukan hanya melalui media elektronik ataupun media cetak, media *online* juga turut memberitakan perkembangan virus Covid-19. Terlebih hingga saat ini, media *online* lebih mudah diakses oleh seluruh lapisan masyarakat dimanapun mereka berada hanya dengan menggunakan *gadget*, sehingga masyarakat lebih cepat dan mudah dalam menerima informasi. Media *online* merupakan alat komunikasi yang berbasis internet, komunikasi yang dilakukan melalui aplikasi atau *website* yang hanya bisa di akses menggunakan internet.

² Mahi M. Hikmat, *Jurnalistik: Literary Journalism*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018), h. 53-54.

Pemberitaan media terkait Covid-19 tidak terlepas dari kode etik yang dapat menjadikan seorang jurnalis atau wartawan bekerja secara profesional. Kode Etik Jurnalistik sama halnya dengan kode etik yang dimiliki bidang profesi lainnya. Kode Etik Jurnalistik berisi etika atau kaidah-kaidah yang harus ditaati oleh media, dalam hal ini adalah wartawan atau jurnalis.³ Kode Etik Jurnalistik dibuat untuk mengatur pembuatan berita agar informasi yang diterima masyarakat merupakan informasi yang akurat, jelas, berimbang, dan tidak merugikan orang lain. Sebagai seorang wartawan wajib memiliki sifat-sifat yang mencerminkan kejujuran, kreatif, terampil, berbakat, serta berpendidikan. Bukan hanya itu, seorang wartawan juga harus menjunjung tinggi kebenaran, kritis dan tanggap terhadap situasi yang dihadapi, sehingga mampu membedakan berita yang mengandung fakta dan opini. Dalam pembuatan berita, wartawan tidak boleh mencantumkan opini dan argumennya sendiri, karena hal itu akan merugikan banyak pihak dan bisa menjadi penyebab timbulnya *hoax* dimasyarakat.⁴

Kode etik dibuat berlandaskan pada hati nurani seorang wartawan, yaitu kesadaran yang berasal dari diri sendiri, bukan dari otoritas orang lain. Untuk itu seorang wartawan harus mendalami Kode Etik Jurnalistik untuk kemudian diamalkan dalam menjalankan tugas sebagai seorang wartawan. Kode Etik Jurnalistik juga mengacu pada moral. Acuan moral ini yang menjadi aturan tata cara kerja seorang wartawan.⁵ Walaupun kebebasan pers dijamin oleh Undang-Undang, namun bukan berarti seorang jurnalis atau wartawan bisa dengan bebas melakukan kesalahan dalam penulisan atau pembuatan berita, seperti penghinaan ataupun kejahatan yang dilakukan dengan sengaja oleh seorang wartawan karena alasan pribadi atau sebagainya.

³ Mahi M. Hikmat, *Jurnalistik...* h. 98.

⁴ Riesma Winora, Dadang Rahmat dan Abie Besman, "Penerapan Kode Etik Jurnalistik dalam Penulisan Berita Kriminal Pada Media Online Bekasi.co.id", *Kajian Jurnalisme*, Vol. 04, No. 02 (Januari 2021), h. 166.

⁵ Jufrizal, "Implementasi Kode Etik Jurnalistik (Studi Kasus dikalangan Wartawan Harian Serambi Indonesia)", *Jurnal Ilmiah Sustainable*, Vol. 2, No. 1 (Juni 2019), h. 130-131.

Sebelum disahkannya Kode Etik Jurnalistik *online*, wartawan Indonesia dari media *online*, media cetak, dan media elektronik mengacu pada Kode Etik Jurnalistik yang telah disahkan oleh dewan pers. Namun, pada tanggal 3 Februari 2012, media *online* mengacu pada Kode Etik Jurnalistik *Online* dengan disahkannya PPMS atau Pedoman Pemberitaan Media Siber yang juga ditetapkan oleh para dewan pers dan ditanda tangani oleh kalangan praktisi media *online*.⁶

Selain Kode Etik Jurnalistik, unsur berita juga menjadi salah satu syarat penting dalam penulisan berita. Unsur berita ini dapat menentukan pertanyaan tentang siapa, apa, dimana, kapan, bagaimana, dan kenapa peristiwa bisa terjadi sehingga dapat menjadikan sebuah berita yang mengandung informasi. Dalam tekniknya, unsur berita ini disebut dengan 5W+1H.

Dengan berkembangnya media digital seperti media social sekarang ini, yang dapat dengan mudah diakses menggunakan internet, membuat masyarakat jauh lebih mudah dalam menerima informasi dari berbagai jenis aplikasi dan *web* yang tersedia seperti *Youtube, Facebook, Twitter, Website* dan aplikasi lainnya yang dapat diakses menggunakan internet. Aplikasi dan *web* tersebut yang saat ini dijadikan media sebagai alat dalam menyebarkan berita informasi mengenai Covid-19. Salah satu media massa yang dijadikan sebagai alat untuk menjembatani antara media, pemerintah dan masyarakat dalam menyebarkan informasi terkait Covid-19 saat ini yaitu *website*. *Website* sebagai situs media massa yang banyak diakses oleh masyarakat karena terdapat kumpulan informasi yang tersedia, baik itu informasi perorangan, organisasi, maupun kelompok.

Berita informasi terkait perkembangan dan penanganan Covid-19 sudah banyak dimuat media melalui *website*. Salah satu media massa yang menyampaikan berita terkait informasi Covid-19 melalui situs web yakni

⁶ Didik Haryadi Santoso dan Rani Dwi Lestari, "Penerapan Etika Jurnalistik dalam Pemberitaan Politik di Media Online (Studi Kasus Pemilihan Gubernur DKI Jakarta)", *Jurnal Pekommas*, Vol. 3, No. 2 (Oktober 2018), h. 207.

Kompas TV. Kompas TV merupakan salah satu televisi swasta nasional yang ada di Indonesia, yang berfokus pada pembuatan konten yang disajikan dalam berita dan ditayangkan melalui jaringan televisi, *Channel Youtube*, dan *Website*. Kompas TV merupakan naungan PT Cipta Megaswara Televisi dan induk perusahaan Kompas Gramedia.

Kompas TV dapat terjangkau oleh lapisan masyarakat Indonesia melalui saluran televisi internet dan situs *web*, dengan slogan "independen, terpercaya". Oleh karena itu, Kompas TV bisa dikatakan sebagai rujukan masyarakat dalam menerima informasi. Media Kompas TV saat ini menjadi salah satu media yang *update* dalam menginformasikan berita terkait Covid-19, berita tersebut Kompas TV tayangkan dalam bentuk audio visual dan artikel. Sejak pandemi Covid-19 berlangsung dan sampai saat ini, Kompas TV sudah mempublikasikan berita sebanyak empat ribu lebih berita yang dikeluarkan mengenai pemberitaan Covid-19, berita tersebut meliputi perkembangan Covid-19, vaksinasi, era *new normal*, kebijakan pemerintah serta kondisi masyarakat selama pandemi berlangsung.

Berdasarkan konteks penelitian yang sudah peneliti paparkan, peneliti ingin mengetahui dan melihat bagaimana **Implementasi Kode Etik Jurnalistik dalam Pemberitaan Covid-19 (Studi Analisis Isi pada Website Kompas TV)**. Dengan memfokuskan dua Pasal Kode Etik Jurnalistik, yaitu Pasal 1 dan 3. Alasan peneliti memilih *website* Kompas TV sebagai media dalam penelitian ini, karena Kompas TV merupakan media yang hampir seluruh masyarakat mengetahui keberadaannya serta *update* dalam memberitakan Covid-19, khususnya berita Covid-19 pada varian Omicron.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan konteks permasalahan yang telah peneliti paparkan, maka dapat dirumuskan permasalahannya sebagai berikut:

1. Berapakah jumlah berita Covid-19 yang melanggar Pasal 1 dan Pasal 3 Kode Etik Jurnalistik?

2. Bagaimana bentuk pelanggaran berita Covid-19 berdasarkan pada Pasal 1 dan Pasal 3 Kode Etik Jurnalistik?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui berapa jumlah berita Covid-19 yang melanggar Pasal 1 dan Pasal 3 Kode Etik Jurnalistik.
2. Untuk mengetahui bagaimana bentuk pelanggaran berita Covid-19 berdasarkan pada Pasal 1 dan Pasal 3 Kode Etik Jurnalistik.

D. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

- 1) Penelitian ini penulis harapkan bisa menjadi sumber referensi dalam bidang ilmu pengetahuan dan penelitian, khususnya pada penelitian implementasi Kode Etik Jurnalistik.
- 2) Penelitian ini juga diharapkan untuk dapat digunakan sebagai acuan pada bahan-bahan informasi ilmiah dalam penelitian sejenisnya.

b. Manfaat Praktis

- 1) Hasil dari penelitian ini penulis harapkan dapat meningkatkan informasi, menjadi sumbangan pemikiran bagi khalayak dan pihak terkait lainnya mengenai implementasi Kode Etik Jurnalistik dalam pemberitaan Covid-19 pada *Website* Kompas TV.

E. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian mengenai implementasi Kode Etik Jurnalistik pada media bukan hanya pertama kali. Maka dari itu untuk menghindari kesamaan dalam penulisan, penulis sampaikan beberapa hasil penelitian terdahulu yang menurut penulis relevan untuk dijadikan sebagai sumber referensi, yaitu sebagai berikut:

1. Skripsi Hadiyansah (2021) Fakultas Dakwah, mahasiswa Program Studi Jurnalistik Islam, Universitas Sulthan Thaha Saifudin Jambi yang berjudul “Penerapan Etika Jurnalistik dalam Pemberitaan Berita Politik (Studi pada Channel Youtube PinterPolitik TV)”. Penelitian ini

menggunakan metode deskriptif kualitatif. Kesimpulan dari penelitian ini yaitu pemberitaan yang disampaikan Channel Youtube PinterPolitik TV sudah sesuai dengan pasal yang ada pada Kode Etik Jurnalistik dan poin yang tercantum dalam Pedoman Media Siber.⁷ Persamaan dalam penelitian ini terletak pada focus penelitian yang diambil yaitu Kode Etik Jurnalistik pada pemberitaan di media. Perbedaan dalam penelitian ini yaitu terletak pada fokus pembahasan dalam penelitian. Dalam skripsi Hadiyansah membahas mengenai pemberitaan politik, sedangkan pada penelitian ini focus mengenai pemberitaan Covid-19.

2. Skripsi Rani Sagita (2020) Fakultas Dakwah dan Komunikasi, mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul “Implementasi Kode Etik Jurnalistik dalam Pemberitaan Kriminal Harian Pekan Baru MX (Edisi 1-31 Januari 2019)”. Penelitian Rani Sagita menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan metodologi kualitatif. Kesimpulan yang terdapat pada penelitian ini yaitu Harian Pekanbaru MX sebagian sudah menerapkan kode etik jurnalistik dalam pemberitaannya, namun dalam penulisan berita kriminal wartawan Harian Pekanbaru MX belum sepenuhnya menerapkan Kode Etik Jurnalistik yaitu pada Pasal 4 Poin c dan d serta wartawan Harian Pekanbaru MX juga masih melanggar beberapa kode etik yang sudah ditetapkan oleh dewan pers dan masih belum bertanggung jawab atas tugasnya sebagai media yang mencerdaskan masyarakat.⁸ Persamaan pada penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada focus penelitian yang diambil yaitu implementasi Kode Etik Jurnalistik di media. Sedangkan perbedaannya terletak pada media yang diteliti, pada skripsi Rani Sagita meneliti pemberitaan pada media cetak sedangkan pada penelitian ini meneliti pemberitaan pada media *Website* Kompas TV.

⁷ Hadiyansah, “Penerapan Etika Jurnalistik dalam Pemberitaan Berita Politik (Studi pada Channel Youtube PinterPolitik TV)”, *Skripsi*, 2021.

⁸ Rani Sagita, “Implementasi Kode Etik Jurnalistik dalam Pemberitaan Kriminal Harian Pekan Baru MX (Edisi 1-31 Januari 2019)”, *Skripsi*, 2020.

3. Skripsi Cornelia Yurisa U. Gani (2018) Mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara Tangerang pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi, dengan judul “Analisis Penerapan Kode Etik Jurnalistik dalam Berita Kekerasan Seksual Anak pada Detik.com, Tempo.com, dan Okezone.com (Periode Januari-Mei 2018)”. Penelitian Yurisa U. Gani menggunakan jenis metode analisis isi kuantitatif dengan sifat deskriptif. Kesimpulan yang terdapat pada penelitian yaitu berdasarkan indikator penilaian yang sudah penulis uji, dari masing-masing media masih terdapat beberapa berita yang melanggar pasal 3, 4, dan 5 Kode Etik Jurnalistik. Indikator yang paling banyak dilanggar dari ketiga media yaitu isi berita yang mengandung unsur cabul, isi berita yang mengandung unsur sadis, dan penulisan berita mengandung opini wartawan.⁹ Persamaan yang terdapat pada penelitian ini yaitu terdapat pada focus penelitian yakni Kode Etik Jurnalistik. Sedangkan perbedaan dalam penelitian terletak pada jenis media massa yang akan diteliti.

Tabel 1.1
Penelitian Terdahulu yang Relevan

No.	Nama	Judul	Metode	Hasil Penelitian
1.	Hadiyansah (2021)	Penerapan Etika Jurnalistik dalam Pemberitaan Berita Politik (Studi pada Channel Youtube PinterPolitik TV)	Deskriptif kualitatif	Pemberitaan yang disampaikan PinterPolitik TV sudah memenuhi Pasal Kode Etik Jurnalistik dan Poin yang tercantum dalam Pedoman Media Siber.

⁹ Cornelia Yurisa U. Gani, “Analisis Penerapan Kode Etik Jurnalistik dalam Berita Kekerasan Seksual Anak pada Detik.com, Tempo.com, dan Okezone.com (Periode Januari-Mei 2018)”, *Skripsi*, 2018.

2.	Rani Sagita (2020)	Implementasi Kode Etik Jurnalistik dalam Pemberitaan Kriminal Harian Pekanbaru MX (Edisi 1-31 Januari 2019)	Deskriptif kualitatif	Media Harian Pekanbaru MX sebagian sudah menerapkan Kode Etik Jurnalistik pada pemberitaannya. Namun dalam penulisan pada berita kriminal wartawan Harian Pekanbaru MX belum sepenuhnya mengimplementasi kan Kode Etik Jurnalistik Pasal 4 poin c dan d, serta beberapa Pasal Kode Etik Jurnalistik lainnya.
3.	Cornelia Yurisa U. Gani (2018)	Analisis Penerimaan Kode Etik Jurnalistik dalam Berita Kekerasan Seksual Anak pada Detik.com, Tempo.com, dan Okezon.com (Periode Januari-	Analisis isi kuantitatif dengan sifat deskriptif	Berdasarkan indicator penilaian yang sudah diuji, dari maasing-maisng media masih ada beberapa berita yang terdapat pelanggaran Kode Etik Jurnalistik pada Pasal 3, 4, dan

		Mei 2018)		Pasal 5. Indikator yang paling banyak dilanggar dari ketiga media yaitu isi berita yang terdapat unsur cabul, sadis, serta penulisan berita yang masih terdapat opini wartawan.
--	--	-----------	--	---

F. Sistematika Pembahasan

1. **BAB I : Berisi Pendahuluan** yang meliputi Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Penelitian Terdahulu yang Relevan, serta Sistematika Pembahasan.
2. **BAB II : Berisi Kajian Pustaka Dan Landasan Teori** yang meliputi Implementasi, Kode Etik Jurnalistik, Media *Online*, Berita, dan Teori *Gatekeeping*.
3. **BAB III : Berisi Metodologi Penelitian** meliputi Jenis Penelitian, Populasi dan Sampel, Teknik Pengumpulan Data, dan Analisis Data.
4. **BAB IV : Berisi Analisis Data Dan Pembahasan** yang meliputi Gambaran Umum Kompas TV, Analisis Data dan Pembahasan Hasil Penelitian.
5. **BAB V : Berisi Penutup** yang meliputi Kesimpulan Penelitian dan Saran.