

BAB II

Landasan Teori

2.1 Teori Ketergantungan Media (*Dependency Theory*)

Sifat dan tujuan teori bukan semata-mata untuk menemukan fakta yang tersembunyi, tetapi juga suatu cara untuk melihat fakta, mengorganisasikan serta mempresentasikan fakta tersebut. Karenanya teori yang baik adalah teori yang konseptualisasi dan penjelasannya didukung oleh fakta serta dapat diterapkan dalam kehidupan nyata. (Abraham Kaplan (1964))

Teori Ketergantungan (*Dependency Theory*) menurut Melvin DeFluer dan Sandra Ball Roeach , adalah teori tentang komunikasi massa yang menyatakan bahwa semakin seseorang tergantung pada suatu media untuk memenuhi kebutuhannya, maka media tersebut menjadi semakin penting untuk orang itu. Ketergantungan itu sangat esensial dalam naluri Freud. Karena merupakan fitur yang sangat mencolok pada prosa pembangunan budaya itu, apa yang memungkinkan untuk kegiatan psikis yang lebih tinggi, ilmiah, artistik maupun ideologis, untuk memainkan peran penting dalam kehidupan beradab.

Freud berpendapat, gagasan merupakan naluri, tapi dalam mencegah dari menjadi sadar yang direpresikan merupakan bagian dari alam bawah sadar, Bagaimana kita untuk sampai pada pengetahuan tentang sadar? Hal ini tentu saja hanya sebagai sesuatu yang sadar yang kita kenal, setelah mengalami transformasi atau penerjemahan menjadi sesuatu yang sadar ,tidak statis hal ini terikat dalam serangkaian mekanisme yang rumit dengan ego-super yaitu, pemikiran rasional,

alasan, atau hati nurani seseorang, upaya untuk mengembangkan cara sistematis untuk mengakses dan menafsirkan alam bawah sadar. Di bagian ini dikutip ia secara eksplisit proses tindakan psikis yang mereka interpretasi tekstual. Freud menulis bahwa hampir di mana-mana dapat ditemukan ada kelalaian mencolok, mengganggu pengulangan, kontradiksi gamblang, tanda-tanda hal komunikasi yang tidak pernah dimaksudkan berharap untuk memberikan kata " Distorsi " makna ganda yang memiliki hak, meskipun tidak lagi digunakan dalam pengertian ini. Ini seharusnya berarti tidak hanya untuk dimasukkan ke dalam tempat lain.

Teori ini memperkenalkan model yang menunjukkan hubungan integral tak terpisahkan antara pemirsa, media dan sistem sosial yang besar. Teori ini memprediksikan bahwa khalayak tergantung kepada informasi yang berasal dari media massa dalam rangka memenuhi kebutuhan khalayak bersangkutan serta mencapai tujuan tertentu dari proses konsumsi media massa. Namun perlu digaris bawahi bahwa khalayak tidak memiliki ketergantungan yang sama terhadap semua media. Sumber ketergantungan yang kedua adalah kondisi sosial. Model ini menunjukkan sistem media dan institusi sosial itu saling berhubungan dengan khalayak dalam menciptakan kebutuhan dan minat. Pada gilirannya hal ini akan mempengaruhi khalayak untuk memilih berbagai media, sehingga bukan sumber media massa yang menciptakan ketergantungan, melainkan kondisi sosial. Untuk mengukur efek yang ditimbulkan media massa terhadap khalayak, ada beberapa metode yang dapat digunakan, yaitu riset eksperimen, survey dan riset etnografi.

Konsisten dengan teori-teori yang menekankan pada pemirsa sebagai penentu media, model ini memperlihatkan bahwa individu bergantung pada media untuk pemenuhan kebutuhan atau untuk mencapai tujuannya, tetapi mereka tidak

bergantung pada banyak media dengan porsi yang sama besar. Besarnya ketergantungan seseorang pada media ditentukan dari dua hal.

1. Individu akan condong menggunakan media yang menyediakan kebutuhannya lebih banyak dibandingkan dengan media lain yang hanya sedikit. Sebagai contoh, bila anda menyukai gosip, anda akan membeli tabloid gosip dibandingkan membeli koran *Kompas*, dimana porsi gosip tentang artis hanya disediakan pada dua kolom di halaman belakang, tetapi orang yang tidak menyukai gosip mungkin tidak tahu bahwa tabloid gosip kesukaan anda, katakanlah acara Cek dan ricek, itu ada, ia pikir cek dan ricek itu hanya acara di televisi, dan orang ini kemungkinan sama sekali tidak peduli berita tentang artis di dua kolom halaman belakang *Kompas*.

2. Persentase ketergantungan juga ditentukan oleh stabilitas sosial saat itu. Sebagai contoh, bila negara dalam keadaan tidak stabil, anda akan lebih bergantung atau percaya pada koran untuk mengetahui informasi jumlah korban bentrok fisik antara pihak keamanan dan pengunjuk rasa, sedangkan bila keadaan negara stabil, ketergantungan seseorang akan media bisa turun dan individu akan lebih bergantung pada institusi - institusi negara atau masyarakat untuk informasi. Sebagai contoh di Malaysia dan Singapura dimana penguasa memiliki pengaruh besar atas pendapat rakyatnya, pemberitaan media membosankan karena segala sesuatu tidak bebas untuk digali, dibahas, atau dibesar-besarkan, sehingga masyarakat lebih mempercayai pemerintah sebagai sumber informasi mereka.

2.2 Teori Penggolongan Sosial (Social Category Theory)

Asumsi teori ini adalah Individu yang masuk dalam kategori sosial tertentu atau sama akan cenderung memiliki perilaku atau sikap yang kurang lebih sama terhadap rangsangan-rangsangan tertentu. Pesan-pesan yang disampaikan media massa cenderung ditanggapi sama oleh individu yang termasuk dalam kelompok sosial tertentu. Teori Penggolongan sosial ini dapat dilihat berdasarkan : Usia, Jenis kelamin Suku, Profesi, Pendidikan. Kegemaran atau Hobby, Status sosial. Agama dll.

Dengan adanya penggolongan sosial ini muncullah media massa yang sifatnya special atau khusus yang diperuntukan bagi kalangan tertentu, dengan mengambil segmentasi/pangsa pasar tertentu misalnya :

1. Majalah Bola, Soccer, Go, F1, dll diperuntukan mereka yang senang olahraga.
2. Majalah Femina, Kartini, Wanita , dll yang diperuntukan wanita kalangan tertentu.
3. Program Siaran Si bolang di Trans 7, Ipin Ipin, yang diperuntukan untuk anak-anak
4. Majalah Tempo, Republika, *Kompas*, Jawa Pos misalnya diperuntukan mereka yang senang politik.
5. Silet, Cek and Ricek, misalnya diperuntukan mereka yang senang dengan berita seputar gosip para artis.

Begitu juga di media elektronik disajikan acara-acara tertentu yang memang diperuntukan bagi kalangan tertentu dengan memprogramkannya sesuai dengan waktu dan segmen khalayaknya.

1. *Kompasiana* , sebagai media agar para jurnalis warga atau setiap orang memberikan informasi kepada media
2. *Wideshot MetroTV* memberikan sedikit keleluasaan bagi warga agar memberikan informasi di wilayah Indonesia secara menyeluruh ditempat mereka
3. *Pluralfoto (Mata Kamera)* memberikan informasi bagi jurnalis warga medan agar memberikan informasi yang sesuai dengan etika jurnalistik

Teori dependensi sangat krusial ditelaah secara intensifikasi dalam mencari format kesukaan khalayak dalam alam sadarnya pada pemilihan Media, seperti proses mimpi yang panjang hingga ia terlelap kembali dalam tidurnya, Kajian Sigmund Freud sangat erat kaitannya dalam teori Melvin DeFluer dan Sandra Ball Rokeach, akan domain media massa yang menyingkap sejarah masa lalu, ibarat budaya-budaya kuno yang ditampilkan secara baru, sehingga ia ibarat ada dan tiada, sehingga dibutuhkan Pemilihan atau pemilahan dan uses and gratification berdasarkan rangkaian yang rumit terhadap ego super yaitu, pemikiran rasional, alasan, atau hati nurani seseorang. Yaitu adanya perbedaan yang membuat teori ini semakin dapat mencari pengolongannya berdasarkan rumusan rumusan Melvin Defleur dan Sandra Ball Rokeach ini.

Kepastian ketika dependensi teori ketergantungan ini ditafsirkan dalam berbagai metode maka kita akan mencari variabel-variabel penghubung untuk mengukur para meternya apakah teori ketergantungan media dapat direspon, dari

komunikasikan secara individual berdasarkan komponen sosialnya, tentu itulah kajian yang sesungguhnya, yang mengupas detail tentang ketergangguan khalayak dalam alam sadarnya. Sehingga terjadi sebuah proses dimana semua yang telah ditulis dan dipertahankan dalam lilin pada yang bersandar (Freud) dan saya sangat setuju ungkapan Freud tersebut. Bahwa integralnya hubungan Khalayak, Media dan system sosialnya, merupakan komponen yang berkolerasi kecil namun ketika ditarik benang halusnyapun dapat membongkar fiksi keseluruhannya.

2.3 Etika Komunikasi

Etika sering dianggap sebagai sebuah topik yang filosofis yang didalamnya terdapat berbagai macam nilai yang digunakan untuk menghadapi berbagai isu. Anggapan filosofis inilah yang kemudian menjadi dasar sedikitnya ahli-ahli komunikasi yang meneliti soal etika. Dan di awal abad 21 dimana globalisasi terjadi secara besar-besaran menjadi seperti sebuah masa bangkitnya etika yang membuat banyak ahli komunikasi melakukan penelitian atas hal tersebut. Globalisasi menjadi kunci utama yang memberikan fakta empiris bahwa setiap warga dunia menyadari kebutuhan akan etika yang saat ini bisa dibilang sudah hampir punah di kalangan masyarakat dunia

Sudah sejak lama ahli-ahli komunikasi melakukan penelitian tentang etika dalam konteks komunikasi di bidang politik, organisasi, hingga keluarga. Keberanian mereka melakukan penelitian terkait etika komunikasi tidak terlepas dari insight yang mereka dapatkan dari teori-teori komunikasi yang berhubungan dengan pengambilan keputusan. Eaglehardt yang memberikan pernyataan tentang “*the five moral systems*” yang terdiri atas *duties*, *right*, *utility*, *virtues*, dan

relationship menekankan pada pentingnya intensional dari perilaku manusia. Para ahli etika komunikasi juga menekankan pada pilihan intensional dari *agent moral individual, the rational subject dan the choice making communicator*. Keinginan komunikator dan kemampuan memilih yang tepat menjadi fokus teori etika para ahli di negara barat. Terlepas dari semua itu, banyak peneliti yang mengutip pernyataan Richard Johanneson bahwa sebuah hal bisa dikatakan isu etika ketika perilaku seseorang memiliki dampak yang signifikan bagi orang lain, kemudian tindakan tersebut dilakukan dengan sadar dan perilakunya dinilai berdasarkan skala benar atau salah

Penelitian yang ahli komunikasi lakukan membawa perbedaan tersendiri di bidang etika, terutama pada mereka yang tertarik pada aspek verbal dan non-verbal. Hal ini tentunya mampu memberikan kritik dan juga menyusun kembali asumsi tentang hubungan antarindividu yang signifikan serta memberikan efek dalam disiplin ilmu lainnya, terutama ilmu kemanusiaan. Berbicara mengenai etika, pastinya akan ada hubungannya dengan retorika dan discourse. Etika diartikan sebagai sebuah disiplin ilmu yang berhubungan dengan konteks baik dan buruk dan sering diidentikkan dengan nilai-nilai yang ada dalam kehidupan bermasyarakat. Dalam bahasa Yunani, etika dikenal sebagai ethos yang dikaitkan dengan karakter moral individu

Isocrates menyatakan bahwa komunikator yang baik akan mampu menyampaikan pesannya dengan baik. Aristoteles melalui retorika-nya juga memiliki konsep ethos didalamnya, tetapi Aristoteles juga menyatakan bahwa ethos tidak hanya berbicara reputasi yang baik dari komunikator melainkan lebih kepada aktualisasi dari kompetensi retorika yang coba ditampilkan melalui

orator's discourse. Etika dalam berkomunikasi menjadi penting ketika seseorang sudah sampai ke dalam tahap retorika dimana Ia diharuskan berbicara dan menyampaikan pesan di depan khalayak umum. Aktualisasi dan kompetensi serta reputasi merupakan tiga kunci utama yang sudah selayaknya seorang komunikator miliki. Seorang komunikator yang akan berbicara di depan umum haruslah tahu siapa orang yang akan mereka ajak berkomunikasi. Mulai dari latar belakang, usia, pendidikan, budaya hingga status ekonomi, semuanya harus Ia ketahui sebelum melakukan komunikasi dengan orang banyak. Jadi ketika Ia memutuskan berbicara di depan orang banyak, Ia akan tahu hal-hal apa saja yang harus dan tidak harus Ia bicarakan dalam situasi tersebut

Maka dari itu untuk bisa memahami komunikasi, seorang komunikator harus memiliki tingkat *acknowledgement* yang baik. *acknowledgement* diartikan sebagai kapasitas kesadaran yang memungkinkan seseorang untuk tetap terbuka terhadap orang lain, tempat, berbagai macam hal lainnya sehingga seseorang tersebut mampu mengakuinya dalam pikirannya kemudian menyebarkan pemahaman yang Ia miliki kepada orang lain dimana pemahaman tersebut dianggap sebagai sebuah hal yang bermanfaat. Diskursus retorika dan *acknowledgment* berjalan beriringan, retorika digunakan kapanpun untuk menyampaikan ide, posisi, maupun kejadian tertentu. Ketika hal ini dipahami dengan baik oleh komunikator atau *receiver* maka akan menjadi dasar perlakuan dan pemikiran yang bijak. Cicero pernah memberikan sebuah konsep bernama "*art of eloquence*", yakni konsep yang mengajarkan orang lain bagaimana memanfaatkan pengetahuan sebuah disiplin ilmu sehingga dapat dimengerti oleh orang banyak dan mampu berfungsi secara efektif baik dalam bidang sosial

maupun politik. Etika komunikasi tidak semata-mata bisa berjalan tanpa adanya dialog yang dilakukan, maka dari itu etika komunikasi dan dialog saling mempengaruhi dan berhubungan satu sama lain, yang nantinya akan membentuk kerangka publik baru mengenai sebuah teori baru, yakni etika komunikasi dialogis. Teori baru ini tidak terlepas dari pemikiran Gadamer (1996) tentang hermeneutika filosofis yang menekankan pada tiga konsep utama, yakni bias, *horizon* atau teks, dan *interpretif* dialogis yang merupakan hasil dari pertemuan bias dan *horizon*. Pemahaman terhadap etika komunikasi sudah seharusnya meliputi *background* dan *foreground* yang ada mengingat ada sebuah asumsi dasar yang menyatakan bahwa tidak terdapat etika komunikasi tunggal yang mutlak yang dapat digunakan secara universal. Dalam hal ini, unsur filosofis dan identitas dialog berfokus pada konten dialog itu sendiri. Buber menjelaskan betapa pentingnya sebuah konten melalui penekanan pada *existence* dan *calling* yang membentuk konten identitas manusia melalui proses penggunaan kata "I" secara terus menerus. Kemudian konten dari filosofi adalah pada saat dimana seseorang harus mengerti konsep filosofis untuk dapat memahami sebuah dialog. Lebih lanjut Buber juga mengatakan bahwa identitas merupakan sebuah hal yang penting dalam dialog dan dalam dialog juga tidak ada yang mampu mengontrol secara dominan.

2.4 Etika jurnalistik *Citizen Journalism*

Etika jurnalistik merupakan masalah penting dalam situasi Indonesia saat ini dimana kebebasan pers begitu besar. Dengan kebebasan yang dimiliki kini pers di Indonesia bisa meliput dan memberitakan apapun yang dianggap mempunyai nilai berita tanpa khawatir ada pengekang sebagaimana terjadi pada masa orde

baru. Kondisi seperti ini di satu sisi sangat baik bagi pengembangan iklim demokrasi di tanah air. Di sisi lain kalau tidak berhati-hati pers dengan kebebasannya bisa terjebak menjadi sekadar institusi bisnis yang misi utamanya tak lain dari semata-mata mencari keuntungan, mengingat pers dewasa ini telah menjadi industri.

Di bawah rezim politik otoritarian tantangan utama pers adalah kontrol negara yang sangat ketat yang mengakibatkan pers cenderung menjadi sarana legitimasi kepentingan penguasa. Media menjadi apa yang disebut oleh Althusser sebagai ideological states apparatus. Isi media dengan demikian bersifat distorsif demi mendukung kepentingan penguasa sehingga kepentingan publik terabaikan dan bahkan tertindas.

Kini ketika kontrol politik melonggar dan kebebasan pers cukup besar, tantangan utama media pers adalah kontrol dari pemilik modal. Watak pers sebagai industri dewasa ini sangat rentan terhadap pelanggaran-pelanggaran etika jurnalistik. Lebih-lebih mengingat persaingan antar lembaga pers/media yang begitu ketat sehingga masing-masing lembaga media/pers berusaha menarik audiens dengan berbagai cara. Independensi lembaga pers dan idealisme jurnalis kini benar-benar diuji. Mengenai soal kelembagaan ini ada satu masalah yang masih krusial di negeri ini yaitu soal kepemilikan perusahaan media khususnya media televisi. Ada kecenderungan kepemilikan media televisi di Indonesia mengarah pada bentuk oligopolis dimana lembaga-lembaga media yang ada hanya dimiliki oleh beberapa pihak. Hal ini merupakan satu tantangan tersendiri bagi dunia jurnalistik untuk mewujudkan pluralitas media yang menjamin penyebaran informasi secara lebih demokratis. Selain menyangkut aspek kelembagaan

khususnya bagaimana menjaga independensi lembaga pers, etika jurnalistik mengait persoalan-persoalan teknis yang cukup rumit. Kemajuan teknologi menjadi salah satu faktor yang perlu diperhitungkan dalam membangun acuan etik pekerjaan jurnalistik. Berkembangnya teknologi fotografi digital yang mampu memanipulasi hasil jepretan kamera, misalnya, sangat rawan disalah-gunakan. Demikian pula teknologi editing gambar video secara digital sangat dimungkinkan guna melakukan berbagai manipulasi gambar untuk berbagai tujuan. Teknologi kamera digital dengan berbagai fungsi, bentuk dan ukurannya dewasa ini juga sangat rawan disalahgunakan dalam kerja jurnalistik. Di sinilah masalah etika jurnalistik sangat dirasakan urgensinya. Beberapa pertanyaan bisa diajukan di sini misalnya, apakah penggunaan *hidden camera* (kamera tersembunyi) sesuai etika jurnalistik? Kapan kamera tersembunyi boleh digunakan? Untuk tujuan apa? Pers/media audio visual (televise) mempunyai problem teknis jauh lebih kompleks dibanding pers cetak ataupun radio. Karena televise berurusan dengan gambar/visual, audio, sekaligus teks. Etika jurnalistik bagi jurnalis televise karenanya juga lebih kompleks dibanding jurnalis media cetak dan radio. Siaran langsung (live) dari lokasi kejadian merupakan salah satu titik rawan bagi jurnalis televise menyangkut soal etika. Karena kesalahan dalam siaran langsung bisa terjadi secara spontan dan tak terduga.

Perkembangan teknologi sebenarnya bisa sangat membantu menegakkan etika jurnalistik sejauh para jurnalis menyadarinya dan berniat menjalankannya. Teknologi digital video editing misalnya berguna untuk menyamakan narasumber baik secara visual maupun audio. Juga untuk mengurangi efek dramatis suatu keadaan misalnya dalam kasus kecelakaan yang berdarah-darah.

Masalahnya kembali pada niat media dan jurnalis yang bersangkutan tentang apa yang hendak dicapai dengan berita yang mereka buat. Persoalan yang lebih mendasar dalam etika jurnalistik yaitu menyangkut konten atau isi berita. Isu yang sering mengemuka menyangkut isi berita yaitu masalah keberimbangan (*cover both sides*). Dalam kode etik jurnalistik yang kita kenal di Indonesia keberimbangan berita sangat ditekankan. Maka menjadi kewajiban bagi jurnalis di Indonesia untuk selalu mengingat hal ini. Pelanggaran terhadap aspek ini bukan hanya bisa merugikan pihak-pihak yang terkait langsung dalam pemberitaan, namun juga masyarakat atau publik yang dengan demikian tidak bisa mendapatkan informasi secara utuh, sehingga bisa timbul salah persepsi terhadap isi berita.

Kode etik jurnalistik di tanah air juga menyediakan mekanisme pemberian hak jawab bagi pihak yang merasa dirugikan oleh suatu pemberitaan. Namun seringkali pihak-pihak tertentu merasa tidak puas dengan penggunaan hak jawab mereka memilih langsung mengajukan gugatan ke pengadilan. Kenyataan ini mau tidak mau harus dihadapi pers dan para jurnalis. Bagaimana mengatasi masalah-masalah seperti ini? Jawabnya kembali ke lembaga pers dan masing-masing jurnalis yakni bagaimana mereka bisa bekerja secara profesional. Profesionalitas jurnalis antara lain bisa dilihat dari kemampuannya menguasai masalah, kecakapan teknisnya, keberaniannya untuk menyuguhkan fakta yang sebenarnya dan sikap serta tindakannya yang senantiasa mengedepankan moral dan etika.

Kode etik jurnalistik merupakan faktor penting yang akan membantu pembentukan sikap profesional jurnalis. Namun Kode Etik Jurnalistik saja sebenarnya belum cukup. Di beberapa lembaga media ada satu perangkat lain

yang digunakan untuk membantu meneguhkan sikap profesional jurnalis yaitu Kode Perilaku (Code of Conduct). Kode perilaku biasanya dibuat di masing-masing lembaga media yang mengatur perilaku para jurnalis karyawan lembaga media bersangkutan. Misalnya menyangkut hubungan jurnalis dengan narasumber, masalah amplop, plagiarisme dll. Karena dibuat oleh lembaga media yang bersangkutan Kode Perilaku bisa lebih efektif menuntun tindakan para jurnalis karena disertai sanksi yang jelas. Sebagai pengawal pelaksanaan Kode Perilaku adalah lembaga Ombudsman. Di luar ketentuan yang dibentuk lembaga-lembaga pers dan organisasi profesi kewartawanan sendiri, pers memerlukan kontrol langsung dari publik yaitu media watch. Di beberapa negara lembaga-lembaga media watch cukup berkembang dan disegani sehingga bisa membantu mengontrol isi dan perilaku media, sekaligus memberi panduan bagi audiens dalam memilih media mana yang bermanfaat bagi mereka. Bagaimana di Indonesia? Tampaknya semua ini masih menjadi PR kita semua yang menghendaki kehidupan pers yang sehat di tanah air.

Demi tegaknya harkat dan martabat maupun mutu dari hasil karya para Pewarta Warga, maka PPWI menetapkan Kode Etik Pewarta Warga yang harus ditaati dan dilaksanakan secara konsisten oleh seluruh anggota PPWI, yang secara rinci seperti tertuang di bawah ini :

1. Pewarta Warga tidak menyiarkan berita yang dapat membahayakan keselamatan dan keamanan negara maupun kesatuan dan persatuan bangsa.
2. Pewarta Warga tidak diperkenankan menyiarkan karya jurnalistik melalui media massa apapun yang bersifat cabul, menyesatkan, bersifat fitnah ataupun memutarbalikkan fakta.

3. Pewarta Warga tidak diperkenankan menerima imbalan yang dapat mempengaruhi obyektivitas beritanya.
4. Pewarta Warga menjaga dan menghormati kehidupan pribadi dengan tidak menyiarkan berita-berita yang dapat merugikan nama baik seseorang atau pihak tertentu.
5. Pewarta Warga dilarang melakukan tindakan plagiat atau mengutip hasil karya pihak lain dengan tanpa menyebutkan sumbernya. Apabila kenyataannya nama maupun identitas sumber berita tidak dicantumkan, maka segala tanggung jawab ada pada Pewarta Warga yang bersangkutan.
6. Pewarta Warga diwajibkan menempuh cara yang sopan dan terhormat dalam memperoleh bahan karya jurnalistik, tanpa paksaan ataupun menyadap berita dengan tanpa sepengetahuan yang bersangkutan.
7. Pewarta Warga diwajibkan mencabut atau meralat setiap pemberitaan yang ternyata tidak akurat, dan memberikan kesempatan kepada yang bersangkutan untuk memberikan kesempatan hak jawab.
8. Dalam memberitakan peristiwa yang berkaitan dengan proses hukum atau diduga menyangkut pelanggaran hukum, pewarta warga harus selalu menjunjung tinggi asas praduga tak bersalah, dengan prinsip jujur, dan menyajikan berita secara berimbang.
9. Pewarta Warga harus berusaha semaksimal mungkin dalam pemberitaan kejahatan susila (asusila) agar tidak merugikan pihak korban.
10. Pewarta Warga menghormati dan menjunjung tinggi ketentuan embargo untuk tidak menyiarkan informasi yang oleh sumber berita telah dinyatakan sebagai bahan berita yang "*Off The Record*".

Kode Etik Pewarta Warga pada hakekatnya dimaksudkan sebagai rambu-panduan bagi setiap aktivis jurnalisme warga. Ia tidak dimaksudkan untuk memberikan pembatasan atas hak-hak individu anggota PPWI dan masyarakat umum dalam menyampaikan aspirasi dan informasi ke ruang publik.

Oleh karena itu, pengawasan pelaksanaan Kode Etik ini seyogyanya dilaksanakan oleh masing-masing anggota pewarta warga, dan masyarakat di lingkungan sosial masing-masing. Demikian juga, sanksi atas pelanggaran Kode Etik ini juga lebih diserahkan kepada sistem sosial (nilai dan norma) yang berlaku di masyarakat. Untuk pelanggaran yang bersifat normatif, penyelesaiannya diserahkan kepada aparat penegak hukum; dan untuk hal-hal yang berkenaan dengan nilai sosial, diharapkan peran sanksi dan kontrol sosial masyarakat yang menyelesaikan.

2.5 Citizen Journalism

Citizen Journalism adalah sebuah kegiatan kejournalistikan yang dilakukan oleh seseorang atau orang biasa bukanlah seorang yang memang bidang yang ia kerjakan. *Citizen Journalism* mendekatkan diri bagi seseorang maupun masyarakat untuk bisa menjadikan setiap individu seolah-olah menjadi wartawan. Dimana mereka mampu memberitakan maupun menginformasikan kejadian-kejadian yang berada di lingkungan mereka kepada publik. *Citizen Journalism* dimasa kini atau dimasa modern yang dengan begitu cepat dalam segala hal serta bebas menjadikan suatu informasi maupun berita yang kini tidak lagi hanya di rekomendasikan bagi kalangan wartawan. Namun kini, warga maupun masyarakat umum bisa memberitakan suatu kejadian di sekeliling mereka kepada khalayak

dengan media *Citizen Journalism*. kini media ini kian populer dikalangan masyarakat umum khususnya pencinta dunia kewartawanan atau kejournalistikan. *Citizen Journalism* kini merupakan salahsatu alat untuk masyarakat menggali kemampuan untuk menyampaikan suatu informasi kepada khalayak banyak melalui media ini. *Citizen Journalism* seolah menjadi sebuah media baru yang *Citizen Journalism* adalah sebuah kegiatan kejournalistikan yang dilakukan oleh seseorang atau orang biasa bukanlah seorang yang memang bidang yang ia kerjakan. *Citizen Journalism* mendekatkan diri bagi seseorang maupun masyarakat untuk bisa menjadikan setiap individu seolah-olah menjadi wartawan. Dimana mereka mampu memberitakan maupun menginformasikan kejadian-kejadian yang berada di lingkungan mereka kepada publik.

Citizen Journalism dimasa kini atau dimasa modern yang dengan begitu cepat dalam segala hal serta bebas menjadikan suatu informasi maupun berita yang kini tidak lagi hanya direkomendasikan bagi kalangan wartawan. Namun kini, warga maupun masyarakat umum bisa memberitakan suatu kejadian di sekeliling mereka kepada khalayak dengan media *Citizen Journalism*. kini media ini kian populer dikalangan masyarakat umum khususnya pencinta dunia kewartawanan atau kejournalistikan. *Citizen Journalism* kini merupakan salah satu alat untuk masyarakat menggali kemampuan untuk menyampaikan suatu informasi kepada khalayak banyak melalui media ini. *Citizen Journalism* seolah menjadi sebuah media baru yang mampu menjadi jembatan atau alat masyarakat umum untuk mengekspresikan kecintaan atau hobi mereka kepada dunia kejournalistikkan dengan kini mereka seolah diberi fasilitas untuk mengeksplorasi hobi mereka.

Shayne Bowman dan Chris Willis lantas mendefinisikan *Citizen Journalism* sebagai *the act of citizens playing an active role in the process of collecting, reporting, analyzing, and disseminating news and information*".

Ada beberapa istilah yang dikaitkan dengan konsep *Citizen Journalism*. *Public journalism, advocacy journalism, participatory journalism, participatory media, open source reporting, distributed journalism, citizens media, advocacy journalism, grassroot journalism*, sampai *we-media*. J.D. Lasica, dalam *Online Journalism Review* (2003), mengategorikan media citizen journalism ke dalam 5 tipe :

1. Audience participation (seperti komentar user yang diattach pada kisah-kisah berita, blog-blog pribadi, foto, atau video footage yang diambil dari handycam pribadi, atau berita lokal yang ditulis oleh anggota komunitas).
2. Situs web berita atau informasi independen (Consumer Reports, Drudge Report).
3. Situs berita partisipatoris murni (OhmyNews, plural foto).
4. Situs media kolaboratif (Slashdot, Kuro5hin).
5. Bentuk lain dari media 'tipis' (mailing list, newsletter e-mail).
6. Situs penyiaran pribadi (situs penyiaran video, seperti KenRadio).

Seperti yang dikutip dalam buku *Mengamati Fenomena Citizen Journalism*, Gibson (Severin dan Tankard, 2005 : 445) mendefinisikan : Dunia maya (cyberspace) adalah realita yang terselubung secara global, di dukung komputer, berakses komputer, multidimensi, artifisial, atau virtual. Dalam realita ini, dimana setiap komputer adalah sebuah jendela, terlihat atau terdengar objek-

objek yang bukan bersifat fisik dan bukan representasi objek-objek fisik, namun lebih merupakan gaya, karakter, dan aksi pembuatan data, pembuatan informasi murni (Yudhapramesti, 2007 : 5-6).

Steve Outing pernah mengklasifikasikan bentuk-bentuk *Citizen Journalism* sebagai berikut:

1. *Citizen journalism* membuka ruang untuk komentar publik. Dalam ruang itu, pembaca atau khalayak bisa bereaksi, memuji, mengkritik, atau menambahkan bahan tulisan jurnalis profesional. Pada media cetak konvensional jenis ini biasa dikenal dengan surat pembaca.
2. Menambahkan pendapat masyarakat sebagai bagian dari artikel yang ditulis. Warga diminta untuk ikut menuliskan pengalamannya pada sebuah topik utama liputan yang dilaporkan jurnalis.
3. Kolaborasi antara jurnalis profesional dengan nonjurnalis yang memiliki kemampuan dalam materi yang dibahas. Tujuannya dijadikan alat untuk mengarahkan atau memeriksa keakuratan artikel. Terkadang profesional nonjurnalis ini dapat juga menjadi kontributor tunggal yang menghasilkan artikel tersebut.
4. Bloghouse warga, bentuknya blog-blog gratisan yang dikenal, misalnya ada *Wordpress*, *Blogger*, atau *Multiply*. Melalui blog, orang bisa berbagi cerita tentang dunia, dan bisa menceritakan dunia berdasarkan pengalaman dan sudut pandangnya.
5. *Newsroom citizen transparency blogs*. Bentuk ini merupakan blog yang disediakan sebuah organisasi media sebagai upaya transparansi. Dalam hal ini

pembaca bisa melakukan keluhan, kritik, atau pujian atas apa yang ditampilkan organisasi media tersebut.

6. Stand-alone *citizen journalism* site, yang melalui proses editing. Sumbangan laporan dari warga, biasanya tentang hal-hal yang sifatnya sangat lokal, yang dialami langsung oleh warga. Editor berperan untuk menjaga kualitas laporan, dan mendidik warga (kontributor) tentang topik-topik yang menarik dan layak untuk dilaporkan.

7. Stand-alone *citizen journalism*, yang tidak melalui proses editing.

8. Gabungan stand-alone *citizen journalism* website dan edisi cetak.

9. Hybrid: pro + *citizen journalism*. Suatu kerja organisasi media yang menggabungkan pekerjaan jurnalis profesional dengan jurnalis warga.

10. Penggabungan antara jurnalisme profesional dengan jurnalisme warga dalam satu atap.

11. *Website*, membeli tulisan dari jurnalis profesional dan menerima tulisan jurnalis warga.

12. Model *Wiki*. Dalam *Wiki*, pembaca adalah juga seorang editor. Setiap orang bisa menulis artikel dan setiap orang juga bisa memberi tambahan atau komentar terhadap komentar yang terbit (Yudhapramesti, 2007).

Citizen Journalism atau jurnalisme warga negara mulai berkembang di seluruh dunia sejak kehadiran internet di seluruh dunia. Perkembangan besar di bidang komunikasi 40 tahun terakhir adalah penemuan dan pertumbuhan internet. Lahirnya komunikasi interaktif ditandai dengan terjadinya diservikasi teknologi informasi dengan bergabungnya telepon, radio, komputer dan televisi. Teknologi tergolong baru membuat jarak antara manusia semakin tak terlihat

seberapapun jaraknya yang memisahkan. Dalam dunia internet semua hal bisa diperoleh hanya dalam *one click way*.

Sejarah dan perkembangan *Citizen Journalism* di dunia telah berlangsung lama sejak dua dekade lalu. Nicholas Lemann, professor di Columbia University *Graduate School of Journalism*, New York City, Amerika Serikat mencatat kelahiran jurnalisme publik dimulai melalui gerakan pada pemilu 1988. Saat itu publik mengalami erosi kepercayaan terhadap media-media mainstream seputar pemilihan presiden AS. *Citizen Journalism* juga bisa dilacak sejak konsep *public Journalism* dilontarkan oleh beberapa pengagas seperti Jay Rozen, Pew Research Center, dan Poynter Institute. Bersama Wichita News, Eagle, Kansas, para pengagas CJ mencobakan Konsep Public Journalism dengan membentuk panel diskusi bagi publik guna mengidentifikasi isu-isu yang dianggap penting bagi publik. Jay Rozen seorang professor bidang jurnalistik di New York University adalah salah satu pelopor utama *Citizen Journalism* atau jurnalisme publik. sejak tahun 1993 hingga tahun 1997, dia memimpin proyek dalam kehidupan publik dan pers berdasarkan Knight Foundation di NYU. Dia juga yang menjalankan *press think weblog* (*communicare.com* 1 Desember 2007)

Praktik *Citizen Journalism* menjadi perhatian dari Stephen Quinn dan Stephen Lambie tentang penggunaan blog sebagai medium *Citizen Journalism* (2008) John C Merrill, Peter J. Gade dan Frederick R. Blevans memfokuskan penelitiannya pada perkembangan *Citizen Journalism* di Amerika. Mark Dauze tentang identitas pelaku CJ online dalam konteks konvergensi budaya (2008). Faxon Banda yang mengupas tentang CJ dan perkembangan demokrasi di Afrika (Seth C. Lewis. Kelly). Gilmor sebagai seorang pendiri CJ terkemuka serta

pendiri sebuah lembaga non profit bernama Center For Citizen Media mempromosikannya. Canadian Broadcasting Corporation jaringan televisi berbahasa perancis telah mengorganisasikan dan mempromosikan Jurnalisme yang berbasis warganegara sejak tahun 2001. Pada sebuah programnya ada partisipasi penonton. Mereka telah mengirimkan pertanyaan terhadap masalah yang beragam. mereka juga ditemani staf jurnalis yang bisa mengarahkan pertanyaan pemirsa yang ditujukan ke ahli yang diundang ke studio (nurudin 2010)

Bill Gates pernah meramalkan bahwa digitalisasi dalam bidang komunikasi dan informasi pada tahun 1990 akan mematikan surat kabar. Kehadiran situs-situs berita di pertengahan tahun 1990 dikhawatirkan bisa menjadi ancaman bagi seluruh media massa konvensional seperti radio, televisi dan surat kabar tetapi akan soal kecepatan dalam menyampaikan berita media massa konvensional masih kalah terhadap teknologi informasi seperti blog .

Perkembangan *Citizen Journalism* di Indonesia masih belum lama. Yang mengawali adalah Detik.com yang menampilkan berita-berita segar dan tidak terkungkung. Tetapi situs ini dibuat oleh insitusi untuk banyak orang. Berbeda dengan blog yang disiapkan oleh banyak orang untuk dibaca orang banyak pula. Bisa dibilang, keberadaan blog di Indonesia saat ini sudah sangat banyak, salah satu blog terbaik adalah perspektif.net sebagaimana masuk dalam 10 blog terbaik pilihan Majalah Tempo Namun, kalau dilihat dari standar jurnalistiknya, *Citizen Journalism* masih perlu dipertanyakan, karena jika di lihat dari realitas yang ada, *Citizen Journalism* khususnya di Indonesia kebanyakan berbentuk opini dari penulisnya masih harus dipertanyakan keakuratan serta objektivitasnya. Istilah

keakuratan yang berasal dari kata akurat yang berarti dipercaya benar sesuai keadaan objektif ketika peristiwa terjadi (<http://www.dewanpers.org>). Hal yang masih membingungkan seperti bagaimana kelengkapan unsur beritanya, apakah ada dilakukan verifikasi data, imparialitasnya, independensinya. Misalnya saja, The New York Times yang pernah mempertanyakan keakuratan dan objektivitas hasil peliputan *citizen journalism*. Jurnalis tradisional juga mengaku skeptis dan menganggap *citizen journalism* tidak dapat melakukan peliputan dengan baik karena hanya jurnalis terlatih yang mengetahui etika media saat melakukan peliputan. Meski mendapat kritikan pedas semacam ini, namun *citizen journalism* terus berkembang, bahkan pada beberapa peristiwa penting di dunia *citizen journalism* menjadi pihak yang paling banyak memberikan informasi kepada masyarakat. Misalnya saja saat tsunami terbesar di Samudera Hindia, video dan informasi penting justru bersumber dari blog yang dimiliki warga. Blog-blog pribadi warga juga menjadi saksi peristiwa besar lain seperti perang Irak, runtuhnya World Trade Center di Amerika Serikat, Bom Bali I dan II, dan lain – lain.

Saat tsunami di Aceh, *citizen journalism* dengan blogger dan gambar video amatir yang diunggah di www.youtube.com, berhasil memberikan data multimedia yang ternyata membantu menggalang dana besar dari seluruh penjuru Indonesia bahkan dunia bagi para korban di Aceh. *Citizen journalism* melalui blogger di Indonesia pada dasarnya memberikan kontribusi besar saat terjadi masa reformasi di Indonesia tahun 1998, pada saat itu para blogger lah yang melaporkan indikasi adanya KKN di keluarga cendana.

Pada tanggal 1 Mei 2011, terjadi kehebohan di seluruh dunia karena tewasnya Osama Bin Laden oleh Pasukan Amerika Serikat. Dan tentu saja peristiwa ini menjadi perbincangan semua orang di dunia. Tak dapat dipungkiri juga menjadi bahan berita oleh media massa. Namun selain media massa, banyak juga blogger dan kompasianer (penulis di kompasiana) yang juga menulis tentang peristiwa tersebut.

