

# KEBEBASAN PERS DAN VERIFIKASI TERHADAP MEDIA MASSA

M. ARSYAD DAULAY & ASEP R. ISKANDAR

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Pancasila  
Jalan Srengseng Sawah, Jagakarsa, Jakarta Selatan 12640  
E-mail: aseptea2005@gmail.com

**ABSTRAK** Pers saat ini sudah tidak hanya menjadi sumber informasi, tetapi juga sekaligus sumber referensi bagi masyarakat. Di era kebebasan pers sekarang banyak perusahaan pers yang tumbuh dan berkembang baik pers cetak, *online* maupun elektronik. Namun pada kenyataannya banyak perusahaan saat ini merugikan dan produk beritanya tidak sesuai dengan Undang-Undang Pers. Terbukti menurut Dewan Pers selaku lembaga yang dibentuk berdasarkan Undang-Undang No 40 Tahun 1999 tentang Pers, dalam setahun Dewan Pers menerima 800-1000 aduan terkait perusahaan pers, di antaranya perusahaan pers “abal-abal”, yaitu perusahaan yang tidak bertanggungjawab. Oleh sebab itu, untuk menjaga kebebasan pers yang profesional Dewan Pers melakukan verifikasi terhadap perusahaan pers. Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan upaya Dewan Pers dalam mewujudkan pers yang bersih dan profesional dengan menggunakan teori pers tanggung jawab sosial dan konsep verifikasi perusahaan pers, Undang-Undang Pers, dan standar perusahaan pers. Dengan paradigma post-positivist, penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif jenis deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan studi pustaka, adapun teknik analisis data berupa triangulasi data. Hasil dari penelitian ini mencakup kebebasan pers dan verifikasi terhadap media massa dalam upayanya mewujudkan pers yang profesional melalui verifikasi perusahaan pers berdasarkan Undang-Undang pers.

**Kata Kunci:** Perusahaan pers, pers profesional, Dewan Pers, Undang-Undang Pers.

**ABSTRACT** *Press at this time is not only a source of information, but also a source of reference for the community. In the era of press freedom now many press companies that grow and develop the press, online and electronic press. But in reality many companies at this time harm and their news products are incompatible with the Press Law. Evident according to the Press Council as an institution established under UU No. 40 of 1999 on Press, within a year the Press Council receives 800-1000 complaints relating to press companies, including unprofessional press companies, ie irresponsible companies. Therefore, to preserve the press freedom of the professional Press Council to verify the press company. The purpose of this study is to describe the efforts of the Press Council in realizing a clean and professional press by using the theory of social responsibility press and the concept of verification of press companies, Press Laws, and press company standards. With post-positivist paradigm, this research uses descriptive qualitative research method. Data collection techniques use observation, interview and literature study, as for data analysis techniques in the form of data triangulation. The results of this study include press freedom and verification of the mass media in its efforts to realize a professional press through verification of press companies based on the Press Act.*

**Keywords:** Press company, profesional press, Press Council, press laws.

CoverAge:  
*Journal of Strategic  
Communication*  
Vol. 7, No. 2, Hal. 54-68  
Maret 2017 Fakultas Ilmu  
Komunikasi,  
Universitas Pancasila

## PENDAHULUAN

Setelah reformasi 1998, media massa berkembang sangat cepat di negeri ini. Ruang kebebasan pers dibuka seluas-luasnya, dari media massa yang bersifat lokal hingga nasional. Menjamurnya media massa saat itu diikuti oleh lahirnya Undang-Undang (UU) No. 40 Tahun 1999 tentang Pers. Orang tak lagi takut mengkritik pemerintah. Pers atau media massa dijadikan sebagai alat untuk mengontrol kebijakan pemerintah hingga perilaku pejabat yang menyimpang, sesuatu yang tidak pernah ditemui di era Orde Lama dan Orde Baru. Terlebih lagi, dalam beberapa kajian yang muncul dalam seminar, diskusi, tulisan opini: bahwa pers dijadikan sebagai pilar keempat demokrasi, berdampingan dengan eksekutif, legislatif, dan yudikatif.

Tidak ada lagi campur tangan pemerintah terhadap perusahaan pers. Pada saat bersamaan, khusus untuk media cetak Surat Izin Usaha Perusahaan Pers (SIUPP) dihapus pada tahun 1999. Munculnya UU No. 40 Tahun 1999 tentang Pers, dijadikan acuan sebagai koreksi atas UU sebelumnya yang dianggap telah banyak memberi celah bagi campur tangan pemerintah terhadap perusahaan pers.

UU No 40 Tahun 1999 tentang Pers menimbang bahwa kemerdekaan pers merupakan salah satu wujud kedaulatan rakyat dan menjadi unsur yang sangat penting untuk menciptakan kehidupan bermasyarakat dan pers nasional dapat dijadikan wahana komunikasi maupun sebagai penyebar informasi dan pers juga ikut berperan dalam menjaga kedamaian dunia yang dapat dipercaya oleh khalayak luas (Priyambodo dan Prawitasari, 2014: 57-58).

Menurut Atmakusumah (2009: 14), kebebasan pers adalah kebebasan bersuara bagi masyarakat pada umumnya. Oleh karena itu, dalam mendirikan media pers tentunya merupakan hak yang mendasar bagi setiap warga negara agar dapat mengumandangkan suaranya di alam demokrasi.

Demokrasi tersebut ialah di mana masyarakat dapat ikut serta berpartisipasi dalam memutuskan suatu perubahan, baik dari berbagai segi aspek

kehidupan bermasyarakat. Seperti dikatakan Oetama (2001: 48), demokrasi juga mempunyai apa yang disebut sebagai hak-hak yang dijamin secara konstitusional seperti hak kebebasan baik persamaan di mata hukum maupun kebebasan akan berusaha.

Belakangan, sebagai lembaga yang independen, Dewan Pers mengeluarkan kebijakan verifikasi terhadap perusahaan pers yang ada di seluruh Indonesia. Verifikasi yang dimaksud merupakan proses pendataan perusahaan pers sebagaimana diamanatkan pada pasal 15 ayat 2 g, UU No 40 Tahun 1999 tentang Pers, yaitu mendata perusahaan pers (Etika, 2017: 6). Pertumbuhan perusahaan pers di Indonesia mulai dari perusahaan pers cetak, *online*, maupun elektronik memang mengalami ledakan. Berdasarkan data Dewan Pers saat ini ada 1.178 perusahaan pers yang telah terdaftar dalam website Dewan Pers. Ironisnya dari puluhan ribu media pers sebagian tidak memenuhi standar profesional. Yang dimaksud dengan standar profesional ialah salah satunya perusahaan yang dapat memenuhi perusahaan pers itu sendiri. Sebagai wahana komunikasi massa, tentunya perusahaan pers harus dapat melaksanakan asas, fungsi kewajiban, dan peranannya demi kemerdekaan pers yang profesional (Priyambodo & Prawitasari, 2014: 110).

Contoh kasus adalah Tabloid *Obor Rakyat* pada Pemilihan Presiden 2014. Pada saat itu, tabloid *Obor Rakyat* tersandung kasus pencemaran nama baik dan penghinaan terhadap Calon Presiden Joko Widodo. Akibatnya, Pemimpin Redaksi tabloid *Obor Rakyat* dihukum delapan bulan penjara karena isi pemberitaan jauh dari produk jurnalistik, seperti yang dijelaskan oleh Ketua Dewan Pers Yosep Adi Prasetyo.

Seiring dengan semakin bertumbuhnya perkembangan pers atau media massa, bertambah pula minat masyarakat terhadap informasi yang disajikan oleh berbagai macam perusahaan pers. Pentingnya sebuah informasi yang kini telah menjadi kebutuhan hidup sehari-hari dan tidak dapat terpisahkan lagi oleh masyarakat itu sendiri. Namun untuk mendapatkan sebuah informasi yang baik, terpercaya, faktual dan objektif, tentu

harus didukung oleh perusahaan pers dan para pekerjanya yang selalu menaati UU No 40 Tahun 1999 tentang Pers.

Demi terwujudnya kemerdekaan pers, setiap perusahaan pers harus mampu menjalankan peran dan fungsinya secara baik berdasarkan kemerdekaan pers yang profesional. Profesional dalam arti menaati UU No 40 Tahun 1999 tentang Pers. Dewan Pers sebagai lembaga independen yang kini melaksanakan verifikasi terhadap setiap media adalah bagian dari pelaksanaan fungsi Dewan Pers untuk melindungi kemerdekaan pers dari penumpang gelap, yakni media yang tidak berbadan hukum atau media abal-abal.

Tidak hanya itu, banyak media bermunculan seperti media buzzer. Ada 43 ribu media *online* dalam daftar (Dewan Pers tahun 2015), namun baru 247 saja yang telah terdaftar oleh Dewan Pers dan sisanya adalah media *abal-abal*, mengutip sumber yang sudah ada, diputarbalikkan faktanya dan sebagainya (Dewan Pers, Februari 2017). Media abal-abal yang dimaksud ialah media tersebut tidak jelas, seperti tidak memiliki penanggungjawab redaksi, tidak mencantumkan alamat redaksi, konten berita tidak sesuai dengan produk pers dan berita tersebut mengandung unsur profokatif.

Seperti halnya perusahaan pers *Obor Rakyat*. Menurut Ketua Dewan Pers Yosep Adi Prasetyo media *abal-abal* adalah media yang menggunakan lambang-lambang negara yang menyeramkan seperti lambang BNN, kemudian tidak mencantumkan penanggungjawab dan alamat yang jelas, tidak berbadan hukum, tulisan beritanya juga banyak melanggar Kode Etik Jurnalistik, dan memiliki wartawan yang sangat banyak, bahkan wartawan tersebut tidak mendapat gaji yang sesuai (Wawancara Yosep Adi Prasetyo, 7 Maret 2017).

Lebih lanjut dalam Berita Dewan Pers (Februari 2017: 9) disebutkan, Dewan Pers akan masuk pada Tim Panel Dewan Aplikasi Informatika bersama aparat keamanan untuk menindak secara hukum jika produk yang dihasilkan bukan produk jurnalistik. Usaha Dewan Pers melakukan verifikasi terhadap media merupakan bagian dari pelaksanaan fungsi Dewan Pers untuk melindungi

kemerdekaan pers dari berbagai penumpang gelap dan media *abal-abal* atau tidak berbadan hukum yang sesuai dengan standar perusahaan pers.

Untuk memenuhi keprofesionalan pers, perusahaan pers wajib memenuhi keprofesionalan tersebut yang telah dideklarasikan pada Hari Pers Nasional (HPN) 9 Februari 2010 di Palembang. Ketika Ketua Dewan Pers masih dibawah kepemimpinan Prof Dr Ichlasul Amal dalam deklarasinya telah berhasil menerbitkan keprofesionalan pers sebagai turunan dari UU pers.

Hasil dari deklarasi tersebut berisi pokok kesediaan perusahaan pers untuk meratifikasi empat peraturan Dewan Pers, yaitu perusahaan pers komit memenuhi standar kompetensi wartawan, mematuhi Kode Etik Jurnalistik, mematuhi standar perusahaan pers, dan mematuhi standar perlindungan wartawan (Berita Dewan Pers, Februari 2017: 6). Seiring dengan berjalannya waktu akhirnya Dewan Pers menyosialisasikan kembali pada Hari Pers Nasional (HPN) 9 Februari 2017 di Ambon. Ketua Dewan Pers Yosep Adi Prasetyo secara resmi mencanangkan pemberlakuan verifikasi perusahaan pers.

Namun, dengan seiring pemberlakuan verifikasi tersebut muncul beberapa media yang merasa keberatan, seperti *Grup Tempo*. *Tempo* sebagai salah satu perusahaan pers mengkritik pemberlakuan adanya verifikasi media yang dilakukan oleh Dewan Pers. Menurut *Tempo*, verifikasi media yang dilakukan Dewan Pers sesungguhnya untuk memenuhi perintah UU No 40 Tahun 1999 tentang Pers.

Salah satu bentuk terwujudnya kemerdekaan pers yang profesional Dewan Pers adalah melakukan verifikasi terhadap setiap perusahaan pers. Setiap pasal dalam Undang-Undang No 40 Tahun 1999 tentang Pers sudah menjadi suatu ketetapan, seperti UU Pers Pasal 15 (2) g yang berisi pendataan setiap perusahaan pers. Berdasarkan pemaparan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana peranan Dewan Pers dalam upaya mewujudkan kebebasan pers yang profesional melalui verifikasi perusahaan pers?

## TINJAUAN PUSTAKA

### Teori Pers Tanggung Jawab Sosial

Faktor utama terbentuknya teori ini adalah penyempurna dari teori Pers Liberal yang telah gagal memenuhi janji penggunaan kebebasan pers bertanggung jawab, karena teori sebelumnya kebebasan pers masih dikontrol pemerintah. Pada teori ini media dikontrol oleh masyarakat, tindakan konsumen, kode etik profesional, dan badan penyiaran yang dapat dibentuk melalui keinginan masyarakat. Menurut Siebert (Kusumaningrat & Kusumaningrat, 2014:23) kebebasan pers harus disertai dengan tanggung jawab kepada masyarakat, kebebasan pers dibatasi oleh dasar moral dan etika.

Asumsi utama terbentuknya teori ini, dalam menjalankan fungsi penting komunikasi massa di masyarakat modern, kebebasan mengandung di dalamnya suatu tanggung jawab yang sepadan dan pers yang telah menikmati kedudukan terhormat di pemerintahan harus bertanggungjawab kepada masyarakat. Adanya kebebasan pers di dalam masyarakat modern membuat pers wajib untuk menyajikan berita tentang kejadian sehari-hari secara jujur dan aktual. Pers harus menjadi sebuah forum pertukaran komentar dan kritik, menggambarkan representatif dari kelompok dalam masyarakat, menyajikan dan menguraikan tujuan dan nilai-nilai di masyarakat, menyajikan kesempatan penuh untuk memperoleh berita sehari-hari. Teori tanggung jawab sosial menganggap pemerintah tidak hanya mengizinkan adanya kebebasan, tapi juga harus mempromosikannya.

Teori tanggung jawab sosial memiliki kaitan erat dengan media massa dan lembaga pers karena teori ini memang menyangkut masalah kelembagaan pers. Menurut Yunus (2010:26), media massa dapat dikatakan sebagai sarana yang menjadi tempat penyampaian hasil kerja aktivitas jurnalistik. Sistem pers di Indonesia sudah menganut demokrasi yang bebas, maka berita yang disajikan harus sesuai dengan hakikat jurnalistik tanpa adanya paksaan dan yang harus diutamakan oleh wartawan adalah keberimbangan berita yang disajikan.

Media massa dilarang mengemukakan tulisan yang melanggar hak-hak pribadi yang diakui oleh hukum, serta dilarang melanggar kepentingan vital masyarakat yang dapat berakibat buruk bila disampaikan tidak mengikuti kaidah jurnalistik. Hal yang paling mendasar dari teori ini adalah media harus memenuhi kewajiban sosial, jika tidak, masyarakat akan membuat media tersebut mematuhi sehingga media harus tunduk pada opini masyarakat.

Pada praktiknya tanggung jawab media dalam teori tanggung jawab sosial sulit untuk dioperasionalkan, karena media sekarang ini hanya mencari berita tanpa mengang teguh pedoman dari Kode Etik Jurnalistik. Berita yang dihasilkan tidak mencakup keberimbangan yang dapat berakibat buruk, terlebih jika itu mengenai kepentingan masalah pemerintahan. Hal ini akibat rumitnya tarik ulur antara kepentingan pemerintah dan pemilik atau para jurnalis yang bergerak dalam media bersangkutan. Menurut McQuail (2011: 188-189), makna tanggung jawab media massa dibatasi sebagai berikut:

- a. Media menerima dan memenuhi kewajiban tertentu kepada masyarakat.
- b. Kewajiban media dalam menetapkan standar profesional tentang keinformasian, kebenaran, ketepatan, objektivitas, dan keseimbangan.
- c. Media dapat mengatur diri sendiri dalam kerangka hukum dan lembaga yang ada.
- d. Media menghindari suatu kejahatan, kerusakan, dan penghinaan minoritas etnik atau agama.
- e. Media mencerminkan kebinekaan masyarakat dengan memberkan kesempatan yang sama untuk mengungkapkan berbagai sudut pandang.
- f. Masyarakat memiliki hak untuk mengharapkan standar prestasi yang tinggi dan intervensi dapat dibenarkan untuk mengamankan kepentingan umum.
- g. Wartawan dan media bertanggung jawab terhadap masyarakat.

Media massa mengambil peranan penting di masyarakat dan sebagai sumber informasi yang paling dibutuhkan pada sekarang ini. McQuail

(2011:56) menjelaskan, media massa merupakan sumber kekuatan alat kontrol, manajemen, dan inovasi dalam masyarakat yang dapat didayagunakan sebagai pengganti kekuatan atau sumber daya lainnya. Adapun menurut Vivian (2008:5) masyarakat membutuhkan media massa untuk mengekspresikan ide-idenya ke hadapan publik. Maka, fungsi tanggung jawab sosial pers untuk mengatur wartawan agar mengikuti kaidah jurnalistik dan Kode Etik Jurnalistik.

### Kode Etik Jurnalistik

Pada kajian hukum dan media massa, moral dan etika dikaitkan pada kewajiban para jurnalistik, antara lain, pelaksanaan kode etik jurnalistik dalam setiap aktivitas jurnalistiknya, tunduk pada institusi dan peraturan hukum untuk melaksanakan dengan itikad baiknya sebagaimana ketentuan-ketentuan di dalam hukum tersebut yang merupakan perangkat prinsip-prinsip dan aturan-aturan yang pada umumnya sudah diterima dan disetujui oleh masyarakat. Menurut Dahlan (2011), pada umumnya etika berfungsi untuk melindungi kepentingan manusia, sehingga pelaksanaan jurnalistik wartawan dapat berlangsung dan dirasakan oleh manusia bahwa pemberitaan tersebut berfungsi dan berkenan bagi rasa tenteram dan damai. Untuk itu, peranan dari penegakan etika profesi jurnalisisme tersebut sangat dominan, kemudian untuk mencapai tegaknya etika dan berfungsinya hukum, hukum dan penegakan etika itu harus berada atau dalam keberadaan yaitu berfungsi sebagai kontrol sehingga tercapai kesejahteraan.

Pada dunia pers profesi wartawan mempunyai kewenangan mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi yang memiliki standar moral dan operasional yang terangkum dalam Kode Etik Jurnalistik yang tidak boleh dilupakan oleh wartawan maupun lembaga media. Menurut Alwi Dahlan, yang mengutip dari Sukardi (2007:139), kode etik setidaknya memiliki lima manfaat, yaitu:

1. Melindungi keberadaan seorang profesional dalam berkisah di bidangnya

2. Melindungi masyarakat dari malpraktek oleh praktisi yang kurang profesional
3. Mendorong persaingan sehat antarpraktisi
4. Mencegah kecurangan antar rekan profesi
5. Mencegah manipulasi informasi oleh narasumber

Maka dari itu pers harus mempunyai etika yang benar-benar operasional dalam diri wartawan karena Kode Etik Jurnalistik adalah tolok ukur utama yang harus dipegang teguh dalam menjalankan profesi, dalam menentukan baik atau buruk, apa yang patut dan tidak patut, apa yang dilarang, dibolehkan dan diwajibkan, serta bagaimana proses mekanismenya harus dilakukan serta hasil kualitas yang diperoleh.

Pengertian dari pasal-pasal dalam Kode Etik Jurnalistik haruslah dilihat dari satu kesatuan nilai-nilai yang terkandung di dalamnya. Menurut Sari (2014), Kode Etik Jurnalistik bisa berbeda antara satu organisasi ke organisasi lain, dari satu koran ke koran lain, namun secara umum dia berisi hal-hal berikut yang menjamin terpenuhinya tanggung jawab seorang wartawan kepada publik pembacanya. Wartawan yang tidak menaati dan memahami Kode Etik Jurnalistik akan kehilangan harkat dan martabatnya sebagai seorang wartawan.

### Berita Politik Pilkada

Mencari bahan berita dan menyusun berita merupakan tugas wartawan dan bagian redaksi dalam penerbitan di media massa. Romli (2014:5) mengatakan, berita adalah laporan tentang suatu kejadian yang dapat menarik perhatian pembaca. Sebuah berita harus memiliki nilai-nilai jurnalistik seperti disajikan secara cepat, faktual, penting, dan menarik.

Pada dasarnya berita ditulis dengan menggunakan unsur 5W + 1H dan struktur piramida terbalik agar berita itu lengkap, akurat dan sekaligus memenuhi standar teknis jurnalistik. Yunus (2010: 47) memaparkan, berita terkait dengan ketersediaan ruang atau waktu di media massa yang menyajikan berita, semakin banyak ruang dan waktu yang tersedia maka berita itu akan semakin optimal. Berita dapat dikategorikan menjadi dua, yaitu berita berat (*hard news*) dan berita ringan

(*soft news*).

Menurut Morissan (2008: 25), berita *hard news* adalah segala informasi penting atau menarik yang harus segera disiarkan oleh media penyiaran karena sifatnya yang harus segera ditayangkan agar dapat diketahui khalayak secepatnya. *Hard news* dapat mencangkup berita internasional, keadaan masyarakat, tentang ekonomi, berita politik, dan berita kriminal. Informasi dari berita *hard news* masih terbilang transparan dan bisa diambil dari permukaannya saja.

Berita-berita di Indonesia lebih banyak menyajikan suatu peristiwa politik karena media massa di Indonesia dikuasai oleh sebagian partai politik dan memang isu politiklah yang paling diminati oleh masyarakat. Secara umum berita politik lahir karena adanya suatu peristiwa politik yang menyangkut suatu organisasi atau aktor politik. Pengonstruksian realitas politik hingga pembentukan citra tergantung pada sistem media massa yang berlaku.

Media massa yang sering digunakan masyarakat untuk memenuhi informasi politiknya adalah media *online*, di mana media ini beritanya bisa diakses kapan saja dan masyarakat bisa memilih sendiri berita yang akan ia baca. Setianto (2012) menjelaskan, dalam kasus yang menyangkut isu-isu politik kontemporer yang terjadi, internet dapat menjadi sumber atau media alternatif yang cukup signifikan dalam memberikan berbagai informasi. Persaingan partai politik akan terlihat di media mana yang dikuasai oleh aktor politik yang memiliki modal.

Dalam penyajian berita politik yang terpercaya harus dilakukan dengan pemilihan narasumber yang dipandang memiliki kredibilitas, artinya persepsi masyarakat terhadap seseorang yang diyakini memiliki kemampuan, sehingga semakin dipercaya kemampuan orang tersebut di bidang politik oleh masyarakat dan nilai berita politik tersebut semakin tinggi. Menurut Wiendijarti (2008), narasumber berita politik pada pemberitaan pada umumnya berasal dari saluran informasi rutin, laporan yang ditulis langsung oleh wartawan dengan berhubungan pada narasumber. Melihat bahwa pemilihan narasumber dalam berita politik memiliki

peran penting terhadap nilai berita yang disajikan, maka wartawan harus menyeimbangkan materi berita dengan narasumber berita.

Biasanya pada Pemilihan Umum (pemilu) Legislatif maupun Pemilihan Kepala Daerah (pilkada), tokoh politik bekerja sama dengan media untuk memberitakan siapa calon yang paling unggul dan tak jarang media seakan berpihak pada satu pihak. Keberpihakan media dalam memberitakan kasus yang mencerminkan konflik perlu dihindari, pilkada itu sendiri merupakan peristiwa menegangkan, bahkan kadangkala merupakan peristiwa berdarah, sehingga sering dihindari dengan cara menunda pemilu. Media seharusnya berada di pihak netral, seperti yang dikatakan Burns (Rahayu, 2006: 132), harus menjaga sikap objektif, berimbang, akurat, dan benar sehingga dalam posisi independen.

### **Media Online**

Pada dunia media, kita tidak asing mendengar kata jurnalistik. Jurnalistik menyangkut dengan kewartawanan dan persuratkabaran dengan menggunakan alat-alat elektronik sebagai media, seperti mengolah dan menyiarkan berita melalui radio atau televisi. Pada perkembangan teknologi memunculkan dunia *online* dan menghasilkan nama jurnalistik *online*.

Media *online* adalah satu jenis media massa yang memiliki jaringan teknologi informasi dengan menggunakan komputer dan jaringan internet untuk mengakses informasi atau berita (Yunus, 2010:32). Media online memberikan kemudahan kepada publik untuk memilih berita yang sesuai dengan kebutuhannya. Situs ini paling sering diakses oleh publik karena lebih cepat dan praktis, informasi yang disampaikan merupakan berita *up to date*.

Menurut Creeber dan Martin (2009), *new media* didefinisikan sebagai produk dari komunikasi yang termediasi teknologi yang terdapat bersama dengan komputer digital. Kemajuan teknologi dapat menambah kecepatan beredarnya suatu berita, seperti media cetak yang kalah bersaing dengan kecepatan media elektronik (Ishwara, 2011: 72). Keberadaan internet memungkinkan situs *online* dapat diakses dengan mudah.

Internet memiliki teknologi, cara penggunaan, lingkup layanan, isi dan *image* sendiri. Internet tidak dimiliki, dikendalikan atau dikelola oleh sebuah badan tunggal tetapi merupakan sebuah jaringan komputer yang terhubung secara intensional dan beroperasi berdasarkan protokol yang disepakati bersama. Menurut McQuail (2009: 28-29), sejumlah organisasi khususnya provider dan badan telekomunikasi berperan dalam operasi internet.

Jurnalistik *online* merupakan aktivitas baru di dalam dunia media massa. *Online* adalah aktivitas atau layanan yang tersedia dengan menggunakan internet melalui perantara perangkat komputer atau gadget. Ciri dari jurnalistik *online* sebagai praktik jurnalistik yang menggunakan format multimedia untuk menyusun isi liputan. Tugas dari seorang jurnalis *online* pada dasarnya sama seperti jurnalis media cetak maupun media elektronik. Romli (2014) menjelaskan pengertian tentang jurnalistik *online* terkait dengan banyak istilah, seperti:

- a. Jurnalistik: proses peliputan, penulisan, penyebarluasan berita melalui media massa
- b. *Online*: keadaan konektivitas pada dunia internet
- c. Internet: suatu jaringan antarkoneksi yang dapat menghubungkan komputer satu dengan computer lainnya
- d. *Website*: situs yang mengandung konten media, dapat tersambung melalui jaringan internet

Menurut James C. Foust (2005: 20), *online journalism* memiliki keunggulan seperti audien dapat memilih berita sendiri, beritanya dapat berdiri sendiri, beritanya dapat diakses kembali tanpa adanya batasan ruang, cepat dan langsung, dapat menggabungkan konten media, dan interaktivitas. Adanya jurnalistik *online* ini memunculkan media baru yang bernama media *online*, di mana berita disampaikan melalui *website*. Pada prinsipnya media *online* atau *website* ini sama seperti media massa yang fungsinya untuk menyebarkan berita kepada publik, hanya saja media *online* melalui perantara internet.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang menekankan pada kedalaman data atau kualitas. Penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif melihat fenomena sosial senantiasa bersifat sementara sehingga menimbulkan negosiasi antara peneliti dengan objek penelitian hingga menemukan titik jenuh dalam penelitian tersebut. Penelitian ini mengambil kasus tentang pemaknaan redaksi antaranews.com terhadap Kode Etik Jurnalistik dalam pemberitaan Pilkada DKI 2017. Penulis akan meneliti pemahaman wartawan dalam berita Pilkada DKI 2017 yang sesuai dengan Kode Etik Jurnalistik. Pengumpulan data dilakukan dengan mewawancarai dengan narasumber terpercaya (*purposive sampling*), observasi, dan dokumentasi berita yang disiarkan antaranews.com dalam periode tanggal 1-19 April 2017. Observasi dilakukan dengan mengikuti kegiatan yang dilakukan wartawan Antara saat melakukan reportase selama Pilkada DKI berlangsung, mengamati proses reportase dan sejauh mana pemaknaan Kode Etik Jurnalistik di kalangan wartawan *Antara*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam upaya mewujudkan kebebasan pers yang profesional Dewan Pers selaku lembaga independen mengamankan pemberlakuan verifikasi terhadap perusahaan pers. Verifikasi perusahaan pers yang telah diamanatkan oleh Dewan Pers saat ini, merupakan amanat undang-undang No 40 Tahun 1999 Tentang Pers dan sesuai dengan pasal 15 (2) g yaitu mendata setiap perusahaan pers.

Verifikasi pers merupakan suatu pendataan perusahaan pers atau media pers baik cetak, elektronik, dan *online*. Verifikasi pers tentunya untuk menuntut setiap perusahaan pers wajib menaati ketentuan-ketentuan yang telah ditetapkan oleh Dewan Pers, yaitu setiap perusahaan wajib menaati Undang-Undang No 40 Tahun 1999 tentang pers, kemudian perusahaan

pers juga wajib memenuhi standar perusahaan pers.

Saat ini banyak ditemui perusahaan pers yang tidak mampu memenuhi fungsi dan perannya sebagai media massa yang di era kebebasan pers saat ini tentunya sangat memungkinkan bagi siapa saja dapat menyebarkan sebuah berita atau bahkan mendirikan perusahaan pers tanpa mengerti atau memahami Undang-Undang Pers. Perkembangannya saat ini perusahaan pers atau media banyak dimanfaatkan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab seperti untuk kepentingan ekonomi, pribadi, saling menjatuhkan nama baik, beritikad buruk, dan produk beritanya sangat jauh dari produk jurnalistik yang mengedepankan akurasi dan faktualitas. Bahkan wartawannya tidak memahami Kode Etik Jurnalistik sehingga dalam penulisan beritanya sangat menyimpang.

Dewan Pers juga mengatakan, banyak ditemui wartawan yang tidak berkompentensi dan tidak paham Kode Etik Jurnalistik. Hal itu menyebabkan banyak media pers diadakan masyarakat terkait pemberitaannya. Menurut Ketua Dewan Pers, Yosep Adi Prasetyo, Dewan Pers dalam setahun dapat menerima pengaduan terkait sengketa pers, yaitu 800-1000 pengaduan dan di antaranya media abal-abal yang mencemarkan nama baik. Bahkan pada tahun 2014 Dewan Pers sebagai mediator menetapkan Pimpinan Redaksi dan Redaktur media cetak *Obor Rakyat* bersalah karena pemberitaannya tidak sesuai dengan Kode Etik jurnalistik yang mencemarkan nama baik salah satu calon Presiden. Padahal faktanya, banyak pula masyarakat menjadikan media abal-abal sebagai rujukan.

Dewan Pers juga menilai, kondisi seperti ini sangat membahayakan bagi demokrasi dan kebebasan berpendapat. Dengan demikian, Dewan Pers telah melakukan tindakan-tindakan dengan tujuan ingin mewujudkan pers yang profesional dengan menerapkan verifikasi terhadap setiap perusahaan pers, yang telah diresmikan pada Hari Pers Nasional (HPN) 2017 di Kota Ambon. Dewan Pers berhasil memverifikasi 78 perusahaan pers yang dinyatakan media professional, termasuk *Tempo* dan *Republika*.

### Pro dan Kontra Verifikasi

Saat ini Dewan Pers sudah berhasil memverifikasi 78 perusahaan pers baik cetak, elektronik dan *online*. Menurut Dewan Pers, verifikasi ini memang harus dilakukan karena saat ini banyak perusahaan pers atau media saat ini sudah tidak sesuai dan lebih condong melanggar Undang-Undang No 40 Tahun 1999 tentang Pers sehingga menimbulkan pro dan kontra di masyarakat yang dikarenakan konten berita tersebut tidak memenuhi produk jurnalistik. Banyaknya media *abal-abal* yang bermunculan dan tidak memenuhi standar persuaaha pers, bahkan media tersebut hanya mencari keuntungan saja dengan melakukan pemerasan terhadap narasumbernya.

Sebagai lembaga independen, Dewan Pers merasa prihatin kebebasan pers saat ini tidak dibarengi oleh tanggung jawab terhadap masyarakat, sebagaimana fungsi dari perusahaan pers. Menurut Dewan Pers verifikasi ini memang sudah ingin diratifikasi bersama dengan pemimpin perusahaan pers dan serikat perusahaan pers pada Hari Pers Nasional 2010. Pentingnya verifikasi dijelaskan oleh Yosep Adi Prasetyo:

“Kita punya kasus dulu seperti *Obor Rakyat*. *Obor Rakyat* itu alamatnya di Gang Buntu Matraman sana. Dia ada alamatnya pemimpin redaksinya dan penanggung jawabnya, kita datangi alamatnya, ternyata palsu. Nah, bagaimana itu ditemukan melalui proses verifikasi, jadi bagian dari pendataan itu adalah verifikasi.” (Wawancara 7 Maret 2017)

Yosep Adi Prasetyo menambahkan bahwa verifikasi perusahaan pers ini sangat penting. Verifikasi membuat pers memiliki standar untuk meningkatkan profesionalitasnya. Dengan demikian, verifikasi bermanfaat bagi setiap perusahaan pers itu sendiri dan terutama bagi masyarakat.

Atmakusumah juga menegaskan bahwa verifikasi ini bentuk dari tindakan yang tepat dan sangat penting demi menjaga kehidupan pers yang profesional:

“Ya itu memang sesuai dengan Undang-Undang Pers juga, kan menurut UU Pers, pers itu harus

merupakan badan hukum, saya kira itu situasi darurat kan ya.” (Wawancara, 8 Maret 2017)

Dalam upaya mewujudkan kebebasan pers yang profesional verifikasi juga bertujuan untuk mendata setiap perusahaan pers, kemudian apakah perusahaan pers tersebut berbadan hukum, memiliki penanggungjawab, dan memiliki wartawan yang berkompetensi atau tidak. Hal ini sejalan dengan apa yang dikatakan Yosep Adi Prasetyo:

“Kita mendata atau mengumpulkan data yang benar tentang perusahaan pers di Indonesia. Yang kedua kita mendapatkan kepastian tentang perusahaan-perusahaan media yang memenuhi standar, seperti berbadan hukum, ada penanggung jawab, ada alamat kalau di cetak mencantumkan alamat pencetakannya. Kemudian dia menggaji wartawannya, dia taat kepada Kode Etik Jurnalistik. Misalnya begini, ada orang dirugikan oleh sebuah pemberitaan media *online*, orangnya mengadu ke dewan pers namun media tersebut tidak terdaftar, alamatnya gak jelas, kita cari di *website* gak ada, kita bagaimana jawab kepada pengadu.” (Wawancara 7 Maret 2017)

Namun Majalah Tempo mengkritik adanya pemberlakuan verifikasi tersebut. Menurut pihak Tempo, Dewan Pers tidak memiliki wewenang untuk melakukan verifikasi pers. Yang berhak melakukannya ialah organisasi pers itu sendiri. Redaktur Eksekutif Majalah Tempo, Wahyu Dhyatmika menjelaskan:

“Menurut mandat dalam Undang-Undang No 40 tentang Pers yang seharusnya melakukan tugas tersebut ialah organisasi penerbit pers itu, karena merekalah yang memiliki wewenang dan kuasa atas anggotanya, bukan Dewan Pers.” (Wawancara 21 Maret 2017)

Wahyu Dhyatmika memaparkan, hal pokok yang menjadi perdebatan sejak awal dikalangan media, yaitu apakah dengan adanya verifikasi ini akan membatasi kerja wartawan. Pasalnya, dengan adanya verifikasi ini tentunya hanya media yang lolos verifikasi sajalah yang boleh melakukan kegiatan jurnalistik. Wahyu menambahkan:

“Itu dia, itu kan pokok perdebatannya sejak awal persis soal itu. Kenapa kita mulanya agak enggan menerima gagasan ini karena kita khawatir ini ada akses membatasi kebebasan pers. Kemudian ada juga pemikiran dari Dewan

Pers yang bisa kami pahami bahwa publik ini perlu diberitahu mana media yang konsisten melakukan kegiatan kode etik. Ya kalau sebatas itu sih boleh, seperti memberikan QR *Code* bahwa media tersebut terdaftar di Dewan Pers.” (Wawancara 21 Maret 2017)

Senada dengan Majalah Tempo, Redaktur Pelaksana Harian Republika, Subroto Kardjo menjelaskan:

“Sebenarnya kita sih gak keberatan dengan adanya verifikasi ini, kita sebagai media arus utama sudah pasti lolos verifikasi. Tetapi yang dilakukan oleh Dewan Pers untuk meverifikasi setiap media harusnya perlu dibicarakan kembali, tidak hanya dengan Serikat Perusahaan Pers (SPS), tetapi juga dibicarakan dengan AJI, PWI dan asosiasi wartawan lainnya.” (Wawancara 24 Maret 2017)

Baik Tempo maupun Republika memiliki pandangan yang sama terkait verifikasi yang dilakukan oleh Dewan Pers. Tapi bagi Wahyu, yang mewakili pendirian pihak Majalah Tempo, selain memandang verifikasi yang dilakukan oleh Dewan Pers bukan tindakan yang tepat, standar verifikasi harus berbadan hukum PT juga memberatkan bagi media komunitas. Wahyu menjelaskan:

“Bahwa perusahaan pers yang tidak terverifikasi tidak dapat melaksanakan tugasnya boleh liputan atau apa, nah disitu akan muncul eksekusi. Masih ada media-media komunitas, media yang tahap rintis namun belum memenuhi standar verifikasi seperti berbadan hukum PT dan minimal memiliki modal (minimal) sebesar kira-kira 50 juta lah. Itu kan agak berat untuk media-media komunitas.” (Wawancara 21 Maret 2017)

Berkaitan dengan persoalan verifikasi, Ketua Dewan Pers Yosep Adi Prasetyo beralasan, di dalam dokumen Piagam Palembang 2010 berisi ketentuan bahwa verifikasi tersebut memang sudah disetujui oleh masyarakat pers itu sendiri, yang menyatakan siap untuk dikasih tanda regu siap untuk verifikasi. Menurut Yosep:

“Jadi di dalam Undang-Undang Pers ini bukan pengekan tapi ini *save regulation* karena Undang-Undang Pers satu-satunya Undang-Undang yang tidak ada peraturan pemerintahnya dan tidak ada Permentnya. Dewan Pers juga menegaskan bahwa ini yang

membuat ya masyarakat pers.” (Wawancara 7 Maret 2017)

Dengan kata lain verifikasi terhadap perusahaan pers pada dasarnya memang sudah disetujui oleh masyarakat pers itu sendiri bahwa setiap perusahaan yang tergabung di dalam Serikat Perusahaan Pers menyatakan setuju dengan verifikasi tersebut. Tidak hanya itu, Yosep juga mengatakan:

“Peraturan Dewan Pers itu dibuat bersama oleh komunitas pers jadi ada tujuh konsekuensi dalam pers, mereka membuat aturan disepakati dibawa ke pleno Dewan Pers kemudian disahkan. Jika ada yang mengatakan pengkekangan atau dapat menghambat tugas jurnalistik, lho siapa yang mengekang? Kan ini kesepakatan bersama.” (Wawancara, 7 Maret 2017)

Majalah Tempo dan Harian Republika juga memahami bahwa verifikasi yang dilakukan oleh Dewan Pers memang sudah disepakati oleh masyarakat pers itu sendiri yang telah tergabung dalam Serikat Perusahaan Pers (SPS). Dewan Pers selaku lembaga yang melakukan verifikasi memberikan tanggapannya terkait verifikasi ini. Menurut Yosep, jika ada media yang menolak sudah dipastikan media tersebut memang tidak memenuhi standar perusahaan pers yang dimaksud dalam Undang-Undang No 40 tentang Pers. Selain melakukan verifikasi terhadap perusahaan pers, Dewan Pers juga giat melihat apakah konten beritanya sudah sesuai dengan produk jurnalistik atau malah berlawanan. Selaku Ketua Dewan Pers, Yoseph mengatakan:

“Nah kan kita tahu dulu kasus Obor Rakyat gimana. Dia perusahaan pers cetak, dia juga punya penanggungjawabnya dan pimpinan redaksinya ada. Tapi kontennya jauh dari produk jurnalistik, isinya malah menjatuhkan pihak lawan dan mencemarkan nama baik. Akhirnya melalui Dewan pers pemred dan redaktornya di penjara.” (Wawancara 7 Maret 2017)

Dari hal tersebut, Dewan Pers tidak hanya menilai bentuk perusahaannya tetapi juga dari segi konten beritanya apakah sudah sesuai. Selain proses verifikasi sebagai proses pendataan dan produk persnya, Dewan Pers juga menilai apakah

perusahaan pers tersebut memiliki wartawan yang berkompeten atau tidak. Untuk terwujudnya pers yang profesional pimpinan perusahaan pers tentunya juga harus memiliki komitmen dan juga wartawannya. Yosep menambahkan:

“Nah salah satunya verifikasi, tapi kan itu juga komitmen dari wartawan dan pimpinan medianya. Misalnya, kita mensyaratkan bahwa wartawan itu harus punya kompetensi, yang jadi pertanyaan kalau media tidak punya kompetensi bagaimana? Kalau tanya wawancara tapi tidak tahu teknik wawancara, menulis berita tidak tahu. Narasumbernya mengatakan ini jangan dicantumin yah, ehh dicantumin atau mengatakan ini *off the record* ehh ditulis, itu kan parah. Nah, kita mengatakan ini wartawan tidak punya kompetensi.” (Wawancara 7 Maret 2017)

Dengan kata lain, untuk terwujudnya pers yang profesional, perusahaan pers tidak hanya mengandalkan standar perusahaan pers yang sesuai dengan UU Pers, tetapi juga para wartawannya, apakah mereka berkompeten atau tidak, dan mengerti kode etik jurnalistik atau tidak. Pasalnya, banyak wartawan bodong atau wartawan yang tidak bekerja sesuai dengan etika jurnalistik, bahkan sampai memeras narasumbernya demi keuntungan semata. Menjamurnya berita dan pers abal-abal menjadi fokus utama Dewan Pers untuk mengembalikan kepercayaan publik terhadap media dengan melakukan verifikasi perusahaan pers.

Menurut Dewan Pers, media abal-abal sangat mengganggu jalannya kebebasan dan kemerdekaan pers. Menurut Yosep, bagi media yang telah terverifikasi dan terdaftar di Dewan Pers, Dewan Pers juga akan memberikan perlindungan hukum jika nanti ada pengaduan yang dilaporkan kepada Dewan Pers. Dewan Pers akan berusaha menyelesaikannya dengan jalan sosialisasi jika media tersebut telah terverifikasi dan memang benar media profesional, yang akan dibantu Dewan Pers. Tapi jika itu media abal-abal maka prosesnya bukan ditangani Dewan Pers tetapi langsung pihak kepolisian. Dewan Pers tidak mengurus media seperti itu. Yosep menjelaskan:

“Enggaklah, langsung jalur hukum itu media ke polisi jika ada pengaduan terkait pemberitaan

namun medianya tidak memenuhi standar perusahaan pers. Kan itu pers palsu. Tetapi jika medianya terverifikasi kita pasti akan urus. Namun biasanya pengaduan itu terkait hak jawab.” (Wawancara 7 Maret 2017)

Dapat dipastikan bahwa Dewan Pers lebih mengutamakan media-media yang melakukan kegiatan jurnalistik sesuai dengan Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 tentang Pers. Namun bagi media yang tidak memenuhi ketentuan dan Undang-Undang No 40 Tahun 1999 tentang pers, Dewan Pers tidak dapat melindungi perusahaan pers tersebut. Verifikasi terhadap perusahaan pers juga merupakan upaya Dewan Pers untuk mengembalikan media arus utama karena pada saat ini banyak media atau perusahaan pers yang muncul dan hadir namun tidak bertanggungjawab. Dewan Pers juga menganggap bahwa media abal-abal dapat memberikan dampak negatif terhadap masyarakat.

### **Verifikasi Administratif**

Adapun tahapan-tahapan yang harus dipenuhi agar media atau perusahaan pers tersebut layak dan lolos verifikasi oleh Dewan Pers. Verifikasi secara administratif yang harus dipenuhi oleh setiap perusahaan pers, pertama legalitas berupa Akta Pendirian Perusahaan dan Surat Keputusan Kemenkumham RI. Kedua, setiap perusahaan pers harus memiliki penanggung jawab redaksi. Menurut Dewan Pers, penanggungjawab sangat penting karena dengan adanya penanggung jawab itu berarti produk pers atau beritanya bisa dipertanggungjawabkan jika nanti terkena sengketa pers.

Ketiga, bagi media cetak, nama percetakan dan alamat percetakan, yang merupakan bagian dari media cetak Koran, tabloid, ataupun majalah. Selanjutnya adalah alamat redaksi, yang menurut Dewan Pers sendiri merupakan komponen yang paling penting dan wajib bagi perusahaan pers atau media yang memang mereka menyatakan dirinya merupakan perusahaan pers atau media arus utama agar lolos dan terdaftar secara administratif di Dewan Pers. Ada pula kode perilaku perusahaan pers dan yang mengatur jenjang karir wartawan.

Namun untuk berjalannya proses verifikasi yang harus dipenuhi oleh setiap perusahaan pers, Dewan Pers mengamanatkan bagi media untuk bersifat pro aktif, seperti yang diungkapkan oleh Yosep Adi Prasetyo:

“Ya medianya harus aktif karena di Indonesia kami perkirakan ada 49 ribu media. Dewan Pers anggotanya cuma 9 orang, kantornya cuma disini. Kita kan enggak tau kalau terbitan di Papua sana. Mereka harus aktif kesini. Nah kalau mereka mendaftar Dewan Pers kebetulan jalan ke sana, ya kita verifikasi faktual.” (Wawancara 7 Maret 2017)

Redaktur Pelaksana Harian Republika, Subroto Kardjo setuju bahwa hal itu memang seharusnya perlu dilakukan agar situasi pers menjadi lebih sehat. Ia beralasan:

“Apalagi sekarang kan isunya banyak berita hoax. Kenapa ada hoax, karena itu media media tidak jelas, gak bertanggung jawab. Kalau dengan sertifikasi itu akan lebih jelas perusahaan pers itu memang dia benar-benar berkecimbung di bidang itu. Jadi standarnya jelas kan, seperti SDM-nya harus jelas, harus ikut pelatihan, ada aturan main, ada aturan tentang gaji, ada aturan berperilaku, dan sebagainya. Jadi dengan adanya aturan-aturan yang tegas seperti itu, seperti standar perusahaan pers, dia akan kredibel, gak mungkin yang abal-abal tiba-tiba muncul.” (Wawancara 24 Maret 2017)

Sesuai peraturan mengenai standar perusahaan pers, untuk terciptanya pers yang sehat dan profesional, media harus memenuhi standar tersebut yang telah ditetapkan oleh Dewan Pers. Di sini verifikasi administratif berperan penting dalam menentukan perusahaan pers atau media tersebut dapat lolos verifikasi dan berstatus media profesional.

### **Verifikasi Faktual**

Verifikasi faktual merupakan tahap selanjutnya setelah perusahaan pers berhasil terverifikasi secara administratif di Dewan Pers. Dewan Pers menjelaskan, verifikasi faktual merupakan tahapan akhir yang berarti bahwa media tersebut benar-benar ada dan jelas. Seperti yang disampaikan oleh Ketua Dewan Pers, Yosep Adi Prasetyo

bahwa perusahaan pers yang telah lolos verifikasi administratif tinggal dicek kebenarannya. Ia memaparkan:

“Kalau sudah lolos verifikasi secara administratif sudah pasti perusahaan pers tersebut terverifikasi secara faktual, biasanya media-media arus utama atau media besar yang memang dasarnya benar-benar media professional.” (Wawancara 7 Maret 2017)

Dengan demikian, perusahaan yang lolos secara faktual tentunya merupakan media profesional yang sesuai dengan Undang-Undang No 40 Tahun 1999 tentang Pers.

### **Pemberian Label QR Code Bagi Media Yang Lolos Terverifikasi**

Qr Code atau Quick Response Code merupakan suatu tanda yang akan diberikan Dewan Pers bagi media atau perusahaan pers yang lolos terverifikasi. Untuk dapat terverifikasi oleh Dewan Pers dan dinyatakan sebagai pers profesional, perusahaan pers wajib mematuhi aturan yang telah ditetapkan dalam Undang-Undang No 40 Tahun 1999 tentang Pers dan Peraturan Dewan Pers Nomor 04/Peraturan-DP/III/2008 tentang Standar Perusahaan.

Bagi Dewan Pers QR Code merupakan bagian dari verifikasi yang juga cukup penting, label QR Code merupakan tanda yang dimiliki bagi perusahaan pers yang lolos verifikasi. QR Code akan terhubung langsung dengan data Dewan Pers. Seperti yang diungkapkan oleh Yosep Adi Prasetyo:

“Kalau ada berita, ya orang bisa mengecek di websitenya, masuk keberandanya nanti akan ada QR Code-nya. Nanti QR Code itu tinggal difoto aja akan muncul data nomor verifikasi di Dewan Pers berapa, pemimpin redaksinya siapa, alamatnya dimana, penanggung jawabnya siapa, ada semua. Jadi maksudnya memberi QR Code itu untuk melindungi mereka. Kalau Kompas kita kasih QR Code, QR Code-nya itu melindungi Kompas, kenapa? Karena ada media di tempat lain namanya juga Kompas, bagaimana pembaca bias membedakan Kompas yang benar apa enggak? Nah ini salah satunya.” (Wawancara 7 Maret 2017)

Pemberian QR Code oleh Dewan Pers itu akan memberikan keuntungan bagi media yang

lolos verifikasi. Dewan Pers dapat memberikan perlindungan dan memberikan kepastian bahwa perusahaan pers yang telah mendapat QR Code sehingga dapat dipercaya oleh masyarakat. Masyarakat juga dapat dengan mudah mengetahui melalui QR Code tersebut, apakah media tersebut mempunyai penanggung jawab atau tidak dan sesuai dengan Peraturan Dewan Pers No. 04/Peraturan-DP/III/2008 tentang Standar Perusahaan Pers. Yang paling penting tentunya, dengan adanya label QR Code perusahaan pers tersebut dapat dipastikan merupakan media profesional yang telah menjalani peran dan fungsinya sesuai dengan apa yang diamanatkan oleh Undang-Undang Pers.

Pentingnya pedoman standar perusahaan pers di era kebebasan pers saat ini juga akan membawa dampak yang positif bagi perusahaan pers itu sendiri. Karena dengan adanya standar perusahaan pers yang ditetapkan bersama pastinya akan berdampak pada kehidupan pers yang sehat dan mengetahui mana perusahaan yang serius atau hanya main-main, atau yang disebut media abal-abal.

QR Code merupakan bagian dari verifikasi dan perlindungan bagi perusahaan pers. Dewan Pers menjelaskan manfaat QR Code bagi masyarakat, yaitu untuk memudahkan dan menjadi pembeda mana media resmi yang diterbitkan oleh perusahaan pers dengan alamat, kantor dan manajemen yang jelas. Namun bagi perusahaan pers yang telah lolos verifikasi seperti Harian Republika, verifikasi tersebut tidak terlalu penting karena harian ini mempunyai standar yang lebih dari itu. Seperti dikatakan oleh Redaktur Pelaksana Harian Republika, Subroto Kardjo:

“Tapi bagi saya itu gak terlalu penting ya, karena standar kita tuh di atas verifikasi yang dibuat oleh Dewan Pers. Tapi Dewan Pers menganggap bahwa itu penting karena dia punya tugas kan ya meningkatkan kualitas media, dari situ dia punya standar oh ternyata di Indonesia itu ada sekian media yang punya kualifikasi seperti ini, dengan SDM yang seperti ini.” (Wawancara 24 Maret 2017)

Dewan Pers juga menjelaskan QR Code memang sangat berpengaruh bagi mereka yang ingin mengetahui apakah perusahaan pers tersebut

telah terdaftar di Dewan Pers atau tidak. Namun saat penelitian ini dilakukan, Dewan Pers sendiri belum menerapkan dan memberikan label atau QR Code tersebut bagi media arus utama, terutama bagi perusahaan pers yang telah lolos verifikasi administratif dan faktual di Dewan Pers. Subroto Kardjo membenarkan *Harian Republika* belum mendapat QR Code dari Dewan Pers:

“Sampai sekarang kan itu belum berlaku kan yah, kita sudah masuk ke perusahaan yang terverifikasi tapi saya belum tahu apakah *Republika* sudah mendapat itu atau belum.” (Wawancara 24 Maret 2017)

Dewan Pers merupakan lembaga independen yang dibentuk berdasarkan Undang-Undang No 40 Tahun 1999 tentang Pers. Dewan Pers juga merupakan lembaga yang mewadahi perusahaan pers di Indonesia yang bertugas mengembangkan kebebasan pers dan meningkatkan kehidupan pers nasional. Namun, berdasarkan temuan penelitian, upaya Dewan Pers dalam mewujudkan kebebasan pers yang profesional dengan melakukan verifikasi terhadap perusahaan pers masih belum sepenuhnya terwujud. Dalam upayanya yang dilakukan tidak hanya untuk mewujudkan kebebasan pers yang profesional tetapi juga ingin mengambil otoritas pemegang kebenaran faktual kepada perusahaan pers atau media mainstream.

Kebebasan pers merupakan hak yang diberikan oleh hukum berkaitan dengan media dan tanpa adanya campur tangan dari pemerintah atau pelaku sensor. Dalam Undang-Undang No 40 Tahun 1999 tentang Pers pasal 4 ayat 1 disebutkan kemerdekaan pers dijamin sebagai hak asasi warga negara. Namun pada kenyataannya kebebasan pers saat ini banyak menimbulkan keresahan. Banyak media bekerja tidak sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan oleh UU Pers.

Terkait hal tersebut pemahaman dan penerapan Undang-Undang tentang Pers seharusnya menjadi acuan bagi para pelaku pers. Dewan Pers dalam upaya mewujudkan kebebasan pers yang profesional melakukan langkah-langkah untuk mengembalikan dan menerapkan situasi pers yang sehat dengan memberlakukan verifikasi kepada setiap perusahaan pers. Sesuai dengan fungsi

Dewan Pers, verifikasi merupakan mandat Undang-Undang No 40 Tahun 1999 tentang Pers Pasal 15 ayat 2 (g) bahwa Dewan Pers melakukan fungsinya yaitu mendata perusahaan pers. Sebagaimana yang dikatakan oleh Wina Armada (2007), pendaftaran dan pendataan pers sudah diberlakukan semenjak Rancangan Undang-Undang Pers diajukan. Perihal penerapan verifikasi bagi setiap perusahaan pers yang dilakukan oleh Dewan Pers tentunya mengundang pandangan yang berbeda, seperti *Tempo* dan *Republika*. Meskipun mereka menganggap ini merupakan amanat Undang-Undang, namun *Tempo* menganggap verifikasi perusahaan pers seharusnya dilakukan oleh Serikat perusahaan Pers bukan oleh Dewan Pers, karena Serikat Perusahaan Pers merupakan wadah yang para anggotanya terdiri dari perusahaan pers itu sendiri. Begitu juga dengan *Republika* yang memandang verifikasi harus dibicarakan oleh berbagai kalangan pers dan organisasi pers, seperti AJI dan PWI, agar tidak terjadi kesalahpahaman bagi media pers yang belum mampu terverifikasi.

Berdasarkan penjelesan diatas diketahui banyaknya pihak yang menganggap verifikasi ini harusnya perlu dibicarakan kembali karena menimbulkan pro dan kontra bagi kalangan pers itu sendiri. Namun apa yang dilakukan oleh Dewan Pers sudah sesuai dan sudah diatur oleh Undang-Undang Pers itu sendiri mengenai pendataan perusahaan pers. Meskipun pada akhirnya perusahaan pers *Tempo* dan *Republika* setuju dengan verifikasi dan menyebut hal ini merupakan ikhtiar yang dilakukan Dewan Pers untuk mewujudkan kebebasan pers yang profesional.

Verifikasi yang dilakukan oleh Dewan Pers tentunya memberikan perubahan, khususnya dalam setiap produk pers yang dihasilkan oleh setiap perusahaan pers dan fungsinya pers itu sendiri. Sebagaimana dikatakan Baskoro (2008), pers juga memiliki fungsi sebagai penampung aspirasi masyarakat dan segala keluhannya terhadap fenomena yang terjadi. Dalam posisinya pers juga wajib membela kepentingan publik dan tidak melebih-lebihkan peristiwa, tetapi memberikan fakta dan realitas.

Berkaitan dengan Teori Pers Tanggung Jawab Sosial pemberlakuan verifikasi merupakan langkah

yang tepat, karena pada era sekarang kebebasan pers saat ini masyarakat sangat resah dengan banyaknya berita palsu dan media-media yang tidak bertanggung jawab. Dengan verifikasi ini tentunya juga menuntut setiap perusahaan pers wajib memberikan hak kepada setiap masyarakatnya untuk memperoleh informasi yang sesuai dengan produk jurnalistik. Verifikasi perusahaan pers menjadi jalan keluar agar kebebasan pers menjadi sehat dan profesional. Jadi dalam penerapannya verifikasi perusahaan pers melalui beberapa tahapan yang memang harus dipenuhi oleh setiap perusahaan pers agar terciptanya pers yang profesional, yaitu memenuhi standar perusahaan pers yang sudah ditetapkan oleh Undang-Undang Pers. Perusahaan pers Tempo maupun Republika sendiri memang sudah sesuai menjalankan apa yang telah diamanatkan oleh Undang-Undang dan peraturan Dewan Pers. Tempo dan Republika telah berbadan hukum, memiliki penanggungjawab, alamat perusahaan, alamat percetakan, memiliki karyawan yang berkompeten dan yang paling penting sudah melaksanakan fungsinya sebagaimana fungsi media sesuai Undang-Undang Pers. Perusahaan pers Tempo dan Republika juga telah terverifikasi secara faktual yang berarti perusahaan pers tersebut sudah dinyatakan lolos sebagai media profesional.

Dewan Pers juga menyatakan akan memberikan tanda atau label Quick Response (QR Code) bagi media yang lolos verifikasi secara faktual. Fungsi QR Code untuk menjadi pembeda dan pelindung jika nantinya terjadi kasus pers. Hasil dari penelitian ini menunjukkan verifikasi yang dilakukan Dewan Pers memang sudah disetujui dan disepakati bersama oleh kalangan pers tersebut melalui Piagam Palembang 2010 tersebut. Kalangan pers bersedia melaksanakan sepenuhnya Kode Etik Jurnalistik, Standar Perusahaan Pers, Standar Kompetensi Wartawan dan menerapkannya sebagai bagian yang tidak dipisahkan lagi. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa kebebasan pers saat ini sudah tidak lagi menjadikan Undang-Undang pers sebagai acuan lagi bagi perusahaan pers dan dalam penerapannya UU No 40 Tahun 1999 tentang Pers belum berjalan dengan baik.

Penelitian tentang penerapan UU Pers pernah dilakukan Arni Nur Yuniarti Lestari (2014) dengan judul "Implementasi Undang-Undang Pers No 40 Tahun 1999 Tentang Kewajiban Pers dan Peranan Pers Pada Anggota PWI Yogyakarta". Hasil dari penelitiannya menunjukkan, wartawan anggota PWI cabang Yogyakarta melakukan kewajiban dan peranan pers berdasarkan pengalamannya yang mereka alami selama berkecimpung di dunia jurnalistik sebagai wartawan dan sesuai dengan UU Pers.

Berdasarkan penelitian diatas maka penelitian kali ini juga melihat bahwa upaya Dewan Pers dalam mewujudkan kebebasan pers yang profesional melalui verifikasi sudah sesuai dengan UU Pers untuk mendata perusahaan pers, yang sesuai dengan Pasal 15 ayat 2 (g) dan juga verifikasi merupakan bagian dari peraturan dan ketetapan yang telah disepakati bersama oleh organisasi pers seperti serikat perusahaan pers (SPS).

## SIMPULAN

Dewan Pers sebagai lembaga independen telah melakukan berbagai upaya agar terwujudnya pers yang profesional. Salah satunya dengan melakukan verifikasi terhadap perusahaan pers sesuai dengan amanat UU No 40 Tahun 1999 tentang Pers. Dalam upayanya tersebut Dewan Pers juga memberikan peringatan keras bagi media yang tidak bertanggung jawab atas setiap produk beritanya. Kemudian, Dewan Pers tidak akan memberikan perlindungan hukum bagi media yang melanggar ketentuan-ketentuan UU No 40 Tahun 1999 tentang Pers. Begitupun sebaliknya, dalam upaya mewujudkan kebebasan pers yang profesional Dewan Pers akan melindungi perusahaan pers yang profesional dan menjadikan UU No 40 Tahun 1999 tentang Pers sebagai acuannya. Selain itu bagi media yang belum terverifikasi, Dewan Pers menganjurkan setiap Perusahaan pers bersifat pro aktif mendaftarkan diri ke Dewan Pers guna diverifikasi secara faktual dan bagi perusahaan pers yang dalam tahap merintis Dewan Pers menganjurkan untuk tetap terbit hingga siap untuk

diverifikasi. Dalam penerapan verifikasi perusahaan pers tersebut, Dewan Pers selaku penyelenggara akan memberikan tanda atau QR Code terhadap 78 perusahaan pers yang berhasil diverifikasi. Adapun fungsi QR Code tersebut untuk membedakan dan menandakan bahwa media tersebut terjamin dan media tersebut jelas alamat perusahaannya, penanggung jawab, berbadan hukum, dan terpercaya.

Sementara saran yang dapat peneliti berikan terkait penelitian ini adalah: (1) Verifikasi perusahaan pers memang merupakan amanat UU No 40 Tahun 1999 tentang Pers dan disetujui oleh masyarakat pers itu sendiri, sehingga Dewan Pers seharusnya memberikan arahan bagi media yang sedang tahap rintis; (2) Verifikasi identik bagi media mainstream atau media arus utama, namun bagaimana dengan media yang dalam tahapan rintis dan media yang belum mampu untuk memenuhi standar perusahaan pers, apakah media tersebut tidak akan mendapat perlindungan oleh Dewan Pers? Dalam penerapan mengenai perlindungan hukum, Dewan Pers seharusnya lebih memfokuskan terhadap produk jurnalistiknya bukan terhadap kemampuan perusahaan pers.

## DAFTAR PUSTAKA

- Atmakusumah. (2009). *Tuntutan Zaman Kebebasan Pers dan Ekspresi*. Jakarta: Penerbit Spasi & VHR Book.
- Armada, W. (2007). *Keutamaan di Balik Kontroversi Undang-Undang Pers*. Jakarta: Dewan Pers.
- Baskoro, L.R. (2008). *Jurnalisme Lingkungan, Jurnalisme Menggerakkan*. Jakarta: Q Communication.
- Dewan Pers. (2017, Januari). *Etika Menjaga dan Melindungi Kemerdekaan Pers*. Berita Dewan Pers. Jakarta: Dewan Pers.
- Dewan Pers (2017, Februari). *Etika Menjaga dan Melindungi Kemerdekaan Pers*. Berita Dewan Pers. Jakarta: Dewan Pers.
- Dewan Pers. (2017). Siaran Pers Penjelasan Dewan Pers Tentang Hoax dan Perkembangan Verifikasi Perusahaan Pers. Diakses 10 Februari 2017 dari <http://dewanpers.or.id/berita/detail/846/SIARAN-PERS--Penjelasan-Dewan-Pers-tentang-Hoax-dan-Perkembangan--Verifikasi-Perusahaan-Pers->.
- Kusmadi & Samsuri. (2012). *Dewan Pers Periode 2010-2013*. Jakarta: Dewan Pers
- Lestari, A.N.Y. (2014). *“Studi Implementasi Undang-Undang Pers No 40 Tahun 1999 Tentang Kewajiban dan Peranan Pers Pada Anggota PWI Yogyakarta”*. Skripsi tidak diterbitkan. Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Yogyakarta.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Oetama, J. (2001). *Pers Indonesia Berkomunikasi dalam Masyarakat Tidak Tulus*. Jakarta: PT Kompas Media Nusantara.
- Priyambodo, R.H. & Prawitasari, I. (2015). *Buku Saku Wartawan*. Jakarta: Lembaga Pers Dr. Soetomo.
- Romli, A.S. (2014). *Kamus Jurnalistik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Yunus, S. (2012). *Jurnalistik Terapan*. Bogor: Ghalia Indonesia.