

#7

Kode Etik Jurnalistik: Sebuah Dilematisasi Bagi Jurnalis

Gemuh Surya Wahyudi

Kode etik jurnalistik sudah disepakati bersama oleh organisasi wartawan dan telah ditetapkan oleh dewan pers. Kode Etik Jurnalistik juga tertuang dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 tahun 1999 Pasal 7 Ayat 2, yang berbunyi “wartawan memiliki dan mentaati kode etik jurnalistik”. Kode etik jurnalistik dibentuk atas dasar untuk menjamin kemerdekaan pers dan juga untuk memenuhi hak publik dalam memperoleh informasi yang benar, wartawan Indonesia memerlukan landasan moral dan etika profesi sebagai pedoman operasional dalam menjaga kepercayaan publik dan menegakkan integritas secara profesional. Kode etik terdiri dari sebelas (11) pasal yang masing-masing pasal memiliki penafsirannya masing-masing. Idealnya etika jurnalistik harus dilaksanakan sesuai dengan kode etik jurnalistik tapi kenyataannya banyak dikalangan pelaku media melanggar Kode Etik Jurnalistik.

Dalam Catatan Akhir Tahun 2020 Dewan Pers, M Nuh sebagai ketua Dewan Pers dalam keterangan persnya mengatakan terdapat 33 media siber yang terbukti menggunakan informasi yang tidak akurat (Aplikasi Zoom, Rabu 23/12/2020).

Salah satu fenomena yang bertentangan dengan Kode Etik Jurnalistik adalah fenomena suap. Praktik suap tidak jarang terjadi antara narasumber dan wartawan, praktik suap ini erat kaitannya dengan aktivitas pemberian uang, *voucher*, barang dan lain sebagainya oleh narasumber kepada wartawan. Semua pihak yang melakukan praktik suap ini memberikan alasan pembenaran dalam praktik ini, alasan pembenaran mereka antara lain untuk menjaga hubungan yang baik dengan para wartawan, dan bagi wartawan ini merupakan masalah kesejahteraan karena wartawan merasa menerima gaji yang tidak layak. Namun, tentu saja praktik ini mencoreng ke-profesionalitas-an wartawan dan tentunya sangat bertentangan dengan Kode Etik Jurnalistik. Praktik suap tersebut diatur dalam pasal 2 Kode Etik Jurnalistik yang berbunyi “wartawan Indonesia menempuh cara-cara profesional dalam melaksanakan tugas jurnalistik”.

Sejak awal lahirnya reformasi, para konglomerasi media memanfaatkan platformnya sebagai kendaraan politik. Hal ini juga dipertegas oleh Ibnu (2004: xv) yang mengatakan bahwa pada awal reformasi media memiliki peran yang cukup penting dalam ranah perpolitikan, keefektifan media dalam menyampaikan pesan-pesan politik dan juga sifat-sifat media dalam pemberitaannya yang aktual dan kritis tidak jarang dimanfaatkan oleh para konglomerasi atau pemilik media untuk menjadikan media sebagai “senjata” dalam kontestasi politik. Sejak saat itu, peran media sebagai alat untuk mencerdaskan warga negara dan juga mengutamakan kepentingan publik perlahan ditinggalkan. Tidak jarang dalam kasus seperti ini para wartawan dalam memproduksi sampai dengan pendistribusian berita sebagai kontennya mendapatkan intervensi dari “si bos”. Tentunya hal ini juga bertentangan dengan kode etik

jurnalistik pada pasal 1 yang berbunyi “wartawan Indonesia bersikap Independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang, dan tidak beretika buruk”. Dalam fenomena seperti ini, dapat ditafsirkan bahwa wartawan dalam menyajikan berita kepada khalayak tidak independen lagi karena adanya intervensi dari pemilik media. Keadaan ini merupakan keadaan yang sangat dilematis bagi wartawan, di satu sisi wartawan melakukan pembenaran atas tindakannya dengan alasan kesejahteraan karena dengan mengikuti perintah “si bos” bisa jadi jurnalis akan mendapatkan bonus lebih, namun di satu sisi keidealisan jurnalis diuji. Tidak hanya alasan kesejahteraan, fenomena praktik suap kerap dilakukan oleh para jurnalis atau wartawan karena kurangnya komitmen individu dalam melaksanakan tugas profesinya sebagai jurnalis. Maka dari itu, timbul satu pertanyaan, apakah fenomena praktik suap ini berkaitan dengan kurang pemahannya wartawan dengan makna dasar Kode Etik Jurnalistik?

Merujuk dari penjelasan di atas, dengan adanya keadaan yang dilematis ini, perlukah para konglomerasi media membuat kebijakan yang dapat mensejahterakan para wartawannya? Atau apakah fenomena suap yang menyebabkan kedilematisasian wartawan ini ada kaitannya dengan ketidakpahaman wartawan dengan makna dasar Kode Etik Jurnalistik?

Kode Etik Jurnalistik (*Code of Ethics*)

Bersinerginya ilmu pengetahuan dan juga etika berlaku dalam setiap ilmu pengetahuan yang ada, begitu juga dalam ilmu komunikasi. Menurut Siregar (2006: 10), etika dalam kajian komunikasi memperbincangkan segala bentuk *problem* profesi komunikasi dengan berlandaskan kepada standar moral profesi sebagai alat untuk analisis, berlandaskan juga dari teori normatif, nilai sosial dan juga nilai dari filsafat etika. Maka dari itu, etika dalam kajian komunikasi menjadi dasar pengetahuan yang akan

digunakan untuk mengukur keberhasilan individu dalam berperilaku terhadap kinerja dan profesinya dalam bidang komunikasi.

Dalam bidang komunikasi, khususnya dalam bidang jurnalistik, terdapat Kode Etik Jurnalistik. Kode Etik Jurnalistik ini terbentuk dari kesepakatan oleh organisasi-organisasi media dan telah ditetapkan oleh Dewan Pers. Dalam dunia jurnalistik, Kode Etik Jurnalistik memiliki peran yang sangat penting, karena dalam substansinya terdapat nilai-nilai moral bagi para jurnalis untuk melaksanakan profesinya. Jadi, menjalankan dan mentaati Kode Etik Jurnalistik bagi wartawan merupakan sebuah wujud dari ke-profesionalitas-an profesi.

Pembentukan Kode Etik Jurnalistik oleh Dewan Pers dengan melibatkan organisasi-organisasi media bertujuan untuk memberikan petunjuk dan juga untuk memberikan standar etika bagi para jurnalis atau wartawan. Hal tersebut dapat juga dipertegas oleh Franklin (2005: 74) yang berpandangan bahwa Kode Etik Jurnalistik itu disusun dan dirancang oleh para jurnalis, organisasi pers, dan juga para konglomerasi media dengan cara yang kolektif.

Dalam bukunya, Franklin (2005: 72) juga menjelaskan bahwa etika jurnalis merupakan sebuah pedoman yang tertulis maupun tidak tertulis mengenai prinsip moral dan profesionalitas bagi seorang wartawan dalam melaksanakan profesinya agar tidak menyakiti ataupun menyusahkan orang lain. Berdasarkan pandangan Franklin ini, suatu instansi media dalam mencapai tujuannya maka media dan wartawannya harus bekerjasama menjunjung tinggi asas moral dan profesionalitas.

Berdiskusi dalam konteks ke-profesionalitas-an, jika seorang wartawan ingin dikatakan sebagai wartawan yang profesional harus bertopang pada prinsip yang teguh, karena dalam situasi dan kondisi yang bagaimanapun, seorang wartawan yang sudah

memiliki dan berpegang teguh pada prinsipnya tidak akan melanggar dan menentang Kode Etik Jurnalistik yang berlaku dalam melaksanakan setiap tindakan profesinya. Mengutip pandangan Ward (dalam Hanitz, 2009: 301) etika jurnalisisme yang profesional dibangun atas dasar kebenaran dan juga objektivitas. Segala bentuk tanggung jawab serta objektivitas sosial dapat digunakan sebagai dasar-dasar prinsip untuk menjalankan profesinya sebagai wartawan.

Dua dasar prinsip tersebut merupakan prinsip yang ideal bagi para jurnalis atau wartawan untuk menjalankan segala bentuk profesinya. Seperti yang telah dijelaskan dalam pendahuluan di atas, dalam menjalankan setiap tindakan profesinya, wartawan atau jurnalis harus berpatokan kepada Kode Etik Jurnalistik, karena dalam Kode Etik Jurnalistik terdapat dua prinsip dasar tersebut yakni kebenaran dan objektivitas. Namun, faktanya di lapangan tidak jarang ditemukan wartawan yang menjalankan segala bentuk profesinya bertentangan dengan Kode Etik Jurnalistik. Seperti contohnya fenomena suap. Tidak sedikit juga jurnalis membenarkan tindakan tersebut dengan beralasan untuk menjalin relasi yang harmonis dengan narasumber dan juga untuk kesejahteraannya. Fenomena ini merupakan situasi yang sangat dilematis bagi para wartawan, karena disamping tuntutan untuk menjadi wartawan yang mengedepankan masalah moral dan untuk menjadi wartawan yang profesional, mereka dihadapkan dengan kondisi kesejahteraan. Kondisi dan situasi yang seperti ini akan dibahas dalam sub tema selanjutnya.

Kode Perilaku Jurnalis (*Code of Conduct*)

Dalam melaksanakan tugas profesinya sebagai seorang jurnalis, jurnalis tidak hanya membutuhkan kode etik, melainkan juga jurnalis membutuhkan kode perilaku jurnalis. Kode perilaku jurnalis ini sangat penting bagi jurnalis karena kode perilaku jurnalis ini akan memandunya dalam menjalankan tugas profesinya sebagai

seorang jurnalis. Mengapa demikian? karena di dalam kode perilaku jurnalis dijelaskan berbagai problem etik profesi secara lebih detail jika dibandingkan dengan kode etik yang telah disepakati. Pertanyaan dasar yang muncul adalah perbedaan mengenai kode etik jurnalis dan kode perilaku jurnalis. Menurut (Siregar, 2008) perbedaan dasar dari kode etik jurnalistik dan juga kode perilaku jurnalis terletak pada sisi normatif dan epistemologis. Kode etik jurnalistik (*code of ethics*) bersifat normatif dan universal sebagai kewajiban moral yang harus dijalankan oleh institusi pers, sedangkan kode perilaku jurnalis (*code of conduct*) bersifat praktis dan spesifik kepada setiap jurnalis berada dalam ranah institusi persnya.

Dalam kode perilaku jurnalis, tidak hanya mengatur perilaku jurnalis dalam peliputan berita saja tetapi mengatur pula berbagai macam kasus yang dijumpai oleh jurnalis dalam menjalankan profesinya sebagai seorang jurnalis, semisalkan, menerima fasilitas dalam peliputan, perilaku dalam pembelian saham sampai dengan berperilaku dalam bermedia sosial. Pada dasarnya kenapa kode perilaku jurnalis ini penting, jika dikutip dari (Manan dkk, 2014: 51) memberikan alasan bahwa dalam kode perilaku jurnalis di dalamnya diurai kode etik jurnalistik, mulai dari penafsiran tentang pasal-pasal yang ada di dalamnya seperti pasal 6 KEJ yang berbunyi “wartawan Indonesia tidak menerima suap”. Dalam kode perilaku jurnalis, pasal 6 KEJ dielaborasi atau diuraikan dengan menggunakan kasus-kasus yang ada, semisal kasus “jurnalis amplop”

Fenomena atau kasus jurnalis amplop di dalam dunia pers Indonesia menjadi perdebatan yang tak kunjung usai. Fenomena atau kasus jurnalis amplop yang dimaksud menurut (Manan, 2011: 68) adalah pemberian uang, barang ataupun fasilitas kepada jurnalis setelah jurnalis mewawancarai seorang narasumber atau setelah peliputan sebuah peristiwa yang akan dijadikan atau dimuat sebagai sebuah berita. Kenapa fenomena jurnalis amplop ini

menjadi perdebatan yang tak kunjung usai karena bagi sebagian jurnalis membenarkan fenomena ini dengan alasan boleh saja mengambil atau menerima amplop tersebut asalkan tidak terpengaruh kepada independensi seorang jurnalis. Namun, bagi sebagian wartawan mengaku bahwa tindakan tersebut sangat bertentangan dengan kode etik jurnalistik dan juga mencoreng semangat kampanye anti suap yang diterapkan oleh para Jurnalis Indonesia karena bagaimanapun juga fenomena jurnalis amplop akan berdampak kepada adanya kecenderungan jurnalis untuk berpihak kepada oknum atau kelompok yang memberikan amplop tersebut.

Perbedaan pandangan mengenai fenomena suap atau yang sering disebut dengan “jurnalis amplop” merupakan suatu hal yang “belum tuntas” dijelaskan ataupun diterangkan dalam kode etik jurnalistik, sehingga itulah sebabnya diperlukan sebuah alternatif atau inisiatif baru untuk menjelaskan dan menerangkannya secara tuntas melalui kode perilaku jurnalis yang di dalamnya menjelaskan secara rinci bentuk-bentuk operasionalnya, dan pastinya diharapkan melalui kode perilaku jurnalis ini hal-hal yang “belum tuntas” dielaborasi dalam kode etik jurnalistik bisa dilengkapi dalam kode perilaku jurnalis.

Namun, kode perilaku jurnalis belum ditetapkan oleh Dewan Pers ataupun Aliansi Jurnalis Indonesia (AJI), sedangkan jurnalis media televisi memiliki kode perilaku jurnalis yang sudah diatur dalam P3/SPS (Pedoman Perilaku dan Standar Program Siaran). Dalam beberapa media yang ada di Indonesia sudah memiliki kode perilakunya sendiri semisalkan, MNC Group, Media Indonesia dan juga Harian Kompas. Pada dasarnya, walaupun bunyi dari masing-masing kode perilaku jurnalis dalam setiap instansi media berbeda-beda, namun secara umum semua kode perilaku dalam setiap instansi media berkaitan dengan soal perilaku. Secara garis besar, kode perilaku dalam setiap instansi media di Indonesia selalu

berbicara tentang bagaimana untuk mengatasi masalah, bagaimana agar tidak terjadi masalah, bagaimana masalah itu dikelola dan lain sebagainya. Pada intinya, kode perilaku jurnalis dalam setiap instansi media di Indonesia bersifat *preventif* atau mencegah terjadinya pelanggaran. Pada umumnya, setiap instansi media di Indonesia membuat kode perilaku jurnalis berdasarkan atau disebabkan oleh adanya masalah-masalah yang sebelumnya pernah terjadi di dalam instansi media tersebut. Untuk lebih memahami apa isi dari kode perilaku jurnalis atau *code of conduct* tersebut, berikut adalah contoh *code of conduct* dari MNC Group:

Tabel 1. Code of Conduct MNC Group

Kewajiban Perusahaan	Kewajiban Jurnalis	Hubungan dengan Pihak Ketiga	Kebebasan Pribadi/Kerahasiaan
Mengajukan praktik dan keragaman.	Mengajukan Keluhan dan masalah-masalah Etika.	Perlakuann yang adil.	Aturan Kerahasiaan Informasi. (keterangan lebih jelas bisa dilihat di MNCgroup.com)
Hubungan kerja yang adil.	Aturan Waktu Penyampaian Laporan. (keterangan lebih jelas bisa dilihat di MNCgroup.com)	Hadiah dan Hiburan. (keterangan lebih jelas bisa dilihat di MNCgroup.com)	Kebebasan Pribadi tentang Infomasi Jurnalis. (keterangan lebih jelas bisa dilihat di MNCgroup.com)
Diskriminasi dan Pelecehan.	Benturan Kepentingan. (keterangan lebih jelas bisa dilihat di MNCgroup.com)	Perjanjian dengan Para Narasumber. (keterangan lebih jelas bisa dilihat di MNCgroup.com)	
Tempat Kerja Aman dan Bebas Obat terlarang.		Kegiatan dan kontribusi Politis. (keterangan lebih jelas bisa dilihat di MNCgroup.com)	

Sumber: MNCgroup.com

Dilematisasi Jurnalis dalam Menjalankan Kode Etik Jurnalistik

Dalam menjalankan tugasnya, jurnalis dituntut untuk profesional. Profesional dalam artian setiap wartawan atau jurnalis Indonesia harus profesional dalam mencari sumber berita, memproduksi berita, pengemasan berita, dan sampai dengan pendistribusian berita. Profesional yang dimaksud juga tidak adanya intervensi dari pihak manapun dalam melaksanakan profesinya sebagai jurnalis, karena semuanya itu sudah di atur dalam Kode Etik Jurnalistik. Maka dari itu, Kode Etik Jurnalistik merupakan pondasi bagi setiap wartawan atau jurnalis Indonesia untuk berpijak dalam menjalankan tugasnya, agar semua tindakan yang dilakukan dalam menjalankan profesinya dapat mengutamakan kepentingan publik.

Berbicara masalah ke-profesionalitas-an jurnalis dalam menjalankan profesinya, tidak jarang jurnalis menjalankan tindakannya bertentangan dengan Kode Etik Jurnalistik, padahal idealnya, dalam menjalankan tindakan profesinya sebagai jurnalis harus sesuai dengan Kode Etik Jurnalistik yang telah ditetapkan oleh Dewan Pers, salah satu tindakan yang tidak jarang dilakukan oleh jurnalis dalam menjalankan profesinya yang bertentangan dengan Kode Etik Jurnalistik adalah praktik suap. Praktik atau fenomena suap dalam pers Indonesia merupakan fenomena yang sangat disayangkan terjadi. Fenomena atau praktik suap ini dapat dikatakan lumrah terjadi bahkan sudah membudaya dalam dunia pers di Indonesia. Fenomena suap di dalam dunia pers Indonesia tidak hanya diartikan sebagai pemberian uang saja, tetapi juga pemberian berupa *voucher* makan, *voucher* jalan-jalan, *voucher* belanja dan bahkan pemberian fasilitas yang berupa *news room*. Hal ini tentu bertentangan dengan faedah Kode Etik Jurnalistik.

Salah satu bukti fenomena atau praktik suap dalam pers Indonesia dapat dilihat dari hasil riset (*thesis*) yang dilakukan oleh Olivia Lewi

pada tahun 2014 yang merupakan pasca sarjana ilmu komunikasi Universitas Gadjah Mada. Judul *thesis* dalam riset yang dilakukan oleh Olivia Lewi “Anatomi Suap dan Faktor-faktor Penyebabnya dalam Penerapan Kode Etik Jurnalistik”. Riset yang dilakukan oleh Lewi menfokuskan penerapan Kode Etik Jurnalistik di kalangan Jurnalis Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Hasil riset dalam thesis yang dilakukan oleh Lewi menunjukkan bahwa fenomena atau praktik suap masih sering terjadi di kalangan jurnalis Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Ada berbagai macam praktik suap yang sering dilakukan dalam kalangan jurnalis DIY, di antaranya adalah praktik suap *freebies* (jenis suap ini merupakan pemberian tiket gratis dari narasumber tanpa adanya bayaran), *junkets* (jenis suap ini berkaitan dengan pemberian berupa paket liburan atau pesiar), *perks* (suap ini merupakan pemberian berupa ruang kerja atau *news room* bagi para jurnalis), *freelance* (suap ini berkaitan dengan pemberian kerja sampingan bagi para jurnalis oleh narasumber), dan yang terakhir adalah *sogokan* (jenis suap ini merupakan adanya ikatan janji jurnalis dengan dengan narasumbernya yang berkaitan dengan diberitakan atau tidak diberitakannya, dalam ikatan janji ini biasanya narasumber memberikan uang dan juga fasilitas mewah).

Selain itu, Lewi (2014: 185-187) menjelaskan penyebab terjadinya praktik suap di kalangan jurnalis, di antaranya adalah adanya kelemahan komitmen yang dimiliki oleh seorang jurnalis, biasanya kelemahan individu ini dipengaruhi berbagai macam latar belakang yang dimiliki oleh para jurnalis, sehingga pemahaman mereka mengenai makna dasar Kode Etik Jurnalistik berbeda, dan juga akan menyebabkan kepada persepsi yang salang mengenai fenomena praktik suap. Selain itu, penyebab terjadinya fenomena praktik suap karena adanya intervensi komersil yang diberikan oleh persaingan industri pers, persaingan dalam industri pers ini dapat menyebabkan pekerjaan yang diimban oleh para jurnalis jadi *over* atau berlebih, namun hal ini tidak diimbangi dengan gaji atau upah yang diterima oleh jurnalis, contoh yang sering terjadi dalam industri pers mengenai hal ini adalah adanya dualisme tugas yang

dimiliki oleh jurnalis, tugas yang pertama sebagai seorang jurnalis untuk menjalankan profesinya dan juga jurnalis sebagai agen pencari iklan, tidak sedikit jurnalis memanfaatkan kondisi yang seperti ini karena cenderung jurnalis memiliki kedekatan dengan para narasumbernya.

Berdasarkan pada fenomena atau praktik suap yang dijelaskan berdasarkan hasil riset di atas, maka jurnalis Indonesia masih melanggar Kode Etik Jurnalistik dalam menjalankan tugas profesinya. Tidak sedikit pula jurnalis yang membenarkan praktik suap ini, alasan mendasar bagi mereka yang membenarkan praktik suap ini adalah untuk menjalin relasi yang harmonis dengan narasumber dan juga untuk kesejahteraan jurnalis itu sendiri, mengingat upah jurnalis yang jauh dari kata layak. Namun, berdasarkan pengalaman dari teman penulis yang merupakan jurnalis junior dalam salah satu media cetak ternama di Indonesia mengatakan, dalam menjalankan tugasnya, sangat tidak jarang ditemukan praktik suap yang terjadi di lapangan, hal ini menjadikannya berada dalam situasi dan kondisi yang sangat dilematis, di satu sisi perannya sebagai jurnalis profesional yang menjalankan tugasnya dengan berpondasi kepada Kode Etik Jurnalistik tercoreng, namun di satu sisi alasan kesejahteraan sebagai jurnalis junior menjadi alasan yang paling masuk akal untuk membenarkan praktik suap ini. Maka dari itu, tidak sedikit jurnalis dalam menjalankan dan menegakkan Kode Etik Jurnalistik menemui situasi dan kondisi yang sangat dilematis ini.

Kesimpulan

Idealnya, dalam menjalankan tugas profesinya, setiap jurnalis di Indonesia harus berpondasi pada Kode Etik Jurnalistik, namun kenyataannya tidak sedikit jurnalis melakukan tindakan profesinya bertentangan dengan Kode Etik Jurnalistik. Salah satu tindakan yang tidak jarang dilakukan oleh jurnalis yang bertentangan dengan

Kode Etik Jurnalistik adalah fenomena suap. Alasan pembenaran fenomena suap ini adalah untuk menjalin relasi dengan narasumber dan juga untuk kesejahteraan jurnalis itu sendiri. Namun, bagaimanapun juga, fenomena suap ini tetap menyalahi Kode Etik Jurnalistik, karena di dalamnya pasti ada dampak yang berupa keberpihakan jurnalis terhadap pihak-pihak tertentu. Adapun faktor penyebab dari praktik suap ini di antaranya adalah adanya kelemahan komitmen dalam individu jurnalis karena disebabkan oleh berbagai macam latar belakangnya, sehingga pemahaman terhadap makna dasar Kode Etik Jurnalistik dalam setiap jurnalis bisa berbeda. Penyebab lain adanya praktik suap ini adalah intervensi yang kuat dari “si bos” dalam persaingan industri pers yang menyebabkan pekerjaan yang diembam oleh oleh jurnalis berlipat tetapi tidak diimbangi dengan gaji atau upah yang memadai.

Berangkat dari fenomena suap yang bertentangan dengan Kode Etik Jurnalistik, maka penulis mencoba untuk memberikan alternatif solusi. Alternatif solusi yang penulis tawarkan adalah perlunya pelatihan khusus kepada para jurnalis yang berbagai macam latar belakang oleh organisasi-organisasi pers yang telah diakui di Indonesia dan juga standar sertifikasi wartawan yang telah dijalankan oleh dewan pers perlu untuk ditingkatkan agar pemahaman terhadap makna dasar Kode Etik Jurnalistik bisa dipahami sesuai dengan makna sebenarnya. Tidak hanya itu, penting juga bagi media untuk membuat atau menerapkan kode perilaku jurnalis, karena kode perilaku jurnalis dalam media dapat menjelaskan dengan rinci makna dari kode etik jurnalistik sehingga bisa membantu para jurnalis untuk melakukan tugas profesinya sebagai jurnalis berdasarkan kode etik jurnalistik. Namun, jika permasalahan berakar dari media, maka organisasi yang berhak memberikan sanksi, yakni Dewan Pers diharapkan dapat bertindak tegas dengan cara memberikan rekomendasi kepada perusahaan media yang melanggar dengan melakukan peringatan maupun sanksi yang tegas. Selain itu, jika berangkat dari alasan wartawan

yang membenarkan fenomena suap untuk kesejahteraan, maka penulis memberikan alternatif solusi dengan cara mendorong konglomerasi media membuat suatu kebijakan yang berpihak pada kesejahteraan jurnalisnya agar kesempatan yang dimiliki oleh para jurnalis untuk menerima suap dapat diminimalisir.

Referensi

Dewanpers.or.id diakses pada tanggal 14 Mei 2017

Franklin, Bob, dkk. (2005). *Key Concept of Journalism Studies*. London: Sage Production.

Hamad, Ibnu. (2004). *Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa*. Yayasan Obor Indonesia. Jakarta.

Manan, Abdul dkk. (2014). *Pedoman Perilaku Jurnalis*. Yayasan Tifa. Jakarta.

Manan, Abdul. (2011). *Menjelang Sinyal Merah*. Laporan Tahunan AJI, hal. 68-76.

Pramesti, Olivia Lewi. (2013). *Anatomi Suap dan Faktor-Faktor Penyebabnya di Kalangan Jurnalis*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.

Siregar, Ashadi. (2006). *Etika Komunikasi*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka.

Siregar, Ashadi. (2008). *Kode Etik Jurnalis dan Kode Perilaku Profesional Jurnalis*. Diakses dari ashadisiregar.files.com pada tanggal 26 Mei 2017.

Wahl, Karin dan Jorgensen Thomas Hanitzsch. (2009). *Handbook of Journalism Studies*. New York: Routledge.

Profil Penulis

Gemuh Surya Wahyudi merupakan pengajar di Universitas Islam Negeri Mataram di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi pada Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam. Saat ini penulis juga merupakan salah satu Dewan Direksi di Media Online lokal di Lombok, tabulanews.id. Penulis bisa dihubungi di gemuhsuryaw@uinmataram.ac.id