

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Penerapan Kode Etik Jurnalistik

1. Penerapan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), penerapan adalah proses, cara, perbuatan menerapkan.¹ Menurut J.S Badudu dan Sutan Muhammad Zain, penerapan adalah hal, cara, atau hasil.²

Adapun ketiga unsur-unsur penerapan sebagai berikut:

- a) Adanya program yang dilaksanakan
- b) Adanya kelompok target, yaitu masyarakat yang menjadi sasaran dan diharapkan akan menerima manfaat dari program tersebut
- c) Adanya pelaksanaan, baik perorangan atau organisasi yang bertanggung jawab dalam pelaksanaan, pengelolaan, dan pengawasan program penerapan tersebut.

Berdasarkan unsur diatas, Penerapan dapat terlaksana jika adanya program-program yang memiliki target/sasaran serta dapat memberikan manfaat kepada target yang akan dicapai dan dapat dipertanggung jawabkan dengan baik.

Dari pengertian para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa penerapan adalah suatu perbuatan yang menerapkan metode, teori, dan hal lain untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai dan untuk suatu kepentingan yang diinginkan oleh perorangan atau kelompok yang telah tersusun dan terencana sebelumnya

¹ <http://kbbi.web.id/penerapan.html> diakses pada 27 November 2018 pukul 19:00.

² J.S Badudu, Sutan Mohammad Zain, "Kamus Umum Bahasa Indonesia" (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1996), h.1478.

2. Kode Etik Jurnalistik

Kata “kode” berasal dari bahasa Inggris “*code*” yang berarti kumpulan atau himpunan ketentuan atau peraturan yang tertulis. Jadi kode etik dapat diartikan sebagai kumpulan tertulis tentang suatu etika. Secara singkat, Kode Etik Jurnalistik (KEJ) dapat diartikan sebagai himpunan atau sekumpulan mengenai etika dalam bidang jurnalistik yang dibuat oleh, dari, dan untuk wartawan (*jurnalis*) itu sendiri dan berlaku hanya untuk kalangan para wartawan (*jurnalis*). Dalam melaksanakan tugas, fungsi, dan peranannya, pers menghormati hak asasi setiap orang, karena itu pers dituntut untuk profesional dan terbuka untuk dikontrol oleh masyarakat.

Kode etik jurnalistik yang berlaku di Indonesia telah ditetapkan dalam Surat Keputusan Dewan Pers Nomor 03/SK-DP/III/2006. Dewan pers dan masyarakat pers telah bersepakat untuk merumuskan kode etik yang ringkas tetapi komprehensif dalam mengatur norma-norma jurnalisisme. Namun pada kenyataannya, hingga saat ini masih banyak wartawan yang tidak sepenuhnya memahami dan menguasai kode etik jurnalistik tersebut. Bukan hanya di kalangan wartawan saja, melainkan juga pada penanggung redaksi.

Maka tidak mengherankan jika tingkat pelanggaran kode etik jurnalistik di Indonesia terbilang tinggi. Seperti pada Tahun 2012-2013, dari rata-rata pengaduan tentang kode etik jurnalistik yang ditangani oleh Dewan Pers selama

setahu, sebanyak 80 persen berakhir dengan kesimpulan telah terjadinya pelanggaran kode etik jurnalistik oleh media massa atau oleh wartawan.³

Jika dikalangan pers saja masih banyak yang tidak menguasai dan memahami kode etik jurnalistik, apalagi pada kalangan umum. Pemahaman terhadap isi dan konteks dari kode etik jurnalistik sangat diperlukan oleh wartawan dan pihak manapun yang berinteraksi dengan pers. Karena pemahaman mengenai kode etik jurnalistik merupakan langkah pertama yang harus dilakukan oleh setiap wartawan dan badan publik agar tidak dirugikan pers.

Kode etik jurnalistik secara umum mengatur dua hal, yaitu karya jurnalistik dan perilaku jurnalistik. Karya jurnalistik berupa berita dalam berbagai bentuk seperti surat kabar, tajuk rencana, artikel opini, resensi buku, dan resensi dalam bentuk lainnya. Sedangkan perilaku jurnalistik mencakup sikap dan tindakan wartawan ketika sedang menjalankan kegiatan jurnalistik. Ketika berhubungan dengan sumber atau subjek berita, apakah wartawan telah bersikap profesional kepada mereka? Apakah wartawan telah memperlakukan mereka dengan layak? Dengan kata lain, yang memiliki potensi terjadinya pelanggaran kode etik jurnalistik bukan hanya pada berita, namun juga perilaku, tindakan, sikap wartawan ketika melakukan kegiatan jurnalistiknya.

Dengan demikian, Kode etik jurnalistik sesungguhnya mengatur dua subjek yang berbeda, yaitu institusi media dan individu wartawan. Maka dibutuhkan kehati-hatian dalam membaca dan memahami kode etik jurnalistik.

³ Agus Sudibyo, *34 Prinsip Etis Jurnalisme Lingkungan: Panduan Praktis untuk Jurnalis*, (Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia, 2014), h.12.

Ada kewajiban-kewajiban jurnalistik yang dibebankan kepada media sebagai institusi dan ada yang harus dibebankan juga kepada wartawan sebagai individu.

Dalam menjalankan fungsi, kewajiban, dan peranannya pers menghormati hak setiap orang, karena pers dituntut untuk terbuka dan profesional untuk dikontrol dalam masyarakat. Kode Etik adalah prinsip yang keluar dari hati nurani setiap profesi, sehingga dalam tindakannya, seorang yang memiliki profesi tentu membutuhkan patokan etika dan moral di dalam profesinya.

Oleh karena itu, menjadi wajar jika wartawan diharapkan mematuhi kode etik jurnalistik karena kode etik jurnalistik diandaikan sebagai pagar moral dalam hal konkretisasi tanggung jawab etis dan integritas profesi wartawan. Kode etik jurnalistik pada dasarnya adalah cerminan dari perilaku etis wartawan, yang tergabung dalam suatu organisasi kewartawanan, dalam hal menjunjung tinggi etos kebenaran sehubungan dengan kebebasan eksistensial dan tanggung jawab etisnya.⁴

Alasan utama yang mendasari keberadaan kode etik adalah “untuk menjamin standar tertinggi dalam perilaku, melindungi klien, dan berkontribusi untuk kesejahteraan publik” (Rothman, 1984:187). Tidak ada kode etik universal yang dapat merefleksikan kesepakatan total mengenai perilaku jurnalis . Mengapa jurnalisme membutuhkan kode etik? Karena interaksi yang berlangsung dalam aktivitas ini menyangkut banyak pihak lain. Ada tiga pihak yang esensial dalam komunikasi massa, yaitu pemilik media dan para editornya, jurnalis dan profesional media lainnya, dan publik sebagai penerima.

⁴ Wahyu Wibowo, *Menuju Jurnalisme Beretika: Peran Bahasa, Bisnis, dan Politik di Era Mondial*, (Jakarta: Buku Kompas, 2009), h.71.

Kode etik jurnalistik dihasilkan dalam rangka mengatur perilaku moral anggota suatu komunitas wartawan. Seperti halnya kode etik profesi lainnya, kode etik jurnalistik dirumuskan secara tertulis oleh para anggota komunitas wartawan berdasarkan cita-cita dan nilai-nilai yang hidup di kalangan para anggota komunitas itu sendiri. Pada pertengahan tahun 1980-an, tokoh wartawan Indonesia, H. Mahbub Junaidi, menegaskan bahwa tidak ada orang yang dapat memerintah wartawan agar menyusun kode etik dan sekaligus menaatinya, selain disusun dengan sukarela dan senang hati.⁵

Maka, begitu kebebasan pers tengah digunakan berarti pada saat yang bersamaan wartawan harus sekaligus menghayati tanggung jawab etisnya ke berbagai segi, diantaranya; (a) terhadap hati nuraninya sendiri; (b) terhadap sesama warga negara yang juga memiliki kebebasan; (c) terhadap kepentingan umum yang diwakili oleh pemerintah; dan (d) terhadap rekan seprofesinya.

Untuk profesi wartawan, Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) yang didirikan di Surakarta pada 9 Februari 1946, memiliki Kode Etik Jurnalistik, yang pada awalnya disusun pada Rapat Pemimpin Redaksi Surat Kabar di Jakarta, 1-2 Mei 1954. Setelah itu beberapa kali mengalami perubahan dan penyempurnaan, terakhir pada sidang Gabungan Pengurus Pusat PWI di Batam, Rabu, 2 Desember 1994. Sejak 1 Januari 1995, berlaku Kode Etik Jurnalistik PWI yang telah disempurnakan. Kode Etik Jurnalistik ini secara garis besar menetapkan prinsip yang wajib ditaati dan diterapkan, yang seluruhnya tercakup dalam bab-bab mengenai kepribadian dan integritas wartawan, cara pemberitaan, sumber

⁵ Wahyu Wibowo, *Ibid.*, h.72.

berita, dan kekuatan Kode etik jurnalistik. Seiring dengan perkembangan zaman, sejak diundangkannya Undang- Undang No. 40/1999 tentang Pers, organisasi wartawan pun mengalami perkembangan. Pada undang-undang tersebut, khususnya Bab III, Pasal 7, ayat (1), dikatakan, “*Wartawan bebas memilih organisasi wartawan*”. Maka bermunculanlah berbagai organisasi wartawan plus masing-masing kode etiknya. Kendatipun begitu ketika naskah ini disusun, Dewan Pers baru saja menetapkan Kode Etik Wartawan Indonesi (KEWI) yang telah disepakati oleh 26 organisasi wartawan pada agustus 1999 sebagai kode etik jurnalistik yang bersifat nasional.

Pada era reformasi, pasca berlakunya kode etik jurnalistik tahun 2003 yang lahir berdasarkan hasil keputusan kongres XXI PWI (Persatuan Wartawan Indonesia) di Palangkaraya, Kalimantan Tengah, Dewan pers menetapkan kode etik jurnalistik yang berubah menjadi KEWI (Kode Etik Wartawan Indonesia). KEWI lahir berdasarkan SK Dewan Pers No. 1/SK-DP/2000 yang memuat 7 pasal dan penafsiran. KEWI ini hanya bertahan sampai 24 maret 2006. Selanjutnya melalui SK. No. 03/SK-DP/III/2006, Dewan Pers mengganti KEWI menjadi Kode Etik Jurnalistik (KEJ) yang memuat 11 pasal dan penafsiran, yang berlaku sejak 24 maret 2006.⁶

Pengesahan KEJ-DP yang baru dinilai kalangan pers memiliki makna penting dalam perkembangan pers di Indonesia. Karena KEJ-DP merupakan produk asli Dewan Pers yang mendapat pengakuan luas dan disetujui oleh sebagian besar asosiasi wartawan cetak dan elektronik, Serikat Penerbit Pers

⁶ Mahi M. Hikmat, *Jurnalistik: Literary Journalism*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018), h.106.

(SPS), dan Asosiasi Televisi Seluruh Indonesia (ATVSI). Beberapa rumusan dan tafsiran KEJ memberikan dimensi baru untuk dunia pers. Salah satunya Ikhwal menulis dan menyiarkan berita wartawan harus memiliki iktikad baik atau sebaliknya tidak boleh beriktikad buruk.

Secara substansial pasal-pasal dalam KEJ-DP berdasarkan surat keputusan Dewan Pers Nomor: 03/SK-DP/IIV2006 sebagai berikut:

a. Pasal 1

Wartawan Indonesia bersikap independen , menghasilkan berita yang akurat, berimbang, dan tidak beriktikad buruk.

b. Pasal 2

Wartawan Indonesia menempuh cara-cara yang profesional dalam melaksanakan tugas jurnalistik.

c. Pasal 3

Wartawan Indonesia selalu menguji informasi, memberitakan secara berimbang, tidak mencampuradukan fakta dan opini yang menghakimi, serta menerapkan asas praduga tak bersalah.

d. Pasal 4

Wartawan Indonesia tidak membuat berita bohong, fitnah, sadis, dan cabul

e. Pasal 5

Wartawan Indonesia tidak menyebutkan dan menyiarkan identitas korban kejahatan susila dan tidak menyebutkan identitas anak yang menjadi pelaku kejahatan.

f. Pasal 6

Wartawan Indonesia tidak menyalahgunakan profesi dan tidak menerima suap.

g. Pasal 7

Wartawan Indonesia memiliki hak tolak untuk melindungi narasumber yang tidak bersedia diketahui identitas maupun keberadaannya, menghargai ketentuan embargo, informasi, latar belakang, dan *off the record* sesuai dengan kesepakatan.

h. Pasal 8

Wartawan Indonesia tidak menulis atau menyiarkan berita berdasarkan prasangka atau diskriminasi terhadap seseorang atas dasar perbedaan suku, ras, warna kulit, agama, jenis kelamin, dan bahasa serta tidak merendahkan martabat orang lemah, miskin, sakit, cacat jiwa, atau cacat jasmani.

i. Pasal 9

Wartawan Indonesia menghormati hak narasumber tentang kehidupan pribadinya, kecuali untuk kepentingan publik.

j. Pasal 10

Wartawan Indonesia segera mencabut, meralat, dan memperbaiki berita yang keliru dan tidak akurat disertai dengan permintaan maaf kepada pembaca, pendengar, dan/atau pemirsa.

k. Pasal 11

Wartawan Indonesia melayani hak jawab dan hak koreksi secara proposional.⁷

3. Penerapan Kode Etik Jurnalistik

Masalah kode etik, sangat penting khususnya bagi pegiat profesi jurnalis karena mereka bukan hanya dituntut untuk mengembangkan idealisme profesinya melainkan juga efek media yang sangat besar bagi khalayak. Kode etik merupakan hal yang penting dilakukan karena merupakan bagian dari profesionalitas wartawan. Sikap profesionalitas wartawan terdiri dari dua unsur yaitu hati nurani dan keterampilan. Hati nurani merujuk pada penjagaan dan kepatuhan terhadap kode etik jurnalistik dan pemeliharaan kewajiban moral. Sedangkan keterampilan menyangkut pada kemampuan teknis para jurnalis sesuai dengan bidang profesinya.

Profesionalisme dan etika merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan. Peneliti menilai bahwa etika perlu mendapatkan perhatian khusus karena etika merupakan salah satu bentuk kontrol internal dalam media massa. Kontrol sosial inilah yang sangat mempengaruhi wartawan dalam memperlakukan fakta secara profesional.

Dalam menjalankan tugasnya, para jurnalis dituntut untuk menaati dan menjalankan kode etik jurnalistik sesuai dengan perintah undang-undang Pasal 7 ayat 2 Undang-undang No. 40 Tahun 1999 *tentang pers* yang berbunyi,

⁷ Mahi M. Hikmat, *Ibid.*, h.107-110.

“Wartawan memiliki dan mematuhi Kode Etik Jurnalistik”. Serta bertanggung jawab dengan didasari etika penyampaian informasi yang mengarah kepada ketertiban dan perdamaian.

B. Caption pada Foto Jurnalistik

1. Caption

Caption adalah keterangan foto.⁸ Caption diperlukan untuk menambah keterangan tentang tempat, waktu dan dalam peristiwa apa foto itu diambil. Kehadiran caption dapat menguatkan cerita yang ada dalam sebuah gambar yang diliput.

Sebuah caption harus singkat, padat serta jelas apa yang dimaksud sehingga tidak diperlukan waktu banyak untuk membacanya. Hal-hal yang perlu diperhatikan saat membuat caption adalah: (1) Date line, (2) Judul kecil, (3) Badan Berita, dan (4) Kode.

Syarat-syarat caption atau teks foto seperti di Lembaga Kantor Berita Antara, adalah sebagai berikut:

- a) Teks foto harus dibuat minimal dua kalimat.
- b) Kalimat pertama menjelaskan gambar. Kalimat kedua dan seterusnya menjelaskan data yang dimiliki.
- c) Teks foto harus mengandung minimal unsur 5W+1H, yaitu who, what, where, when, why + how.
- d) Teks foto dibuat dengan kalimat aktif sederhana (simple tense).

⁸ Jubilee Enterprise, *Menguasai Situs Sosial Media untuk Fotografer*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2012), h.33.

- e) Teks foto diawali dengan keterangan tempat foto disiarkan, lalu tanggal penyiaran dan judul, serta diakhiri dengan tahun foto disiarkan serta nama pembuat dan editor foto.⁹

Fred S. Parrish dalam bukunya “*Photojournalism: An Introduction*” menjabarkan bahwa caption dapat membantu megarahkan perspektif sebuah foto dan menjelaskan detail informasi yang tidak ada dalam gambar, membingungkan, atau tidak jelas.¹⁰ Teks Foto dapat menghidupkan suatu foto dengan memberi pendalaman akan sebuah peristiwa. Mempertemukan foto dengan konteknya dan membantu pembaca membangun pemahaman akan sebuah cerita di balik foto.

Caption kadang mampu menggiring mata untuk kembali melihat foto. Ia menghembuskan napas untuk menghidupkan foto dengan memberi pendalaman terhadap sebuah peristiwa. Ia mempertemukan foto dengan konteksnya dan membantu pembaca membangun pemahaman akan sebuah cerita di balik foto. Jurnalis foto harus mengumpulkan data yang cukup untuk menulis sebuah caption.¹¹

Caption foto terbagi dalam beberapa jenis, yaitu:

a. *The Complete Caption*

Keterangan foto lengkap memuat semua informasi berisi cerita di dalam foto. Caption yang lengkap biasanya disertai dengan

⁹ Audy Mirza Alwi, *Foto Jurnalistik: Metode Memotret dan Mengirim Foto ke Media Massa*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2016), h.6-7.

¹⁰ Taufan Wijaya, *Foto Jurnalistik*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014), h.53.

¹¹ Taufan Wijaya, *Loc.cit.*

kelengkapan unsur 5W+1H. Penulisannya berformat gaya berita, yang bisa menjawab semua pertanyaan terkait foto.

b. The Published Caption

Published caption yaitu keterangan foto yang dibuat untuk disiarkan atau dimuat melalui media massa. Penyajian published caption lebih ringkas karena tidak semua informasi yang dimiliki dicantumkan dalam penulisannya. Pada published caption biasanya memuat: (1) Overline/tagline/atau judul. Sama seperti judul berita ditulis, gunanya untuk menarik perhatian pembaca. Biasanya terdiri dari 2-3 kata dan dipisah menggunakan tanda strip dengan teks foto. (2) Keterangan foto. Yaitu kalimat berisi kejadian/peristiwa, nama, lokasi, dan waktu pemotretan. Latar belakang foto yang dapat memperkuat cerita dapat ditulis pada kalimat kedua.¹²

2. Foto Jurnalistik

Foto jurnalistik sebagai salah satu produk dari jurnalistik memang tak setua jurnalistik tulis. Ia berakar dari fotografi dokumenter setelah teknik perekaman gambar secara realis ditemukan.

Foto jurnalistik menurut Guru Besar Universitas Missouri, AS, Cliff Edom adalah paduan kata words dan pictures. Sementara menurut editor foto majalah Life dari 1937-1950, Wilson Hicks, kombinasi dari kata dan gambar yang

¹² Taufan Wijaya, *Ibid.*, h.57-58.

menghasilkan satu kesatuan komunikasi saat ada kesamaan antara latar belakang pendidikan dan sosial pembacanya.¹³

Menurut Oscar Motuloh, fotografer senior Biro Foto LKBN *Antara* Jakarta menyebut bahwa foto jurnalistik adalah medium sajian untuk menyampaikan beragam bukti visual atas suatu peristiwa pada suatu masyarakat seluas-luasnya, bahkan hingga kerak dibalik peristiwa tersebut, tentu dalam waktu yang sesingkat-singkatnya.

Yang disebut sebagai foto jurnalistik adalah foto yang dibuat oleh fotografer (*jurufoto*) atau jurnalis (*wartawan*) untuk kebutuhan penerbitan pers. Foto jurnalistik adalah foto yang memiliki nilai berita atau foto yang menarik bagi pembaca yang disampaikan kepada masyarakat dengan sesingkat mungkin.¹⁴ Foto jurnalistik tidak harus dibuat oleh seorang jurnalis profesional, kadang-kadang foto jurnalistik juga dibuat oleh orang biasa yang kebetulan hadir atau ada di tempat peristiwa itu terjadi dan sedang membawa kamera foto.¹⁵

Syarat umum untuk membuat foto berita dengan baik adalah:

- a) Memiliki pengetahuan konvensional; mempersoalkan isi (picture, content, news content)
- b) Memiliki keterampilan teknis; mempersoalkan penyajian teknis yang matang secara fotografi.

Foto-foto yang dimuat disurat kabar kadang tidak selalu menggambarkan suatu peristiwa atau berita (news photo) melainkan bisa juga bersifat ilustratif,

¹³ Audy Mirza Alwi, *Op.cit*, h.4.

¹⁴ Taufan Wijaya, *Photo Story Handbook: Panduan Membuat Foto Berita*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2016), h.5.

¹⁵ F. Rahardi, *Panduan Lengkap Menulis Artikel, Feature, dan Esai*, (Tangerang: PT Kawan Pustaka, 2006), h.84.

yaitu termasuk di dalamnya foto-foto yang bersifat human interest (foto yang menarik perhatian dan membangkitkan emosi).

Frank P. Hoy dalam bukunya “*Photojournalism The Visual Approach*” menjelaskan ada delapan karakter dari foto jurnalistik, yaitu:

- a) Foto jurnalistik adalah komunikasi melalui foto (*communication photography*). Komunikasi yang dilakukan akan mengekspresikan pandangan wartawan foto terhadap suatu objek, tetapi pesan yang disampaikan bukanlah merupakan ekspresi pribadi.
- b) Medium foto jurnalistik adalah media cetak koran atau majalah, dan media kabel atau satelit juga internet seperti kantor berita (*wire service*).
- c) Kegiatan foto jurnalistik adalah kegiatan melaporkan berita.
- d) Foto jurnalistik adalah paduan antara foto dan teks foto.
- e) Foto jurnalistik mengacu pada manusia. Manusia merupakan subjek sekaligus pembaca foto jurnalistik.
- f) Foto jurnalistik adalah komunikasi dengan orang banyak (*mass audience*). Ini berarti pesan yang disampaikan harus singkat dan harus segera diterima orang yang beranekaragam.
- g) Foto jurnalistik merupakan hasil kerja editor foto.
- h) Foto jurnalistik adalah memenuhi kebutuhan untuk menyampaikan informasi kepada sesama, sesuai amandemen kebebasan berbicara dan kebebasan pers (*freedom of speech and freedom of press*).¹⁶

¹⁶ Audy Mirza Alwi, *Op.cit*, h.4-5.

Foto jurnalistik masih bisa dibedakan lagi menjadi beberapa kategori. Misalnya pengkategorian sesuai jenis objeknya, contohnya foto olahraga, foto alam, foto fashion, lingkungan, dan lain-lain. Ada juga pengkategorian sesuai dengan bentuk jurnalismenya, contohnya foto berita (*news*), foto *features*, foto reportase, dan lain-lain. Foto jurnalistik tidak hanya dibuat untuk sekedar melengkapi tulisan *features*, berita, dan lain-lain, tetapi juga bisa berdiri sendiri sebagai foto *news*, foto *features*, foto *reporting*, foto esai, dan lain-lain.

Dalam segi pemberitaan, foto jurnalistik dapat terbagi menjadi tiga jenis foto, yaitu:

a) Foto Spot

Foto jurnalistik yang memenuhi kaidah foto spot, adalah foto yang menceritakan kejadian utama suatu peristiwa, seperti halnya hard news pada berita tulis, foto spot bertutur secara lugas. Karena sifatnya yang mudah basi maka harus secepat mungkin untuk dimuat.

b) Features

Foto Features seperti membawa gambaran kehidupan disekeliling kita. Sesuatu yang kadang berupa adonan dari cerita yang dekat dengan berita atau penggalan hidup yang kadang-kadang luput dari penglihatan banyak orang. Foto features pada suatu peristiwa ibarat mata uang yang dilihat dari sisi sebaliknya. Dengan maksud foto features menyampaikan sesuatu di balik kerak peristiwa. Pembaca masa kini

menginginkan kedalaman agar mereka mampu mengetahui dan memahami cerita di balik setiap peristiwa.

c) Foto Stori atau Essai

Foto stori atau esai adalah foto-foto yang terdiri atas lebih dari satu foto, tetapi temanya satu. Foto stori atau esai pembuatannya memerlukan waktu yang cukup lama. Namun keduanya memudahkan fotografer dalam menjelaskan suatu peristiwa dalam beberapa foto, tidak dalam foto tunggal.

Foto jurnalistik dapat berdiri sendiri dan bukan sebagai pelengkap teks, karena gambar foto dapat menjelaskan lebih banyak dibandingkan dengan teks berita. Selain itu, foto dapat menunjukkan keautentikan suatu fakta atau peristiwa. Seperti satu pepatah yang mengatakan bahwa “satu foto dapat menjelaskan lebih dari seribu kata” contohnya seperti foto penyiksaan oleh tentara Israel terhadap penduduk Palestina.

Foto secara langsung dapat merespon orang yang melihatnya tanpa melalui penalaran yang harus diterima oleh otak, kemudian memaknai pesan apa yang disampaikannya sebagai sesuatu yang sangat diperhitungkan dalam media. Fotografi jurnalistik kini telah berada pada jalurnya sebagai suatu peradaban, sebagai salah satu media komunikasi yang ampuh dalam memikat seseorang karena dampak langsung yang dihasilkannya.¹⁷ Aktualitas berita foto menjadi terjaga, tak hilang oleh waktu, karena peristiwa yang terjadi di pelosok dunia

¹⁷ Atok Sugiarto, *Jurnalisme Pejalan Kaki : Kiat Membuat Foto Untuk Laporan Jurnalistik*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2014), h.6.

hanya dengan hitungan menit dapat dengan mudah diakses, diminati, dan dilihat oleh masyarakat di belahan dunia lain menggunakan internet.

Pada foto jurnalistik sebagai pendukung berita, perlu mempertimbangkan tingkat daya dukung foto terhadap pemahaman bagi para pembaca. Maksudnya pemilihan foto yang ditampilkan sebisa mungkin menambah pemahaman bagi para pembaca tentang peristiwa yang diberitakan. Sedangkan fotografi jurnalistik untuk tujuan berita foto, maka bisa digunakan fotografi artistik untuk menghasilkan karya yang bermutu. Foto yang mendokumentasikan kejadian yang diberitakan, seringkali menjadi dokumen penting yang memiliki nilai historis yang tinggi.¹⁸

Menurut Sudjana dan Rivai (2009:74), gambar-gambar foto jurnalistik harus memenuhi persyaratan artistik yang bermutu antara lain: (1) memiliki komposisi yang baik, mengandung arti, gambar tersebut mempunyai pusat perhatian yang jelas sehingga memberikan keseimbangan kepada gambar secara keseluruhan, kedudukan dan arah garis-garis, pemakaian cahaya, bayangan serta pewarnaan; (2) pewarnaan yang efektif, mengandung arti pemakaian warna-warna secara harmonis merupakan ciri kedua dari kualitas suatu gambar; (3) teknik-teknik pemotretan yang unggul akan bernilai lebih dibanding dengan komposisi dan pewarnaan.¹⁹

Foto yang sukses pada sebuah foto jurnalistik tergantung pada persiapan yang matang dan kerja keras bukan pada keberuntungan. Memang tidak bisa

¹⁸ Ahmad Faizin Karimi, *Buku Saku Pedoman Jurnalis Sekolah*, (Gresik: MUHI Press, 2012), h.23.

¹⁹ www.rifanfajrin.com/2015/10/foto-jurnalistik.html?m=1/ diakses pada tanggal 1 November 2018 pukul 11:00 .

dipungkiri bahwa ada foto yang merupakan hasil dari keberuntungan. Akan tetapi seorang jurnalis profesional adalah jurnalis yang melakukan riset terhadap subjek, mampu menentukan peristiwa potensial dan foto seperti apa yang mendukungnya. Itu semua sangat penting mengingat suatu peristiwa yang baik hanya berlangsung sekian detik dan sangat mustahil dapat diulang kembali. Hal inilah yang menjadikan foto tersebut lebih berharga dan bermakna.

Ada beberapa peraturan dan etika dalam menyiarkan foto kepada khalayak publik seperti adanya beberapa hak pokok individu yang dilindungi undang-undang dan hukum yang sangat prinsipal untuk melindungi seseorang, seperti:

- a) Gangguan atas pengambilan foto dimana hak privacy seseorang memang diperlukan.
- b) Penggunaan foto untuk kepentingan sebuah produk tertentu.
- c) Sepihak sehingga menyebabkan seseorang terlihat buruk.
- d) Pengambilan foto yang memang terjadi akan tetapi foto tersebut bersifat pribadi atau bisa memalukan seseorang.²⁰

Dengan adanya batasan-batasan tersebut, maka kita dapat mengetahui kapan kita bisa melakukan pengambilan gambar yang nantinya akan disiarkan kepada publik.

Pada awalnya, foto jurnalistik merupakan sesuatu beban yang cukup berat bagi wartawan foto, karena seorang wartawan foto harus membawa sejumlah alat-alat fotografi untuk melakukan sebuah reportase foto. Seorang wartawan foto juga harus membutuhkan waktu yang cukup lama untuk pemrosesan foto yang yang

²⁰ Anita Tisiah & Sendi Apriko, *Op.Cit.* h.77.

telah didapat sebelum bisa digunakan oleh media cetak. Seperti yang kita ketahui di dalam dunia jurnalistik, kecepatan dalam menyampaikan suatu berita adalah hal yang paling utama.

Foto jurnalistik muncul pertama kali pada senin, 16 April 1877, saat surat kabar harian *The Daily Graphic* di New York memuat gambar yang berisi kebakaran hotel dan salon pada halaman satu. Temuan tersebut menjadi tonggak awal adanya foto jurnalistik pada media cetak yang pada saat itu hanya berupa sketsa.

Di tanah air, fotografi masuk pada tahun 1841 oleh Juriaan Munich, seorang utusan dari kementerian kolonial lewat jalan laut di Batavia. Lalu kita mengenal Kassian Cephas, seorang pribumi anak angkat dari pasangan Belanda dengan foto pertamanya pada Tahun 1875. Sejarah foto jurnalistik Indonesia diwakili oleh kantor berita Domei, surat kabar Asia Raya, dan agensi foto Indonesia Press Photo Service (IPPHOS). Agensi foto IPPHOS didirikan oleh JK Umbas, Alex Mamusung, dan Oscar Ganda pada 2 Oktober 1946 yang didirikan oleh Cartier Bresson, bersama Robert Capa, David Seymour, dan George Rodger.

21

IPPHOS merekam semangat dan pergolakan politik Indonesia dalam upaya mencapai kemerdekaan (1945-1949), karena itulah mengapa foto-foto IPPHOS banyak digunakan sebagai arsip visual sejarah. Pada era revolusi tercatat beberapa fotografer asing memotret penggalan cerita di dalam negeri. Diantaranya adalah Cas Oorthuys dan HENRI-Cartier Bresson. Cas adalah fotografer Belanda berlatar

²¹ Taufan Wijaya, *Loc.Cit.*

arsitek yang datang untuk proyek pengerjaan buku foto. Sedangkan Bresson adalah fotografer kamerad yang pada saat itu berkarya di Magnum.

Perkembangan foto jurnalistik di tanah air semakin konsisten dan berkelanjutan setelah kantor berita *Antara* mendirikan galeri foto jurnalistik antara (GFJA) tahun 1992, galeri pertama yang fokus pada foto jurnalistik. Dengan kelas foto jurnalistiknya itu, *Antara* menjadi katalis lahirnya jurnalis foto muda.

Kini seiring kemajuan teknologi yang semakin canggih, foto jurnalistik mengalami kemajuan yang sangat pesat. Peralatan fotografi yang sederhana, memungkinkan para jurnalis foto dapat menjangkau tempat-tempat yang sulit dan jauh. Kamera dan lensa yang digunakan memungkinkan untuk memotret aksi dan rentetan peristiwa dengan sekejap. Era digital juga mengubah budaya foto jurnalistik dan jurnalis foto. Karena foto jurnalistik lebih mudah untuk diproduksi, dikirim, disiarkan, dan dibagikan untuk khalayak.

Jurnalistik foto di Indonesia semakin berkembang ditengarai karena masyarakat fotografi di tanah air sangat peka terhadap tren foto yang tengah berkembang di dunia. Bisa dilihat dari banyaknya pelatihan-pelatihan mengenai fotografi, dan juga munculnya komunitas-komunitas fotografi tanah air. Foto jurnalistik menjadi suatu aliran foto yang terus diperbincangkan oleh para pegiatnya. Kemajuan fotografi di tanah air juga ditandai dengan banyaknya para jurnalis-jurnalis foto di Indonesia yang menjuarai kontes foto jurnalistik tingkat internasional.

C. Surat Kabar

Sejarah mencatat bahwa produk media cetak telah mengambil peran yang cukup signifikan dalam perkembangan informasi di berbagai aspek kehidupan. Penggunaan mesin cetak. Penggunaan mesin cetak sudah banyak dilakukan untuk berbagai keperluan seperti mencetak buku, surat kabar, katalog, dan lain-lain.

Sekitar tahun 1440, Johannes Gutenberg dari kota Mainz, Jerman telah menemukan mesin cetak. Gutenberg menciptakan sebuah metode pengecoran potongan-potongan huruf di atas campuran logam yang terbuat dari timah. Penemuan Gutenberg dianggap sebagai tonggak penting dalam sejarah. Mesin cetak juga merupakan faktor pendiri dari himpunan ilmuwan yang dengan mudah menceritakan penemuan mereka lewat pendirian jurnal ilmiah yang disebarluaskan secara luas.²²

Penemuan mesin cetak telah membawa perubahan besar di dunia. Sebagai salah satu contoh dalam bidang pendidikan, kita dapat menemukan informasi dan ilmu pengetahuan dari buku. Buku-buku dengan banyak ilmu pengetahuan dan informasi di dalamnya tersebar dengan cepat ke seluruh penjuru dunia berkat adanya mesin cetak.

Surat kabar adalah lembaran tercetak yang memuat laporan yang terjadi di masyarakat dengan ciri-ciri terbit secara periodik, bersifat umum, dan isinya termasa dan aktual mengenai apa saja dan dimana saja di seluruh dunia untuk diketahui pembaca.²³

Surat kabar merupakan salah satu media massa cetak. Isi utama dalam media massa cetak adalah berita. Surat kabar menyajikan berbagai jenis informasi

²² Budi Eko Susanto, *Menjadi Desainer yang Mengerti Media Cetak*, (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2015), h.2.

²³ Onong Uchjana, *Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: Rosdakarya, 1993), h.123.

dari segala aspek bidang kehidupan masyarakat. Hal ini dikarenakan masyarakat sangat membutuhkan informasi terhadap apa yang mereka perlukan.

Kebutuhan masyarakat bukan hanya kebutuhan primer dan sekunder saja, tetapi ada kebutuhan lain yang saat ini menjadi kebutuhan yang harus dipenuhi oleh masyarakat yaitu kebutuhan akan informasi.

Melalui pers, semua informasi dapat disebarkan secara efektif dan efisien dapat menjangkau seluruh pelosok dunia bahkan tanpa batas geografis, kepada ratusan juta umat manusia yang menjadi audience pada saat yang sama.²⁴ Karena informasi dapat disebarkan secara efektif, luas, dan cepat melalui pers. Masyarakat tidak akan kesulitan untuk mendapatkan informasi tersebut, mereka hanya tinggal melihat program berita yang ada di televisi atau koran, maka mereka akan dengan mudah mendapatkan informasi yang mereka cari.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) surat kabar adalah lembaran-lembaran kertas bertuliskan berita dan sebagainya. Menurut Onong Uchjana Effendy, surat kabar adalah lembaran tercetak yang memuat laporan yang terjadi pada masyarakat, dengan ciri-ciri terbit secara periodik, bersifat umum, isinya termasa atau aktual, mengenai apa saja dan dari mana saja di seluruh dunia, yang mengandung nilai-nilai untuk diketahui khalayak pembaca.²⁵

Surat kabar dapat dibedakan berdasarkan periode terbit, ukuran, dan sifat penerbitan. Dalam segi periode terbit surat kabar dapat dibedakan atas dua jenis, yaitu surat kabar harian dan mingguan. Surat kabar harian adalah surat kabar yang terbit setiap hari, sedangkan surat kabar mingguan adalah surat kabar yang terbit

²⁴ Prija Djatmika, *Strategi Sukses Berhubungan dengan Pers dan Aspek-aspek Hukumnya*, (Malang: Bayumedia, 2004), h.1.

²⁵ Onong Uchjana Effendy, *Kamus Komunikasi*, (Bandung: Mandar Maju, 1989), h.241.

satu kali dalam seminggu. Dari segi ukuran ada yang terbit dalam bentuk plano dan ada juga yang berbentuk tabloid. Sedangkan pada isinya dapat dibedakan menjadi dua, yaitu surat kabar yang bersifat umum dan surat kabar yang bersifat khusus.. Surat kabar umum terdiri atas berbagai informasi yang ditujukan untuk masyarakat umum, sedangkan surat kabar yang berifat khusus, memiliki ciri khas isi dan pembaca tertentu, misalnya surat kabar untuk pedesaan atau surat kabar untuk wanita.²⁶

Menurut Sumadiria (2008:35), surat kabar memiliki lima ciri spesifik, yaitu:

a) Perioditas

Artinya pers harus terbit secara teratur, periodik yaitu misalnya setiap hari, satu minggu sekali, atau satu bulan sekali. Pers yang tidak terbit secara periodik biasanya sedang menghadapi masalah manajemen, seperti konflik financial, konflik internal, atau kehabisan modal.

b) Publisitas

Artinya pers ditujukan kepada khalayak secara umum yang sangat heterogen yang menunjuk pada dua dimensi, yaitu dimensi geografis dan psikologis. Geografis menunjuk pada data administrasi kependudukan, seperti jenis kelamin, usia, kelompok, agama, suku bangsa, tingkat pendidikan, status perkawinan, tempat tinggal, atau profesi perolehan pendapat. Sedangkan psikologis merujuk pada karakter, sifat kepribadian, kebiasaan serta adat istiadat.

²⁶ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), h.127.

c) Aktualitas

Artinya informasi apapun yang diberikan media pers harus mengandung unsur kebaruan, menunjuk pada peristiwa yang benar-benar baru terjadi atau yang sedang terjadi.

d) Universalitas

Berkaitan dengan kesemestaan pers dilihat dari sumbernya dan keanekaragaman materi isinya. Dilihat dari sumbernya, yaitu berbagai peristiwa yang dilaporkan pers berasal dari empat penjuru mata angin yaitu Barat, Timur, Utara, dan Selatan. Dilihat dari materi isinya pers terdiri dari aneka macam yang mencakup tiga kelompok besar, yaitu berita (news), kelompok opini (views), dan kelompok iklan (advertising).

e) Objektivitas

Merupakan nilai dari etika moral yang harus dipegang oleh surat kabar dalam menjalankan profesi jurnalistiknya. Setiap berita yang disuguhkan harus dapat dipercaya dan menarik perhatian khalayak pembaca, tidak mengganggu perasaan dan pendapat mereka. Karena surat kabar yang baik harus dapat menyajikan hal-hal yang faktual, apa adanya, sehingga kebenaran dari isi berita yang disampaikan tidak menimbulkan tanda tanya dari para pembaca.²⁷

Bahasa yang digunakan dalam suatu berita pada surat kabar termasuk dalam kategori bahasa transaksional yang memiliki karakteristik dan lebih

²⁷ A.S Haris Sumadiria, *Op.Cit.* h.36-38.

berorientasi pada penyampaian pesan secara efektif. Ditinjau dari segi ragam bahasa, bahasa berita merupakan bagian dari bahasa jurnalistik (*language of mass communication*), yaitu gaya bahasa yang digunakan dalam tulisan di media massa, termasuk surat kabar. Ditinjau dari sifatnya, bahasa jurnalistik dapat dibagi menjadi dua: (a) komunikatif; dan (b) spesifik. Komunikatif artinya langsung menjamah materi atau ke pokok persoalan (*straight to the point*), tidak berbunгаа-bunгаа, tidak bertele-tele, dan tanpa basa-basi. Spesifik artinya mempunyai gaya penulisan tersendiri, yakni sederhana, kalimatnya pendek-pendek, kata-katanya jelas, dan mudah dimengerti oleh kalangan awam (massa).²⁸

D. Berita Kriminal

1. Pengertian Berita

²⁸ Aris Badara, “*Analisis Wacana: Teori, Metode, dan Penerapannya Pada Wacana Media*”, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), h.24.

Istilah “berita” dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia memiliki arti cerita atau keterangan mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat.²⁹ Menurut Sumadiria ada beberapa definisi berita, diantaranya yaitu:³⁰

- a) Paul De Massener dalam buku *Here's The News: Unesco Assosiate* menyatakan news atau berita adalah sebuah informasi yang penting dan menarik serta minat khalayak pendengar.
- b) Charles dan James M. Neal menuturkan berita adalah laporan tentang suatu peristiwa, opini kecenderungan, situasi, kondisi, interpretasi yang penting, menarik, masih baru dan harus secepatnya disampaikan kepada khalayak.
- c) Dean M Lyle Spencer mendefinisikan berita sebagai suatu kenyataan atau ide yang benar dan dapat menarik perhatian sebagian besar pembaca.
- d) Djafar Assegaf mengartikan berita dalam definisi jurnalistik, berita adalah laporan tentang fakta atau ide yang termasa, yang dipilih oleh staff redaksi suatu harian untuk disiarkan, yang dapat menarik perhatian pembaca, entah karena dia luar biasa, entah karena penting atau akibatnya, entah pula karena dia mencakup segi-segi human interest seperti humor, emosi, dan ketegangan.
- e) Williard C. Bleyer dalam *Newspaper Writing and Editing* menulis, berita adalah sesuatu yang termasa yang dipilih oleh wartawan untuk

²⁹ Depdiknas, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), h. 40.

³⁰ Haris Sumadiria, *Jurnalistik Indonesia: Menulis Berita dan Feature*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2006), h.64-65.

dimuat dalam surat kabar, karena dia menarik minat atau mempunyai makna bagi pembaca.

- f) William S. Maulsby dalam *Getting the News* menegaskan berita bisa didefinisikan sebagai suatu penuturan secara benar dan tidak memihak dari fakta-fakta yang mempunyai arti penting dan baru terjadi, yang dapat menarik perhatian para pembaca surat kabar yang memuat berita tersebut.

Secara normatif, berita merupakan fakta atau peristiwa yang terjadi di lapangan. Fakta itu diliput, ditulis, dan diedit oleh jurnalis, baru kemudian disebarluaskan melalui media masa. Karakteristik yang menonjol ialah berita bukanlah hasil karya sentuhan tangan satu wartawan saja, tetapi beberapa wartawan yang bekerja sama secara berjenjang. Adapula redaktur yang mengedit berita di kantor redaksi media.³¹

Secara mendasar, karena berita merupakan informasi yang dibaca oleh banyak orang, maka informasinya harus benar, menarik, dan penting. Tidak semua peristiwa layak diangkat menjadi berita. Namun banyak sekali fenomena sederhana di masyarakat yang layak menjadi berita. Dari sebuah peristiwa yang sedang berjalan, seorang jurnalis harus bisa menangkap fenomena di masyarakat dengan angle yang terbaik.

Selain itu, berita juga harus independen. Berita secara substantif jelas bukan iklan, dan proses penyampaiannya melalui medium media berita yang

³¹ M. Fikri AR, *Jurnalisme Kontekstual: Rahasia Menjadi Jurnalis di Era New Media*, (Malang: UB Press, 2016), h.115.

secara aktif dan reguler mendiseminasikan informasi faktual dan aktual kepada masyarakat. Dengan kesejatan ini, berita sangat mungkin memiliki konsekuensi dan dampak di masyarakat, terutama dalam relasinya dengan pihak pemerintah. Bagi masyarakat secara umum, berita menjadi sumber informasi terbaru, akurat, dan terpenting setiap hari.³²

2. Kriminal

Secara harfiah, kriminalitas berasal dari bahasa Inggris yaitu *criminality*. *Criminality* berasal dari bahasa Latin “*crimen*” yang memiliki arti kejahatan. Dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, kriminalitas sama artinya dengan kejahatan (pelanggaran yang dapat dihukum) yaitu perkara kejahatan yang dapat dihukum menurut Undang-undang dan perbuatan yang melanggar hukum pidana.³³

Pelaku kriminalitas disebut dengan seorang kriminal yang acapkali tidak asing terdengar di telinga adalah pencuri, pembunuh, perampok, atau pemerkosa. Sifat dari hukum ialah memaksa dan dapat dipaksakan yang bertujuan untuk memberi efek jera kepada si pelaku kriminal.

Pengertian kriminalitas menurut beberapa ahli yaitu:³⁴

a) R. Susilo

Secara sosiologis mengartikan kriminalitas adalah sebagai perbuatan atau tingkah laku yang selain merugikan penderitaan atau korban juga

³² M. Fikri AR, *Ibid.*, h.116.

³³ W.J.S Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2014), h.620.

³⁴ Amrizal Siagian, *Pengantar Studi Kriminolog*, (Jakarta: UIN Press, 2013), h.24.

sangat merugikan masyarakat yaitu berupa hilangnya keseimbangan, ketentraman, dan ketertiban.

b) M.v.T

Kriminalitas merupakan perbuatan yang meskipun tidak ditentukan di Undang-undang, sebagai perbuatan pidana, telah dirasakan sebagai onrecht sebagai perbuatan yang bertentangan dengan tata hukum.

c) Dr. J.E Sahetapy dan B. Mardjono Reksodipuro

Kriminalitas adalah setiap perbuatan yang dilarang oleh hukum politik untuk melindungi masyarakat dan diberi sanksi berupa pidana oleh Negara. Perbuatan tersebut dihukum karena melanggar norma-norma sosial masyarakat, yaitu adanya tingkah laku yang patut dari seorang warga negaranya.

Jadi dapat disimpulkan bahwa berita kriminal adalah laporan aktual berupa fakta, peristiwa, dan pendapat mengenai tindakan kejahatan atau kriminal yang dilakukan seseorang atau kelompok serta melanggar aturan hukum yang ditetapkan.