



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB II

### KERANGKA TEORI

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang yang pertama adalah penelitian yang disusun pada tahun 2011 oleh Khairil Hanan Lubis mahasiswa, dari Universitas Sumatera Utara dengan judul penelitiannya “KOMPENSASI WARTAWAN DAN INDEPENDENSI (Studi deskriptif tentang peranan kompensasi wartawan terhadap independensi anggota Aliansi Jurnalis Independen cabang Medan)”.

Penelitian yang dibuat oleh Khairil ini bertujuan untuk mengetahui kompensasi yang diterima wartawan dan sejauh mana tingkat independensi wartawan yang terdaftar sebagai anggota Aliansi Jurnalis Independen cabang Medan dalam mengonstruksi suatu berita.

Penelitian Khairil menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Selain itu dalam penelitiannya Khairil menggunakan teori Atribusi untuk melihat motif yang mendasari perilaku seseorang. Teknik penelitian yang digunakannya adalah teknik penelitian *snowball*, di mana informan pertama diminta untuk menunjuk sendiri informan berikutnya dan seterusnya. Yang menjadi subjek dalam dalam penelitiannya adalah wartawan Aliansi Jurnalis Independen cabang Medan yang seluruhnya berjumlah 45 orang.

Hasil penelitian dari penelitian Khairil adalah, jumlah kompensasi yang diterima oleh wartawan dari perusahaan media tempat wartawan tersebut bekerja memiliki peranan penting terhadap Independensi wartawan dalam membuat berita.

Hal ini membuat para wartawan melakukan berbagai cara untuk memenuhi kebutuhan hidupnya seperti memiliki kerja sampingan dan menerima “pemberian” dari narasumber.

Dalam hasil penelitiannya, Khairul menjelaskan bahwa dengan menjalankan pekerjaan sampingan atau berprofesi ganda, sangat rentan mempengaruhi kinerja profesional wartawan dalam menulis berita. Beberapa respondennya dari hasil wawancara juga menjelaskan bahwa hal demikian sudah kerap kali terjadi, dikarenakan kompensasi yang diberikan oleh perusahaan yang dirasa tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan.

Penelitian terdahulu berikutnya dibuat oleh Apriliyanti, dari Universitas Padjadjaran pada tahun 2009 dengan judul “ PRAKTIK PEMBERIAN AMPLOP OLEH HUMAS PEMERINTAH KOTA BANDUNG DAN HUMAS PT TELEKOMUNIKASI BANDUNG KEPADA WARTAWAN. Dengan subjudul, Studi Kasus Mengenai Praktik Pemberian "Amplop" Pada Peringatan ke 63 Bandung Lautan Api (24 Maret 2009) dan Perayaan Ulang Tahun ke 9 Serikat Karyawan PT Telekomunikasi Bandung (3 Maret 2009).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penyebab praktik pemberian "amplop" di Pemkot Bandung & PT Telkom Bandung bisa terjadi, bagaimana bentuk-bentuk "amplop" yang diberikan, dan bagaimana pemaknaan wartawan terhadap praktik "amplop" berkaitan dengan pekerjaan mereka yang harusnya profesional.

Metode penelitian yang digunakan adalah Kualitatif dengan pendekatan Studi Kasus. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara

mendalam, observasi partisipatif, studi kepustakaan, investigasi, serta rekaman arsip.

Hasil penelitian yang dilakukan Apriliyanti adalah penjelasan faktor-faktor yang menyebabkan adanya praktik pemberian "amplop" di Pemkot Bandung dan Telkom Bandung adalah karena adanya keinginan untuk mendapatkan citra baik dari masyarakat, tersedianya anggaran yang di ambil dari APBD dan kas Telkom, keinginan untuk membina Press Relation, keinginan untuk membantu perekonomian wartawan, dan untuk menjaga keselamatan dari ancaman wartawan yang tidak bertanggungjawab.

Bentuk-bentuk "amplop" yang diberikan oleh Humas Pemkot Bandung kepada wartawan di antaranya berupa uang transportasi, uang berita, THR dan bingkisan lebaran, dan souvenir. Sedangkan di Telkom Bandung bentuk "amplop" yang diberikan kepada wartawan di antaranya berupa uang transportasi, uang berita, souvenir, THR dan bingkisan lebaran, kado pernikahan atau kado ulang tahun, dan Press Trip.

Wartawan Pemkot Bandung dan Telkom Bandung memaknai apa yang mereka terima bukan termasuk dalam kategori "amplop". Mereka menganggap itu sudah merupakan hak mereka, dan harus diterima karena pamali kalau harus menolak rejeki. Namun, ada sebagian wartawan juga yang benar-benar anti menerima pemberian tersebut, dan dengan gamblang menyebutkan bahwa segala bentuk pemberian itu termasuk dalam kategori "amplop".

Penelitian Apriliyanti memiliki kesamaan tema dengan penelitian yang sedang dilakukan penulis yaitu mengenai wartawan amplop. Namun memiliki

perbedaan pada objek penelitian dan metode penelitiannya. Selain itu Apriliyanti membahas tentang bagaimana praktik amplop itu sendiri berlangsung serta apa saja faktor atau pemicu dari praktik amplop itu sendiri dan tidak meneliti keobjektivitasan pemberitaan akibat amplop yang diberikan kepada para wartawan. Sedangkan penelitian peneliti lebih membahas tentang konten dari pemberitaan wartawan yang menerima amplop dengan cara menganalisis isi beritanya untuk melihat objektivitas atau tidaknya berita yang dibuat oleh para wartawan penerima amplop.

## **2.2 Wartawan dan Kode Etik Profesi Jurnalistik Tentang Amplop**

### **2.2.1 Pengertian Wartawan**

Menurut KBBI Wartawan adalah orang yang pekerjaannya mencari dan menyusun berita untuk dimuat dalam surat kabar, majalah, radio, dan televisi; juru warta; jurnalis.

Dalam Undang-undang No 11. Tahun 1996 Pasal 1 dan 3 disebutkan bahwa kewartawanan ialah pekerjaan atau kegiatan atau usaha yang berhubungan dengan pengumpulan, pengolahan, dan penyiaran dalam bentuk fakta, pendapat, ulasan, gambar-gambar, dan lain lain untuk perusahaan tv, radio dan film. (Anneahira, 2013)

Dari definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa wartawan adalah orang yang pekerjaannya mencari, mengumpulkan, memilih, mengolah berita. Kemudian menyajikan berita tersebut kepada masyarakat luas melalui media massa, seperti media online maupun media konvensional.

Dalam melaksanakan tugasnya sebagai wartawan, adapun metode yang digunakan oleh wartawan saat bertugas di lapangan, yaitu :

1. Wawancara

Wawancara pada prinsipnya adalah bertanya, menanyakan sesuatu hal. Bertanya adalah senjata seorang jurnalis.

2. Reportase

Reportase adalah observasi atau meliput yang tak terkatakan (yang terlihat, yang berbau, yang terasa). Reportase tidak sekedar menggali informasi dari sumber wawancara, tetapi juga mencari fakta-fakta dengan memanfaatkan panca indera.

### 2.2.2 Etika Normatif Jurnalistik

Media massa mempunyai pengaruh yang besar untuk mempengaruhi masyarakat dengan berita atau pesan-pesan yang disampaikannya. Oleh karena itu, tidak heran banyak pihak yang membutuhkan media massa, baik untuk dikonsumsi dan juga sebagai penyebar pesan-pesan ke masyarakat luas. Dengan membahas media massa, tentunya hal ini berkaitan dengan kegiatan atau pekerjaan wartawan.

Dalam penulisan berita di media massa, Wartawan dituntut untuk melaporkan sebuah fakta objektif dan dituntut untuk mengikuti kaidah etika dalam menginterpretasikan realitas sosial tersebut. Dalam aktivitasnya, seorang wartawan berpegang pada perannya sebagai seorang

jurnalis dan nilai-nilai ideal yang tak lepas dari peran jurnalistik di dalamnya.

Menurut KBBI Etika adalah ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak serta kewajiban moral (akhlak). Etika juga merupakan ilmu yang menyelidiki tingkah laku moral dalam setiap profesi kerja (Bertens, 2001, h.15).

Etika dapat dijadikan pedoman dalam kerja wartawan untuk menentukan tentang apa yang harus ia lakukan. Interaksi dari tuntutan yang bersifat normatif ini akan berlangsung dalam praksis kerja jurnalisme (Siregar, 1998, h,11).

Etika normatif jurnalistik adalah panduan moral dengan melibatkan penilaian kritis jurnalis sebagai pedoman dalam merumuskan prinsip-prinsip etis di balik alasan dan tindakannya agar dapat dipertanggungjawabkan secara rasional dalam praktek-praktek jurnalistiknya.

Pertanyaan yang kemudian muncul adalah apakah etika normatif jurnalistik ini harus dipenuhi oleh wartawan. Jika melihat dari perspektif deontologi, maka jawabannya adalah “ya”, sebab etika normatif yang telah dirumuskan tadi menjadi seperti sebuah keharusan untuk dilakukan oleh mereka yang bekerja sebagai wartawan.

Menurut teori deontologi, sebuah perbuatan dikategorikan sebagai sesuatu yang benar jika perbuatan tersebut sesuai dengan peraturan atau norma yang berlaku. Deontologi berasal dari kata *deon* dari Bahasa

Yunani yang artinya tugas atau apa yang harus diselesaikan (Ward, 2011, h.40-41).

Teori deontologi juga sering disebut sebagai teori *non-consequential*, di mana sebuah perbuatan terhitung baik bukan dilihat dari konsekuensi perbuatan tersebut, melainkan dari motif perbuatannya. Meskipun misalnya suatu perbuatan memiliki konsekuensi yang negatif, tapi jika perbuatan tersebut sesuai dengan peraturan atau norma yang ada, maka dari perspektif deontologi, perbuatan tersebut tetap dikategorikan sebagai perbuatan yang memiliki nilai baik.

Maka, kembali lagi, jika dilihat dari perspektif deontologi, pertama-tama seorang wartawan harus mampu menerapkan etika normatif jurnalistik dalam kesehariannya meliputi, menulis, serta menyebarkan berita secara objektif. Hal ini disebabkan karena dari perspektif deontologi, yang pertama dilihat untuk menentukan tingkat moralitas suatu perbuatan adalah dipenuhi atau tidaknya peraturan, norma, serta etika yang berlaku dan kemudian menjadi keharusan bagi seseorang untuk dilakukan.

Etika normatif jurnalistik menurut perspektif deontologi harus dipenuhi oleh setiap wartawan sebagai landasan moralnya dalam menjalankan tugas yang kemudian dituangkan dalam kode etik profesi oleh sejumlah organisasi wartawan.

### 2.2.3 Kode Etik Profesi Wartawan tentang Amplop

Pelarangan terkait penerimaan amplop di kalangan wartawan diatur dalam sejumlah kode etik. Kode etik dibutuhkan selain untuk landasan moral juga untuk etika profesi, sebagai pedoman operasional dalam menjaga kepercayaan publik dan menegakkan integritas serta profesionalisme.

Atas dasar itu, wartawan Indonesia menetapkan dan menaati Kode Etik Jurnalistik menurut KEWI :

#### Pasal 1

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

#### Pasal 2

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

Cara-cara yang profesional adalah:

- a. menunjukkan identitas diri kepada narasumber;
- b. menghormati hak privasi;
- c. tidak menyuap;
- d. menghasilkan berita yang faktual dan jelas sumbernya;
- e. rekayasa pengambilan dan pemuatan atau penyiaran gambar, foto, suara dilengkapi dengan keterangan tentang sumber dan ditampilkan secara berimbang;
- f. menghormati pengalaman traumatik narasumber dalam penyajian gambar, foto, suara;

- g. tidak melakukan plagiat, termasuk menyatakan hasil liputan wartawan lain sebagai karya sendiri;
- h. penggunaan cara-cara tertentu dapat dipertimbangkan untuk peliputan berita investigasi bagi kepentingan publik.

#### Pasal 3

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

#### Pasal 4

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

#### Pasal 5

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

#### Pasal 6

Wartawan Indonesia tidak menyalahgunakan profesi dan tidak menerima suap.

#### 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.

#### 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.

#### Pasal 9

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

#### 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.

#### Pasal 11

Wartawan Indonesia melayani hak jawab dan hak koreksi secara proporsional.

Dapat dilihat dari kode etik yang disusun oleh 29 organisasi wartawan maupun organisasi perusahaan pers Indonesia di pasal 6, bahwa penyalahgunaan profesi atau suap tidak diperkenankan.

Selain itu, larangan menerima suap dalam bentuk apapun diperjelas dalam kode etik jurnalistik PWI (Persatuan Wartawan Indonesia) dalam bab 1 (satu) mengenai “Kepribadian dan Integritas” pasal 4 yang

menyebutkan “Wartawan Indonesia menolak imbalan yang dapat mempengaruhi objektivitas pemberitaan”.

Larangan menerima imbalan lebih dipertegas lagi oleh kode etik jurnalistik AJI (Aliansi Jurnalis Independen) di pasal 9 yang menyebutkan “Jurnalis dilarang menerima sogokan”.

Kode Etik adalah peraturan moral, atau pedoman dari tingkah laku yang membantu aksi personal dalam situasi khusus. Dalam konteks jurnalistik, kode etik memegang peranan yang sangat penting dalam dunia pers. Sebagai pedoman nilai-nilai profesi kewartawan, Kode Etik Jurnalistik wajib dipahami dan dilaksanakan oleh wartawan. Penataan dan pelaksanaan Kode Etik Jurnalistik juga merupakan wujud dari profesionalisme pers.

Menurut Alwi Dahlan (2005) yang dikutip Sukardi (2007, h.25), keberadaan kode etik setidaknya-tidaknya memiliki lima manfaat:

- a. Melindungi keberadaan seorang profesional dalam berkiprah di bidangnya;
- b. Melindungi masyarakat dari malpraktik oleh praktisi yang kurang profesional;
- c. Mendorong persaingan sehat antar praktisi;
- d. Mencegah kecurangan antar rekan profesi; dan
- e. Mencegah manipulasi informasi oleh narasumber

## 2.3 Wartawan Amplop dan Objektivitas Pemberitaan

### 2.3.1 Wartawan Amplop

Mengapa sejumlah organisasi kewartawan melaran adanya praktik suap? Hal ini dikarenakan hadiah seperti perlakuan istimewa, biaya perjalanan dan lain sebagainya yang diberikan oleh narasumber, dikhawatirkan dapat mempengaruhi objektivitas pemberitaan. Oleh karena itu itu sebagai seorang jurnalis harus berani untuk menolaknya.

Adapaun yang berpendapat bahwa pemberian dari narasumber tidak akan mempengaruhi objektivitas pemberitaan. Namun dengan menerima pemberian seperti amplop misalnya, dapat membuat orang lain akan merendahkan profesi terpuji ini.

Menurut Abdullah (2000), amplop sendiri dibagi menjadi dua jenis yaitu:

1. Amplop sebagai suap

Amplop ini diberikan oleh narasumber atau orang yang memiliki kepentingan kepada wartawan dengan tujuan agar wartawan tidak menulis berita yang dikonfirmasikannya, karena biasanya orang atau lembaga yang didatangi wartawan ini memiliki masalah yang jika diberitakan dikhawatirkan bisa mengganggu kedudukan atauh goyahnya lembaga atau perusahaan ini.

## 2. Amplop sebagai uang transportasi

Amplop ini biasanya diberikan oleh seseorang atau lembaga humas yang mengundang wartawan dan diberikan kepada secara sukarela serta sudah dianggarkan dalam kepanitiaan sebagai pengganti bensin atau ongkos pulang wartawan.

Dari kedua jenis amplop tersebut, apapun motifnya, tidak semua wartawan mau menerimanya. Penolakan yang dilakukan wartawan disebabkan oleh adanya pengertian amplop sebagai suap yang berkonotasi negatif. Selain itu, bagaimanapun cara pemberian amplop dilakukan, para pelaksana jumpa pers biasanya sangat berharap banyak agar informasi dalam jumpa pers ini dimuat atau ditayangkan dalam media si wartawan. (Abdullah, 2000, h.47).

Dalam kode etik jurnalistik menerima amplop jelas dilarang untuk dilakukan oleh wartawan, namun meski melanggar kode etik jurnalistik, fenomena tersebut seringkali terjadi. Dalam interaksi wartawan dengan narasumber khususnya pemerintah, budaya 'amplop' berlangsung bahkan kian dilembagakan atau dianggap wajar diterima sebagai 'hak' wartawan bukan 'pemberian' yang berpotensi mengubur independensi wartawan, (Masduki, 2003, h.86).

Budaya amplop ini susah dihilangkan, dikarenakan kebutuhan wartawan akan uang serta kepentingan narasumber atau institusi agar berita yang disiarkan bagian baik-baiknya saja. Wartawan "amplop" pada umumnya melanda media massa yang belum bisa menggaji wartawannya

cukup. Wartawan yang melakukan tindakan tercela seperti ini tidak bias independen dari narasumber (Nurudin, 2009, h.10).

Banyak pergunjungan diperbolehkan atau tidaknya wartawan menerima amplop, dengan berbagai syarat. Namun di Jakarta sendiri dari tim Aliansi Jurnalistik Independen (AJI) menyatakan ketidaksetujuannya dengan penerimaan amplop oleh wartawan dengan alasan apapun. Hal ini dapat dilihat jelas dari buku yang dikeluarkan oleh AJI Jakarta yang berjudul Pedoman Prilaku Jurnalis, yang diterbitkan AJI sendiri tahun 2014.

Dalam subjudul uang, fasilitas dan Hadiah, AJI menyatakan dalam bukunya dengan sangat detil dan jelas bahwa:

1. Jurnalis tidak boleh menerima uang dalam bentuk apa pun (tunai, cek, giro, transfer melalui bank, atau berbentuk asuransi) dari sumber berita.
2. Jurnalis tidak menerima pemberian dari sumber berita berupa barang atau sesuatu yang senilai barang, di atas Rp 100 ribu.
3. Jurnalis sebisa mungkin yang membayar biaya ketika menjamu sumber berita (termasuk para pejabat pemerintah) atau ketika melakukan perjalanan untuk meliput mereka. Sebisa mungkin, jurnalis harus menyarankan pertemuan untuk wawancara di tempat di mana perusahaan media dapat membayarnya. Dalam beberapa situasi tertentu, menerima jamuan makan atau minum mungkin tak terhindarkan. Sebagai contoh, jurnalis tidak perlu

menolak setiap undangan wawancara dari seorang eksekutif dalam jamuan makan siang di ruang makan pribadi korporasi, di mana tak mungkin reporter tersebut dapat membayar makanannya.

4. Jurnalis sebaiknya tidak menerima uang transportasi dan penginapan gratis atau diskon, kecuali dalam keadaan terdesak. Misalnya ketika mengikuti ekspedisi militer atau ekspedisi ilmiah yang apabila dilakukan pengaturan secara pribadi malah tidak praktis. Contoh lain adalah mengikuti penerbangan dengan pesawat milik perusahaan tertentu, ketika seorang eksekutif yang ingin diwawancarai terbang di dalam pesawat itu juga. Jurnalis harus berkonsultasi dengan atasannya ketika menghadapi keadaan tertentu seperti ini.

5. Jurnalis yang mengulas pertunjukan seni atau atletik atau aktivitas lainnya di mana biaya masuknya tidak gratis, boleh menerima kartu bebas masuk (untuk pers) atau tiket, yang lazimnya disediakan. Tapi ia tidak boleh membawa orang lain untuk bisa menerima tiket gratis serupa.

6. Jurnalis dilarang menerima hadiah, tiket, diskon, penggantian biaya atau insentif lain dari seseorang atau perusahaan atau organisasi yang diberitakan atau mungkin diberitakan. Pengecualian dapat diberikan untuk souvenir yang tidak bisa dijual lagi dengan nilai nominal di bawah Rp 100 ribu.

7. Jurnalis tidak boleh menerima pekerjaan atau kompensasi dalam bentuk apa pun dari seseorang atau sebuah organisasi yang muncul atau akan muncul dalam pemberitaan yang mereka liput, edit, tangani, atau awasi.

8. Jurnalis tidak diperbolehkan menerima apa pun yang dapat ditafsirkan sebagai pembayaran untuk mendapatkan pemberitaan yang baik atau bujukan untuk mengubah isi liputan yang tak menguntungkan narasumber.

9. Jurnalis dapat menerima hadiah atau diskon yang itu tersedia untuk masyarakat umum. Ia juga dibolehkan menerima diskon dari perusahaan tempatnya bekerja atau menerima tiket masuk gratis atau pelayanan lain yang memang diperuntukkan bagi semua karyawan perusahaan media itu.

10. Jurnalis harus menyadari bahwa diskon besar dapat menciptakan kesan keberpihakan, terutama ketika media mereka meliput perusahaan atau industri yang menawarkan diskon tersebut. Misalnya, sebuah perusahaan properti menawarkan diskon kepada karyawan perusahaan media. Jika ada diskon seperti itu yang akhirnya menimbulkan keraguan, jurnalis harus bertanya kepada atasannya atau organisasi profesi sebelum menerima diskon itu (AJI, 2014, h.16-18).

Hal ini disarankan untuk dipatuhi oleh wartawan atau jurnalis dalam melaksanakan tugas atau pekerjaan mulianya tersebut agar tidak

mengganggu independensi wartawan tersebut. Sikap Independen diperlukan oleh wartawan agar tidak muncul adanya konflik kepentingan (*conflict of interest*).

### 2.3.2 Objektivitas Berita

Jurnalis yang berhati-hati soal isu etika, pasti mengatakan “tidak” kepada amplop. Sebab, meski dengan kadar yang beragam, sesuatu yang diberikan oleh sumber yang diberitakan, atau yang berpotensi diberitakan, pada suatu waktu akan berdampak atas “independensi” sikap dan karya jurnalistik si wartawan (AJI, 2014, h.54).

Terganggunya independensi wartawan bisa berdampak pada objektivitas berita yang dibuatnya.

Berita, Menurut Suhandang (2004, h.103-104) adalah laporan atau pemberitahuan tentang segala peristiwa aktual yang menarik perhatian orang banyak, menurut macamnya, berita dapat dikategorikan menjadi dua macam yaitu :

1. Berita langsung

Berita Langsung adalah berita yang hanya menyampaikan fakta utama saja.

2. Berita tidak langsung

Berita tidak langsung merupakan berita yang penyampaian informasinya dilakukan secara tidak langsung, dalam arti tidak langsung mengemukakan faktanya, melainkan

membangun fakta itu sehingga menarik perhatian atau menimbulkan minat untuk pembaca.

Selain itu berita juga memiliki nilai berita atau *news worthiness* :

1. *Signifikansi* (penting), yaitu peristiwa yang berkemungkinan mempengaruhi kehidupan orang banyak, atau kejadian yang mempunyai akibat terhadap kehidupan pembaca. Sehingga, kejadian tersebut dianggap penting oleh pembacanya.
2. *Magnitude* (besar), yaitu kejadian yang menyangkut angka-angka berarti bagi kehidupan orang banyak, atau kejadian yang berakibat bisa dijumlahkan dan angka yang menarik bagi pembaca.
3. *Prominance* (tenar), yaitu menyangkut hal-hal yang terkenal atau sangat dikenal pembaca, seperti orang atau benda.
4. *Timeliness* (waktu), yaitu kejadian yang menyangkut hal-hal yang baru terjadi atau baru dikemukakan.
5. *Proximity* (kedekatan), yaitu kejadian yang dekat dengan pembaca, kedekatan bisa secara geografis maupun emosional (psikografis). (Siregar, 1994, h.82)

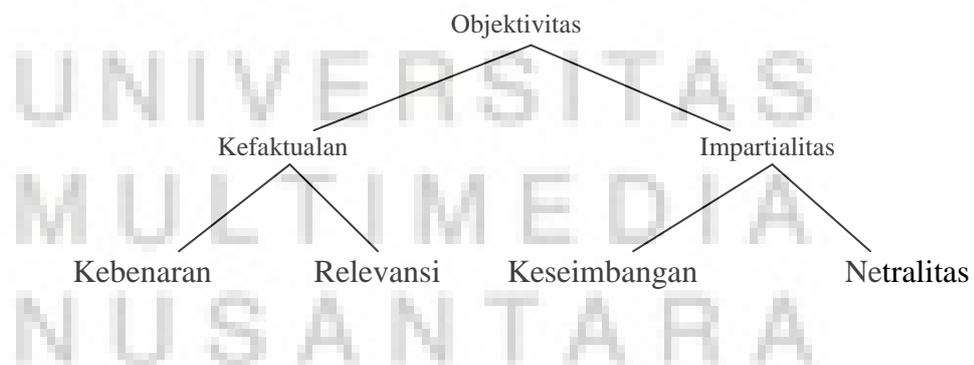
Dan objektifitas pemberitaan menurut Feliza dalam buku “Tanya Jawab Pers” adalah :

Tidak mencari keuntungan sama sekali, dimana wartawan berkewajiban untuk dapat menyiarkan berita kepada khalayak secara terus terang sepenuhnya, dengan tidak mempertimbangkan suatu kepentingan pihak manapun juga. Jadi wartawan harus menyebutkan dua kenyataan (dari dua pihak yang saling berlawanan) secara berdampingan di dalam berita dengan tidak memberikan kesimpulan sendiri (Feliza, 1982, h.17).

Dari ulasan di atas dapat disimpulkan bahwa sikap independensi harus dimiliki oleh wartawan dalam menulis beritanya agar tetap objektif. Semua wartawan dari media manapun termasuk media online harus menggunakan prinsip objektivitas dalam pemberitaannya. Maksudnya mereka wajib menyiarkan berita kepada masyarakat secara jujur, tidak memihak, tidak terpengaruh oleh kepentingan apapun.

Adapun prinsip objektivitas menurut Westerthal, sebagaimana dikutip Denis McQuail (1992, h,183) yang ditampilkan dalam skema berikut:

**Skema 2.1 Prinsip Objektivitas**



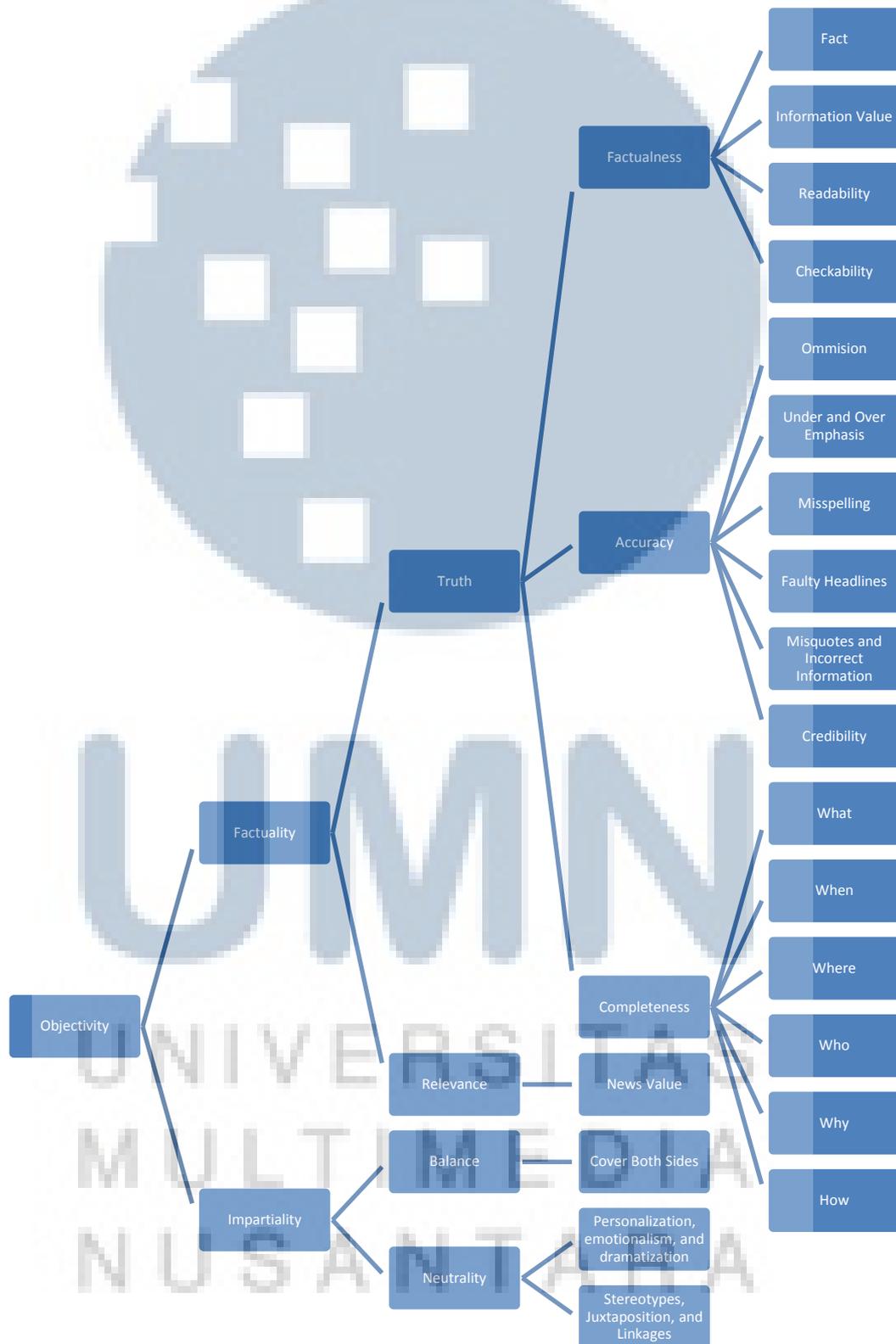
Dari skema objektivitas berita di atas dapat dilihat bahwa objektivitas berita harus mengandung dua dimensi, yaitu kefaktualan atau faktualitas (*factuality*) yang memiliki dua subdimensi, yakni kebenaran dan relevansi. Kemudian, impartialitas (*impartiality*), yang memiliki dua subdimensi pula, yakni netralitas dan keseimbangan (*balanced*).

Prinsip objektivitas pada skema tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

Pada prinsip kefaktualan atau faktualitas lebih dikaitkan dengan bentuk penyajian laporan tentang peristiwa atau pernyataan yang dapat dicek kebenarannya pada sumber dan disajikan tanpa komentar. Sedangkan Impartialitas dihubungkan dengan sikap netral wartawan (*reporter*), suatu sikap yang menjauhkan setiap penilaian pribadi (*personal*) dan subjektif demi pencapaian sasaran yang diinginkan.

Skema objektivitas dari Westertahl kemudian diturunkan menjadi variabel sehingga bisa digunakan untuk melakukan pengujian terhadap sebuah berita. Berikut skema turunannya.

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Dari hasil turunan skema objektivitas Westertahl, didapatkan 20 variabel yang dapat digunakan untuk mengukur objektivitas berita. Berikut definisi dari masing-masing variabel.

**Tabel 2.1 Definisi Variabel Objektivitas**

Variabel	Definisi
Fact	Di dalam dunia jurnalistik, fakta adalah suci, artinya fakta harus ditulis apa adanya, tanpa memasukkan unsur-unsur opini yang dapat membuat pembaca menjadi bias dalam memahami fakta.
Information Value	Berita harus mampu memberikan informasi kepada pembacanya.
Readability	Kemudahan pembaca membaca dan memahami berita tanpa bias juga menjadi salah satu kunci objektivitas berita.
Checkability	Isi berita harus mampu dipertanggungjawabkan dan dapat sewaktu-waktu diperiksa kembali kebenarannya lewat sumber berita yang tercantum.
Ommision	Penelitian nama narasumber merupakan salah satu hal penting karena dapat menunjukkan siapa orang yang dijadikan sumber berita.
Under and over emphasis	Selain opini, hal yang bisa mengganggu fakta adalah juga kelebihan atau pengurangan fakta yang dituliskan dalam berita.
Misspelling	Kesalahan penulisan serta pengejaan dalam penulisan berita bisa mengurangi objektivitas berita

Faulty Headlines	Ketidaksesuaian judul dan isi berita dapat mengganggu pembaca dalam memahami berita.
Misquotes and Incorrect Information	Kesalahan kutip dan informasi yang salah juga dapat menimbulkan bias dalam berita.
Credibility	Sumber berita yang dipilih haruslah kredibel dan sesuai antara kompetensi dan apa yang dibicarakannya.
What	Informasi tentang apa yang terjadi dalam sebuah berita merupakan salah satu unsur kelengkapan berita.
When	Informasi tentang kapan sebuah peristiwa terjadi merupakan salah satu unsur kelengkapan berita.
Where	Informasi tentang di mana sebuah peristiwa terjadi merupakan salah satu unsur kelengkapan berita.
Who	Informasi tentang siapa yang menjadi pelaku dalam sebuah berita merupakan salah satu unsur kelengkapan berita.
Why	Informasi tentang mengapa sebuah peristiwa terjadi merupakan salah satu unsur kelengkapan berita.
How	Informasi tentang bagaimana sebuah peristiwa terjadi merupakan salah satu unsur kelengkapan berita.
News Value	Kelayakan sebuah berita dapat dilihat dari ada atau tidaknya, dan berapa besar, nilai berita yang dikandung di dalamnya.
Cover Both Sides	Sebuah berita yang objektif harus meliputi pendapat semua pihak yang disebut dalam berita tersebut.
Personalization, emotionalism, and dramatization	Personalisasi, emosi, serta dramatisasi dalam sebuah berita dapat menimbulkan bias fakta yang tertulis dalam berita tersebut.

Stereotypes, Juxtaposition, and Linkages	Adanya pelabelan, perbandingan, serta penyandingan suatu peristiwa juga dapat memengaruhi cara orang dalam memandang sebuah fakta.
--	--

## 2.4 Konflik Kepentingan

Objektivitas wartawan dalam menuliskan berita tergantung dari kebebasan dan independensinya. Independensi mensyaratkan jurnalis terbebas dari tekanan atau pengaruh apapun di luar kepentingan publik dan hati nurani si jurnalis ketika mencari dan menyampaikan informasi kepada publik. Sikap independen dapat ditunjukkan antara lain dengan:

1. Jurnalis menghindari pengaruh pihak luar redaksi dalam menentukan topik, angle, narasumber, dan isi berita.
2. Jurnalis menghindari campur tangan pemilik terhadap isi fakta yang akan dimuatnya dalam berita
3. Jurnalis menghindari pengaruh marketing/iklan dalam menentukan topik, angle, narasumber dan isi berita
4. Jurnalis tidak diperbolehkan mencari iklan atau merangkap jabatan di bagian bisnis
5. Jurnalis menghindari hubungan sosial yang terlalu akrab dengan nara sumber atau pihak-pihak yang berpotensi menjadi narasumber, kecuali untuk hubungan sosial yang lazim (seperti menghadiri undangan resepsi, melayat, dan semacamnya)
6. Jurnalis tidak boleh meliput kegiatan bisnis, politik, sosial dan budaya yang dia jalankan.

7. Jurnalis tidak boleh menjadi pengurus partai politik
8. Jurnalis tidak boleh meliput organisasi tempat dia menjadi anggota (kecuali kegiatan organisasi profesi dan serikat pekerja tidak bertentangan dengan semangat jurnalisisme) (AJI, 2014, h.4-5).

Sikap Independen merupakan suatu sikap yang menghindarkan wartawan dengan konflik kepentingan dalam melakukan tugas atau pekerjaannya. Prinsip menghindari konflik kepentingan (conflict of Interest) merupakan salah satu yang melandasi kode etik Jurnalistik, khususnya kode etik yang mengatur praktik suap seperti kode etik Jurnalistik (KEWI) pasal 6 misalnya.

Banyak organisasi wartawan di Indonesia yang memberi himbauan bahkan melarang untuk terlibat konflik kepentingan dalam bentuk dan cara apapun. Misalnya menerima berupa barang, tiket, dan uang (amplop) sebagai ucapan terimakasih dari narasumber. Karena ditakutkan akan mempengaruhi objektivitas berita yang dibuatnya.

Namun bagi wartawan yang kerap menerima amplop memiliki pendapat lain tentang hal tersebut. Mereka menerima amplop antara lain karena mereka merasa pemberian itu tak mempengaruhi independensi ( AJI, 2014, h. 54).

Selain itu, banyak wartawan yang menganggap dirinya tetap bisa netral atau objektif dalam menulis berita meski menerima imbalan. Tetapi sebenarnya konflik kepentingan ini, yang ditakutkan adalah tidak hanya mengenai bisa atau tidaknya wartawan tetap objektif dalam pemberitaan yang dibuatnya, namun ketakutan akan hilangnya kepercayaan masyarakat *public trust*, jika masyarakat mengetahui hal ini.

Day (2006, h.211) secara sederhana mendefinisikan konflik kepentingan sebagai benturan antara loyalitas terhadap profesi dan kepentingan lain yang dapat menurunkan kredibilitas seseorang. Konflik kepentingan, menurut Day, merupakan sebuah masalah etika yang rumit bagi seorang praktisi media.

Masih menurut Day, konflik biasanya muncul dari peran yang kita mainkan dalam masyarakat. Tidak seperti nilai-nilai kebenaran, tidak ada keharusan moral dalam diri kita untuk menolak segala bentuk konflik kepentingan. Sebagai contoh, seorang wartawan harus menghindari memberikan dukungan-dukungan yang sifatnya politis, tetapi selain wartawan tidak ada keharusan untuk melakukan itu.

Banyak anggapan bahwa kesetiaan yang terbagi tidak akan memengaruhi nilai-nilai moral seseorang. Namun faktanya, konflik kepentingan memunculkan pertanyaan mendasar berhubungan dengan keseimbangan dan keadilan.

Di dalam dunia media, banyak perusahaan media yang memiliki peraturan yang ketat soal masalah kepentingan. Peraturan untuk menerima materi ataupun uang dari sumber berita misalnya. Tujuannya untuk menghindari adanya bias dalam pemberitaan media tersebut.

Sebagai contoh, dalam kode etik jurnalistik yang dikeluarkan oleh KEWI, tertuang peraturan tersebut dalam pasal 6, yang bunyinya “Wartawan Indonesia tidak menyalahgunakan profesi dan tidak menerima suap.” Pasal tersebut ditafsirkan dalam dua butir, yaitu:

- a. Menyalahgunakan profesi adalah segala tindakan yang mengambil keuntungan pribadi atas informasi yang diperoleh saat bertugas sebelum informasi tersebut menjadi pengetahuan umum.
- b. Suap adalah segala pemberian dalam bentuk uang, benda atau fasilitas dari pihak lain yang mempengaruhi independensi.

Selain masalah suap, masih menurut Day, konflik kepentingan juga timbul ketika melihat media dari segi bisnis. Yang pertama adalah masalah hubungan dengan pengiklan, karena sebagai sebuah bisnis, penghasilan utama sebuah media masih berasal dari iklan. Contoh konflik kepentingan yang bisa muncul misalnya ketika sebuah perusahaan yang beriklan di media A terkena masalah, maka objektivitas pemberitaan tentang masalah tersebut di media A bisa dipertanyakan.

Masalah konflik kepentingan kedua yang mungkin muncul adalah masalah kepemilikan media. Sebuah media bisa saja dimiliki oleh sebuah konglomerasi yang isinya bisa bermacam-macam jenis perusahaan, tidak melulu media. Jika misalnya ditemukan masalah pada anak perusahaan lain dalam konglomerasi yang sama dengan media tersebut, tentu pemberitaan di media tersebut menjadi dipertanyakan objektivitasnya.

Penelitian ini membahas tentang objektivitas pemberitaan wartawan penerima amplop, artinya wartawan yang menerima amplop dari narasumbernya. Louis Alvin Day (2006, h.213) membahas masalah *Gifts and "Perks"* atau pemberian dari narasumber untuk wartawan. Menurut Day, hal ini bisa memengaruhi kredibilitas wartawan. Semakin besar jumlah yang diberikan,

semakin kredibilitas wartawan tersebut bisa dipertanyakan, meskipun tidak ada perjanjian apapun yang dilakukan dibalik pemberian tersebut.

## **2.5 Isu Amplop dan Objektivitas dalam Media Online**

Permasalahan terkait isu amplop serta objektivitas pemberitaan ada di semua media, termasuk salah satunya media online. Dewasa ini, media online lebih menarik perhatian atau disukai oleh masyarakat modern karena kepraktisan dan kecepatannya. Media online adalah media yang bisa dikatakan paling baru dibanding dengan media lainnya. Media online dirasa lebih dekat dengan masyarakat sekarang, dikarenakan kecepatan dan kemudahan yang tidak bisa dilakukan oleh media lain khususnya dalam menyebarkan berita kepada masyarakat. Jangkauannya yang luas dan kecepatan dalam *update* berita, membuat media ini yang dilihat untuk pertama kali oleh masyarakat atau pembacanya dari media konvensional.

Media online biasa disebut *cybermedia* (media siber), internet media (media internet), dan *new media* (media baru) dapat diartikan sebagai media yang tersaji secara online di situs web (website) internet, Asep Syamsul (2012, h.30). Tidak jauh berbeda dengan Syarifudin Yunus (2010, h.27) dalam bukunya *Jurnalistik Terapan*, mendefinisikan media online yaitu media internet, seperti website, blog, dan lainnya yang terbit atau tayang di dunia maya, dapat dibaca dan dilihat di internet.

Media online secara teknis adalah media berbasis telekomunikasi dan multimedia. Yang termasuk didalamnya adalah portal, website, TV online, radio

online, dan email. Yang menjadi objek penelitian ini adalah media online berupa website, utamanya website berita (news online media), utamanya karena peneliti merasa media ini lebih menarik dari media lainnya dan dekat dengan masyarakat dewasa ini.

Karakteristik sekaligus keunggulan media online itu sendiri dibanding media konvensional adalah:

- a. Kapasitas luas –halaman web bisa menampung naskah sangat panjang
- b. Pemuatan dan editing naskah bisa kapan saja dan di mana saja.
- c. Jadwal terbit bisa kapan saja bisa, setiap saat.
- d. Cepat, begitu di-upload langsung bisa diakses semua orang.
- e. Menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet.
- f. Aktual, berisi info aktual karena kemudahan dan kecepatan penyajian.
- g. Update, pembaruan informasi terus dan dapat dilakukan kapan saja.
- h. Interaktif, dua arah, dan "egaliter" dengan adanya fasilitas kolom komentar, chat room, polling, dsb.
- i. Terdokumentasi, informasi tersimpan di "bank data" (arsip) dan dapat ditemukan melalui "link", "artikel terkait", dan fasilitas "cari" (*search*).
- j. Terhubung dengan sumber lain (*hyperlink*) yang berkaitan dengan informasi tersaji (Romelteamedia, 2014).

**Gambar 2.1 Contoh Tampilan website berita**



Adapun juga karakter media online yang menjadi kekurangan atau kelemahannya, di antaranya, Asep Syamsul M. Romli (2012,h.34) :

- a. Ketergantungan terhadap perangkat komputer dan koneksi internet.
- b. Jika tidak ada internet dan tidak ada listrik, atau missal batrai *gadget* untuk akses internet habis, otomatis berita tidak dapat diakses.
- c. Bisa dimiliki dandioperasikan oleh sembarang orang.
- d. Mereka yang tidak memiliki keterampilan menulis sekalipun dapat menjadi pemilik media online dengan isi berita dari hasil “copy paste” informasi situs lain.
- e. Adanya kecenderungan mata mudah lelah saat membaca informasi media online khususnya naskah yang panjang.
- f. Akurasi sering terabaikan. Karena mengutamakan kecepatan. Berita yang dimuat di media online biasanya tidak seakurat media cetak, utamanya dalam hal penelitian kata (salah tulis).

Dilihat dari sisi kredibilitasnya. Dari sekian banyak media, media online adalah media yang kredibilitasnya sering dipertanyakan. Dari hasil penelitian oleh

beberapa peneliti yang dikutip oleh Asep Syamsul M. Romli (2012) seperti Johnson dan Kaye (1998) mensurvei pengguna internet secara politik, mengenai pandangan mereka terhadap kredibilitas media online. Hasilnya Koran online, majalah berita, dan situs yang berorientasi politis dinilai setidaknya “agak dipercaya” oleh lebih dari dua pertiga responden. Survei lain oleh The Online News Association (2002) melaporkan, berita online dinilai sama kredibelnya dengan media tradisional.

Akan tetapi kredibilitas dari sisi akurasi media online menurun. Hal ini dilihat dari hasil survey penelitian Pew Research Center (2004) terhadap para wartawan, yang sebagian besar mengatakan internet telah meningkat jumlah informasi yang salah.

Di Indonesia sendiri, hasil survei dari survei Indonesian Journalists Technographics Report 2012/2013 yang dirilis konsultan komunikasi Maverick dan bekerja sama dengan Universitas Paramadina di Energy Building, Jakarta, 21 Mei 2013, menjelaskan bahwa persentase radio dijadikan sebagai sumber informasi terpercaya hanya 12,1 persen. Televisi bahkan lebih sedikit dengan hanya cuma 4,4 persen. Kredibilitas kedua media itu kalah dengan kredibilitas media online. Responden mengakui, media online dianggap sebagai sumber informasi yang cepat dan kredibel. Survei ini menunjukkan kredibilitas situs berita digunakan 54,5 persen, disusul koran dan majalah sebanyak 28,9 persen. Dengan demikian, hanya satu dari 100 jurnalis Indonesia yang memilih radio dan lima dari 100 jurnalis yang menilai televisi sebagai sumber informasi terpercaya. Menurut Ong Hock Chuan, seorang technical Advisor Maverick, orang saat ini cenderung

menginginkan sumber informasi yang cepat dan kredibel dan ini dapat dipenuhi oleh media online.

Hasil survei tersebut didapat dari 363 jurnalis di seluruh Indonesia yang diambil dengan metode kuota sampling proporsional pada wilayah Sumatera, Jawa, Bali, Nusa Tenggara, Kalimantan, Sulawesi, Ambon, Papua (Riset Teknologi dalam Kasus Jurnalisme Online, 2014).

Dilihat dari karakteristiknya dan hasil survey dari para peneliti, tidak heran media online dilirik oleh orang-orang yang memiliki kepentingan dalam menyebarkan “beritanya”. Selain berita yang diinginkan pemilik kepentingan kemungkinan besar ditayangkan atau dimuat oleh wartawan, kecepatan dalam menyebarkan informasi ke masyarakat membuat media ini lebih menarik dari media lainnya. Selain itu, “amplop” yang dikeluarkan untuk media online, cenderung lebih rendah dibanding media lain, seperti media elektronik televisi.

Selain itu, karakteristik media online yang mementingkan kecepatan juga lebih besar kemungkinannya dalam memunculkan bias. Berita media online juga cenderung singkat serta hanya mencantumkan narasumber tunggal, padahal dalam prinsip objektivitas, dibutuhkan lebih dari satu narasumber guna mencapai faktor *cover both sides*.

Ada beberapa faktor yang dapat memengaruhi penerapan kode etik di media online. Menurut JC Suarez Villegas (2015), yaitu: (1) faktor ekonomi, (2) faktor profesional, (3) faktor ideologi, (4) faktor teknologi, dan (5) faktor sosial.

Dalam penelitian ini peneliti memfokuskan faktor ekonomi yang melihat kesejahteraan para wartawan media online. Berdasarkan data upah wartawan yang

diberikan AJI menunjukkan bahwa gaji atau upah yang diterima oleh wartawan media online jauh dibawah media lainnya seperti wartawan media televisi ataupun cetak. Sebagai contoh, wartawan dari media yang berasal dari grup yang sama seperti Harian Kompas dan Kompas.com memiliki perbedaan gaji yang sangat besar. Berdasarkan data AJI, di tahun 2010 gaji wartawan Harian Kompas mencapai Rp 5.500.000,- sedangkan Kompas.com hanya Rp 2.700.000,-. Hal ini diduga bisa menjadi alasan wartawan media online memiliki potensi lebih besar untuk menerima amplop dan kemudian membuat objektivitas pemberitaannya terganggu.

Fakta di lapangan menunjukkan gaji wartawan media online belum memadai. Karena masalah minimnya gaji wartawan menjadi salah satu faktor. Beberapa situs menguak gaji profesi wartawan di Indonesia seperti [www.qerja.com](http://www.qerja.com)



Gambar 2.2 Gaji wartawan di Indonesia

Selain itu situs lain memaparkan bahwa Rata-rata jurnalis yang baru diangkat menjadi karyawan tetap digaji seputaran Rp. 1.700.000-Rp. 2.200.000.

Akan tetapi di luar Jakarta seperti daerah Palu, Semarang dan Medan, jurnalis digaji hanya sebesar Rp. 500.000-Rp.700.000. Seharusnya jurnalis untuk entry level position bisa memperoleh gaji layak sebesar Rp. 2.700.000-Rp. 3.500.000. Hanya ada 4 perusahaan media di Indonesia yang memberikan gaji layak diatas standar gaji minimum jurnalis yaitu Kompas, Bisnis Indonesia (Rp. 5.000.000), Jakarta Post (Rp. 5.500.000) dan Jakarta Globe (Rp. 5.500.000). [www.gajimu.com](http://www.gajimu.com)

Dalam bukunya yang berjudul Upah Layak Jurnalis, Aliansi Jurnalistik Indonesia (AJI) memasukkan tabel Upah atau gaji Jurnalis di Jakarta dengan membandingkan upah layak menurut AJI pada tahun 2010.

**Gambar 2.2 Perbandingan Upah Jurnalis dengan Upah layak menurut AJI 2010**

Media	Jenis Media	UMP 2010	Upah Riil 2010	Upah Layak AJI 2010
Harian Bisnis Indonesia	Harian	Rp 1.118.009	Rp. 4.979.280	Rp 4,6 juta
Harian Kompas	Harian	Rp 1.118.009	Rp. 5.500.000	Rp 4,6 juta
Tabloid Kontan	Mingguan	Rp 1.118.009	Rp. 3.700.000	Rp 4,6 juta
Harian Republika	Harian	Rp 1.118.009	Rp. 2.300.000	Rp 4,6 juta
Harian Jurnal Nasional	Harian	Rp 1.118.009	Rp. 2.500.000	Rp 4,6 juta
LKBN Antara	Kantor Berita	Rp 1.118.009	Rp. 2.700.000	Rp 4,6 juta
Harian Seputar Indonesia	Harian	Rp 1.118.009	Rp. 2.250.000	Rp 4,6 juta
Koran Tempo	Harian	Rp 1.118.009	Rp. 2.700.000	Rp 4,6 juta
Harian Indopos	Harian	Rp 1.118.009	Rp. 3.300.000	Rp 4,6 juta
Harian Pos Kota	Harian	Rp 1.118.009	Rp. 1.700.000	Rp 4,6 juta
Harian Berita Kota	Harian	Rp 1.118.009	Rp. 2.800.000	Rp 4,6 juta
Harian Warta Kota	Harian	Rp 1.118.009	Rp. 2.700.000	Rp 4,6 juta
Harian Jakarta Globe	Harian (berbahasa Inggris)	Rp 1.118.009	Rp. 5.500.000	Rp 4,6 juta
Harian Rakyat Merdeka	Harian	Rp 1.118.009	Rp. 2.000.000	Rp 4,6 juta
Harian Sinar Harapan	Harian	Rp 1.118.009	Rp. 2.000.000	Rp 4,6 juta
Majalah Swa	Bulanan	Rp 1.118.009	Rp. 2.696.990	Rp 4,6 juta
Majalah Gatra	Mingguan	Rp 1.118.009	Rp. 2.500.000	Rp 4,6 juta
TPI/MNC TV	Televisi	Rp 1.118.009	Rp. 2.400.000	Rp 4,6 juta
Trans TV	Televisi	Rp 1.118.009	Rp. 2.500.000	Rp 4,6 juta
SCTV	Televisi	Rp 1.118.009	Rp. 2.500.000	Rp 4,6 juta
DAAI TV	Televisi	Rp 1.118.009	Rp. 2.480.000	Rp 4,6 juta
Radio KBR 68H	Radio	Rp 1.118.009	Rp. 3.300.000	Rp 4,6 juta
I Radio	Radio	Rp 1.118.009	Rp. 2.400.000	Rp 4,6 juta
Radio Sonora FM	Radio	Rp 1.118.009	Rp. 3.300.000	Rp 4,6 juta
Hukumonline.com	Online	Rp 1.118.009	Rp. 1.600.000	Rp 4,6 juta
Kompas.com	Online	Rp 1.118.009	Rp. 2.700.000	Rp 4,6 juta
Detik.com	Online	Rp 1.118.009	Rp. 2.400.000	Rp 4,6 juta
Vivanews.com	Online	Rp 1.118.009	Rp. 2.600.000	Rp 4,6 juta
Okezone.com	Online	Rp 1.118.009	Rp. 2.300.000	Rp 4,6 juta
TVOne	Televisi	Rp 1.118.009	Rp. 3.500.000	Rp 4,6 juta

BAHAN: HASIL SURVEI AJI JAKARTA, 2010

Pada tahun 2010 AJI menetapkan upah layak Jurnalis sebesar Rp 4,6 juta. Kenyataan di lapangan, masih ada jurnalis yang menerima kurang dari separuh upah dari itu, seperti yang dialami oleh wartawan harian Pos Kota dan Portal berita Hukumonline.com. Kondisi ini tak banyak berubah dengan hasil survei upah ril. Pada tahun 2010 media yang member gaji atau upah kepada jurnalis di atas standar upah layak AJI adalah Harian Kompas, Jakarta Globe dan Bisnis Indonesia.

Dari tabel dan survey di atas, memang gaji wartawan di Indonesia khususnya daerah di luar Jakarta masih minim. Namun hal ini tetap tidak dapat dibenarkan dalam menerima "amplop". Menurut Rika (ketua AJI Medan), gaji memang bisa dijadikan faktor utama. Tapi masih banyak wartawan yang bergaji di atas UMR tetap terima. "Sekarang bukan cuma gaji, tapi lebih kepada sifat idealis wartawan itu sendiri. Kalau dia jujur ya sudah pasti tidak mau *nerima*" (Muslimramli, 2014).

