

BAB II

KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP

2.1 Penelitian Terdahulu

Sebelum memulai penelitian, peneliti terlebih dahulu sudah mencari beberapa penelitian terdahulu untuk mengisi celah penelitian pada penelitian-penelitian tersebut. Penelitian terdahulu adalah temuan-temuan yang sudah ditemukan atau yang belum ditemukan terkait dengan isu atau situasi khusus yang akan dikaji (Afiyanti, 2005). Selain itu, mencari penelitian terdahulu dilakukan agar dapat menghindari duplikasi penelitian. Pada bagian ini, peneliti akan memaparkan berbagai penelitian terdahulu yang relevan dengan isu atau praktik yang ingin diteliti.

Penelitian pertama yang ditemukan untuk dijadikan sumber rujukan berjudul Wartawan dan Budaya Amplop (Budaya Amplop pada Wartawan Pendidikan dalam Kaitannya dengan Media Relations). Penelitian ini diinisiasi oleh Nurjanah, Widyasari, dan Nurnisya pada 2015. Pers di Indonesia memiliki peran yang penting dalam pemerintahan, sehingga dijadikan pilar keempat dalam pilar demokrasi. Sebagai pilar keempat, pers berfungsi untuk mengawasi dan mengkritisi segala kebijakan dan tindakan yang dilakukan oleh pemerintah. Fungsi ini lebih dikenal dengan istilah *watchdog*. Namun, seiring berjalannya waktu, peran *watchdog* semakin dilemahkan dengan cara diberikan suap agar para wartawan yang seharusnya kritis menjadi tunduk kepada sang pemegang kekuasaan, sehingga istilah *watchdog* kini berubah menjadi *lap dog* yang memiliki kesan “lucu dan patuh” bagi tuannya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tanggapan wartawan mengenai praktik jurnalisme amplop oleh praktisi *public relations* institusi pendidikan di Jogja, termasuk kemungkinan adanya budaya amplop dalam proses kerjanya (Nurjanah et al., 2015). Penelitian yang mengambil perspektif komunikator ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, dengan 4 teknik pengumpulan data, yaitu dokumentasi, wawancara, studi pustaka, dan *Focus Group*

Discussion (FGD). Namun, Nurjanah et al. tersebut tidak mencantumkan penjelasan tentang bagaimana ia mengelaborasi keempat teknik pengumpulan data tersebut. Penelitian ini menggunakan 5 wartawan yang bekerja di 5 media yang berbeda sebagai subjek penelitian, yaitu Tribun, Kedaulatan Rakyat, Kompas, Radar Jogja, dan Harian Jogja. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik jurnalisme amplop dapat dihindari dengan adanya hubungan baik antara praktisi *public relations* dengan wartawan. Kedua pihak perlu mengerti bahwa mereka membutuhkan satu sama lain. Di satu sisi, wartawan membutuhkan isu dari praktisi *public relations*, sedangkan praktisi *public relations* membutuhkan wartawan untuk publikasi. Ketika kedua pihak saling memahami, hubungan kerja yang terjalin akan menjadi profesional. Selain itu, penelitian ini juga menemukan fakta bahwa tidak semua wartawan mau menerima amplop, sebab praktik tersebut bertentangan dengan apa yang tertera pada Kode Etik Jurnalistik, dan berpotensi untuk memengaruhi objektivitas mereka dalam mengelola berita. Terdapat pula saran untuk memberikan sanksi kepada wartawan penerima amplop, sebab di Kode Etik Jurnalistik belum tercantum pernyataan yang memberatkan oknum penerima amplop.

Meskipun penelitian ini tidak menyajikan teori dan konsep, penelitian ini tetap relevan karena sama-sama mengkaji isu yang sama, yaitu budaya amplop dalam proses kerja para wartawan. Selain itu, penelitian ini juga menyajikan informasi yang menafsirkan Pasal 1 Kode Etik Jurnalistik (KEJ), dan mengaitkannya dengan praktik jurnalisme amplop. Informasi tersebut tentu berguna untuk menjadi acuan peneliti terkait kajian tentang praktik suap menyuap yang dikaitkan dengan KEJ. Kemudian, perbedaan penelitian ini terdapat pada teknik pengumpulan datanya. Berbeda dengan penelitian tersebut, penelitian ini hanya menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara saja, karena informasi atau data yang ingin didapatkan hanya sebatas hasil wawancara, dan tidak membutuhkan teknik pengumpulan data

lain seperti pada penelitian tersebut, yaitu FGD, observasi, studi pustaka dan dokumentasi.

Penelitian kedua berjudul Studi Kohesivitas dan Groupthink dalam Kelompok Wartawan Amplop Kota Tegal. Penelitian ini diinisiasi oleh Aisyah pada 2018. Praktik jurnalisme amplop dianggap sebagai cacat jurnalisme, karena praktik ini dapat memengaruhi objektivitas pemberitaan yang seharusnya tidak mendapat intervensi dari pihak lain. Praktik ini umumnya terjadi saat pertemuan antara wartawan dengan narasumber. Salah satu alasan pemberian amplop dari narasumber adalah agar wartawan tidak memberitakan tentang hal-hal buruk seputar instansi atau institusi tempat mereka bekerja. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis kohesivitas dan gejala groupthink pada kelompok wartawan amplop di Kota Tegal (Aisyah, 2018). Pada penelitian ini, Aisyah menggunakan teori *Groupthink* yang dicetuskan oleh Irving L. Janis. Penelitian yang mengambil perspektif komunikator ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus instrumental tunggal. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah wawancara mendalam dan observasi kepada 6 anggota kelompok wartawan amplop di Kota Tegal. Hasil penelitian menunjukkan kelompok wartawan memiliki solidaritas (kohesivitas) tinggi karena adanya rasa solidaritas antar anggota yang dilandaskan oleh kesamaan kepentingan, profesi, dan alur kerja. Kemudian, penelitian ini juga menemukan bahwa subjek yang diteliti mengalami gejala *groupthink* yang menyebabkan kelompok wartawan amplop membenarkan praktik jurnalisme amplop, dan menganggap bahwa praktik suap menyuap dengan narasumber menjadi hal yang biasa. Selain itu, terdapat fakta menarik yang menyatakan bahwa mereka sadar bahwa tindakan mereka salah dan menerima jika disebut sebagai wartawan amplop. Namun, mereka tidak ingin disejajarkan dengan wartawan bodreks, sebab mereka menganggap bahwa tindakan tersebut lebih tercela. Hasil observasi penelitian ini juga menemukan bahwa kelompok wartawan biasa dan wartawan amplop tidak akan berbaur dan bahkan menjaga jarak.

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah diuraikan, peneliti dapat menyimpulkan bahwa kelompok wartawan di Tegal memiliki kohesivitas yang tinggi karena tingginya solidaritas antaranggota kelompok. Tingginya kohesivitas kelompok menimbulkan gejala groupthink yang membuat mereka berpikir bahwa menerima suap adalah hal yang lumrah. Hasil penelitian tersebut membuat peneliti menyadari bahwa kelompok wartawan dengan kohesivitas tinggi, yang seharusnya menjunjung tinggi independensi ternyata malah mentoleransi praktik suap menyuap. Peneliti juga mendapati bahwa ternyata wartawan yang menerima amplop menerima jika disebut sebagai wartawan amplop, meskipun secara sadar mereka telah melakukan tindakan yang salah dan melanggar Kode Etik Jurnalistik. Kemudian, perbedaan penelitian terdapat pada subjek penelitian. Pada penelitian tersebut, subjek penelitiannya adalah anggota kelompok wartawan amplop, sedangkan subjek penelitian ini adalah wartawan yang bekerja di media alternatif Project Multatuli.

Penelitian ketiga berjudul Strategi Komunikasi AJI Bojonegoro dalam Mencegah Praktik Jurnalisme Amplop. Penelitian ini diinisiasi oleh Moebin pada 2020. Media massa di Indonesia telah berkembang pesat, hal ini dibuktikan dengan banyaknya media baru yang lahir di Indonesia. Pada 2014, Dewan Pers mencatatkan bahwa Indonesia memiliki kurang lebih 47.000 media massa. Tidak menutup kemungkinan, angka tersebut tentu akan terus bertambah seiring berjalannya waktu. Berkembangnya media massa juga harus diimbangi dengan perkembangan jumlah wartawan. Namun, perkembangan ini justru malah menimbulkan polemik tersendiri, salah satunya persoalan etika wartawan. Oleh karena itu, Dewan Pers membentuk Kode Etik Jurnalistik untuk mengatur alur kerja seorang wartawan. Permasalahan umum yang masih sering terjadi padahal sudah ada peraturan tertulisnya adalah permasalahan praktik gratifikasi di kalangan wartawan. KEJ pasal 6 secara gamblang telah menyebutkan bahwa “Wartawan tidak boleh menyalahgunakan profesi dan tidak menerima suap,” tetapi masih saja ada

kalangan wartawan yang menerima gratifikasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi AJI Bojonegoro, sebagai upaya mereka memberantas praktik pemberian amplop di Bojonegoro (Moebin, 2020). Penelitian ini menggunakan teori Difusi Inovasi, dan ditambahkan dengan konsep strategi komunikasi. Penelitian yang mengambil perspektif komunikator ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah wawancara dengan 2 pengurus AJI Bojonegoro & 2 wartawan Radar Bojonegoro. Hasil penelitian ini menemukan bahwa AJI Bojonegoro melakukan beberapa strategi dalam rangka mencegah praktik pemberian amplop dengan cara membuat inovasi, yaitu dengan cara melakukan penyuluhan edukasi kepada pihak terkait, seperti Polres Bojonegoro, KPU Bojonegoro, dan Kejaksaan Bojonegoro.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini memang tidak relevan. Namun, konsep strategi komunikasi yang digunakan dalam penelitian ini dapat dijadikan wawasan untuk menambah pertanyaan wawancara. Peneliti berencana untuk menanyakan apakah ada strategi komunikasi yang digunakan wartawan Project Multatuli jika pernah dihadapkan dengan praktik suap menyuap. Selibuhnya, sama seperti 2 penelitian sebelumnya, hasil dari penelitian ini dapat menambah wawasan peneliti seputar praktik suap menyuap di kalangan wartawan. Kemudian, perbedaan penelitian ini terdapat pada subjek penelitian, tepatnya pada domisili dan media tempat di mana wartawan bekerja. Selain itu, penelitian ini juga membahas praktik jurnalisme amplop dari perspektif AJI Bojonegoro sebagai lembaga pers yang cukup dipandang.

Penelitian keempat berjudul *Influence of Gratifications on the Performance of Journalists in Owerri, Imo State, Nigeria*. Penelitian ini diinisiasi oleh Nkwam-Uwaoma, Williams, dan Okoro pada 2020. Pers adalah lembaga penting yang mencerminkan masyarakat di negaranya. Peran pers sendiri cukup penting, karena berfungsi untuk menjadi konsiliator dan

gatekeeper informasi. Di Nigeria, upah yang didapatkan para wartawan tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, sehingga kebanyakan dari mereka dengan senang hati menerima amplop untuk menambah pemasukan mereka. Hal ini tentu memengaruhi objektivitas pemberitaan di Nigeria. Oleh karena itu, kebanyakan media di Nigeria dianggap kurang kredibel dan pemberitaannya tidak objektif akibat pengaruh dari praktik jurnalisme amplop. Penelitian ini memiliki 3 tujuan, yaitu meneliti seberapa jauh gratifikasi memengaruhi kinerja wartawan di Kota Owerri, mengetahui apakah gratifikasi memengaruhi *sense of news judgement* wartawan di Kota Owerri, dan mengidentifikasi apa saja faktor yang mendorong wartawan di Kota Owerri menerima gratifikasi (Nkwam-Uwaoma et al., 2020). Penelitian ini menggunakan teori Social Responsibility Theory, dan ditambahkan dengan konsep Brown Envelope Journalists. Penelitian yang mengambil perspektif komunikator ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah survei kepada 380 wartawan yang bekerja di Owerri, Imo State, Nigeria. Kedua variabel yang ingin diuji adalah gratifikasi (X) dan performa wartawan di Owerri, Imo State, Nigeria (Y). Hasil penelitian ini menemukan bahwa dengan mutlak gratifikasi memengaruhi performa wartawan di Owerri, Imo State, Nigeria, sehingga dapat dikatakan bahwa H1 diterima.

Peneliti merasa bahwa baik teori maupun konsep yang digunakan pada penelitian tersebut relevan, sehingga keduanya cocok untuk dijadikan tumpuan teori dan konsep bagi penelitian ini. Kemudian, perbedaan penelitian ini terdapat pada metode penelitian. Penelitian tersebut menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa survey, sedangkan peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus dan menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam.

Penelitian kelima berjudul *The Practice of Envelope Journalism in The Republic of The Congo*. Penelitian ini diinisiasi oleh Nkie Mongo pada 2021.

Praktik menyuap wartawan di negara-negara Afrika lebih dikenal sebagai praktik wartawan amplop coklat atau Brown Envelope Journalism. Namun, praktik gratifikasi memiliki sebutannya sendiri bagi masyarakat Kongo, yaitu “la camorra.” Tindakan penyuapan kepada wartawan ini sudah umum terjadi di Kongo, khususnya di Brazzaville, ibu kota Kongo. Sedikitnya media yang ada di Kongo juga memuluskan terjadinya praktik suap menyuap kepada para wartawan. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan di negara-negara Afrika, praktik jurnalisme amplop coklat atau Brown Envelope Journalism mengacu pada uang atau bonus dalam bentuk lainnya yang diberikan untuk mengapresiasi kerja para wartawan. Selain itu, praktik ini juga dianggap sebagai kegiatan jurnalistik di mana narasumber memberikan bonus atau hadiah kepada para wartawan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kesulitan keuangan memengaruhi wartawan dalam menjustifikasi praktik gratifikasi sebagai bentuk pelanggaran etika jurnalistik Afrika (Nkie Mongo, 2021). Penelitian ini menggunakan konsep Brown Envelope Journalism untuk memayungi penelitian ini. Penelitian yang mengambil perspektif komunikator ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara dengan 14 wartawan yang bekerja di 4 media berbeda di Brazzaville, yaitu Radio Liberté privately owned radio, Télé-Congo public television, Les Dépêches de Brazzaville (privately owned newspaper), dan RCJ public radio. Hasil penelitian ini menemukan bahwa praktik wartawan amplop di kalangan wartawan telah menjadi masalah serius di Kongo, karena mayoritas partisipan tidak menganggap praktik ini sebagai tindakan yang menyalahi etika jurnalistik. Oleh karena itu, peneliti menyarankan pihak media dan lembaga pers untuk melakukan evaluasi untuk mengurangi praktik suap menyuap di Kongo.

Meskipun penelitian tersebut tidak menggunakan teori, konsep yang digunakan, yaitu Brown Envelope Journalism kurang lebih memiliki penjelasan yang sama dengan penelitian terdahulu sebelumnya. Kemudian, perbedaan penelitian terdapat pada lokasi penelitiannya saja, karena untuk

metode dan teknik pengumpulan data pada penelitian tersebut sudah relevan dengan yang ingin peneliti gunakan.

Penelitian terdahulu keenam berjudul *Corruption in the Media: Implications for Ethical and Socially Responsible Journalism in Nigeria*. Penelitian ini diinisiasi oleh Ahmed, Mustapha, Abdulbaqi, dan Aliagan pada 2020. Korupsi merupakan permasalahan sosial yang penting di Nigeria, karena tindak kriminal ini dapat memengaruhi semua golongan. Tindakan suap menyuap di kalangan wartawan Nigeria atau lebih dikenal dengan sebutan “Brown Envelope” telah dianggap sebagai budaya jurnalistik di Nigeria, karena setiap wartawan di Nigeria sudah memiliki mindset bahwa mereka akan diberikan gratifikasi setelah mereka melaksanakan tugas mereka. Penelitian ini bertujuan untuk melihat praktik suap menyuap di kalangan wartawan Nigeria dari perspektif teoritis, seperti apa tanggung jawab dari media, dan penerapan etika jurnalisme di media yang dikorupsi (Ahmed et al., 2020). Penelitian ini menggunakan 2 teori, yaitu *Social Responsibility Theory*, dan *Deontology Theory*. Tidak hanya itu, terdapat pula 3 konsep yang digunakan pada penelitian ini, di antaranya adalah *Journalism Ethics*, *Media Responsibility*, dan *Brown Envelope*. Penelitian yang mengambil perspektif komunikator ini tidak menyebutkan metode penelitian dan teknik pengumpulan data apa yang digunakan. Hasil penelitian menemukan bahwa jurnalisme Nigeria harus segera dibenahi, karena terdapat banyak ketidakjujuran dalam pemberitaannya. Hal ini bahkan sudah menjadi hal umum, sehingga tidak mengagetkan jika mendengar informasi bahwa narasumber membayar wartawan untuk melakukan peliputan. Di sepanjang Afrika, terdapat beberapa istilah untuk menandai praktik jurnalisme amplop, yaitu “*Cocktail Journalism*,” “*Bonus Journalism*,” dan “*Oiling Hands*.” Oleh karena itu, peneliti menyarankan kepada lembaga pers di Afrika untuk menyelenggarakan pelatihan untuk kembali menegakkan etika jurnalistik yang baik kepada kalangan wartawan di Afrika. Profesionalisme yang baik akan membuat wartawan di Afrika menjadi *watchdog* yang seharusnya di mata

hukum. Namun, untuk mencapai hal tersebut, dibutuhkan juga kesadaran dari wartawan untuk menjadi pribadi yang tidak mudah untuk disuap.

Salah satu teori yang digunakan pada penelitian tersebut sama seperti penelitian terdahulu sebelumnya dan relevan dengan penelitian ini, dan teori itu adalah *Social Responsibility Theory*. Teori lainnya, yaitu *Deontology Theory* secara garis besar teori ini membahas tentang penilaian moral dan etika seseorang berdasarkan kepatuhan pada peraturan. Teori ini tidak relevan dengan penelitian ini karena teori ini membahas tentang penilaian kepatuhan wartawan terhadap peraturan yang ada. Peneliti tidak ingin menilai seberapa patuh wartawan media alternatif terhadap peraturan yang ada terkait isu gratifikasi, melainkan ingin melihat bagaimana seorang wartawan memaknai praktik wartawan amplop dari perspektif media alternatif. Kemudian, perbedaan penelitian terdapat pada domisili penelitian.

Tabel 2.1 Rangkuman Penelitian Terdahulu

No	Judul	Peneliti	Tahun Terbit	Relevansi Penelitian	Hal yang Membedakan
1	Wartawan dan Budaya Amplop (Budaya Amplop Pada Wartawan Pendidikan dalam Kaitannya dengan Media Relations)	Adhianty Nurjanah, Wulan Widyasari, dan Frizki Yulianti Nurnisya.	2015	Poin yang relevan pada penelitian ini dengan topik penelitian penulis terdapat pada hasil penelitian poin ketiga, yang menafsirkan Pasal 1 KEJ yang menjelaskan bahwa wartawan harus bersikap independen, dan mengaitkannya dengan praktik jurnalisme amplop.	Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa FGD. Selain itu, teknik pengumpulan datanya juga dirasa lebih kompleks, karena membutuhkan lebih dari 1 teknik dalam mengumpulkan data.

2	Strategi Komunikasi AJI Bojonegoro dalam Mencegah Praktik Jurnalisme Amplop	Amrullah Ali Moebin	2020	Konsep yang digunakan dapat dijadikan angle baru untuk dijadikan pertanyaan wawancara, yaitu konsep strategi komunikasi. Konsep ini berguna untuk dijadikan menanyakan apakah ada strategi komunikasi yang digunakan wartawan media alternatif jika dihadapkan dengan praktik menyuap wartawan amplop.	Perbedaan penelitian ini terdapat pada subjek penelitian, tepatnya pada domisili dan media tempat di mana wartawan bekerja. Selain itu, penelitian ini juga membahas tindakan suap menyuap dari perspektif AJI Bojonegoro sebagai lembaga pers yang cukup dipandang.
3	Studi Kasus Kohesivitas dan Groupthink dalam Kelompok Wartawan Amplop Kota Tegal	Vinisa Nurul Aisyah	2018	Hasil penelitian membuat peneliti menyadari bahwa ternyata terdapat sebuah kelompok yang berisikan wartawan yang sering menerima “amplop.”	Subjek penelitian ini berbeda dengan subjek penelitian peneliti. Kemudian, teknik pengumpulan data pada penelitian ini juga berbeda karena untuk pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik observasi. Selain itu, domisili penelitian juga berbeda.

4	Influence of Gratifications on the Performance of Journalists in Owerri, Imo State, Nigeria.	Adeline O. A. Nkwam-Uwao ma, PhD, Etumnu E. Williams, dan Louisa N. Okoro, PhD.	2020	Teori dan konsep yang digunakan pada penelitian ini, yaitu <i>Social Responsibility Theory</i> dan konsep <i>Brown Envelope Journalism</i> relevan dengan penelitian ini.	Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.
5	The Practice of Envelope Journalism in The Republic of The Congo	Cleves Nkie Mongo	2021	Konsep penelitian <i>Brown Envelope Journalism</i> relevan dengan penelitian ini.	Perbedaan penelitian terdapat pada domisili penelitian.
6	Corruption in the Media: Implications for Ethical and Socially Responsible Journalism in Nigeria	Kamaldeen Arikewuyo Ahmed, Lambe Kayode Mustapha, Saudat Salah Mustapha, Saudat Salah Abdulbaqi, dan Isaika Zubair Aliagan	2020	Salah satu teorinya, yaitu <i>Social Responsibility Theory</i> relevan dengan penelitian ini	Perbedaan penelitian terdapat pada domisili penelitian.

Sumber: olahan peneliti.

2.2 Teori dan Konsep

2.2.1 *Social Responsibility Theory*

Menurut McQuail (2002), *social responsibility theory* atau teori pers tanggung jawab sosial merupakan teori untuk merespon kebuntuan yang dirasakan pada era liberalisme di abad ke-20. Para pencetus teori, yakni Siebert, Peterson, dan Schramm mengatakan bahwa teori ini

menekankan bahwa kebebasan tidak semata-mata bebas tanpa ada aturan, melainkan kebebasan yang bertanggung jawab (dalam Ahmed et al., 2020, p. 53). Selaras dengan apa yang dikatakan oleh McQuail, Siebert et al. mengatakan bahwa teori ini menjadi pedoman untuk memastikan bahwa pers memiliki tanggung jawab untuk menyediakan informasi faktual kepada masyarakat (dalam Ward, 2021, p. 431) .Jika dikaitkan dengan pers, maka kebebasan yang dimiliki oleh pers Indonesia tentu juga bertanggung jawab kepada masyarakat untuk memberikan pemberitaan yang objektif dan transparan. Menurut

Menurut McQuail (2010), terdapat 6 ciri *Social Responsibility Theory* yang dijadikan prinsip utama, yaitu:

- Media bersedia untuk menerima dan menyanggupi kebutuhan informasi masyarakat;
- Wajib melakukan pemberitaan dengan standar dan profesionalitas yang tinggi, serta dilengkapi dengan faktualitas, akurasi, objektivitas, dan keseimbangan;
- Media harus bisa mengatur wartawannya seturut dengan hukum dan norma yang ada;
- Media harus menghindari hal-hal yang berpotensi menimbulkan kejahatan dan kekacauan terhadap minoritas, baik itu etnis maupun agama;
- Media harus bersifat plural agar dapat menunjukkan kebhinekaan dengan cara memberikan suara bagi segala pihak; dan
- Masyarakat berhak untuk memiliki ekspektasi tinggi terhadap media demi kepentingan bersama.

Teori ini umumnya diterapkan di negara yang berideologi demokrasi, seperti Indonesia. Kelebihan dari teori ini juga menganggap bahwa tidak hanya kebebasan pers saja yang memiliki tanggung jawab yang besar, tetapi kebebasan yang dimiliki oleh masyarakat tentunya harus diikuti dengan tanggung jawab (Kaligis, 2018). Selain itu, dengan

menerapkan teori *social responsibility* dan tata kelola perusahaan yang baik, dapat membantu mendorong perilaku yang diinginkan (Ward, 2021). Dalam konteks pers, sebuah perusahaan media yang memiliki tanggung jawab sosial yang tinggi, akan dengan mudah membentuk perilaku wartawan yang baik.

Peneliti menggunakan teori ini karena teori ini relevan jika dikaji dengan isu wartawan amplop di kalangan wartawan, dan fakta bahwa media yang memiliki kebebasan dalam melakukan pemberitaan harus memenuhi tuntutan masyarakat dan memihak pada mereka (Nkwam-Uwaoma, 2020). Peneliti merasa bahwa teori ini dapat diuji keabsahannya dengan realitas praktik suap menyuap di Indonesia, khususnya dari sudut pandang wartawan media alternatif. Jika teori ini dikaitkan dengan pers di Indonesia, maka kebebasan pers di Indonesia harus dibarengi dengan tanggung jawab yang besar dari para wartawannya. Oleh karena itu, mereka dituntut untuk bekerja secara profesional, tanpa adanya faktor lain yang dapat memengaruhi objektivitas pemberitaan dan independensi media tempat mereka bekerja.

2.2.2 Wartawan Amplop

Praktik “wartawan amplop” sudah menjadi rahasia umum di kalangan wartawan baik media cetak maupun daring (Dwicahyani, 2018). Adapun istilah lain yang memiliki arti yang sama dengan wartawan amplop, yaitu “jurnalisme amplop” (Moebin, 2020). Istilah amplop dalam dunia jurnalistik dianggap sebagai istilah yang tidak etis, karena istilah amplop sendiri identik dengan tindakan suap ataupun pemberian narasumber kepada wartawan (Moebin, 2020). Menurut Skjerdal, jurnalisme amplop merupakan perbuatan di mana narasumber memberikan berbagai hadiah kepada para jurnalis (Nkie Mongo, 2021). Berdasarkan LBH Pers, banyak jurnalis di Indonesia tidak digaji secara cukup, dan cenderung diabaikannya hak kesehatan, pengangkatan karyawan, dsb oleh perusahaan pers/media. Hal ini dikhawatirkan dapat menjadi alasan

mengapa para jurnalis membenarkan tindakan menerima suap dan berpotensi memperburuk citra profesi jurnalis (Wajong, 2018). Tidak hanya itu, menurut Wazis terdapat 2 alasan lain yang mendasari wartawan berkenan dalam menerima amplop, yaitu kurangnya pemahaman pada setiap jurnalis dalam memahami UU Pers No. 40/1999, dan tidak adanya sanksi tegas yang dapat membuat wartawan jera ketika menerima amplop (Baya, 2020).

Berdasarkan hasil Survei Upah Layak Jurnalis 2023 yang dilakukan oleh Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Jakarta, wartawan di Indonesia memiliki pendapatan sekitar 2-8 juta/bulan. Namun, sebanyak 88,7% responden merasa bahwa gaji yang mereka terima tidaklah layak, dan bahkan ada yang dibayar sesuai dengan jumlah *page per view*. Padahal, menurut hasil perhitungan AJI, upah yang layak diterima oleh wartawan sebesar Rp 8.299.299 (Hazami, 2023).

Dalam proses terjadinya pemberian amplop, pemberi dan penerima biasanya berdalih dan menganggap hal tersebut sebagai upaya untuk menjaga hubungan baik, bukan untuk memengaruhi isi berita (Dwi, 2022). Kondisi tersebut berlawanan dengan pernyataan Haryanto yang mengatakan bahwa narasumber sebagai pihak yang memberikan amplop tidak ingin jurnalis menuliskan hal-hal negatif tentang mereka atau institusi tempat mereka bekerja (Aisyah, 2018).

Menurut Skjerdal, pihak narasumber yang memberikan amplop umumnya bertujuan untuk memengaruhi informasi yang sudah didapatkan oleh seorang wartawan (dalam Ahmed et al., 2020, p. 52). Lebih lanjut, ia menjabarkan 3 karakteristik jurnalisme amplop, yaitu terjadi dalam hubungan pribadi antara wartawan dengan narasumber, bersifat rahasia, dan berbentuk kontrak informal. Hal ini senada dengan temuan Okoro dan Chinweobo-Onura yang menyatakan bahwa tujuan utama pemberian amplop adalah untuk menekan kejujuran (dalam Ahmed et al., 2020, p.

52). Situasi di mana narasumber memberikan amplop kepada wartawan dapat menimbulkan dualisme bagi kalangan wartawan, karena sebagian menganggap bahwa pemberian tersebut merupakan perbuatan yang merendahkan profesi wartawan, dan sebagian ada yang menganggap bahwa pemberian tersebut hanyalah bentuk silaturahmi dari pemberi, bukan untuk memengaruhi isi pemberitaan (Nurjanah et al., 2015). Selain menimbulkan dualisme bagi wartawan, praktik jurnalisme amplop juga memengaruhi sikap skeptis yang seharusnya dimiliki oleh wartawan, sebab dengan menerima amplop *sense of news judgement* mereka menjadi rusak (Ahmed et al., 2020).

Terlepas dari perbedaan hukum dan norma dalam praktik jurnalistik di setiap negara, tentu terdapat persamaan peraturan dan etika, salah satunya adalah kewajiban jurnalis untuk tidak meminta dan menerima uang, hadiah, atau tunjangan dalam bentuk apapun demi kepentingan narasumber, sponsor, atau pihak ketiga lainnya (Skjerdal, 2018). Di Indonesia, pers dinaungi oleh Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 Tentang Pers. Menurut Sobur, kewajiban jurnalis untuk menaati Kode Etik Jurnalistik merupakan bentuk nyata dari Pasal 7 ayat 2 Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 Tentang Pers yang berbunyi “Wartawan memiliki dan menaati Kode Etik Jurnalistik,” sehingga para oknum jurnalis yang melanggar ketentuan Kode Etik Jurnalistik sudah pasti melanggar UU tersebut (dalam Dwicahyani, 2018, p.79). Namun, penerapan kode etik dalam alur kerja wartawan tidak berjalan baik, hal ini mungkin disebabkan oleh kurangnya pengawasan langsung dari dewan pers terhadap anggotanya, pengawasan wartawan terhadap rekan kerja di lingkungannya, atau bahkan tidak adanya kesadaran yang muncul dari wartawan itu sendiri (Nurjanah et al., 2015).

Peraturan terkait jurnalisme amplop sudah tercantum ada Kode Etik Jurnalistik Pasal 6 yang berbunyi “Wartawan Indonesia tidak menyalahgunakan profesi dan tidak menerima suap,” secara jelas telah

melarang tindakan menerima suap, akan tetapi tindakan ini masih saja dilanggar oleh para oknum jurnalis yang tidak bertanggung jawab, karena nyatanya masih banyak dari mereka yang menerima suap (Moebin, 2020). Pelarangan jurnalis dalam menerima suap juga telah diuraikan pada pasal 4 Kode Etik Jurnalistik Wartawan Indonesia yang berbunyi “Wartawan tidak boleh menerima imbalan untuk menyiarkan atau tidak menyiarkan tulisan, gambar, suara atau dan gambar, yang dapat menguntungkan atau merugikan seseorang atau suatu pihak,” (Dwicahyani, 2018).

Kondisi di mana wartawan mendapatkan amplop di setiap liputan kemudian menjadi semakin berkembang, wartawan mulai mencari amplop untuk kepentingan sendiri, dan mereka disebut sebagai wartawan bodreks (Moebin, 2020). Wartawan bodrek merupakan wartawan yang umumnya bekerja pada sebuah media yang menerbitkan beritanya secara tidak beraturan (Baya, 2018). Menurut Torchia, wartawan bodreks sering mendatangi narasumber untuk meminta uang dalam bentuk amplop dan kemudian pergi (dalam Moebin, 2020, p. 64). Keberadaan wartawan bodreks dapat merugikan 2 pihak, yaitu jurnalis Indonesia dan pihak instansi terkait yang didatangi oleh mereka. Pola pekerjaan mereka cenderung sama, yaitu mendatangi narasumber untuk melakukan pemerasan, dan akhirnya meminta uang dengan dalih “damai,” “tutup berita,” dan “biaya iklan” (Baya, 2018).

2.2.3 Media Alternatif

Jika dibedah secara logika, media massa adalah media yang ditunjukkan kepada massa. Menurut Widarmanto (2017), media massa menjadi pihak yang mempublikasikan berita atau segala informasi dapat dikatakan sebagai pers. Pers merupakan istilah yang berasal dari bahasa latin *Pressus*, yang berarti tekanan, tertekan, terhimpit, dan padat (Wahidin, 2011). Bertentangan dari definisinya, pers sendiri harus memiliki kebebasan, atau identik dengan istilah *freedom of press*. Di Indonesia, kebebasan pers sendiri baru lahir pada 1999, setelah

diterbitkannya Undang-Undang Pers No. 40 Tahun 1999. Penerbitan pasal ini terjadi lantaran maraknya pembredelan media oleh pihak pemerintah akibat pemberitaan yang dianggap terlalu mengekspos. Namun, melalui semangat rakyat berhak tau (*the people have the right to know*), pers wajib memberikan informasi yang benar dan memberikan rakyat kesempatan untuk berpendapat (Wahidin, 2011).

Atton (2015) media alternatif adalah media yang dibentuk oleh orang-orang di luar institusi media, dengan tujuan untuk menjadi medium sekelompok orang yang antusias dalam mengeksplorasi sub-budaya dan visi radikal terkait masyarakat dan pemerintah. Ia juga menambahkan bahwa media alternatif memiliki beberapa karakteristik, seperti beresonansi dengan mereka yang tidak terwakili, bekerja di luar struktur masyarakat yang sudah mapan, berdedikasi pada peran penting jurnalisme pada masyarakat, dan berada di pinggir lanskap media atau dianggap terancam punah (Atton, 2015). Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa media alternatif merupakan gerakan jurnalisme di negara demokrasi yang berkaitan dengan politik ataupun kehidupan masyarakat lokal.

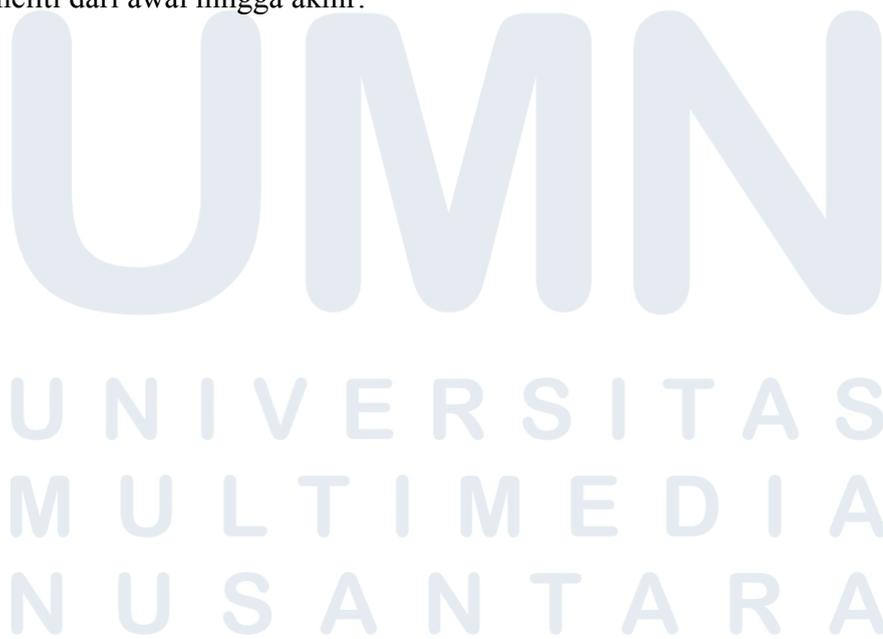
Sebagai salah satu bagian dari pers, media alternatif sendiri merupakan media yang memberikan suara kepada mereka yang terpinggirkan, sehingga pemberitaan akan sebuah isu akan menjadi lengkap karena diulas dari berbagai perspektif tanpa terkecuali. Media alternatif sendiri dibentuk tanpa memikirkan dari segi bisnis. Secara tidak langsung hal ini dapat memengaruhi kualitas konten yang dibuat (Fuchs, 2010). Meskipun begitu, media alternatif tetap memiliki semangat untuk memperjuangkan perubahan dengan memberikan kesempatan bagi mereka yang tidak tersorot (Maryani & Adiprasetio, 2018).

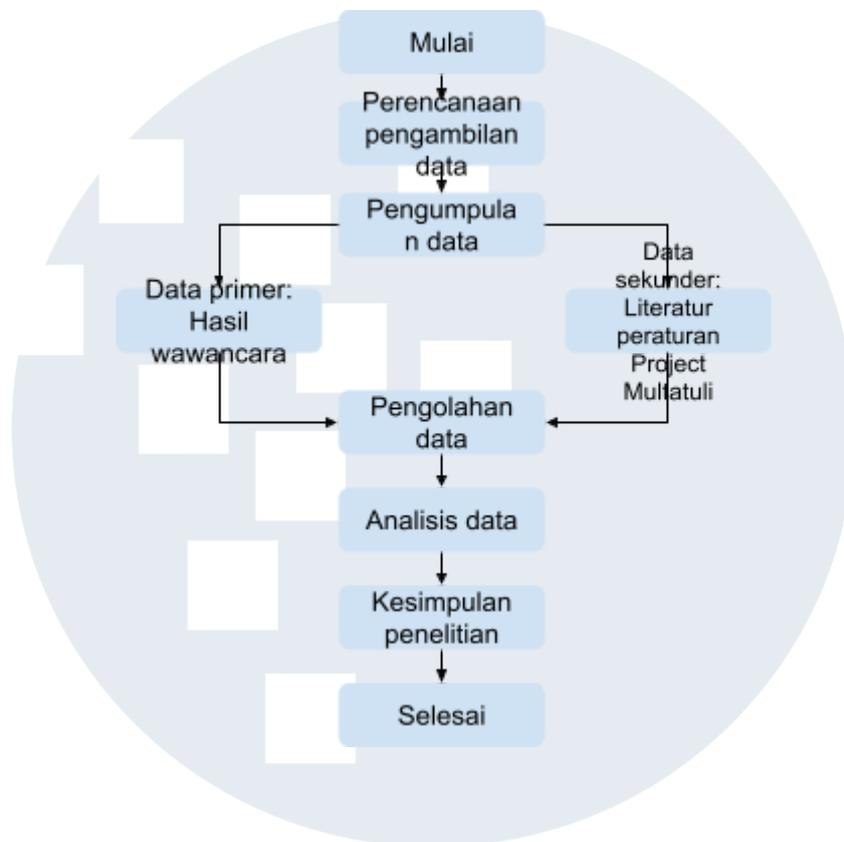
Salah satu contoh bentuk media alternatif adalah media Project Multatuli. Dilansir dari projectmultatuli.org, Project Multatuli merupakan media yang dibentuk berdasarkan inisiatif kolektif untuk mewujudkan

cita-cita jurnalisme publik, dengan memberikan suara kepada yang tidak bersuara, menyoroti yang terpinggirkan, dan melaporkan yang tidak dilaporkan. Hal ini selaras dengan apa yang dikatakan oleh mantan wartawan media alternatif Tony Harcup, bahwa media alternatif bertujuan untuk memberikan suara bagi yang tidak tersorot, dan mengambil perspektif dari bawah (Atton, 2015). Berdasarkan pemaparan tujuan dibentuknya media ini, semangat yang melandasi berdirinya Project Multatuli sejalan dengan prinsip media alternatif. Terdapat 4 tokoh yang memprakarsai berdirinya Project Multatuli, yaitu Ahmad Arif (Wartawan *Kompas*), Ary Hermawan (*Editor The Jakarta Post*), Evi Mariani (Eks editor *The Jakarta Post*), dan Fahri Salam (*Editor Tirto.id*). Pimpinan redaksi dan direktur media secara berturut-turut ditempati oleh Fahri Salam dan Evi Mariani. Project Multatuli merupakan media yang jenis pemberitaannya tergolong sebagai Slow Journalism, karena artikel-artikel yang diterbitkan merupakan artikel yang bersifat *in-depth*, mengusung konsep *storytelling*, dan mengandalkan data yang komprehensif.

2.3 Alur Penelitian

Berikut merupakan bagan alur penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti dari awal hingga akhir:





Gambar 1. Sumber: olahan peneliti.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA