



---

## RESOLUTION OF JURNALISTIC ETHICS ON MEDIA DISRUPTION ERA

Oleh

I Ketut Putu Suardana  
STAH Negeri Gde Pudja Mataram  
Email: [ikp31suardana@gmail.com](mailto:ikp31suardana@gmail.com)

### Abstract

The presence of internet brought big changes to the work system and mass media management. Disruption media era was marked by the proliferation of cyber mass media dominated by the media that did not meet the requirements and were not verified by the press council. Other case have also occurred to journalists as reporters and publishers of large amounts of news at the same time without going through the editorial or editing kitchen. This causes a violation of journalistic ethics even though there is a journalistic code of ethics. The existing journalistic code of ethics is blunt due to the large number of violations that have occurred. Such as the rise of lying news, insults, misleading content and so forth. Based on that, the purpose of this study is to find resolutions related to journalistic ethics in the disruption media era. This research method is descriptive qualitative with data sources in the form of books and Vedic centers obtained through literature study techniques. The research data shows that there are many verses in the Vedas, both Vedic Sruti and Vedic Smerti who teach about journalistic ethics as part of mass communication. In journalism activities, anyone should be based on the teachings of dharma. Dharma is an obligation to do good. When dharma is used as an ethical guide in journalistic work systems, there will be no problems in the press field. Journalists who act on the basis of dharma will always spread correct information in a careful and balanced manner without taking sides.

**Keywords: Journalistic Ethics & Online Media**

### PENDAHULUAN

Situasi media massa saat ini menunjukkan disparitas yang begitu terang. Sistem kerja manajemen media dimanjakan dengan hadirnya internet yang merevolusi media konvensional ke arah media baru (*newmedia*) berbasis *online*. Kehadiran media *online* kendatipun tidak menghapus seluruh sistem kerja jurnalistik konvensional, tetapi digitalisasi mampu menyebabkan terjadinya depresiasi media konvensional. Disrupsi media ini sesungguhnya bagaikan pisau bermata dua. Satu sisi memberikan kemudahan serta kecepatan dalam proses distribusi informasi namun di sisi lain menjadi sumber masalah bagi tatanan kehidupan sosio-kultural dunia pers.

Kurangnya kontrol terhadap wartawan dalam menjalankan proses jurnalistik, mulai dari pencarian berita hingga dikonsumsi informasi oleh publik adalah salah satu rel terjadinya gerbong pelanggaran. Lebih-lebih ketika menjamurnya media *siber* yang mengandalakan

kemudahan penyebaran informasi melalui internet yang kini menunjukan perkembangan yang signifikan. Ini adalah dalang yang menandai suramnya masa depan media konvensional.

Data Jurnal Dewan Pers Edisi 15 Tahun 2017 menyebutkan terjadi ledakan pertumbuhan media *siber*, yakni dari 47.000 media massa yang ada di Indonesia, sebanyak 43.300 di antaranya adalah media *siber*. Namun problemnya, dari Data Pers pada Tahun 2015 yang terdata dan terverifikasi di Dewan Pers sebagai perusahaan yang memenuhi persyaratan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers dan Peraturan Dewan Pers tentang Standar Perusahaan Pers hanya 168 media *online* saja. Data ini memperjelas jumlah jurnalisme *online* atau jurnalisme *siber* yang tidak terverifikasi Dewan Pers cukup besar. Hal ini menurut Ketua Dewan Pers Yosep Adi Prasetyo (2017) dapat menimbulkan berbagai masalah, mulai problem etik, nama media, hingga perilaku wartawan yang mengaku dari media *siber*, dan lain-lain.



Secara tegas data Kemenkominfo Tahun 2015 mengungkap pengguna aktif *smartphone* di Indonesia lebih dari 100 juta orang dan diprediksi terus berkembang pada *range* pertumbuhan 30%. Data tersebut selaras dengan e-Marketer Tahun 2014 yang mengungkap populasi *netter* di Indonesia melampaui angka 83 juta orang. Data ini memosisikan Indonesia sebagai peringkat keenam terbesar *netter* di dunia.

Selain itu, Kompas.com memublikasikan riset Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) Tahun 2017 mengungkap pengguna internet di Indonesia sebanyak 143,27 juta dari total populasi penduduk. Data Websindo.com pada Tahun 2019 secara spesifik menyebutkan pengguna media sosial mencapai 150 juta pengguna. Ini menggambarkan pengguna media sosial mencapai 56% dari jumlah total penduduk Indonesia. Data ini memproyeksikan kemudahan dalam penaburan informasi melalui media *online*.

Selaras dengan itu, prestasi level dunia dalam penggunaan media sosial yang disandang Indonesia menunjukkan secara gambalang tingginya pengguna internet di Indonesia. Beberapa prestasi tersebut diungkap Boer (2017) diantaranya (1) Tahun 2016 Indonesia menyandang gelar sebagai *Twitter Country* dengan jumlah *tweets* terbanyak di dunia yaitu mencapai 4.1 milyar *tweets*; (2) Gelar negara kedua di Asia dengan pengguna Facebook terbanyak setelah India yaitu sebesar 126 juta *users*; (3) Indonesia adalah the *Largest Instagram Country in Asia Pasifik* dengan pengguna sebanyak 45 juta pada Juli 2017. Data tersebut menurut Boer tidak menjamin Indonesia siap sebagai masyarakat digital. Menurutnya menyiapkan masyarakat digital Indonesia bukan saja dengan membangun perangkat *hardware* digital, tetapi yang terlebih penting adalah *software*-nya, yaitu pembangunan manusia.

Keberadaan media dengan label *dot com* selain sebagai bukti kecepatan distribusi informasi dan revolusi media massa, juga sebagai provokator datangnya tantangan dan tuntutan serius bagi wartawan. Wartawan dituntut

memproduksi berita secepat-cepatnya serta sebanyak-banyaknya pada waktu bersamaan. Artini (2017) mengungkap bahwa tugas *reporter* bahkan harus membuat 20 berita per hari. Tentu ini mengakibatkan pemberitaan media *online* terperangkap dalam ketergesa-gesaan. Bahkan tidak sedikit berita yang dipublikasikan hanya sepotong-sepotong dan belum lengkap, karena verifikasi belakangan.

Institusi media massa *online* yang diperkirakan sudah menyentuh angka 43.300 serta menyimpan segudang masalah, penting dicarikan solusi pemecahannya. Masalah yang tergambar dari cukup banyaknya laporan kepada Dewan Pers yang mengeluhkan berita *online* menjadi salah satu bukti *real* tentang kondisi pers saat ini. Menjamurnya ujaran kebencian, hoax, *misleading* konten, permusuhan serta fitnah di media *online* akhir-akhir ini menunjukkan ada yang belum beres dalam menyusun prioritas media.

Wikan (2017) mengatakan pengembangan versi digital tidak kemudian berarti serta merta menambah jumlah sumber daya manusia (SDM) sebanyak 100 persen dari jumlah awal. Bahkan terbalik, menjadikan kerja jurnalis dan awak media *non* redaksi menjadi ganda (*multitasking*). Seorang jurnalis kini dituntut mampu mengolah kontennya menjadi dua produk, yakni untuk versi cetak dan digital sekaligus. Bagi jurnalis konvensional, yang lama tunduk pada aturan berkarya hanya untuk satu platform, tentu sangat sulit menyesuaikan dengan situasi pembaharuan ini. Namun suka ataupun tidak, kerja ini harus dilakukan.

Sistem kerja jurnalis yang *multitasking*, akan sangat membantu manajemen perusahaan pers melakukan efisiensi biaya produksi konten. Wikan menyebutnya dengan istilah monetisasi konten.

Tuntutan menuju eksistensi media ini menjadikan minimnya proses redaksi dalam setiap informasi yang diterima publik. Hal ini mempengaruhi rendahnya kualitas berita yang disiarkan media massa. Permasalahan dunia pers yang tampak pada menjamurnya berita bohong yang beredar dimasyarakat, konten pornografi



.....

serta pornoaksi yang tidak pantas tayang adalah sebagian kecil dari multi problem dalam dunia pers. Kekerasan yang ditontonkan melalui penayangan sinetron beraroma bela diri yang secara kontinyu oleh stasiun televisi swasta nasional kemudian ditayangkan pula melalui akun Youtube media tersebut seringkali ditiru oleh anak-anak yang menontonnya. Sinetron yang seolah renungan dan tayang hampir setiap hari, serta mempertontonkan pembulian dan kekerasan terhadap suami atau istri kerap kali berpengaruh terhadap psikis penontonnya. Serta tayangan-tayangan lainnya yang berdampak buruk terhadap publik adalah wujud masalah dalam bidang pers.

Proses sensor yang tidak dilakukan secara efektif adalah kreator munculnya masalah. Lebih lagi dalam lembaga berita nasional baik cetak maupun elektronik muncul keberpihakan media pada salah satu pihak penyokong dana atau pemerintah maupun masyarakat mayoritas bahkan minoritas mendorong tidak berimbangnnya informasi yang beredar. Artini (2017) mengatakan kebanyakan kesalahan dalam dunia jurnalisme media internet menyangkut masalah akurasi, kualitas dan kredibilitas informasi yang diluncurkan. Ungkapan ini didukung oleh pendapat Maryadi (2006) mengatakan atas nama kecepatan, *pageview*, dan pertumbuhan bisnis, media *online* terjerembab menyampaikan informasi yang belum final terverifikasi.

Menurut Bill Kovach dan Tom Rosenstiel dalam Artini (2017), banyak media juga terperangkap dalam komersialisasi karena sangat bergantung pada pemasukan iklan sehingga *homepage* pun penuh dengan iklan. Misalnya, munculnya iklan yang menempel di film atau sinetron melalui penempatan produk, proyek jualan dalam program wawancara selebritas yang mengupas sebuah film atau buku. Lebih lagi ketika adanya iklan terselubung dalam pemberitaan. Keadaan demikian, melahirkan empat model berita, yakni jurnalisme verifikasi, pernyataan, pengukuhan dan kelompok kepentingan. Masyarakat dapat dengan jelas

membedakan garis tipe-tipe media itu dengan melihat penampilan media *online* itu langsung.

Disparitas sebagai implikasi hadirnya media *online* menyebabkan hambarnya keberadaan regulasi yang mengatur tentang sosio-kultural dunia pers. Regulasi yang ada belum mampu mencegah terjadinya pelanggaran etik yang dilakukan insan pers. Adanya undang-undang tentang penyiaran, tentang pers bahkan sampai kode etik jurnalistik yang dibuat sendiri oleh insan pers belum mampu menjegal pelanggaran terkait pers termasuk pelanggaran terhadap etik. Direvisinya undang-undang tentang informasi transaksi elektronik yang akrab disebut ITE sebagai akibat digitalisasi media pada Tahun 2016 belum juga efektif memberantas pelanggaran pers terutama dalam bentuk media *online*.

Selain mencegah beredarnya informasi menyesatkan kepada masyarakat, bahkan bagi sebagian kalangan regulasi yang ada dipandang menjadi penyebab maraknya muncul pelanggaran. Regulasi dipandang menjadi penghalang kebebasan pers. Walaupun pada dasarnya ada kebebasan pers bukan berarti pers dapat sebebas-bebasnya dalam bekerja. Masalah kebebasan pers yang membabitnya juga bentuk nyata terjadinya pelanggaran tataran etika jurnalistik. Misalnya ketika terjadi permasalahan terhadap Majalah Tempo yang memuat *cover* foto Presiden Joko Widodo dengan hidung panjang layaknya Pinokio beberapa waktu lalu. Serta penolakan beredarnya Majalah Obor Rakyat pada masa-masa pemilu dianggap sebagian kalangan sebagai bentuk penolakan atas kebebasan pers. Lebih-lebih kebebasan tersebut terjadi pada era digitalisasi media yang memudahkan penyebaran informasi.

Kendatipun pembukaan kode etik jurnalistik Indonesia menyebutkan bahwa kemerdekaan pers wajib dihormati oleh semua pihak karena mengacu pada amanat Pasal 28 Undang-Undang Dasar 1945 yang memberikan kemerdekaan kepada warga negara untuk mengeluarkan pikiran (pendapat) dengan lisan dan tulisan. Kode etik jurnalistik yang disusun dengan rasa sadar bahwa Negara Republik



Indonesia adalah negara hukum sehingga memvonis wartawan Indonesia sebagai bagian dari negara Indonesia. Hal ini bukan semata wartawan kebal hukum, melainkan rambu-rambu bagi wartawan dalam aktivitas jurnalistik. Kode etik jurnalistik sebagai pagar yang mencegah terjadinya pelanggaran etik oleh wartawan dalam dunia sosio-kultural.

Beberapa gambaran sebelumnya menunjukkan bahwa terbentuknya kode etik jurnalistik belum pula mampu mengatasi permasalahan etik bagi wartawan. Terjadinya berbagai pelanggaran seperti di atas adalah wujud konkret heterogenya masalah tentang pers di era media *online*. Masalah etik jurnalistik yang tidak semata disebabkan aspek kelembagaan dan teknis pers, lebih jauh etik jurnalistik dipengaruhi secara nyata dengan kemunculan kebebasan ruang era media *online*. Masalah kualitas tayangan serta informasi yang beredar dalam aktifitas jurnalistik harus terus dicarikan solusi pemecahannya. Melihat maraknya pelanggaran kendatipun sudah terdapat regulasi dalam tata nilai hukum negara bahkan kode etik jurnalistik maka penting ditemukan pemecahan masalah etik termasuk perspektif hukum yang lainnya seperti hukum agama.

Kajian tentang resolusi etika jurnalistik dipandang penting di era media *online*. Atas dasar itu salah satu solusi yang diberikan adalah etika jurnalistik dalam perspektif Agama Hindu. Mengingat Agama Hindu sebagai agama tertua di Indonesia termasuk di dunia meletakkan etika pada posisi penting dalam kerangka realisasi bagi penganutnya. Etika termasuk dalam tri kerangka Agama Hindu selain filsafat sumber kebenaran (*tatwa*) dan upacara. Etika dikenal dalam ajaran Hindu dengan istilah *susila*.

Etika dalam ajaran Agama Hindu menjadi tonggak terlaksananya upacara serta perbuatan baik. Tanpa etika, maka sulit terlahir sesuatu yang baik, termasuk dalam hal jurnalistik. Tanpa didasari etika jurnalistik yang baik maka niscaya masalah pers sulit akan teratasi. Di dalam ajaran Agama Hindu terdapat berbagai sumber dari pustaka suci Weda yang membahas tentang etika. Termasuk di dalamnya adalah aktifitas

penyiaran atau penyampaian pesan publik dalam komunikasi massa.

Sumber-sumber tersebut tergolong dalam susastra *Weda Sruti* maupun *Weda Smerti*. Pandangan Agama Hindu terkait etika jurnalistik handaknya dapat menjadi rujukan bagi pelaku media dalam melakukan aktifitas jurnalistiknya. Atas dasar itu maka disusun sebuah penelitian dengan judul “Resolusi Etika Jurnalistik di Era Media *Online*”.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif. Data dalam penelitian ini diperoleh dengan teknik studi pustaka. Data yang dikaji merupakan data yang diperoleh dari sumber data primer dari pustaka suci Weda baik *Weda Sruti* maupun *Weda Smerti* serta sumber data skunder, yaitu dari seloka (*sloka*) atau mantra yang dimuat dalam buku yang menganalisis tentang seloka-seloka atau mantra terkait etika jurnalistik.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Kondisi Jurnalistik Pada Era Disrupsi Media

Kehadiran media *online* dengan dukungan internet yang merambah dipelosok dunia termasuk Indonesia mengkonstruksi jurnalisme konvensional ke dalam bentuk baru, yakni jurnalistik *online* (*online journalism*). Jurnalisme baru ini membawa perubahan begitu signifikan dalam sistem kerja jurnalistik. Jurnalistik online ditandai dengan kecepatan kerja jurnalis dalam arus distribusi informasi. Dalam waktu yang singkat jurnalis dapat menerbitkan berita tanpa harus melalui proses produksi di dapur redaksi. Kendatipun demikian, kecepatan kerja jurnalis acapkali tidak diimbangi dengan akurasi dan kelengkapan pemberitaan.

Ambardi dkk (2017: 86) secara gamblang mengatakan kendangkalan kualitas jurnalisme semakin menguat dengan berkembangnya jurnalisme *online*. Diskursus ini memproyeksikan bahwa kehadiran medium baru (*new media*) dalam bentuk media *online* menambah kerumitan masalah ketika terjadi keterpurukan media konvensional. Prinsip



akurasi dan kelengkapan yang menjadi prinsip dasar jurnalisme seringkali dikesampingkan saat ini. Mengejar kebenaran yang menjadi prinsip jurnalistik semakin tidak terjangkau dengan rutinitas yang sangat dan serba cepat.

Munculnya kehidupan serba *online* yang berpengaruh terhadap bidang jurnalistik ini menunjukkan adanya masalah serius dalam jurnalistik. Jurnalistik adalah kegiatan pengumpulan berita hingga dikonsumsi oleh khalayak. Pada era media *online*, aktivitas jurnalistik cenderung bebas dan seringkali menyesatkan publik dengan pemberitaan bohong dan lain sejenisnya. Era ini sesungguhnya diilhami sebagai era disrupsi media.

### Weda Sebagai Sumber Etika Jurnalistik

Kata etika secara etimologi berasal dari bahasa Yunani *ethos*, yang berarti tempat tinggal yang biasa, padang rumput, kebiasaan, adat, watak, perasaan, sikap atau cara cara berpikir (Tim Penyusun, 2016:182). Berdasarkan etimologi tersebut etika dapat diartikan ilmu tentang apa yang biasa dilakukan atau ilmu tentang adat kebiasaan. Etika dapat pula dipahami sebagai nilai-nilai dan norma-norma moral yang menjadi pegangan bagi seseorang atau suatu kelompok dalam mengatur tingkah lakunya.

Etika juga dapat diartikan kumpulan asas atau nilai moral (kode etik). Etika juga berarti ilmu tentang yang baik atau buruk. Berdasarkan diskursus tersebut, etika jurnalistik adalah aturan nilai yang menjadi pegangan hidup bagi insan media/pers dalam melakukan aktifitas jurnalistik, mulai dari peliputan, editing sampai pada terkonsumsinya berita oleh khalayak. Winarto (2017:35) mengatakan etika jurnalistik merupakan masalah penting dalam situasi Indonesia saat ini ketika pers memiliki kebebasan relative besar.

Selanjutnya dijelaskan pula tentang Weda. Secara etimologi Weda berasal dari Bahasa Sanskerta, yakni kata *vid* yang berarti pengetahuan. Dengan demikian terkonstruksi makna Weda sebagai sumber tentang pengetahuan. Weda dibedakan menjadi dua

kelompok, yakni Weda Sruti dan Weda Smrti. Weda Sruti terdiri dari *catur* Weda, yaitu Rg Weda, Yajur Weda, Sama Weda dan Atarwa Weda. Sedangkan Weda Smrti terdiri dari berbagai tafsir *maharsi* penerima wahyu, diantaranya Manawa Dharmasastra, Sarasamuscaya dan lain sebagainya.

Pada Weda, banyak memuat ajaran tentang etika bertingkah laku. Tidak sedikit *sloka* yang membahas tentang ajaran etika komunikasi yang erat hubungannya dengan jurnalistik. Resolusi pencegahan atas problem jurnalistik saat ini begitu penting keberadaannya untuk mencegah pelanggaran etik pers. Berbagai sumber harus dikaji sebagai wujud resolusi masalah jurnalistik era disrupsi media termasuk munculnya media *online*. Sumber pustaka suci Weda dapat dijadikan salah satu resolusi bagi insan media dalam menjegal pelanggaran etik.

Pustaka suci Weda adalah salah satu sumber rujukan bagi umat manusia termasuk wartawan dalam melaksanakan aktivitas jurnalistik. Weda mengajarkan tentang berbagai pedoman berperilaku yang baik (*dharma*) bagi manusia termasuk didalamnya adalah pedoman tentang etika jurnalistik. Hal ini sejalan dengan susatra Manawa Dharmasastra, II.6 berikut:

*Idānim dharma pramānānyahā;  
Wedo 'khilo dharmamulam  
smrtisile ca tadvidam  
ācārascaiva sādhunām  
ātmanastutireva ca.*

Artinya:

Seluruh pustaka suci Weda adalah sumber pertama daripada *dharma* kemudian adat istiadat, dan lalu tingkah laku yang terpuji dari orang-orang budiman yang mendalami ajaran pustaka suci Weda, juga tata cara perikehidupan orang-orang suci dan akhirnya kepuasan dari pribadi (Pudja dan Sudharta, 1995: 62).

*Sloka* di atas menegaskan bahwa Weda adalah sumber pertama dari ajaran *dharma* atau kewajiban bertingkah laku. Seloka tersebut menguraikan secara kronologis tentang sumber hukum, dimulai dari Weda, *smrti*, *acara*, kemudian *atmanastuti*. Dalam konsep Hindu



kronologi tersebut sering dijelaskan dengan urutan *Sruti*, *Smrti*, *Acara* dan *Atmanastuti*. *Sloka* di atas sangat merujuk Weda sebagai sumber ajaran tentang *dharma* termasuk etika, lebih-lebih etika jurnalistik. Menjadikan Weda sebagai sumber etika jurnalistik adalah resolusi yang tepat. *Sloka* dalam Weda sangat tepat menjadi acuan etika jurnalistik pada era disrupsi media.

### Etika Jurnalistik dalam Weda Sruti

Weda Sruti adalah sumber etika jurnalistik yang utama. Weda Sruti merupakan bentuk asli dari berbagai sumber Weda. Hal ini karena Weda Sruti merupakan wahyu yang diterima atau didengar secara langsung oleh para Maharsi penerima wahyu. Weda Sruti terdiri dari empat jenis Weda yang dikenal dengan *Catur Weda*, yakni Rg Weda, Yajur Weda, Sama Weda dan Atarwa Weda. Dalam penelitian ini dibahas tentang *sloka* yang dimuat dalam Rg Weda dan Yajur Weda.

Dalam Rg Weda, XIII.24.20 disuratkan sebagai berikut:

*ghṛtāt svādiyo madhunaṣ ca vocata*

Artinya :

Berbicaralah lebih manis dari mentega dan madu (Parakash, 2005).

*Sloka* di atas menginstruksikan untuk berbicara lebih manis dari mentega dan madu. Seorang jurnalis atau insan media *online* hendaknya menyampaikan berita atau informasi lebih manis dari mentega dan madu. Ketika informasi publik disampaikan melebihi anisnya mentega dan madu maka kendatipun informasi itu pahit abhkan tidak baik maka informasi tersebut akan diterima secara baik oleh khalayak atau komunikan. Seorang jurnalis harus mampu mengemas berita yang dipublikasi dengan indah. Berita tidak menyakiti hati komunikan.

Selain dalam *sloka* Rg Weda di atas, dalam Yajur Weda, XIX.29 secara gamblang diuraikan tentang etika berbicara yang kerap kali dilakukan oleh jurnalis. Hal ini dapat diterapkan sebagai bagian dari resolusi etika jurnalistik. *Sloka* tersebut berbunyi sebagai berikut:

*Apnoti sūkta vākenāśiṣaḥ*

Artinya:

Vol.14 No.8 Maret 2020

Seseorang yang berbicara manis akan memperoleh berkah (Griffith, 2005:379).

*Sloka* di atas menyuratkan bahwa seorang jurnalis harus mampu berbicara, baik lisan maupun tulisan dengan manis agar memperoleh berkah. Berkah dalam *sloka* tersebut dapat diinterpretasikan bahwa sebuah berita yang dimuat media online hendaknya mampu membawa berkah bagi semua pihak. Termasuk didalamnya adalah berkah bagi jurnalis, bagi media, bagi khalayak atau semua orang yang terlibat dalam pemberitaan tersebut.

### Etika Jurnalistik dalam Weda Smrti

Weda Smrti adalah kelompok Weda yang merupakan tafsir dari para *maharsi*. Dalam kajian ini, beberapa susastra Weda Smrti yang dapat dijadikan sumber etika jurnalistik diantaranya pustaka Manawa Dharmasastra dan pustaka Sarasamuscaya. Dalam pustaka suci Manawa Dharmasastra, IV.18 disebutkan :

*voyasaḥ karmaṇo 'rthasya  
crutasyābhijanasya ca  
veśavāg buddhi sārupyam  
ācaran vicarediha*

Artinya :

Hendaknya ia berjalan di dunia fana ini, menyesuaikan pakaiannya, kata-kata serta pikirannya agar ia sesuai dengan umum, kedudukan, kekayaan, pelajaran sucinya dan juga kebangsaannya (Pudja dan Sudharta, 2002: 217).

Berdasarkan *sloka* di atas dapat dipahami bahwa setiap orang termasuk insan media pada era disrupsi media harus mampu menyesuaikan kata-katanya dengan khalayak banyak. Pemberitaan oleh media sebagai kontruks atas kata-kata harus mampu menyesuaikan diri dengan keinginan khalayak. Komunikan dalam komunikasi massa yang notabene adalah publik yang tidak terbatas harus mampu diilhami oleh insan media agar media mampu membawa kesejukan dalam pemberitaan. Etika jurnalistik yang baik melalui penyesuaian terhadap khalayak adalah salah satu solusi yang sangat tepat dalam era disrupsi. Selaras dengan *sloka* tersebut, dalam Manawa



Dharmasastra, IV.138 lebih ditegaskan sebagai berikut :

*Satyam brūyat priyam  
Bruyāna brūyātsatyamamapriyam  
priyam ca nāṇṛitam brūyādeṣa  
dharmah sanātanaḥ*

Artinya:

Hendaknya ia mengatakan apa yang benar, hendaknya ia mengucapkan apa yang menyenangkan hati, hendaknya ia jangan mengucapkan kebenaran yang tidak menyenangkan, dan jangan pula ia mengucapkan kebohongan yang menyenangkan, inilah hukum hidup duniawi yang abadi (Pudja dan Sudharta, 2002: 248).

*Sloka* di atas menegaskan bahwa insan media termasuk jurnalis harus mengatakan tentang kebenaran. Pemberitaan yang dimuat oleh media massa baik konvensional maupun *online* pada era disrupsi media ini harus menyenangkan hati masyarakat sebagai penikmat media. Jurnalis dan insan media lainnya juga tidak patut memberitakan sesuatu yang benar (kebenaran) namun tidak menyenangkan bagi publik. Begitu pula sebaliknya seorang jurnalis tidak pantas memberitakan berita bohong kendatipun menyenangkan publik. Sejalan dengan *sloka* yang telah disebutkan sebelumnya, *sloka* Manawa Dharmasastra IV.139 juga menyebutkan sebagai berikut:

*bhadram bhadramiti bruyad  
bhadramitye wa wadet  
suskawairam wiwadam ca  
na kuryat kenacit saha*

Artinya :

Apa yang bagus hendaknya ia menamakan bagus, atau hendaknya ia berkat-kata bagus-bagus saja, tanpa melibatkan diri pada perdebatan atau pertentangan yang tak ada gunanya dengan siapapun juga (Pudja dan Sudharta, 2002: 248-249).

*Sloka* ini juga menjadi salah satu dasar bagi insan pers pada era disrupsi media untuk melakukan proses jurnalistik. Berita yang disajikan media massa harus mampu

menggambarkan keadaan sebenarnya. Ketika objek berita yang diperoleh dari sumber berita adalah suatu yang bagus, maka pemberitaan dalam media harus bagus pula. Media massa sangat tidak dianjurkan untuk mempublikasikan berita yang tidak sesuai dengan keadaan sebenarnya. Etika tentang kejujuran ini harus dijunjung tinggi oleh insan pers dalam setiap pemberitaan. Melalui pemberitaan yang sesuai dengan fakta maka kualitas beritanya akan baik. Dengan demikian maka akan mencerminkan kualitas dari media yang mempublikasikan berita tersebut.

Selaras dengan *sloka-sloka* dalam pustaka suci Manawa Dharmasastra di atas, dalam pustaka suci Sarasamuscaya juga dijelaskan tentang etika jurnalistik. Di dalam Sarasamuscaya 73 disebutkan :

*manasā trividham caiva vācā caiva  
caturvinham  
kayena trividham capi dacakarma  
pathaccaret* (dalam Bahasa Sanskerta).

*hana karmapatha ngaranya, kahrtaning  
indriya,  
sapuluh kwehnya, ulahakena, kramanya,  
pawrttyaning manah sakareng, telu  
kwehnya, ulahaning wak pat,  
pawrttyaning kaya telu, pinda sepuluh,  
pawrttyaning kaya, wak, manah kangeta*  
(dalam Bahasa Jawa Kuno).

Artinya :

Adalah *karmapatha* namanya, yaitu pengendalian hawa nafsu, sepuluh banyaknya yang patut dilaksanakan perinciannya gerak pikiran tiga banyaknya, perilaku perkataan empat jumlahnya, gerak tindakan tiga banyaknya. Jadi sepuluh banyaknya perbuatan yang timbul dari gerakan badan, perkataan dan pikiran, itulah patut diperhatikan (Kajeng, 2005:61-62)

Pada *sloka* tersebut diuraikan secara umum tentang pengendalian hawa nafsu yang dikenal dengan nama *karmapatha*. *Sloka* ini menginstruksikan bahwa penting bagi insan media pada era disrupsi untuk mengendalikan



sepuluh perbuatan dari gerakan badan, perkataan dan pikiran. Selanjutnya secara khusus tentang perkataan diuraikan dalam Sarasamuscaya, 75 berikut :

*asatpralāpam* *pārusyam*  
*paicunyanrtam tathā,*  
*vatvāri vācā rājendra na*  
*jalpennānucintayet* (dalam Bahasa Sanskrita).

*nyang tanpa prawrttyaning wāk, pāt*  
*kwehnya, pratyekanya, ujar ahala, ujar*  
*aprgas, ujar picuna, ujar mithyā, nahan*  
*tang pāt singgahananing wāk, tan*  
*ujarakena, tan angina-ngenan, kojaranya*  
 (dalam Bahasa Jawa Kuno).

Artinya :

Inilah yang tidak patut timbul dari kata-kata, empat banyaknya, yaitu perkataan jahat, perkataan kasar menghardik, perkataan memfitnah, perkataan bohong (tidak dapat dipercaya); itulah keempatnya harus disingkirkan dari perkataan, jangan diucapkan, jangan dipikir-pikir akan diucapkan (Kajeng, 2005:62).

Berdasarkan *sloka* yang termuat dalam Sarasamuscaya, 75 tersebut dapat dipahami bahwa manusia termasuk insan media patut menghindari empat jenis perkataan. Empat jenis perkataan ini adalah perkataan jahat, perkataan kasar, perkataan menfitnah dan perkataan bohong. Empat jenis perkataan inilah yang menjadi salah satu penyebab merosotnya etika jurnalistik insan pers akhir-akhir ini. Munculnya berbagai berita bohong dan memfitnah akhir-akhir ini menjadi bukti konkret terjadinya pelanggaran etik pers. Sejalan dengan *sloka* di atas, ditegaskan kembali dalam Sarasamuscaya, 117 tentang penyebab orang terpuji sebagai berikut :

*dve karmani narah kurvaniha loke*  
*mahiyate,*  
*abruvan parusam kincidasato*  
*nārthayastathe* (dalam Bahasa Sanskrita).

*kunang ling mami, rwa ikang nimittaning*  
*wwang inastuti lwirnya, ikang pasaningu,*

*mujarakenang parusawacana, ikang*  
*pisaningu kumira-kirang ulah tan yukti*  
*kunang, samangkana ikang wwang pinujin*  
*haneng rāt* (dalam Bahasa Jawa Kuno).

Artinya :

Maka hamba berpendapat, bahwa adalah dua macam perbuatan yang menyebabkan orang terpuji, misalnya sekali-kali tidak mengucapkan perkataan kasar, pun sekali-kali tidak memikir-mikirkan perbuatan yang tidak layak, orang yang berkeadaan demikianlah yang terpuji di dunia (Kajeng, 2005:98).

Dari *sloka* ini dapat dieksplorasi bahwa salah satu perbuatan yang membuat orang terpuji adalah tidak mengucapkan kata-kata kasar. *Sloka* ini secara spesifik membentengi insan pers untuk tidak sekali-kali memberitakan sesuatu dengan kata-kata kasar. Di dalam pemberitaan, sangat dilarang memuat kata-kata kasar yang tidak layak didengar maupun dibaca oleh publik. Winarni dan Lestari (2019:85) secara gambling menyebut berita merupakan produk jurnalistik yang memenuhi naluri rasa ingin tahu masyarakat tentang suatu peristiwa. Dengan demikian, pada era disrupsi media saat ini selayaknya insan pers harus menjauhkan pemberitaan dengan kata kasar karena melihat cepatnya penyebaran informasi pada era *online*.

#### **Dharma Sumber Etika Jurnalistik**

Kehidupan manusia yang dicapai sebagai korelasi antara perbuatan dengan hasil (*karmaphala*) menjadi salah satu podasi kokoh tercapainya tujuan manusia. Ketika perbuatan dilakukan, maka hasil atas perbuatan itu yang ninikmati pula. Teori *karmaphala* tidak dapat terlepas dari berbagai aktifitas manusia di jagat bumi. Terpatrynya kalimat “*moksatham jagaddhitaya ca iti dharmah*” yang berarti tujuan beragama (*dharmah*) adalah untuk mendapatkan *moksha* dan *jagaddhita* (kebahagiaan di dunia dan akhirat) adalah bentuk niat yang harus tertanam dalam setiap sanubari umat manusia.

Swami Vivekananda yang dikutip Puniatmaja (2014 : 2-3) lebih tegas mendefinisikan tentang tujuan agama, yaitu “*atmanam moksartham jagaddhitaya ca*” yang

<http://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/MBI>

Open Journal Systems





berarti tujuan agama, yakni untuk mencapai kelepasan, kebebasan, kesempurnaan roh (*moksa*), kesejahteraan umat manusia, kedamaian serta kelestarian dunia (*jagadhita*). *Moksa* pada esensinya berarti kebebasan roh dari ikatan duniawi atau kelepasan. *Moksa* juga diartikan sebagai pengalaman hidup yang paling mulia bagi umat manusia. Sedangkan *jagadhita* diartikan kebahagiaan, kesejahteraan, kemakmuran umat manusia, kelestarian serta kedamaian dunia. Argumentasi tersebut pada hakekatnya memberikan garis lurus bahwa sejatinya tujuan agama sekaligus tujuan manusia adalah mencapai kebahagiaan dan kedamaian di alam sebelum dan sesudah kematian. Diskursus guru rohani India ini mengkontruksi argumentasi bahwa salayaknya dalam melaksanakan berbagai aktifitas manusia, terlebih lagi dalam komunikasi hendaknya memberikan kedamaian bagi umat manusia. Begitu halnya dalam praktik jurnalistik sebagai bagian dari komunikasi massa yang selalu menyebarkan informasi kepada khalayak.

Tujuan di atas hanya dapat terealisasi ketika ada korelasi antara pikiran, perkataan dan perbuatan (*tri kaya parisudha*). *Tri kaya parisudha* sebagai tonggak penentu terealisasinya tiga bagian ajaran untuk mendapatkan *moksa* dan *jagadhita* yang disebut *tri warga*. *Tri warga* terdiri dari *dharma*, *artha*, dan *kama*. *Dharma*, berarti ajaran budhi pekerti yang berkaitan dengan kewajiban umat manusia termasuk etika (*susila*). *Artha*, berarti benda atau sarana pemuas naluri. *Kama*, berarti naluri, nafsu dan keinginan yang dimiliki oleh setiap manusia. Pandangan tentang *tri warga* ini secara tegas dijelaskan dalam susastra Brahma Purana, 228:45 berikut:

*dharmārthakāmamoksānām sariram  
sāadhanam.*

Artinya:

Tubuhnya adalah sarana untuk mendapat *dharma*, *artha*, *kama* dan *moksa* (Puniatmaja, 2014:8).

Untaian *sloka* dalam susastra tersebut mengkonfirmasi bahwa tubuh yang dimiliki manusia hendaknya digunakan untuk pemenuhan *dharma*, *artha*, *kama* maupun *moksa*. *Kama* yang

ada pada dirinya mempengaruhinya untuk bertindak dengan sarana (*artha*) yang ada. Ketika tindakan dilakukan hanya berdasarkan *kama* dan *artha*, maka seringkali hasilnya tidak baik. Atas dasar argumentasi ini, maka *dharma* sebagai ajaran tentang *budhi* harus ikut dijalankan sebagai sebuah kewajiban. Konsep *dharma* menjadi penentu tercapainya tujuan dengan baik dan benar. *Dharma* tidak hanya sebatas semboyan melainkan sebuah kewajiban yang dijalankan oleh umat manusia. *Dharma* yang melatarbelakangi setiap perbuatan, perkataan dan pikiran manusia akan berpengaruh positif terhadap tercapainya kebahagiaan, kedamaian dan keselarasan jalan hidup manusia. Pentingnya *dharma* sebagai landasan hidup manusia juga dijelaskan dalam Santi Parwa, 109.10 berikut :

*prabhavārthāya bhutānām  
dharmapavācānam krtam,  
yah syāt prabhavasyamyuktah sa dharmah  
iti niscayah*

Artinya :

(Segala) kegiatan demi kesejahteraan dan kebahagiaan semua makhluk, itu disebut *dharma*. Tiada disangsikan lagi apapun yang bertalian dengan kesejahteraan untuk sesamanya itulah *dharma* (Puniatmaja, 2014:9-10).

Untaian *sloka* ini menegaskan *dharma* sebagai sebuah perbuatan yang memberikan kesejahteraan dan kebahagiaan. *Sloka* ini memberi isyarat kepada semua manusia termasuk masyarakat media untuk menyampaikan pemberitaan berdasarkan *dharma*. Ketika *dharma* menjadi dasar bagi insan media dalam menjalankan proses jurnalistik, maka pemberitaan media tersebut niscaya membawa kesejahteraan dan kebahagiaan semua makhluk. Lebih khusus mencekal permasalahan tentang pers yang menyebarkan berita atas dasar kemauan pemilik modal atau penyokong dana media diuraikan dalam *sloka* Santiparwa, 123.4 (Puniatmaja, 2014:10) berikut :

*dharmamulah sadivārthah kāmārtha  
phalamucyate*

Artinya :



Walaupun *artha* (kebutuhan serba benda dan harta kekayaan) untuk *kama* (kepuasan naluri, nafsu dan keinginan) namun *artha* harus selalu bersumber pada *dharma* (kerohanian dan kebajikan).

*Sloka* ini mengejawantahkan agar *dharma* selalu menjadi sumber dari *artha*. Dalam pemenuhan nafsu terkait pendanaan operasional media massa harus selalu berdasarkan *dharma*. Pemilik modal harus selalu mendukung media tanpa bertentangan dengan *dharma*. Hal ini ditegaskan pula dalam *sloka* Brahma Purana, 221.16 berikut :

*Dharmo dharmānubandhārtho dharmo nātmārhapidakah*

Artinya :

*Dharma* terikat erat dengan *artha*, dan *dharma* tidak menentang *artha* tetapi mengendalikan untuk kebahagiaan dan kesejahteraan makhluk hidup, kedamaian dan kelestarian ciptaan Tuhan (Puniatmaja, 2014:10).

Untaian *sloka* tersebut memosisikan *dharma* sebagai bagian tak terpisahkan dengan *artha* (harta) dan *kama* (keinginan). Pada posisi ini *dharma* adalah pengendali terhadap pemanfaatan harta dalam memenuhi keinginan. *Dharma* adalah pengendali agar *artha* mampu membawa kebahagiaan dan kesejahteraan makhluk hidup, kedamaian dan kelestarian ciptaan Tuhan.

Pada konteks jurnalistik pada era disrupsi media, pemilik media harus mampu memanfaatkan media tidak semata untuk menggali keuntungan finansial yang sebesar-besarnya. Melainkan pemilik media harus mengembangkan medianya untuk kemaslahatan masyarakat. Bagi jurnalis, penerimaan imbalan serta bayaran dari informan harus dihindari karena dapat mempengaruhi independensi pemberitaan. Disindependensi informasi pada proses jurnalistik dapat mempengaruhi kualitas jurnalis dan media. Kualitas jurnalis yang cenderung tidak sejalan dengan *swadharma* (kewajiban) dapat menghalanginya untuk masuk surga setelah kematian. Terkait hal ini, *dharma* dalam Sarasamusccaya, 14 menjelaskan :

*dharma eva plavo nānyah svargam samabhivam ca tam, sādhanor wanijasca tam jaladheh param icchatah.*

Artinya :

*Dharma* itu adalah suatu sarana untuk mencapai surga, bagaikan perahu yang menjadi sarana bagi pedagang untuk menyeberang samudra (Kajeng, 2005:16).

Berdasarkan *sloka* ini, *dharma* diibaratkan sebagai perahu yang digunakan oleh para pedagang untuk menyebrangi samudra dalam aktivitas perdagangannya. Begitu pula bagi seorang jurnalis, *dharma* adalah sarana atau jalan agar berita serta informasi yang disembarkannya memberikan ketenangan dan kebahagiaan bagi masyarakat. Dengan melakukan proses jurnalistik berdasarkan *dharma* maka kebahagiaan akhir berupa surga akan dicapai oleh jurnalis media massa. Hal ini lebih ditegaskan dalam pustaka Manusamhita, 1 (Puniaatmaja, 2014:10) berikut :

*Vedapramānakah sreyah sadhanam dharmah*

Artinya :

*Dharma* disebut dalam ajaran Weda sebagai jalan untuk mencapai *sreyah* (kebahagiaan, kesejahteraan dan kesempurnaan).

*Dharma* berdasarkan *sloka* tersebut diidentifikasi sebagai ajaran yang terdapat dalam Weda sebagai jalan mencapai kebahagiaan, kesejahteraan, dan kesempurnaan. *Dharma* secara tersurat akan mampu membawa jurnalis mencapai kebahagiaan bagi dirinya bahkan orang lain pada era disrupsi media saat ini. Jurnalis yang beerja berdasarkan *dharma* dapat pula membawa kesejahteraan dan kesempurnaan bagi publik kendatipun media mengalami disrupsi.

*Sloka-sloka* yang diuraikan di atas mengkontruksi *dharma* sebagai ajaran etika dalam Weda. *Dharma* adalah sumber bagi umat manusia dalam menjalankan kehidupan sehingga tujuan dapat tercapai. Begitu halnya pada etika jurnalistik, ketika seluruh proses jurnalistik dilakukan berdasarkan *dharma* maka informasi yang beredar dan dikonsumsi publik pada era



disrupsi media ini adalah informasi yang baik. Informasi yang pantas diterima masyarakat sejatinya merupakan informasi yang menjadi inspirasi bagi khalayak untuk berbuat kebenaran. Informasi yang benar dan disampaikan dengan baik memberi efek positif terhadap perkembangan dan kemajuan bangsa. Pentingnya *dharma* sebagai sumber bagi wartawan dalam melakukan proses jurnalistik selaras dengan kode etik jurnalistik. Kode etik jurnalistik sebagai pedoman etika bagi wartawan Indonesia terkontruksi ke dalam butir-butir pasal yang selaras dengan ajaran *dharma*.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Kondisi media massa yang mengalami disrupsi dengan hadirnya internet yang memunculkan media online merubah tatanan dunia jurnalistik. Terjadinya disrupsi media ini membawa pengaruh signifikan terhadap kualitas pemberitaan media. Melihat kondisi disrupsi yang mengarah pada timbulnya problem atas sebuah pemberitaan maka resolusi etika jurnalistik dikaji secara mendalam. Resolusi etika jurnalistik pada era disrupsi media dikaji dari berbagai literatur.

Secara garis besar resolusi etika jurnalistik ditemukan dalam *sloka* yang termuat dalam susastra Weda Sruti (Rg Weda dan Yajur Weda) dan Weda Smrti (Manawa Dharmasastra dan Sarasamuscaya) serta sumber lainnya. Etika jurnalistik pada dasarnya adalah pengejawantahan ajaran *dharma* yang diajarkan dalam Weda. *Dharma* adalah kewajiban bagi jurnalis untuk berbuat baik sehingga selayaknya dalam proses jurnalistik harus didasarkan pada *dharma*.

### Saran

Agar jurnalis dapat menjalankan etika jurnalistik pada era disrupsi media serta memahami tentang *dharma* secara menyeluruh hendaknya selalu berpedoman dengan ajaran Weda seperti yang diuraikan dalam *sloka* Manawa Dharmasastra, II.6 sebelumnya. Secara tegas disebut seluruh pustaka suci Weda adalah sumber pertama daripada *dharma* kemudian adat

istiadat dan lalu tingkah laku yang terpuji dari orang-orangbudiman yang mendalami ajaran pustaka suci Weda, juga tata cara perikehidupan orang-orang suci dan akhirnya kepuasan dari pribadi.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ambardi, Kuskridho dkk. 2017. *Kualitas Jurnalisme Publik di Media Online : Kasus Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- [2] Artini. 2017. *Keberpihakan Jurnalisme Media Internet*. Jurnal Dewan Pers Edisi 15 Hal. 47-54.
- [3] Boer, Rino F. 2017. *Menyiapkan Masyarakat Digital*. Jurnal Dewan Pers Edisi 15 Hal. 41-46.
- [4] Griffith, R. T. H. 2005. *Yajurveda Samhita*. Surabaya: Paramita.
- [5] Kajeng, I Nyoman dkk. 2005. *Sarasamuccaya*. Surabaya: Paramita.
- [6] Kusumaningrat, Hikmat & Kusumaningrat, Purnama. *Jurnalistik Teori dan Praktik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- [7] Morissan, Wardhani, Andy Corry & Hamid, Farid. 2013. *Teori Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- [8] Prakash, Ravi dan Joshi, K. L. 2005. *Veda Sruti Rg Veda Samhita (Sakala Sakha) Resensi Dari Sakala*. Surabaya: Paramita.
- [9] Prasetyo, Yosep Adi. 2017. *Ledakan Media Siber di Indonesia*. Jurnal Dewan Pers Edisi 15 Hal. 6.
- [10] Pudja, G & Sudharta, Tjokorda Rai. 1995. *Manawa Dharmasastra*. Jakarta: CV. Felita Nursatama Lestari.
- [11] Pudja, G & Sudharta, Tjokorda Rai. 2002. *Manawa Dharmasastra*. Jakarta: CV. Felita Nursatama Lestari.
- [12] Puniatmaja, Ida Pedanda Gede Oka. 2014. *Etika Hindu*. Denpasar: ESBE.
- [13] Suryadi, Edi. 2018. *Strategi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- [14] Tim Penyusun. 2016. *Pendidikan Agama Hindu*. Jakarta: Ristekdikti.



- 
- [15] Wikan, Asmono. 2017. *Siasat Pers di Tengah Era Disrupsi*. Jurnal Dewan Pers Edisi 15 Hal. 11-17.
- [16] Winarni dan Lestari, Rani Dwi. 2019. *Sumber Berita Netizen Dalam Perspektif Etika Jurnalistik (Studi Kasus Pada Media Online Jogja.tribunnews.com)*. Jurnal Pekommas Vol. 4 No. 1 Hal. 85-96.
- [17] Winarto. 2017. *Etika Jurnalistik di Era Media Digital*. Jurnal Dewan Pers Edisi 15 Hal. 35-40.
- [18] Wirawan, I Wayan Ardhi. 2016. *Komunikasi dalam Peradaban Hindu*. Yogyakarta: Deepublish