

# Modul Perkuliahan

- HUKUM DAN ETIKA MEDIA MASSA
- Oleh: Prof. Dr. Maidin Gultom, SH, MHum
- IT DEL

# Silabi Perkuliahan

1. Konteks historis ekonomi dan politik regulasi media
2. Isu-isu krusial dalam UU No. 32/2002 tentang Penyiaran
3. Isu-isu krusial dalam UU No. 40/1999 tentang Pers
4. Menonton Film PAPARAZZI
5. Memahami Kode Etik Jurnalistik
6. Jurnalisme “Kuning”, Berita Kriminal TV dan Media Cetak
7. Media Pornografi, Kasus Media Cetak dan Penyiaran
8. Memutar Film Shattered Glass
9. Jurnalisme Damai dan Jurnalisme Publik
10. Fenomena wartawan atau broadcaster “Amplop”
11. Privacy Right dalam Infotainment Selebritis
12. Hak Jawab dan Koreksi, Penyelesaian Pelanggaran Etik dan Hukum Media
13. Etika Pariwisata Indonesia (EPI)
14. Menonton Film

# Referensi Utama

Masduki, *Kebebasan Pers dan Kode Etik Jurnalistik*, UIIPress, Yogyakarta, 2005

Bill Kovach, *Sembilan Elemen Jurnalisme*, PANTAU, Jakarta 2003

Shirley Biagi, *Media/Impact, An Introduction to Mass Media*, Wadsworth Publishing Company, London, 1998

John H. Macmanus, *Market Driven Journalism*, Sage Publications, 1994

Brian McNair, *Journalism and Democracy*, Routledge, London, 2000

LP3ES dan SCTV Jurnalisme Liputan 6 Antara Peristiwa dan Ruang Publik Pustaka LP3ES Juli 2006

# Pertemuan-01

Konteks ekonomi dan politik regulasi media

# Mengapa Media Massa perlu diatur oleh hukum dan etika?

1. Luasnya Jangkauan Media dan Wartawan
2. Memakai Frekuensi Milik Publik (Penyiaran)
3. Dahsyatnya Dampak Sebuah Berita
4. Multimensi Kepentingan Politik, Ekonomi Berskala Lokal dan Internasional
5. Menjaga dan Menjamin Agar Media Massa Memenuhi Kepentingan Publik

# Idealisme Versus Bisnis Pers

## IDEALISME vs BISNIS

PROFESSIONALISM

### IDEALISM

DEMOCRACY  
CONSTITUTION  
RELIGION  
MORAL VALUES  
NATIONAL NORM

### BUSINESS

PROFIT  
MARKET DRIVEN  
RATINGS  
COMPETITIONS  
USES & GRATIFICATIONS

Broadcast Law  
Code of Ethic  
Public Opinion

14

# Journalist and Media Boom

- “Rich Journalist, Poor News” (Chesney, 1999). “Lack of Independency, Under (spin) doctor’s order” (Rodney Tiffen, 2004).
- Rating News/Bottom Line Journalism : “We Don’t Have News on TV, We Have Entertainment” (Altschull, 1995)
- “Tabloid/MacDonald Journalism” (Bob Franklin, 2003)

# Bias-Bias Pemberitaan Pers

- Narrative bias: struktur penceritaan yang naratif, menggunakan aspek emosi wartawan kerap kali mengurangi obyektifitas berita. Ada opini pribadi
- Status Quo bias: penguasaan media dan jurnalistik oleh kelompok dominan di masyarakat secara ekonomi dan politik akan membuat berita yang dimuat relatif menjaga keamanan bisnis dan kekuasaan politik pemilik yang bersangkutan



# Bias-Bias Pemberitaan Pers

- Visual bias: sebagai media visual, TV kerap kali manipulatif karena megulang close-up, gambar serupa untuk banyak berita akibat kurang stok gambar relevan.
- Bad news bias: berita berdasar moralitas hitam putih, baik buruk, kerap kali menipu. Jargon *bad news is real news* tidak sehat karena berita yang baik dan mendidik publik akan makin sedikit diekspose

# Kebebasan Media

- **Kebebasan Media** : Kebebasan pengelola media dan wartawan untuk menggali, menyampaikan, mendistribusikan informasi untuk memenuhi/ melindungi kepentingan publik (**Social Accountability of Press**)
- UU No. 40/1999 Pasal 5 ayat 1 : Pers nasional berkewajiban memberitakan peristiwa dan opini dengan menghormati norma-norma agama dan rasa kesusilaan masyarakat serta asas praduga tak bersalah. Ayat 2 : Pers wajib melayani hak jawab. Ayat 3 : Pers wajib melayani hak koreksi.

# Memahami Hukum

- Dua pengertian hukum : Materiil dan Formil. Hukum materiil adalah setiap keputusan yang dikeluarkan pejabat berwenang berisi aturan tingkah laku yang bersifat umum dan mengikat. Formil artinya keputusan tertulis hasil kerjasama pemegang kekuasaan eksekutif dan legislatif berisi aturan tingkah laku yang mengikat secara umum. Hukum diterjemahkan sebagai UU dengan tingkatan (1) Konstitusi (2) UU (3) PP dan Kepres. Di daerah ada (1) Perda dan (2) Kepgub dan seterusnya

# ETIKA bukan AJARAN MORAL

- Ajaran Moral: ajaran, wejangan, khotbah-khotbah, peraturan dan ketetapan, entah lisan atau tertulis, tentang bagaimana manusia harus hidup dan bertindak agar ia menjadi manusia yang baik!
- Etika: mengapa kita harus mengikuti ajaran moral tertentu, bagaimana kita mengambil sikap yang benar berhadapan dengan ajaran moral dalam kehidupan
- ETIKA lebih *KURANG* dari AJARAN MORAL karena: etika tidak berwenang untuk menetapkan, apa yang boleh kita lakukan dan apa yang tidak (wewenang itu diklaim oleh pihak yang memberikan ajaran moral)
- ETIKA lebih *BESAR* dari AJARAN MORAL karena: etika berusaha mengerti mengapa, atau atas dasar apa kita harus hidup menurut norma-norma tertentu termasuk ketika mengelola media massa.

# Produk Hukum dan Etika Media Massa di Indonesia

- **Produk Hukum :**

- 1. UUD 1945 Pasal 28
- 2. KUHP (Masih dalam kontroversi)
- 3. UU No. 40/1999 Tentang Pers
- 4. UU No. 32/2002 Tentang Penyiaran
- 5. UU No. 19/2002 Tentang Hak Cipta

- **Produk Etika :**

- 1. Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS), dan Etika Pariwara Indonesia
- 2. Kode Etik Wartawan Indonesia (KEWI). AJI, PWI
- 3. Kode Etik Bisnis Pers dan Penyiaran

# Wilayah Kontrol Hukum dan Etika Media

- **Wilayah Kontrol Hukum dan Etika :**

- 1. Proses Produksi (Cara Kerja) dalam Wawancara, Observasi, Pencarian Dokumen
- 2. Hasil Produksi (Jenis, Isi dan Penempatan Berita)
- 3. Pelaku Produksi (Kualifikasi SDM dan Lembaga Media)
- 4. Sarana Produksi (Standar Teknis, Untuk Media Penyiaran)

- **Lembaga Penegak Hukum dan Etika :**

- 1. Dewan Pers, untuk terutama media cetak
- 2. Komisi Penyiaran Indonesia untuk media penyiaran
- 3. Lembaga Pemantau Media di Kampus, NGO, Ormas dsb.

## Kekuatan dan Kelemahan

**Hukum** : Peraturan Perundangan sejak UUD, UU, Peraturan Pemerintah, SK Presiden/Menteri

- Kekuatan : Sangsi perdata dan pidana
- Kelemahan : Peradilan yang masih korup

**Etika** : Kode Etik (Regulasi Internal) dibuat Jurnalis, Media, Asosiasi, Negara

- Kekuatan : Sangsi moral publik
- Kelemahan : Tidak berdampak langsung

# Jenis Media Massa

- **Jenis Media** : Cetak, Elektronik (Radio-Televisi), Online (internet)
- **Kategori Media Cetak** : Koran Harian, Majalah (Mingguan-Bulanan), Tabloid, Jurnal, Bulletin
- **Area Peredaran** : Komunitas, Lokal, Internasional
- **Kategori Media Penyiaran** :  
Komersial, Publik, Komunitas, Berlangganan
- **Sistem Siaran** (Menurut UU No. 32/2002)
  - 1. Lokal (Tidak ada lagi televisi-radio nasional)
  - 2. Berjaringan (Antar-stasiun lokal)



# Issues of Ethics and Law

- **Media global ownership with import and export of publications**
- **Invasion of privacy**
- **Pornography**
- **Defamation and libel suit**
- **Right of reply and/or correction**
- **Official secrecy and access to government-held information**
- **Access to and disclosure of court documents and proceedings**

# Issues of Ethics and Law

- **Commercial secrecy and access to information held by private parties**
- **Protection of sources**
- **Restrictions on offensive language against identifiable groups**
- **Blasphemy, obscenity and protection of public morals**
- **Restrictions on advertising**
- **Spin doctor and journalist independency**
- **Harassment to media and journalist**

# Pertemuan-02 dan 03

- Isu-isu krusial UU No. 32/2002 tentang Penyiaran dan UU No. 40/1999 tentang Pers (powerpoint ada di file terpisah)

# Pertemuan-04

- Menonton Film PAPARAZZI (tugas rumah analisis isi film terkait etika jurnalis dalam meliput dunia selebritis)

# Pertemuan-05

- Memahami Kode Etik Jurnalistik

## Common Element of Codes of Journalistic Standards and Ethics :

- Objectivity, between news and opinion, clearly separated
- Sources, accurate attribution of statement, plagiarism is illegal
- Accuracy and standards for factual reporting, opinion surveys and statistical information
- Slander and libel considerations, reporting the truth is never libel, private persons have privacy
- Harm limitation principles, be sensitive when seeking or using interviews or photographs of those affected by tragedy
- Balance, both controversy
- Presentation, correctly spoken or written language
- Self-regulation, ombudsman or ethic council

Ethical dilemma : national security-public right to know  
The Society of Professional Journalists in USA

# Sembilan Elemen Jurnalistik

## Versi Bill Kovach dan Tom Rosensteil (2000)

1. Kewajiban utama jurnalistik adalah menyampaikan kebenaran. Kebenaran ditunjukkan melalui fakta empiris yang memadai, bukan sekedar *cover both sides* atau cek dan ricek antarpada pihak
2. Loyalitas jurnalistik adalah kepada kepentingan masyarakat, bukan kepentingan jurnalis atau pemilik modal dan pengiklan di media
3. Inti kerja jurnalistik adalah disiplin dalam validasi data/fakta, disiplin melakukan verifikasi ke lapangan sekaligus ke dokumen
4. Jurnalis harus independen dari sumber berita yang mereka liput
5. Jurnalis harus bertugas sebagai pemantau kekuasaan, bukan menjadi agen apalagi juru bicara kekuasaan dalam masyarakat
6. Jurnalistik harus menjadi forum bagi semua kritik dan komentar publik
7. Jurnalis harus berusaha membuat informasinya selalu relevan, penting dan menarik bagi sebanyak mungkin masyarakat
8. Jurnalis harus menjaga beritanya tetap proporsional dan lengkap
9. Jurnalis berkewajiban mengelola suara hati-nuraninya

# Profesionalisme Diri Jurnalis

■ Jurnalis yang benar, setidaknya harus memiliki tiga kompetensi :

1. Ketrampilan Teknis Memproduksi Informasi
2. Wawasan Keilmuan Yang Memadai
3. Perilaku dan Kepedulian Sosial Yang Tinggi

Citra dan peran politik jurnalis sebetulnya amat mulia, yaitu menjadi (1) Power distributor, (2) Agent of social control, (3) Moral guardian, (4) Leadership tester. Namun pada saat bersamaan mereka memiliki citra buruk (1) mereka mayoritas tampil urakan, (2) memberitakan hal-hal negatif, setia kepada GOSIP, RUMOR, (3) bisa diundang kapan aja, bisa disogok, berlagak komersial

■ Posisi Sosial Kontradiktif Jurnalis (McQuail, 2000)

1. Menjadi terompet suatu golongan atau berdiri diatas semua golongan
2. Mengutamakan fungsi sosial atau fungsi komersial dari pekerjaannya
3. Menegakkan kebenaran sejati atau kepalsuan
4. Menyiarkan fakta sesuai hati nurani atau dorongan sogokan



# Pertemuan-06

- Jurnalisme Kuning, Berita Kriminal di Televisi dan Media Cetak (diskusi kelompok analisis isi berita kriminal di tabloid dan televisi)

# Trend Berita Kriminal

- Tabloid-style news, Transnational satellite TV news, *reality based programmes, crime reconstructions.*
- Brian McNair dalam bukunya Journalism and Democracy (2000) menyebutkan bahwa *the rise of political commentary* melahirkan the Journalism of Commentary and Analysis yang cirinya : The polemical, The analytical-advisory, The satirical.
- Persoalan krusial berita TV : (1) Invasion of privacy, (2) Pornography, (3) Defamation and libel suit, (4) Protection of sources, (5) Restrictions on offensive language against identifiable groups, (6) Blasphemy, obscenity and protection of public morals

# Mengapa berita kriminal marak?

## **Dari konteks ekonomi media :**

- a. Rating (akumulasi jumlah penonton) yang tinggi. Belajar dari tabloid atau koran kriminal, segmennya lebih meluas, bagian dari kompetisi televisi dan wartawannya
- b. Biaya produksi yang rendah, tidak harus *first-hand reporting*, cukup “kontak aparat ada berita?”

## **Dari konteks sosiologi media :**

- a. Budaya eksploitasi kekerasan, pemirsa menyukai visual adegan konflik fisik, darah, senjata tajam
- b. Budaya publikasi heroisme, “hitam-putih, benar-salah”, polisi ingin membentuk citra positif, penjahat ingin diakui eksistensi

# Trend “total fear factor”

- Judul acara dibuat “menyeramkan” seperti Patroli, TKP, Saksi Mata. Bandingkan dengan acara infotainment yang judulnya “SARU” seperti Kasak-Kusuk, KISS, Betis
- Narasi berita sarat kalimat sadistis seperti Tewas Terkapar
- Gambar AV/cetak penuh muatan proses dan akibat kekerasan, seperti darah berceceran, muka korban babak belur, potongan tubuh mayat, kejar-kejaran polisi dan penjahat sambil melepas tembakan, teror psikis saat interogasi di kantor polisi, teriakan akibat pukulan
- Ekspresi presenter yang bergaya mengancam, irit senyum, tatapan mata tajam, ibarat siap berkelahi, “malaikat maut”.

# Aturan dalam P3SPS-KPI

- Pasal 23 : Privasi Mereka yang Tertimpa Musibah
- Dalam meliput dan atau menyiarkan program yang melibatkan pihak-pihak yang terkena musibah, lembaga penyiaran harus mengikuti ketentuan sebagai berikut :
- Peliputan subyek yang tertimpa musibah harus dilakukan dengan mempertimbangkan proses pemulihan korban dan keluarganya.
- Lembaga penyiaran tidak boleh menambah penderitaan orang yang sedang dalam kondisi gawat darurat, korban kecelakaan atau korban kejahatan, atau orang yang sedang berduka dengan cara memaksa, menekan, mengintimidasi orang bersangkutan untuk diwawancarai atau diambil gambarnya.

# Pertemuan-07

- PORNOGRAFI DI MEDIA (power-point ada dalam file terpisah, pembelajaran diawali pemutaran film dokumenter Naked States)

# Pertemuan-08

- Menonton Film SHATTERED GLASS (tugas rumah analisis isi film terkait etika jurnalis dalam membuat berita umum)

# Pertemuan-09

- Jurnalisme Damai dan Jurnalisme Publik



# Jurnalisme Damai

Jurnalisme damai bisa didefinisikan sebagai jurnalisme yang mementingkan **aspek solusi** atas persoalan konflik yang terjadi, dan bukan mementingkan aspek kehangatan semata kebesaran nama nara sumber apalagi mementingkan bombastisnya berita.

Secara sederhana sebuah berita di media terdiri dari unsur berikut :

- **What:** Apa (yang terjadi)
- **Where:** Tempat-tempat terjadinya
- **Who :** Melibatkan siapa saja fakta sosial yang berlangsung itu.
- **When :** Kapan kejadian itu berlangsung
- **Why :** Mengapa (terjadi, sejauh mana dramatik, penting dll)
- **How :** Bagaimana keberlangsungan kasus itu sampai sekarang

Dalam jurnalisme damai ditambahkan unsur **Solution** atau **solusi**, atas unsur **What** dari berita yang disodorkan. Misalnya dalam peristiwa konflik yang berujung kekerasan, jurnalis akan dengan jeli memikirkan soal pemecahan yang mungkin bisa dilakukan dengan melakukan wawancara-wawancara berbagai pihak yang pro damai. Kebesaran berita jurnalisme lebih pada upaya terselesaikannya persoalan konflik secara baik.

# Jurnalisme Damai

## I. *Berorientasi kepada Perdamaian/ Konflik*

- Mengeksplorasi **formasi** konflik (pihak-pihaknya siapa, tujuan pihak-pihak, dan isu-isu umum yang orientasinya “win-win”)
- Ruang terbuka, waktu terbuka; penyebab dan hasil bisa dimana saja, dan juga dalam sejarah/budaya
- Membuat konflik *transparan*
- Memberikan suara kepada semua pihak; empathy, pengertian
- Melihat **konflik** sebagai masalah, fokus kepada kreatifitas
- Memanusiakan semua pihak

## II. *Pro-aktif: mencegah sebelum kekerasan/perang terjadi*

- Fokus kepada efek-efek yang **tidak tampak** dari kekerasan seperti (trauma dan kemuliaan, kerusakan pada struktur/budaya. *Berorientasi kepada Kebenaran*
- Membongkar kejelekan dari semua PIHAK

# Jurnalisme Damai

## III. *Berorientasi pada Masyarakat/ korban*

- Fokus kepada pihak yang menderita (perempuan, orang tua, anak-anak); memberi suara kepada orang yang tidak punya suara
- Menyebutkan semua PELAKU kekerasan (KITA dan pihak MEREKA)
- Fokus kepada *people peace-makers*

## IV. *Berorientasi kepada Solusi*

- Peace = non-violence + creativity
- Menyoroti inisiatif-inisiatif perdamaian, dan juga mencegah konflik lebih dasyat
- Fokus kepada struktur, budaya masyarakat damai
- Setelah itu: resolusi, rekonstruksi, dan rekonsiliasi

# Jurnalisme Konflik

## *II. Berorientasi kepada Propaganda*

- Membongkar kejelekan MEREKA,
- Membantu menutupi kejelekan KITA

## *III. Berorientasi kepada elite*

- Fokus kepada korban-korban di pihak KITA
- Menyebut hanya PELAKU kekerasan pihak lawan (MEREKA)
- Fokus kepada *elite peace-makers*

## *IV. Berorientasi kepada Kemenangan*

- Peace = victory + ceasefire
- Menyembunyikan insiatif perdamaian, sebelum kemenangan ada ditangan pihak yang dibela
- Fokus kepada perjanjian, institusi yang mengontrol masyarakat
- Meninggalkan perang yang lain, kembali jika terjadi gejolak lama

# Jurnalisme Konflik

## *I. Berorientasi kepada Perang/ kekerasan*

- Fokus kepada **arena** konflik, dua pihak, satu tujuan (menang), perang umun yang berorientasi pada “zero-sum”
- Ruang tertutup, waktu tertutup; sebab ada di arena, siapa yang melempar batu pertama
- Membuat perang tdk transparan /rahasia
- Jurnalisme “KITA-MEREKA”, propaganda, suara ‘KITA’
- Melihat **MEREKA** sebagai masalah
- Tidak Memanusiakan MEREKA
- Reaktif: menunggu kekerasan sebelum diberitakan/diliput
- Fokus kepada efek-efek yang **tampak** dari kekerasan seperti (pembunuhan, korban yang terluka, kerusakan materi)

# Jurnalisme Publik

Power-point ada dalam file terpisah!

# Pertemuan-10

- Fenomena Wartawan/Broadcaster Amplop



# Memahami Wartawan

- Wartawan terdiri dari **warta** : informasi, dan **wan** yang berarti pembuat/pembawa. Wartawan disebut pula Jurnalis, dari bahasa Inggris : *Journalist*
- Dua tipe wartawan (Gans, Herbert J.) **generalis** : mereka yang meliput apa saja, dimana saja dan **spesialis** : mereka yang fokus meliput satu isu/sektor dalam masyarakat. Saat ini **trend wartawan adalah menjadi SPESIALIS**

Wartawan yang benar harus memiliki tiga kompetensi :

- Ketrampilan Teknis Memproduksi Informasi
- Wawasan Keilmuan Yang Memadai
- Perilaku dan Kepedulian Sosial



# Latarbelakang BUDAYA AMPLOP

- Latarbelakang BUDAYA AMPLOP
- Perusahaan, lembaga pemerintah atau individu berkepentingan untuk membentuk citra positif melalui strategi kehumasan dengan memanfaatkan wartawan sebagai “juru bicara”. Mereka ingin ada pemberitaan yang baik sehingga berdampak pada pembentukan citra positif di publik.
- Media khususnya wartawan berkepentingan mencari informasi yang layak disajikan kepada masyarakat, beritanya bernilai jual
- Muncullah PELUANG dan KESEMPATAN untuk saling memanfaatkan dengan (pada umumnya) pihak humas perusahaan atau individu tertentu memberi penghargaan pada wartawan atau wartawan yang meminta imbalan sesuatu
- Perusahaan atau instansi, individu biasanya tersedia uang transportasi, uang kehadiran acara, press tour, sponsorship, voucher yang bisa ditukar dengan barang mewah dan sebagainya

# Dua Kategori Wartawan

- Masalahnya, ada dua jenis wartawan. **Pertama**, wartawan dengan media yang jelas, dengan atau tanpa kesejahteraan yang memadai, bekerja setiap hari mencari berita dan berhubungan profesional secara intensif. Kedua, wartawan tanpa media atau yang bekerja pada media dengan rubrikasi dan regularitas yang tidak jelas. Mereka intensif mencari berita bukan untuk diberitakan, tetapi mencari pendapatan ganda, baik dari berita yang sudah dimuat maupun terutama dari nara sumbernya. Kedua kategori jika menerima imbalan dari nara sumber tetaplah melanggar kode etik, meskipun pada wartawan kategori pertama umumnya masih ada toleransi. Wartawan kategori kedua kerap merepotkan nara sumber, disamping identitas yang tidak jelas, tingkah mereka juga mirip preman pemeras.
- **Mengapa budaya amplop marak?** Pertama, kesejahteraan wartawan yang rendah. Kedua, budaya perusahaan media massa yang tidak sehat, tidak kompetitif pada kualitas tetapi kuantitas hasil kerja. Ketiga, proses rekrutmen dan pengkaderan wartawan yang instan. Keempat, regulasi hukum dan etika internal dan eksternal yang masih lemah. Kelima, budaya eksternal di perusahaan umum, instansi pemerintah dan individu yang menyukai bahkan memformalkan kebijakan “suap” bagi wartawan.

## Riset Soal Amplop Membuktikan....

- Dalam survei yang dilakukan Eriyanto (peneliti ISAI Jakarta) yang dimuat majalah PANTAU April 2002, ditemukan perbedaan pandangan di antara wartawan tentang definisi suap atau amplop. Ada kesan kuat bahwa suap atau sogokan itu hanya pemberian yang bentuknya uang. Ketika responden ditanya *apakah pemberian sejumlah uang oleh narasumber masuk kategori suap*, sebagian besar (79,2 persen) menyatakan "ya." Jadi hampir 80 persen wartawan-wartawan ini menolak amplop dalam bentuk uang. Ketika pertanyaan dilanjutkan dengan *apakah pemberian bingkisan/ barang dapat dikategorikan sebagai suap*, proporsi yang menjawab "ya" turun jadi 53,1 persen. Jawaban permisif makin tinggi untuk pertanyaan fasilitas yang diberikan narasumber.
- Ketika ditanyakan *apakah narasumber memberikan fasilitas akomodasi untuk liputan jurnalistik bisa dianggap amplop*, sebagian besar (53,8 persen) menjawab "tidak." Hal yang sama, ketika ditanyakan untuk tiket perjalanan, sebagian besar (50,2 persen) juga menjawab "bukan" kategori sogokan. Jamuan makan yang diberikan narasumber, oleh sebagian besar responden (57,7 persen), juga tidak dikategorikan sebagai suap
- Bagi banyak wartawan, pengertian suap melulu didefinisikan soal uang. Kenapa? Barangkali uang atau barang merupakan pemberian yang terlihat dan ada wujud konkretnya. Sebaliknya, pemberian tiket perjalanan atau pemberian fasilitas akomodasi tiada wujud fisiknya. Hal ini pula yang mendasari sebagian besar responden menganggapnya sebagai bukan suap atau sogokan. Di sini terjadi inkonsistensi jawaban. Bukankah tiket perjalanan atau akomodasi tetap bernilai kalau diuangkan?

# Pertemuan-11

Privacy Right dalam Infotainment Selebritis  
(power-point ada dalam file terpisah “privacy-  
basic position), pembelajaran diawali  
pemutaran tayangan infotainment di televisi)

# Pertemuan-12

- Hak Jawab dan Koreksi, Penyelesaian Pelanggaran Etik dan Hukum Media (diawali diskusi analisis isi surat pembaca dan pemuatan hak jawab di media massa)



# Hak Jawab dan Hak Koreksi

- Hak jawab milik audience. Hak Jawab diberikan hanya untuk menyanggah pernyataan yang melanggar hak hukum seseorang yang terlibat dalam berita, bukan untuk memberikan komentar atas pendapat yang tidak disukai oleh pembaca atau pemirsa. Jawaban harus diperlakukan sama dengan berita aslinya.
- (1) Hak jawab adalah hak seseorang atau sekelompok orang untuk menanggapi/menyanggah pemberitaan berupa fakta yang merugikan nama baiknya. (2) Hak koreksi adalah hak setiap orang untuk membetulkan kekeliruan informasi yang diberitakan oleh pers, baik tentang dirinya maupun tentang orang lain.
- UU 40/1999 Pasal 5 : (1) Pers nasional wajib memberitakan peristiwa atau opini dengan menghormati norma-norma agama dan rasa kesusilaan masyarakat serta asas praduga tak bersalah, (2) Pers wajib melayani hak jawab dan (3) hak koreksi

# Dua Prosedur Penyelesaian Sengketa Pers

Pertama, penyelesaian secara struktural (Berdasarkan hukum positif UU No. 40/1999 dan UU 32/2002 dan melibatkan pihak ketiga, disepakati oleh komisi I DPR-Dewan Pers 6 Juni 2000)

- Masyarakat yang dirugikan (Isi berita), (1) meminta Hak Jawab dan Koreksi kepada Pers, Pers memenuhi atau menolaknya
- (2) Jika tidak puas, dapat mengadu ke Dewan Pers (media cetak) dan Dewan Pers memediasi, memberi rekomendasi atau mengadu ke Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) untuk media penyiaran dan KPI memediasi, memberi rekomendasi.
- Jika tidak merasa puas baru dipersilahkan menggugat institusi media ke Pengadilan. Pengadilan akan bersidang menggunakan UU Pers/Penyiaran untuk memenuhi atau menolak tuntutan

# Dua Prosedur Penyelesaian Sengketa Pers

Kedua, penyelesaian secara kultural (Berbasis *self-regulasi* dan interaksi antara konsumen-produsen pers)

Masyarakat yang dirugikan (Isi berita) dapat (1) mengirim surat kepada pers. Pers menyiarkan atau tidak surat terkait

- (2) Mengadu ke ombudsman internal yang dibuat oleh pers. Ombudsman memberi rekomendasi
- (3) Mempublikasikan kekeliruan media melalui media lain dan atau memboikot (tidak mengkonsumsi media yang merugikan)
- Ntara 1, 2 dan 3 tidak harus ada pentahapan, masyarakat yang dirugikan dapat memilih salah satu atau ketiga-tiganya
- Ketika Nahdlatul Ulama (NU) menfatwa haram Infotainment yang berisi *ghibah* merupakan contoh pendekatan kultural untuk merespon isi media yang dinilai meresahkan masyarakat.



# Pertemuan-13

Etika Pariwara Indonesia (EPI) (power-point ada dalam file terpisah, pembelajaran diawali pemutaran tayangan iklan komersial di televisi)

# Pertemuan-14

Review : Menonton Film Good Morning Vietnam (diskusi seputar independensi media dalam kancah perang dan di era kolonialisasi)