

SELF-REGULATION & PERSOALAN ETIKA DALAM INDUSTRI PENYIARAN DI INDONESIA

(Mendambakan Penyiaran Radio yang Beretika)

Oleh:

Budhi Widi Astuti¹

ABSTRACT

Radio broadcasting industry developed rapidly after the reform due to the independent press. This is evidenced by the increasing number of radio stations that have been in operation and has an official permit, as well as the station requested permission to broadcast or radio stations that do not have official permission. Unfortunately, an increasing number of radio stations in quantity is not followed by an increase in quality, both in terms of broadcast content as well as the behavior of the perpetrators of these media broadcasting. Many ethical violations that negatively affect the public. This paper intends to assert the importance of regulation for radio broadcasters, both legislation and self-regulation in the form of regulations set by the Indonesian Broadcasting Commission (Komisi Penyiaran Indonesia). More deeply about the importance of understanding and applying ethics in radio broadcasting activities. Radio broadcasting not only has a function as a medium of information, education, wholesome entertainment, control and social cohesion, but also has the function of economy and culture. However, it does not mean eliminating one of the functions or the domination of one function only. Dilemma competition in the radio broadcasting industry is not expected to make the radio industry only producing broadcast content that interests only, but should also contain ethical values. Thus, the establishment of radio broadcasting that 'healthy' is not just a mere dream.

Key words: Penyiaran radio, regulasi media, *self-regulation*, etika, penyiaran yang sehat.

1. PENDAHULUAN

Reformasi tahun 1998 menjadi tonggak perubahan industri media di Indonesia. Sejak saat itu, media mengalami perkembangan yang luar biasa. Hal ini ditandai dengan kebebasan pers yang diikuti dengan diterbitkannya Undang Undang Republik Indonesia Nomor 32 tahun 2002 tentang Penyiaran. Kebebasan pers menyebabkan terbukanya arus informasi di media dan terbukanya peluang bisnis media yang mendorong para pemilik modal untuk memilih media sebagai ajang investasi. Salah satunya bisnis media penyiaran radio yang mengalami pertumbuhan yang pesat. Dahulu satu-satunya lembaga penyiaran publik (radio) yang ada di Indonesia adalah Radio Republik Indonesia (RRI). Namun sekarang, telah bermunculan stasiun-stasiun radio swasta yang kehadirannya seakan-akan menenggelamkan keberadaan RRI.

Jumlah stasiun radio di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan. Menurut data dari *website* resmi PRSSNI, pada tahun 1998 terdapat kurang dari 1.000 stasiun radio, namun pada akhir tahun 2010 terdapat sekitar 2.590 atau 159% lembaga penyiaran radio yang sedang mengurus ijin siaran radio di Kemenkominfo¹. Sedangkan jumlah radio siaran yang telah memiliki ijin siaran dan melakukan operasi penyiaran secara resmi meningkat tajam pascareformasi, yaitu sebanyak 819 radio². Sayangnya, peningkatan jumlah radio siaran secara kuantitatif ini tidak disertai dengan peningkatan kualitas penyiaran radio, termasuk di dalamnya kualitas isi pesan dan kualitas sumber

¹ Data sekunder 1. Jika tahun 1998 jumlah stasiun radio kurang dari 1000, akhir 2010 ada sekitar 2.590 lembaga penyiaran radio yang berproses di Kemenkominfo (19%). Angka tersebut akan melonjak lagi seiring adanya penambahan kanal FM, yang semula 3297 kanal menjadi 8.210 berdasarkan Permen Kemenkominfo No 13 Tahun 2010 tentang revisi KM No 15 Tahun 2003. Ini baru dari penyiaran analog, belum yang digital.

² Data sekunder 2. Sedangkan untuk radio siaran, Ditjen Postel mendata ada 1642 lembaga penyiaran radio yang bersiaran di seluruh wilayah Indonesia. Dari jumlah itu, 819 radio sudah mendapatkan ISR. Sedangkan 823 radio belum memperoleh ISR dari Ditjen Postel. Bahkan, dari 823 radio tersebut, 372 radio bersiaran pada kanal yang tidak sesuai dengan master. Adapun ke-819 radio siaran yang sudah mendapatkan ISR dari Postel terdiri dari 132 ISR untuk lembaga penyiaran publik (LPP) dan 687 untuk radio swasta

daya manusia sehingga timbul masalah pelanggaran etika oleh penyiar radio maupun pelanggaran dalam isi pesan yang disiarkan.

Dibandingkan tahun-tahun sebelumnya, pada tahun 2012, Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) Pusat menerima pengaduan dari publik yang jauh lebih banyak mengenai isi siaran, yakni sebanyak 43.552 pengaduan. Jumlah ini merupakan jumlah pengaduan terbesar yang diterima KPI Pusat selama KPI berdiri. Pada tahun-tahun sebelumnya secara berturut-turut jumlah pengaduan tentang isi siaran adalah sebagai berikut: 1.335 (2007), 3.588 (2008), 7.634 (2009), 26.489 (2010), dan 3.856 (2011). Menurut KPI, jumlah pengaduan publik yang meningkat ini menunjukkan beberapa hal. *Pertama*, publik makin tinggi daya kritisnya tentang isi siaran sehingga ketika ada isi siaran yang dinilai tidak pantas, bermasalah atau melanggar aturan, maka publik mengadukan isi siaran tersebut. *Kedua*, publik makin memahami bahwa jalur yang tepat untuk mengadukan siaran yang bermasalah adalah ke KPI. KPI Pusat mengapresiasi makin tingginya kesadaran publik untuk mengadukan siaran bermasalah ke KPI, termasuk untuk siaran jurnalistik. Menindaklanjuti pengaduan tersebut, KPI Pusat telah memberikan sanksi administratif terhadap lembaga penyiaran televisi dan radio. Pada 2012, jumlah sanksi administratif yang diberikan sebanyak 110 sanksi. Jumlah ini meningkat sekitar 100% dibandingkan 2011. Sanksi administratif KPI Pusat selama tiga tahun terakhir adalah sebagai berikut: 67 (2010), 55 (2011), dan 110 (2012) ⁴⁾. Jumlah pelanggaran terbanyak adalah berkaitan dengan isi siaran radio dan televisi. Jumlah ini sangat memprihatinkan, mengingat bahwa siaran radio menggunakan frekuensi milik publik, maka seharusnya media penyiaran memiliki tanggung jawab dalam penggunaannya. Publik mengharapkan media untuk tidak membiarkan dirinya dimanfaatkan untuk merusak moral masyarakat atau merugikan kesehatan publik. Media harus sadar bahwa pemuatan isi berita, pengungkapan kebenaran, bermuara pada publik—bukan pada penerbit, bukan pula pada sumber berita. Publik berharap bahwa media menyampaikan berita secara akurat dan efektif sebagai perwujudan perilaku

etis, dimana bisa dilihat melalui cara penyajian dan topik-topiknya. Sebab bagi publik, pelaku media (wartawan misalnya) adalah sumber dari berbagai informasi bagi publik, serta untuk mempertahankan pandangan mereka tentang dunia serta nilai-nilai yang mereka anut (Rivers & Matthews, terj., 1988: 76-78).

Sebenarnya apa yang publik harapkan ini adalah hal yang wajar, mengingat fungsi media dalam masyarakat, yaitu: (1) *information or surveillance* (informasi atau pengawasan); (2) *explanation or correlation* (eksplanasi atau korelasi); (3) *entertainment* (hiburan); dan (4) *transmission of culture* (transmisi budaya) (Baldwin, *et al.*, 2003: 213-216). Apa jadinya jika media tidak memenuhi fungsinya dalam masyarakat, atau memenuhi fungsinya tetapi dalam cara yang tidak baik, misalnya menyampaikan informasi yang tidak mendidik, memberikan penjelasan yang menyesatkan, menyuguhkan hiburan yang tidak sehat, atau mentransmisikan budaya yang menyimpang. Tentu penyimpangan/ pelanggaran tersebut dapat merusak tatanan sosial yang ada dalam masyarakat. Lebih parahnya lagi akan merusak moral bangsa.

Salah satu contoh kasus pelanggaran etika oleh penyiar radio adalah kasus yang menimpa dua orang penyiar radio di Sidney, Australia. *Tempo dot co* memberitakan stasiun radio 2Day FM Australia menghadapi kecaman internasional setelah kematian seorang perawat Inggris. Sejumlah hujatan dilayangkan melalui situs jejaring sosial, menganggap radio ini sebagai "pembunuh". Bahkan, kelompok peretas internasional juga bersumpah tak akan membiarkan radio ini melenggang dari tanggung jawab. Dua penyiar radio, Michael Christian dan Mel Greig, menyaru sebagai Ratu Elizabeth dan Pangeran Charles untuk menanyakan kondisi Kate Middleton pada seorang perawat. Belakangan, sang perawat bernama Jacintha Saldanha ditemukan tewas bunuh diri. Tragedi bermula saat sepasang penyiar ini mengaku sebagai Ratu Elizabeth dan Pangeran Charles, dan bertanya kondisi *Duchess of Cambridge*, yang berada di King Edward VII Hospital. Saldanha, yang disebut

rumah sakit itu sebagai perawat yang berdedikasi, menjawabnya, termasuk membeberkan catatan medis Kate. Rhys Holleran, *chief executive Austereo*, induk perusahaan radio 2Day FM, menegaskan kembali bahwa apa yang terjadi adalah "sangat tragis dan tak terduga". Ia berdalih, sebelum siaran, pihaknya sudah mengontak rumah sakit tempat Kate Middleton dirawat. Menurutnya, semua berjalan normal, bahkan sehari sebelum kematian Saldahna, orang menganggapnya sebagai lelucon berbahaya dalam humor yang baik⁵).

Kasus tersebut merupakan salah satu kasus pelanggaran etika yang tragis hingga mengakibatkan pada peristiwa bunuh diri. Tentu hal ini tak dapat dipandang sebelah mata sebagai sebuah peristiwa biasa saja. Sudah saatnya penyiaran radio berbenah diri dengan mematuhi regulasi yang ada dan membekali sumber daya manusia (SDM) di dalamnya dengan baik sehingga dapat memproduksi isi siaran yang positif dan bermanfaat bagi publik. Dua hal inilah—aturan dan SDM—yang harus diperhatikan oleh lembaga penyiaran radio demi menjalankan fungsinya sebagai media yang sehat. Tak jarang SDM penyiaran radio tidak memahami aturan yang harus dipatuhi ketika memproduksi isi siaran atau menyiarkan sebuah program. Mereka melakukan banyak pelanggaran yang mereka sendiri tidak menyadari bahwa hal tersebut adalah sebuah pelanggaran. Salah satu hal penting yang harus dijadikan pedoman dalam melakukan kegiatan penyiaran radio adalah tentang etika. Baik penyiar, tim kreatif, produser acara, maupun *station manager* harus memahami betul apa itu etika dalam bersiaran, aturan apa yang harus ditaati sehingga kegiatan mereka tidak menyimpang dari tujuan dan fungsi yang seharusnya mereka lakukan.

2. REGULASI DALAM PENYIARAN RADIO

Lembaga penyiaran beroperasi dengan sangat dinamis. Kemungkinan-kemungkinan efek negatif bisa saja terjadi akibat kegiatan penyiarannya tersebut. Oleh sebab itulah dibutuhkan regulasi yang mengatur setiap kegiatan penyiaran. Mengapa regulasi diperlukan? *Pertama*, regulasi media membantu audiens, dalam hal ini pendengar, mendapat informasi sesuai dengan tuntutan kualitas tertentu, yaitu berdasarkan standar produksi isi dan menjaga kredibilitas dan reputasi media penghasil informasi. *Kedua*, regulasi publik menjaga aturan pasar agar lebih adil dengan melawan konsentrasi ekonomi pada media tertentu saja, di sisi lain mau menjawab kelangkaan program/informasi yang mendidik atau bersifat kultural atau yang diperlukan publik. *Ketiga*, menjamin pluralisme yang merupakan bagian integral dari demokrasi (Haryatmoko, 2007). Secara umum, regulasi penyiaran di Indonesia terdiri dari dua hal, yaitu undang-undang dan peraturan yang ditetapkan oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) sebagai *self-regulation*.

2.1. Undang-Undang

Undang-undang yang terkait dengan penyiaran adalah:

- a) Undang-undang Dasar 1945 (Amandemen Keempat)
- b) Undang-undang No. 8 Tahun 1992 tentang Perfilman
- c) Undang-undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat
- d) Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- e) Undang-undang No. 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi
- f) Undang-undang No. 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia

- g) Undang-undang No. 40 Tahun 1999 tentang Pers
- h) Undang-undang No. 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta
- i) Undang-undang No. 23 Tahun 2002 tentang Perlindungan Anak
- j) Undang-undang No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran
- k) Undang-undang No. 10 Tahun 2004 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan
- l) Undang-undang No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah

2.2. Self-Regulation

Self-regulation penting karena sedikitnya regulasi formal, sehingga diperlukan lebih banyak kebijaksanaan dari lembaga penyiaran dan produser program (formal-internal). Prinsip etika pribadi sangat penting dalam *self-regulation* penyiaran karena banyak pengambil keputusan bergantung pada mereka dalam situasi yang tidak tercakup oleh kode atau standar dan praktek. Dan karena banyak keputusan etis penting dari penyiar terbuka untuk inspeksi publik dan kritik, perilaku etis sangat penting untuk mereka yang bekerja di radio (Dominick, *et al*, 2012). *Self-regulation* ini ibarat teralis-teralis yang ditambahkan pada sebuah pagar atau jendela yang membatasi ruang gerak media. Pagar atau jendela tersebut merupakan regulasi yang mengatur gerak media dalam bentuk undang-undang, hanya saja regulasi itu tidaklah cukup sehingga diperlukan teralis-teralis sebagai kebijakan formal internal bagi pelaku media dan lembaga penyiaran, dalam hal ini yaitu peraturan yang dikeluarkan oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Peraturan KPI yang

merupakan *self-regulation* bagi lembaga penyiaran adalah Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3 & SPS) tahun 2012⁶).

Pedoman Perilaku Penyiaran adalah ketentuan-ketentuan bagi lembaga penyiaran yang ditetapkan oleh Komisi Penyiaran Indonesia sebagai panduan tentang batasan perilaku penyelenggaraan penyiaran dan pengawasan penyiaran nasional (Pasal 1 Ayat 1). Pasal 2 menyebutkan, Pedoman Perilaku Penyiaran ditetapkan oleh KPI berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku, nilai-nilai agama, norma-norma lain yang berlaku serta diterima masyarakat, kode etik, dan standar profesi penyiaran. Pasal 3, Pedoman Perilaku Penyiaran ditetapkan berdasarkan asas kemanfaatan, asas keadilan, asas kepastian hukum, asas kebebasan dan tanggung jawab, asas keberagaman, asas kemandirian, asas kemitraan, asas keamanan, dan etika profesi. Dalam Pasal 5 disebutkan bahwa Pedoman Perilaku Penyiaran adalah dasar bagi penyusunan Standar Program Siaran yang berkaitan (salah satunya) dengan hak privasi. Oleh karenanya dapat dikatakan bahwa jika mengacu kepada Pedoman Perilaku Penyiaran, maka acara wawancara melalui telepon oleh Radio 2Day FM adalah melanggar, dan program siaran tersebut tidak memenuhi standar. Hal ini dipertegas dengan Pasal 13, bahwa Lembaga penyiaran wajib menghormati hak privasi seseorang dalam memproduksi dan/atau menyiarkan suatu program siaran, baik siaran langsung maupun siaran tidak langsung.

Standar Program Siaran adalah standar isi siaran yang berisi tentang batasan-batasan, pelarangan, kewajiban, dan pengaturan penyiaran, serta sanksi berdasarkan Pedoman Perilaku Penyiaran yang ditetapkan oleh KPI (Pasal Ayat 1). Di dalam Pasal 13 disebutkan, *"Program siaran wajib menghormati hak privasi dalam kehidupan pribadi objek isi siaran"* (Ayat 1), *"Program siaran tentang permasalahan kehidupan pribadi tidak boleh menjadi materi yang ditampilkan dan/atau disajikan dalam seluruh isi mata acara, kecuali demi kepentingan publik"* (Ayat 2). Jelas sekali disini dikatakan bahwa

permasalahan pribadi tidak boleh menjadi materi siaran, artinya informasi tentang kesehatan Middleton tidak boleh menjadi materi untuk dipublikasikan dalam siaran apapun, kecuali demi kepentingan publik.

3. ETIKA DALAM PENYIARAN RADIO

Dalam melakukan kegiatan siarannya, lembaga penyiaran radio harus berpegang teguh kepada etika. Hal ini perlu dilakukan supaya siaran yang dilakukannya memberi manfaat yang sebesar-besarnya bagi masyarakat luas. Apa itu etika? Kata 'etika' berasal dari bahasa Yunani yaitu *ethos* yang berarti kebiasaan, adat, akhlak, perasaan dan cara berpikir. Dari berbagai pengertian pokok tentang etika, maka etika yang dimaksudkan dalam tulisan ini adalah sebagai nilai-nilai atau norma yang menjadi pegangan bagi seseorang atau kelompok dalam mengatur tingkah lakunya (Mufid, 2009: 173). Etika merupakan nilai-nilai atau norma yang harus menjadi pegangan bagi pelaku media—*station manager*, produser, penyiar, dsb—sehingga kegiatan siaran yang dilakukannya tidak menyimpang. Sedangkan menurut Ashadi Siregar, etika adalah pengetahuan yang membahas ukuran kebaikan atau kesusilaan perilaku manusia dalam masyarakat. Orientasinya adalah untuk mengetahui bagaimana harus bertindak. Dalam penerapannya, tanggung jawab etis terdapat pada diri pelaku berdasarkan hati nurani.

Masih menurut Mufid (2009: 181-182), unsur pokok dalam etika adalah: *Pertama*, kebebasan. Sebagai unsur utama yang hakiki, kebebasan meliputi kebebasan ekstensial, yakni kemampuan manusia untuk menentukan dirinya sendiri. *Kedua*, tanggung jawab yaitu kemampuan individu untuk menjawab segala pertanyaan yang mungkin timbul dari tindakan-tindakan. *Ketiga*, hati nurani yaitu penghayatan tentang nilai baik atau buruk berhubungan dengan situasi konkret. Hati nurani inilah yang memerintahkan atau melarang suatu

tindakan menurut situasi, waktu dan kondisi tertentu. *Keempat*, prinsip kesadaran moral adalah beberapa tataran yang perlu diketahui untuk memosisikan tindakan individu dalam kerangka nilai moral tertentu. Tiga prinsip dasar dalam kesadaran moral adalah sikap baik, keadilan dan hormat terhadap diri sendiri serta orang lain. Dengan demikian diharapkan bahwa dalam fungsinya memberikan informasi kepada pendengar, radio dapat beroperasi secara bebas namun tetap bertanggung jawab sesuai dengan aturan dan etika yang berlaku. Kemudian, hati nurani dan kesadaran moral para pelaku media harus berperan sehingga mereka dapat melakukan kegiatan siarannya dengan sehat dan bermanfaat.

Perkembangan teknologi komunikasi saat ini mengakibatkan praktek penyiaran radio tidak hanya melalui saluran konvensional, namun telah menggunakan teknologi internet melalui *web streaming*. Hal ini memungkinkan siaran radio didengarkan lintas benua dengan pendengar yang memiliki latar belakang budaya yang berbeda dan regulasi yang berbeda di masing-masing negara. Tak jarang terjadi pelanggaran etika yang melibatkan dua atau tiga Negara sekaligus. Salah satu contoh kasus adalah telepon palsu yang menimpa perawat Middleton. Meskipun terjadi antar benua atau antar Negara dengan latar belakang budaya yang berbeda, namun terdapat harapan yang sama dari publik atas penyiaran radio. Mereka sama-sama menginginkan siaran yang berkualitas dan mendidik tanpa mengesampingkan nilai-nilai etika. Dr. Rushworth Kidder dari *Institute for Global Ethics* dalam bukunya *Shared Values for a Troubled World* melaporkan hasil studinya tentang nilai-nilai etika untuk menguji premis bahwa terdapat kesamaan dalam etika. Hasil wawancaranya dengan para pemimpin di 16 negara mengungkapkan nilai-nilai inti yang sedikit berbeda dari satu Negara dengan Negara lain dan dari satu budaya dengan budaya lainnya. Nilai-nilai inti tersebut adalah: cinta (*love*), kebenaran (*truth*), kebebasan (*freedom*), keadilan (*fairness*), solidaritas

(*solidarity*), toleransi (*tolerance*), tanggung jawab (*responsibility*), dan kehidupan (*life*).

Namun dalam prakteknya, pembuatan keputusan etis atas benar atau salah tidaklah serta merta dapat menerapkan nilai-nilai universal ini begitu saja, sebab juga diperhadapkan dengan pilihan antara dua atau lebih nilai-nilai etika ketika menghadapi sebuah konflik, dimana harus memutuskan mana yang tepat. Menurut pandangan Kidder, konflik-konflik yang sering dihadapi adalah: kebenaran versus loyalitas (*truth versus loyalty*), perorangan versus komunitas (*individual versus community*), jangka pendek versus jangka panjang (*short term versus long term*), dan keadilan versus belas kasihan (*justice versus mercy*) (*Journalism Ethics, The Global Debate*. 2003). Misalnya, terdapat isu razia makanan oleh BPOM menjelang Hari Raya Idul Fitri dimana banyak sekali makanan yang dijual telah melewati masa kadaluwarsa, dan razia tersebut berhasil menarik produk-produk makanan dari toko-toko lokal. Salah satu klien utama dari lembaga penyiaran radio A adalah sebuah toko yang juga terkena razia oleh BPOM. Sebagai lembaga penyiaran yang ingin memberikan informasi yang tidak melanggar etika, maka ia diperhadapkan dengan konflik dan dilema antara etika kebenaran versus loyalitas. Jika ia memberitakan tentang razia tersebut dengan menyebutkan secara jelas nama toko klien mereka, maka bisa jadi berdampak pada pencabutan kerjasama penayangan iklan oleh klien. Tapi jika ia tidak menyebutkan nama toko atau menyebutkan inisial saja, apa jadinya jika lembaga penyiaran radio lokal lainnya (B) menyiarkan nama toko tersebut dengan jelas. Tentu radio A akan dituduh melanggar etika karena menutupi kebenaran dan merugikan publik. Dilema-dilema seperti inilah yang seringkali dihadapi oleh lembaga penyiaran lokal. Padahal seperti kita ketahui, salah satu pemasukan utama bagi lembaga penyiaran radio lokal adalah dari iklan lokal.

Sebagai pelaku media, maka perhatian terhadap nilai-nilai etika adalah sangat penting sebab hal tersebut dapat mendorong untuk membuat

komitmen dan membuat keputusan yang penuh dengan pertimbangan. Perhatian terhadap nilai-nilai etika ini juga membimbing pelaku media untuk mencari hal-hal terbaik dalam praktek profesi mereka, meningkatkan penghargaan terhadap diri sendiri dan kredibilitas masyarakat. Penekanan perhatian terhadap etika ini terfokus pada dua hal, yaitu: (1) etika sosial atau komunitas (*social or communitarian ethics*), dimana pelaku media sebagai komunikator massa memperhatikan isyarat etis dari masyarakat, kolega dan komunitas; (2) etika perorangan atau individual (*personal or individual ethics*), dimana pelaku media menekankan pengembangan etika individu dan etika komunitas sebagai prioritas kedua (Gordon, *et al*: 2011).

Dalam kegiatan penyiaran, etika media diperlukan sebagai pedoman atau aturan-aturan moral, mengingatkan media dan perilaku para pelaku media (komunikator) bisa saja memiliki efek negatif. Hukum meliputi beberapa hal dalam mengatur kegiatan penyiaran, namun tidak semuanya dapat ter-cover oleh hukum, oleh sebab itu etika diperlukan dalam situasi tertentu dimana hukum tidak dapat menyentuhnya. Etika ini berada pada level kebijaksanaan individu dan organisasi profesi. Perhatian utama etika media adalah akurasi atau kebenaran (*accuracy or truthfulness*), keadilan dan tanggung jawab (*fairness and responsibility of treatment*), privasi subyek media dan orang-orang dalam layanan informasi (*privacy for media subjects and people in information services*), serta penghargaan terhadap properti intelektual atau ide-ide orang lain (*respect for the intellectual property or ideas of others*) (Straubhaar & LaRose, 2006).

Pelaku media (komunikator) perlu memahami dimensi etika yang berkaitan dengan aksi komunikasi, sarana dan tujuan tindakan komunikasi. Dalam melakukan tindakannya (aksi), pelaku media harus memiliki kehendak baik untuk bertanggung jawab. Kehendak baik ini diungkapkan dalam etika profesi dengan maksud agar ada norma interen yang mengatur profesi. Dimensi kedua adalah sarana. Sarana yang dimaksud disini adalah sistem

media dan prinsip dasar pengorganisasian praktek penyelenggaraan informasi, termasuk yang mendasari hubungan produksi informasi. Meliputi, pertama, semua bentuk regulasi oleh penguasa publik. Kedua, struktur sosial yang direkayasa secara politik menganut prinsip timbal balik (hubungan kekuasaan yang mempengaruhi produksi informasi) termasuk determinisme ekonomi dan teknologi. Dimensi moral pada tingkat sarana ini adalah upaya menegakkan asas keadilan dan kesetaraan. Dimensi berikutnya adalah tujuan, menyangkut nilai demokrasi, terutama kebebasan untuk berekspresi, kebebasan pers, dan juga hak akan informasi yang benar (B. Libois, 1994, dalam Haryatmoko, 2007: 45-46).

Mengapa pelaku media perlu memahami prinsip-prinsip etika? Libois (dalam Haryatmoko, 2007: 38-39) menjelaskan mengapa etika perlu diterapkan dalam kegiatan komunikasi, yaitu: *pertama*, media mempunyai kekuasaan dan efek yang dahsyat terhadap publik. Padahal media mudah memanipulasi dan mengalienasi audiens. Dengan demikian etika komunikasi mau melindungi publik yang lemah. *Kedua*, etika komunikasi merupakan upaya untuk menjaga keseimbangan antara kebebasan berekspresi dan tanggung jawab. *Ketiga*, mencoba menghindari sedapat mungkin dampak negatif dari logika instrumental. Logika ini cenderung mengabaikan nilai dan makna, yang penting hanyalah mempertahankan kredibilitas pers di depan publik, sementara tujuan media sebagai instrumen pencerahan kurang mendapat perhatian. Idealnya, media menjalankan perannya sebagai sarana pendidikan agar pembaca, pemirsa atau pendengar semakin memiliki sikap kritis, kemandirian dan kedalaman berpikir, namun di sisi lain praktek logika ekonomi memaksa media mengadopsi logika mode yang mementingkan hal-hal yang bersifat spektakuler, sensasional, superficial, dan pesan yang beragam.

4. TANGGUNG JAWAB SOSIAL

Guna mendapatkan solusi terbaik atas dilema yang dihadapi oleh lembaga penyiaran, maka perlulah kita kembali kepada teori normatif media, yaitu teori yang menggambarkan cara paling ideal untuk mengatur dan menjalankan sistem media. Salah satu teori normatif yang dominan adalah teori tanggung jawab sosial. Teori ini muncul dari perdebatan antara libertarianisme radikal—yaitu penganut kebebasan pers yang percaya bahwa seharusnya tidak ada aturan dari pemerintah untuk industri media—dengan penganut teori propaganda dan teori masyarakat yang mendukung kontrol pemerintah terhadap media. Prinsip-prinsip dasar teori tanggung jawab sosial oleh Dennis McQuail (1987):

- 1) Media harus menerima dan memenuhi kewajiban-kewajiban tertentu kepada masyarakat.
- 2) Kewajiban-kewajiban ini pada umumnya dicapai dengan cara menetapkan standar profesi yang tinggi, berupa pemenuhan informasi, kebenaran, ketepatan, objektivitas, dan keseimbangan.
- 3) Dalam menerima dan menjalankan kewajiban-kewajiban ini, media harus dapat mengatur diri sendiri dalam kerangka hukum serta institusi yang sudah mapan.
- 4) Media harus menghindari apa pun yang dapat menyebabkan kejahatan, kekerasan, atau kerusuhan sosial, maupun menghina kelompok minoritas.
- 5) Media secara keseluruhan harus menjadi pluralis dan mencerminkan keragaman masyarakat, memberikan akses kepada berbagai macam sudut pandang dan hak-hak untuk menjawab.
- 6) Masyarakat memiliki hak untuk meminta standar pelayanan yang tinggi kepada media, dan campur tangan dapat dibenarkan untuk mengamankan kepentingan publik tersebut.

- 7) Jurnalis dan pekerja media harus dapat bertanggung jawab kepada publik sebagaimana terhadap pemilik media dan pasar. (Baran & Davis, terj., 2010: 146).

Teori tanggung jawab sosial ini memiliki kekuatan yaitu menghargai tanggung jawab media, menghargai tanggung jawab khalayak, membatasi campur tangan pemerintah terhadap kinerja media, memperbolehkan kontrol pemerintah kepada media dalam jumlah yang pantas, menghargai keragaman dan pluralisme, melindungi kaum "lemah", serta menarik bagi insting praktisi media dan khalayak. Namun di sisi lain, teori tanggung jawab sosial juga memiliki kelemahan, yaitu: terlalu optimis pada kesediaan media untuk memenuhi tanggung jawabnya, terlalu optimis pada tanggung jawab individu, meremehkan kekuatan motivasi uang dan keuntungan serta kompetisi, dan mengesahkan status *quo* (Baran & Davis, terj., 2010: 152). Mempertimbangkan kekuatan dan kelemahan teori tanggung jawab sosial, lalu apa implikasi etis dari tanggung jawab sosial bagi pelaku media? Pelaku media yang memiliki kebebasan maka ia juga memiliki kewajiban kepada masyarakat untuk menggunakan kebebasan dan kekuasaan mereka secara bertanggung jawab (Straubhaar & LaRose, 2006). Dua hal ini yang tidak dapat dielakkan oleh para pelaku media, yaitu kebebasan dan tanggung jawab.

4.1. Kebebasan dan Tanggung Jawab

Kebebasan dalam filsafat memiliki arti 'kemampuan manusia untuk menentukan dirinya sendiri'. Kebebasan lebih bermakna positif dan ia ada sebagai konsekuensi dari adanya potensi manusia untuk dapat berpikir dan berkehendak. Sudah menjadi kodrat manusia untuk menjadi makhluk yang memiliki kebebasan, bebas untuk berpikir, berkehendak dan berbuat (Mufid, 2009: 242-244). Sedangkan tanggung jawab memiliki arti 'kemampuan

manusia yang menyadari bahwa seluruh tindakannya selalu mempunyai konsekuensi'. Perbuatan tidak bertanggung jawab adalah perbuatan yang didasarkan pada pengetahuan dan kesadaran yang seharusnya dilakukan tapi tidak dilakukan juga. Kebebasan ini harus dikelola dengan sebuah norma supaya tidak terjadi kekacauan, yaitu tanggung jawab sosial. Tanggung jawab sosial ini penting bagi media untuk memfasilitasi kebebasan media dalam berkarya, tapi jika media berperilaku terlalu bebas dan berdampak negatif bagi publik maka pemerintah akan mengontrol media dengan menetapkan berbagai peraturan. Isu utama yang harus diperhatikan antara kebebasan dan tanggung jawab adalah: (1) hak privasi (*the right to privacy*); (2) batas sensasionalisme (*the limits to sensationalism*); dan (3) obyektivitas jurnalis (*the objectivity of the journalist*) (dalam *Journalism Ethics, The Global Debate*, 2003).

4.2. Privasi

Salah satu isu utama yang harus diperhatikan oleh pelaku media adalah hak privasi (*the right to privacy*). Sebuah dilema etika yang kompleks bagi pelaku media adalah menghormati privasi orang-orang yang merupakan subyek pemberitaan. Banyak pelaku media yang tidak menghormati privasi karena keinginan alamiah mereka untuk mengekspos dan menggambarkan topik cerita. Pelanggaran privasi kerap dilakukan karena pelaku media menginginkan detail cerita yang akan menarik perhatian masyarakat (Straubhaar, *et al*, 2006:478).

Alan Westin (*Privacy vs Public Right to Know*, 2003) mengidentifikasi empat rumusan privasi, yaitu: (1) kesendirian (*solitude*), di mana individu terpisah dari kelompok dan sorotan orang lain; (2) keintiman (*intimacy*), dimana individu merupakan bagian dari unit yang paling kecil seperti keluarga, dimana hubungan santai dan terbuka dapat dibina; (3) anonimitas (*anonymity*), dimana seseorang mungkin berada di tempat umum atau menghadiri acara publik, tetapi tidak di bawah pengawasan dan tidak mudah

diidentifikasi oleh orang lain di sekitarnya; dan (4) menyimpan (*reserve*), menciptakan batas psikologis menghadapi intrusi, dimana seseorang mungkin diminta namun menolak untuk mengungkapkan informasi tentang dirinya sendiri.

Kembali ke kasus telepon palsu yang mengakibatkan perawat Middleton bunuh diri, disini terjadi pelanggaran terhadap hak privasi Middleton. Dalam kondisi sedang dirawat oleh rumah sakit akibat kondisi kehamilannya, Middleton berhak untuk 'menyendiri' tanpa publikasi. Apalagi informasi tentang kesehatan seseorang adalah sesuatu yang rahasia dan didukung oleh kode etik kesehatan. Namun, terdapat anggapan bahwa seorang *public figure* adalah sosok yang tidak akan pernah memiliki privasi, sebab masyarakat selalu ingin tahu apa yang dilakukan oleh *publik figure* tersebut. Middleton sebagai seorang *public figure* memiliki hak privasi yang mengacu kepada menyimpan segala informasi yang bersifat pribadi menyangkut kesehatannya. Namun tidak demikian bagi dua penyiar radio 2Day FM Australia. Mereka mengintervensi wilayah personal Middleton tanpa ijin yang bersangkutan dengan cara menelepon pihak rumah sakit untuk mengetahui kondisi kesehatan Middleton. Telepon itu mendapat respon dari perawat Saldanha yang membeberkan semua informasi kesehatan Middleton. Informasi rahasia ini tersebar luas melalui penyiaran telepon palsu tersebut. Publikasi tentang kondisi kesehatan Middleton ini bisa jadi mengakibatkan persepsi masyarakat yang buruk, seperti misalnya betapa parahny kondisi kesehatan Middleton akibat kehamilan, atau Middleton dianggap sebagai wanita yang tidak cukup sehat atau tidak siap untuk menghadapi kehamilan. Lebih parahny lagi, pelanggaran privasi ini juga melibatkan penyalahgunaan nama Ratu Elizabeth dan Pangeran Charles. Dua nama yang seharusnya tidak digunakan untuk sebuah 'permainan' wawancara melalui telepon palsu.

Masih banyak kasus pelanggaran etika terhadap privasi seseorang dalam praktek kegiatan penyiaran radio. Misalnya, mengungkapkan aib seseorang

dan menggunakannya sebagai bahan lelucon atau menceritakan kisah seorang pendengar kepada pendengar yang lain dalam *live phone* dan menganggap seakan-akan hal tersebut adalah hal yang biasa dan tidak menyinggung perasaan yang bersangkutan. Meskipun faktanya banyak pendengar yang senang mengungkapkan cerita-cerita pribadinya demi mengakrabkan diri dengan penyiar dan pendengar lainnya, tetap saja penyiar harus berhati-hati tentang apa yang boleh diberitakan dan apa yang tetap harus disimpan. Disinilah pentingnya dibutuhkan sebuah kode etik dalam mengelola radio.

5. KODE ETIK

Kode Etik adalah pedoman untuk membantu para profesional dalam pembuatan keputusan etis, direkomendasikan oleh Hutchins Commissions (1947). Pedoman tersebut didasarkan pada dua ide dasar: (1) siapa pun yang memiliki kebebasan, jurnalis profesional misalnya, memiliki kewajiban kepada masyarakat untuk menggunakan kebebasan dan kekuasaan mereka secara bertanggung jawab; (2) kesejahteraan masyarakat sangat penting, lebih penting dari karir individu atau bahkan hak individu. (Straubhaar & LaRose, 2006: 469).

Edmund Lambeth (*Committed Journalism*) mengemukakan prinsip-prinsip etika sbb: (1) katakan kebenaran (*tell the truth*); (2) berperilaku adil (*behave justly*); (3) menghargai kemerdekaan dan kebebasan (*respect independence and freedom*); (4) bertindak secara manusiawi (*act humanely*); dan (5) berperilaku secara bertanggung jawab (*behave responsibly*). Selain itu, terdapat tujuh prinsip atau kewajiban moral, yaitu: (1) jangan menyebabkan kerusakan; (2) menjaga semua janji; (3) perbaiki atas tindakan pelanggaran sebelumnya; (4) bertindak secara adil; (5) meningkatkan kebajikan diri sendiri; (6) bersikap baik terhadap orang-orang yang telah bersikap baik

kepada anda; (7) cobalah untuk membuat dunia lebih baik (dalam Dominick, et al: 275).

Dalam kegiatan penyiaran radio, terdapat kode etik yang harus dipatuhi. Kode ini menjelaskan tentang hal-hal atau perilaku yang ideal tentang penyiaran, namun sekaligus membatasi kegiatan penyampaian informasi yang melibatkan para pelaku media. Kode etik ini juga telah mengalami pergeseran dari kode etik yang murni. Hal ini disebabkan masuknya pengaruh ideologi ekonomi dalam praktek kegiatan penyiaran radio. Selain sebagai medium penerangan, radio sekaligus menjadi medium hiburan. Oleh karena masuknya aspek komersial, maka untuk mendukung keseimbangan kegiatan penyiaran dengan tujuan yang ideal, yaitu sebagai medium penerangan, maka dalam kode etik dicantumkan beberapa panduan untuk perilaku etis. Perilaku etis terdiri atas: (1) memajukan proses demokratisasi melalui penerangan publik; (2) memajukan standar moralitas publik melalui penyajian hiburan yang sehat; dan (3) mempertahankan suatu keseimbangan yang wajar antara penerangan dan hiburan di satu pihak, serta sumbangan pada kesejahteraan di lain pihak; juga sebagai pedoman tinggi bagi pemasangan iklan (Rivers & Matthews, terj., 1988: 338-342).

Di Indonesia, kode etik yang mengatur tentang penyiaran radio adalah peraturan lembaga negara independen Komisi Penyiaran Indonesia yaitu Pedoman Perilaku Penyiaran (P3) dan Standar Program Siaran (SPS) tahun 2012. Lalu bagaimana melakukan kegiatan penyiaran radio yang benar?

6. PANDUAN KEGIATAN PENYIARAN RADIO

Dalam pandangan utilitarianisme, seseorang harus bertindak dengan cara yang menghasilkan kemungkinan terbesar rasio kebaikan atas kejahatan.

Dengan kata lain, harus membuat keputusan konsekuensi yang akan menghasilkan jumlah kebaikan terbesar (atau sedikit jumlah kerugian). *Pertama*, seorang penyiar yang memilih untuk mengikuti utilitarianisme sebagai standar etika yang utama harus menghitung konsekuensi yang mungkin akan dihasilkan dari setiap kemungkinan tindakan. *Kedua*, penyiar harus menetapkan nilai positif atau negatif pada setiap kemungkinan konsekuensi dan kemudian memilih alternatif yang memaksimalkan manfaat dan meminimalkan kerugian (Straubhaar, *et al*, 2006: 272).

Dengan mempertimbangkan konsekuensi etis yang akan diterima, lalu bagaimana menerapkan kode etik dalam kegiatan penyiaran radio sehari-hari? Jay Black, Bob Steele dan Ralph Barney memberikan *an ethical checklist* dalam buku *Doing Ethics in Journalism: A Handbook with Case Studies* yang terdiri dari sepuluh pertanyaan untuk diri sendiri ketika diperhadapkan dengan masalah etika, yaitu:

1. Apa yang saya tahu? Apa yang perlu saya tahu?
2. Apa tujuan jurnalistik saya?
3. Apa perhatian etis saya?
4. Kebijakan organisasi dan panduan profesional apa yang harus saya pertimbangkan?
5. Bagaimana saya dapat mengikutsertakan orang lain, dengan perspektif yang berbeda dan ide-ide yang beragam dalam proses pengambilan keputusan?
6. Siapa *stakeholders* (yaitu orang-orang yang terpengaruh oleh keputusan saya)? Apa motivasi mereka? Apakah sah?
7. Bagaimana jika peran terbalik? Bagaimana perasaan saya jika saya adalah salah satu dari *stakeholder*?
8. Apa konsekuensi dari tindakan saya? Jangka pendek? Jangka panjang?

9. Apa saja alternatif untuk memaksimalkan tanggung jawab saya dalam mengatakan kebenaran dan meminimalkan bahaya?
10. Dapatkah saya dengan jelas dan sepenuhnya membenarkan pemikiran dan keputusan saya? Untuk rekan-rekan saya? Untuk para pemangku kepentingan? Kepada publik?

Setidaknya dengan mengaplikasikan panduan untuk mengatasi masalah etis seperti tersebut di atas, para pelaku media dapat menjalankan profesinya dengan sebaik-baiknya.

7. PENUTUP

Kegiatan penyiaran radio adalah bentuk kegiatan yang menuntut tanggung jawab sosial. Hal ini dikarenakan penggunaan frekuensi milik publik oleh lembaga penyiaran, sehingga lembaga penyiaran harus menyiarkan program-program yang bermakna positif dan bermanfaat bagi publik seperti yang tercantum dalam Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran. Hanya saja dalam prakteknya, banyak sekali program-program acara dan perilaku penyiar yang melanggar etika sehingga memberikan efek negatif bagi pendengarnya, bahkan dapat berdampak pula terhadap periklanan lembaga penyiaran bersangkutan. Hal ini disebabkan kegiatan penyiaran tidak hanya mempunyai fungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial, namun juga mempunyai fungsi ekonomi dan kebudayaan (Pasal 4 UU No. 32 Tahun 2002). Sehingga diharapkan penyiaran radio tidak hanya mementingkan aspek bisnis, tetapi juga aspek media informasi dst.

Pesan adalah acuan dari berita atau peristiwa yang disampaikan melalui media-media. Suatu pesan memiliki dampak yang dapat mempengaruhi pemikiran khalayak pembaca dan pemirsa, karenanya pesan bisa bersifat bebas dengan adanya suatu etika yang menjadi tanggung jawab pesan itu sendiri (Mufid, 2009: 246). Begitu hebatnya dampak sebuah pesan, maka

diperlukan kode etik—pedoman perilaku—yang menjaga moral para pelaku media untuk memproduksi pesan yang baik.

Praktek perilaku yang beretika oleh para pelaku media bersumber dari nilai-nilai etis pribadi yang bersinergi dengan nilai-nilai etis lembaga penyiaran, tentu saja tanpa mengabaikan nilai-nilai dasar kemanusiaan yang harus dijunjung tinggi. Praktek penyiaran adalah praktek dialog interaktif yang mengutamakan kualitas pesan, serta nilai-nilai keterbukaan, kejujuran, kerurukan, dan sebagainya. Oleh karenanya dalam pandangan utilitarian, diperlukan sebuah standar untuk mengevaluasi cara dan tujuan komunikasi yang dapat dilihat dari adanya kegunaan, kesenangan, dan kegembiraan. Dan karena praktek penyiaran adalah perilaku komunikasi yang legal, maka harus disesuaikan dengan peraturan yang berlaku dan dianggap sebagai perilaku yang etis (Mufid, 2009: 185-186).

Jika dalam kegiatan siarannya para pelaku media ini tidak lagi peduli dengan kode etik yang telah ditetapkan bersama, kita dapat membayangkan betapa kacaunya situasi sosial masyarakat, mengingat media saat ini memiliki kekuasaan yang bahkan lebih daripada kontrol pemerintah dalam mengatur masyarakat. Jika demikian halnya, maka semua kembali kepada hati nurani para pelaku media. Mereka harus mempertimbangkan sesuai hati nurani mereka, apakah informasi yang saya sampaikan ini berdampak positif atau negatif bagi pendengar saya? Itulah pertanyaan sederhana yang dapat digunakan untuk menguji kebenaran perilaku siaran para pelaku media.

Penyiaran radio yang sehat merupakan dambaan masyarakat, tapi mewujudkan hal tersebut tidaklah instan. Para *station manager* harus mendorong dirinya sendiri serta para anak buahnya untuk memahami tentang pentingnya etika dalam bersiaran. Hal ini dapat dilakukan dengan cara: Sosialisasi kepada semua anak buah, baik para penyiar, produser, maupun tim kreatif. Selain itu, *station manager* harus menjadi pengawas siaran dan

produksi program, sehingga tidak ada kegiatan siaran yang melanggar etika dan membahayakan pendengarnya. Cara yang tepat dan dapat menghasilkan perilaku beretika secara konsisten adalah dengan menerapkan gaya hidup sehari-hari yang sesuai dengan etika. P3 & SPS dijadikan pedoman dalam berperilaku sehari-hari, bukan hanya saat bersiaran (*on air*) saja, tetapi juga saat *off air*, sebab orang-orang yang berprofesi sebagai penyiar dipandang oleh masyarakat sebagai orang yang 'tahu segalanya' dan menjadi teladan bagi masyarakat. Oleh karena itu, pelaku media harus menunjukkan integritas di hadapan publik, baik saat *on air* maupun *off air*.

Selain peran serta dari pihak radio, diperlukan ketegasan dari KPI dalam menindak radio yang melakukan pelanggaran regulasi maupun etika. Selain itu, KPI juga harus semakin ketat dalam melakukan pengawasan isi siaran. Demikian juga halnya dengan masyarakat sebagai pendengar. Masyarakat harus menyadari bahwa mereka berhak untuk menerima informasi yang benar (sesuai UU KIP) sehingga jika terdapat isi siaran yang melanggar, maka mereka dapat melaporkannya kepada KPI. Masyarakat juga harus melek media, harus pandai memilah isi siaran yang sehat untuk dikonsumsi dan yang tidak. Dengan keterlibatan aktif dari pihak radio, KPI (serta regulator lain) dan masyarakat, maka diharapkan tujuan penyelenggaraan penyiaran yang sesuai dengan UU No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran dapat tercapai, yaitu ". . . untuk memperkuat integrasi nasional, terbinanya watak dan jati diri bangsa yang beriman dan bertakwa, mencerdaskan kehidupan bangsa, memajukan kesejahteraan umum, dalam rangka membangun masyarakat yang mandiri, demokratis, adil dan sejahtera, serta menumbuhkan industri penyiaran Indonesia" (Pasal 3). Penyiaran yang sehat adalah tidak melanggar regulasi yang telah ditetapkan, yaitu undang-undang seperti yang telah disebutkan sebelumnya, serta tidak melanggar etika seperti yang tercantum dalam peraturan KPI, yaitu Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3 dan SPS) sebagai *self-regulation*.

DAFTAR PUSTAKA

Baldwin, John R., Stephen D. Perry, and Mary Anne Moffitt. 2004. *Communication Theories for Everyday Life*. Illinois: Pearson Education, Inc.

Baran, Stanley J., and Dennis K. Davis. 2010. *Teori Komunikasi Massa, Edisi 5, Dasar, Pergolakan, dan Masa Depan, terj.* Jakarta: Salemba Humanika.

Dominick, Joseph R., and Fritz Messere, Barry L. Sherman. 2012. *Broadcasting, Cable, the Internet, and Beyond: An Introduction to Modern Electronic Media 7th ed.* N.Y.: McGraw Hill Companies, Inc.

Goodwin, Eugene H. 1987. *Groping for Ethics in Journalism*. Iowa: Iowa State University Press.

Gordon, David, John Michael Kittross, John C. Merrill, William Babcock, and Michael Dorsher. 2011. *Controversies in Media Ethics 3rd Edition*. New York: Routledge.

Haryatmoko. 2007. *Etika komunikasi*. Yogyakarta: Kanisius.

Journalism Ethics, The Global Debate. 2003. Washington, D.C.: International Center for Journalists.

Komisi Penyiaran Indonesia. 2012. *Pedoman Perilaku Penyiaran (P3) dan Standar Program Siaran*.

----- *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 tahun 2002 tentang Penyiaran*.

Privacy vs Public Right to Know. 2003. In *Encyclopedia of International Media and Communications*. Retrieved from

http://www.credoreference.com.proxy.globethics.net/entry/estimc/privacy_vs_public_right_to_know.

Rivers, William L. and Cleve Mathews. 1994. *Etika Media Massa dan Kecenderungan untuk Melanggarnya*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Siregar, Ashadi. 2006. *Etika Komunikasi*. Yogyakarta: Pustaka.

Syah, Sirikit. 2011. *Rambu-rambu Jurnalistik dari Undang-undang Hingga Hati Nurani*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Straubhaar, Joseph and Robert LaRose. 2006. *Media Now. Understanding Media, Culture, and Technology*. 5th ed. Belmont, CA: Thomson Wadsworth.

Wilkins, Lee and Clifford G. Christians (ed). 2009. *The Handbook of Mass Media Ethics*. N.Y.: Routledge.

Data Sekunder—Internet:

- 2) <http://www.radioprssni.com>. Diunduh pada hari Senin, 22 April 2013, pukul 20.15 WIB.
- 3) <http://www.radioprssni.com>. Diunduh pada hari Minggu, 29 Agustus 2010, pukul 20.30 WIB.
- 4) http://www.kpi.go.id/download/buku/mata_dan_telinga_2012_FINAL.pdf. Diunduh pada hari Sabtu, 1 Juni 2013, pukul 08.30 WIB.
- 5) <http://www.tempo.co/read/news/2012/12/10/120447002/Perawat-Kate-Tewas-Anonymous-Ultimatum-Radio-2Day>. Diunduh pada hari Sabtu, 1 Juni 2013, pukul 09.00 WIB.
- 6) <http://www.kpi.go.id>. Diunduh pada hari Sabtu, 1 Juni 2013, pukul 08.45 WIB.