

Media dan Komunikasi Politik

Potret Demokrasi di Indonesia dalam Perspektif Komunikasi Politik

Pengantar:

Dr. Heri Budiarto, M.Si

Editor :

Didik Haryadi Santoso,

Media dan Komunikasi Politik
(Potret Demokrasi di Indonesia dalam Perspektif Komunikasi Politik)
@Penulis

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
All Rights Reserved
340 hal (x + 330 hal), 16 cm x 24 cm
ISBN: 978-602-52470-7-1

Penulis :

Ahmad Junaidi, Eko Hari Susanto, Riris Loisa, Cut Alma Nuraflah,
Ade Muana Husniati, Vani Dias Adiprabwo, Budhi Widi Astuti,
Ponco Budi Sulisty, Muhamad Tabri, Diana Gustinawati, Choirul Fajri,
Siti Mawadati, Anton Yudhana, M. Nastain, Martriana PS., Fitria Angeliqa,
Eko Harry Susanto, Yuniar, Ageng Rara Cindoswari, Rivga Agusta,
Dwi Pela Agustina, Fajar Dwi Putra, Safrudiningsih, Sarkawi, Supadiyanto,
Hamida Syari Harahap, Zulhefi, Heri Budianto, Achmad Oddy Widyantoro,
Rosalia Prismarini Nurdiarti, Gregorius Genep Sukendro,
Didik Haryadi Santoso, Rani Dwi Lestari.

Pengantar:

Dr. Heri Budianto, M.Si

Editor :

Didik Haryadi Santoso,

Perancang Sampul :

Achmad Oddy Widyantoro

Penata Letak :

Ibnu T. W

Cetakan Pertama, 2018

Diterbitkan oleh:

Mbridge Press
Jl. Ringroad Utara, Condong Catur, Depok,
Kabupaten Sleman, D.I. Yogyakarta
Lab. Multipurpose, Lantai 2 Kampus III UMBY
Hp. 081324607360

KATA PENGANTAR

Dr. Heri Budiarto, S.Sos., M.Si

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi & Multimedia
Universitas Mercu Buana Yogyakarta

Ketua Umum ASPIKOM (Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi)

Assalamualaikum Warrahmatullahi wabarakatuh

Pertama-tama marilah kita panjatkan kehadiran Allah SWT atas Rahmat dan KaruniaNYA, dua buku yang berjudul: Relasi Negara, Industri dan Masyarakat dalam Perspektif Komunikasi serta Media dan Komunikasi Politik (Potret Demokrasi di Indonesia dalam Perspektif Komunikasi Politik). Buku ini ditulis oleh akademisi, peneliti dan praktisi di bidang Ilmu Komunikasi yang ikut serta dalam acara Konferensi Nasional Ilmu Komunikasi (KNK) yang dilaksanakan oleh PUSKOMLIT Fakultas Ilmu Komunikasi dan Multi Media (FIKOMM) Universitas Mercu Buana Yogyakarta di Batam Kepulauan Riau.

Kegiatan ini merupakan kegiatan konferensi yang ketiga yang digelar oleh PUSKOMLIT FIKOMM UMBY, sebelumnya tahun 2016 Konferensi Internasional di Yogyakarta, dan tahun 2017 Konferensi Nasional di Pontianak. Kegiatan semacam ini merupakan kegiatan rutin tahunan yang diselenggarakan dengan tujuan memberikan kesempatan kepada para akademisi, peneliti, dan praktisi ilmu komunikasi untuk mempresentasikan karya penelitian maupun kajian pustaka dalam forum ilmiah. Serta hasil dari itu ditampilkan dan dibuat menjadi Buku Proseeding, sebagai bahan bacaan dan literature di bidang ilmu Komunikasi.

Di tahun ke 3 ini, tema yang diambil adalah Komunikasi dan Pendidikan Politik Menuju Demokrasi Yang Berkualitas. Hal ini tentu berasal bahwa tahun 2018 dan 2019 adalah tahun politik dimana saat masa kampanye pemilihan umum 2019. Sebagai satu institusi pendidikan, tentunya bertanggungjawab dalam memberikan informasi dan pendidikan politik kepada masyarakat terkait dengan isu-isu politik yang telah diteliti dan ditelaah oleh berbagai akademisi, peneliti dan praktisi ilmu komunikasi.

Minat kajian terkait komunikasi politik, demokrasi, media politik, serta pendidikan politik dalam lingkup ilmu komunikasi saat ini semakin tinggi peminatnya. Tentu ini adalah hal yang menggembirakan, mengingat literatur yang terkait dengan hal tersebut masih terbatas. Tingginya animo

ini, tentu merupakan hal positif ketika realitas politik ditampilkan dan disajikan dari perspektif ilmu komunikasi.

Tidak itu saja, relasi politik dan komunikasi bukan hal yang kebetulan namun jauh sebelum itu, bahwa ahli politik telah mengilhami lahirnya ilmu komunikasi serti Laswell. Fakta lain menunjukkan bahwa dalam realitas politik, ilmu komunikasi mampu menterjemahkan berbagai persoalan politik yang meliputi komunikator politik, pesan politik, media dan saluran politik, khalayak politik, dan efek dari proses komunikasi politik.

Apalagi di Indonesia saat ini, sejak reformasi 1998 mengalami perkembangan Demokrasi yang begitu pesat dan terbuka. Bukan hanya pemilihan presiden dan wakil presiden secara langsung, tapi pemilihan kepala daerah, dan perubahan perubahan sistem pemilu mendorong kajian kajian ilmu komunikasi semakin terbuka.

Dengan hadirnya buku ini diharapkan dapat menjadi salah satu literature yang dapat digunakan oleh siapapun yang ingin melihat berbagai persoalan politik dari kacamata ilmu komunikasi. Kami berharap, semoga buku ini bermanfaat, dan kepada seluruh penulis kami ucapkan terimakasih atas partisipasinya dalam kegiatan kami dan semoga karya bapak/ibu/saudara dapat menjadi penebar kebaikan dalam kerumitan politik.

Semoga buku ini bermanfaat bagi kita semua...

Yogyakarta, 14 Nopember 2018

KATA PENGANTAR EDITOR

Didik Haryadi Santoso, M.A

Dewan Editor & Ketua Konferensi Nasional Komunikasi 2018

Assalamualaikum Warrahmatullahiwabarakatuh

Dunia politik tidak pernah habis untuk dibahas dan dikaji. Berbagai problematika kerap muncul karena faktor politik. Politik menjadi pembahasan yang penting, tidak hanya di kalangan profesional, melainkan juga dikalangan akademisi, termasuk akademisi ilmu komunikasi. Ilmu komunikasi menjadi alat sekaligus jembatan dalam proses-proses politik. Jika ditelusuri lebih jauh, benturan dan sinergisitas ilmu politik dan ilmu komunikasi kian hari kian hangat, terutama pada saat menjelang atau memasuki tahun-tahun politik.

Dunia komunikasi dan media misalnya, turut hadir mewarnai kontestasi pemilihan baik di tingkat daerah maupun provinsi. Mewarnai disini dapat saja dalam banyak arti, mewarnai dalam versi sebagai jembatan dan pelengkap, atau dapat pula mewarnai ikut “bermain” dalam dunia politik. Mulai dari produksi wacana, pertarungan pemberitaan hingga “perang terbuka” antar media. Riuh rendah ini menarik untuk diteliti lebih jauh mengingat dunia komunikasi dan politik turut berkembang pesat, terutama kehadiran new media atau media baru

New media dengan ragam kemampuannya mampu merubah banyak dimensi komunikasi dan proses politik. Mulai dari interaksi, produksi konten, distribusi hingga konsumsi konten-konten politik. Sebagai teknologi dan medium, ia netral. Aktor atau penggunalah yang akan menentukan plus minus, negatif dan positifnya. Kemampuan new media yang dapat memangkas ruang dan waktu, menjadi keunikan tersendiri. Memiliki kecepatan, meskipun secara akurasi masih rendah khususnya soal-soal pemberitaan. Terlebih mengenai pemberitaan-pemberitaan politik di tahun politik.

Dunia politik dimediasi ulang dalam ruang-ruang virtual. Dalam terminologi David Bolter dikenal istilah remediation, saat dimana realitas empirik dimediasi ulang oleh teknologi hingga melahirkan sebuah realitas baru, sebuah realitas politik dalam ruang virtual. Realitas empirik bergeser menjadi realitas virtual, identitas empirik berubah bentuk menjadi identitas virtual. Identitas tidak lagi berbentuk kesatuan melainkan

bergeser menjadi liquid identity, sebuah identitas yang cair sebagaimana yang diutarakan oleh Antony Giddens.

Remediasi digital melalui media dan new media mengantarkan kita pada perubahan-perubahan dalam berinteraksi dan berkomunikasi, termasuk di bidang politik. Perubahan itu tidak hanya tentang bagaimana perubahan perilaku aktor politik, melainkan juga meliputi konten, audien atau konstituen, hingga pola-pola interaksi yang terjadi didalamnya. Cara aktor politik, audien pemilih dalam berkomunikasi juga berubah dari face to face communication bergeser pada tipe komunikasi yang termediasi. Pertarungan isu dan wacana pun tidak dapat dihindarkan. Hingga pada akhirnya, tidak sedikit yang menimbulkan ragam persoalan dalam kehidupan berbangsa dan bernegara.

Buku ini berupaya membaca ragam problematika yang berkaitan dengan komunikasi politik, media dan masyarakat secara lebih luas, terutama persoalan-persoalan yang terjadi belakangan ini dan saat menjelang pemilihan presiden dan atau pemilihan kepala daerah. Melalui buku ini, para penulis tidak hanya mengeksplorasi problematika komunikasi politik secara gamblang melainkan juga berupaya memberikan catatan-catatan kritis dan reflektif atas permasalahan yang belakangan ini terjadi. Buku ini dapat dijadikan referensi, tidak hanya bagi para mahasiswa atau akademisi melainkan juga dapat dimanfaatkan untuk para aktor politik, serta masyarakat luas secara umum yang tertarik dengan telaah-telaah mengenai komunikasi politik pada new media. Semoga buku ini dapat menambah wawasan dan lmu pengetahuan khususnya mengenai new media dan komunikasi politik. Akhir kata, Selamat hari pahlawan dan selamat membaca!

Wassalamualaikum Warrahmatullahiwabarakatuh

Yogyakarta, 10 November 2018

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR Dr. Heri Budianto, S.Sos., M.Si.....	iii
KATA PENGANTAR EDITOR.....	v
DAFTAR ISI	vii

‘CEBONG-KAMPRET’, NEW MEDIA DAN KUALITAS DEMOKRASI KITA

<i>Ahmad Junaidi, Eko Hari Susanto, Riris Loisa</i>	1
---	---

AKTIVITAS KOMUNIKASI POLITIK KANDIDAT PRESIDEN MELALUI PERSONAL BRANDING

<i>Cut Alma Nuraflah dan Ade Muana Husniati</i>	19
---	----

MEMBANGUN KOMUNIKASI POLITIK POSITIF DALAM LAYAR (Studi Kasus Citra Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden di Youtube Tahun 2004-2014)

<i>Vani Dias Adiprabwo.....</i>	35
---------------------------------	----

PENGUNAAN RUANG PUBLIK TERMEDIASI DALAM PILGUB JATENG 2018 (Studi Kasus Program “Panggung *Civil Society*” Radio Idola 92.6 FM Semarang)

<i>Budhi Widi Astuti</i>	57
--------------------------------	----

REMAJA DAN MEDIA SOSIAL: STUDI RESEPSI PESAN-PESAN POLITIK JELANG PEMILIHAN KEPALA DAERAH (PILKADA) DKI JAKARTA TAHUN 2017

<i>Ponco Budi Sulisty.....</i>	75
--------------------------------	----

ANALISIS PEMBERITAAN BUPATI TERPILIH 2017-2022 BENGKULU TENGAH PADA SURAT KABAR HARIAN RAKYAT BENGKULU

<i>Muhamad Tabri dan Diana Gustinawati.....</i>	93
---	----

ANALISIS PEMBERITAAN MEDIA DALAM KONFLIK PEMBANGUNAN NEW YOGYAKARTA INTERNATIONAL AIRPORT

<i>Choirul Fajri, Siti Mawadati, Anton Yudhana.....</i>	109
---	-----

ANALISIS TEKS JARGON PKS (Critical Discourse Analysis Teks Jargon “Cinta Kerja dan Harmoni”)

<i>M. Nastain</i>	119
-------------------------	-----

ANALISIS WACANA KESETARAAN PEREMPUAN OLEH KEMENTERIAN PEMBERDAYAAN PEREMPUAN DAN PERLINDUNGAN ANAK (Studi pada Akun <i>Endorser Pria</i> dalam Kampanye <i>Kita Setara</i> di Instagram)	
<i>Martriana PS. dan Fitria Angeliqa</i>	133
MEDIA SOSIAL, KEBIJAKAN PUBLIK DAN KINERJA BADAN PUBLIK	
<i>Eko Harry Susanto</i>	149
PEMANFAATAN MEDIA KOMUNIKASI DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN ORGANISASI	
<i>Yuniar dan Ageng Rara Cindoswari</i>	161
PILIHAN RASIONAL AKTOR DALAM KONTROVERSI VIDEO KLIP KAMPANYE ‘INDONESIA BANGKIT’ AHMAD DHANI	
<i>Rivga Agusta dan Dwi Pela Agustina</i>	185
A-SIMETRIS POLITIK (Studi Deskriptif tentang Komukasi Krisis dan Konflik Pemilihan Lurah di Desa Ngestiharjo Yogyakarta Melalui Arisan)	
<i>Fajar Dwi Putra</i>	199
MEREDAM KECENDRONGAN POLITIK IDENTITAS DI INDONESIA MELALUI KOMUNIKASI PEMIMPIN-MASYARAKAT	
<i>Safrudiningsih</i>	209
PENGARUH <i>MONEY POLITIC</i> TERHADAP SIKAP MASYARAKAT DESA KARANG TINGGI PADA PILKADA BENGKULU TENGAH 2017 (Penelitian di Desa Karang Tinggi Kecamatan Talang Empat)	
<i>Sarkawi</i>	227
REFLEKSI 20 TAHUN ORDE REFORMASI: MENKRITISI GERAKAN REFORMASI DAN MANAJEMEN ANTIKORUPSI	
<i>Supadiyanto</i>	239
POLA KOMUNIKASI PEMIMPIN PEREMPUAN DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM PEMBANGUNAN (Studi kasus Lurah Perempuan di Wilayah Malabar Bandung)	
<i>Hamida Syari Harahap</i>	269
KOMUNIKASI PEMASARAN POLITIK PARTAI GERAKAN INDONESIA RAYA PADA PEMILU 2014	
<i>Zulhefi dan Heri Budianto</i>	287

PESAN POLITIK DALAM BINGKAI KOMUNIKASI VISUAL (Perancangan <i>Visual Campaign</i> Pilpres 2019 Bijak Memilih, Politik Aman dan Damai)	
<i>Achmad Oddy Widyantoro dan Rosalia Prismarini Nurdiarti</i>	303
KOMUNIKASI POLITIK, MENYIMAK SIRKUS KOMUNIKASI	
<i>Gregorius Genep Sukendro</i>	317
SELF PLAGIARISM PADA PEMBERITAAN POLITIK DI MEDIA ONLINE DALAM PERSPEKTIF ETIKA JURNALISTIK	
<i>Didik Haryadi Santoso dan Rani Dwi Lestari</i>	325

SELF PLAGIARISM PADA PEMBERITAAN POLITIK DI MEDIA ONLINE DALAM PERSPEKTIF ETIKA JURNALISTIK

Didik Haryadi Santoso

Rani Dwi Lestari

Fakultas Ilmu Komunikasi & Multimedia Universitas Mercu Buana Yogyakarta

E-mail: didikharyadi.s@gmail.com

aieramaharani@gmail.com

Pendahuluan

Dalam kontestasi dalam dunia politik, kerap menimbulkan ragam fenomena yang selalu menarik untuk dikaji. Tidak terkecuali tentang berita dan pemberitaan politik pada saat kontestasi tersebut sedang atau telah berlangsung. Pemberitaan politik pada saat pemilihan Gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta misalnya, yang dalam observasi awal penelitian telah menunjukkan ragam pelanggaran etika jurnalistik termasuk didalamnya soal sumber berita, keberpihakan media, *cover many sides* dan juga *self plagiarism*. Audien atau khalayak pada dasarnya menginginkan keberagaman sudut pandang dalam liputan berita, sehingga saat ini *cover multiple sides* adalah keniscayaan (Wendratama, 2017: 52).

Self plagiarism menjadi marak terjadi bukan hanya soal faktor pegiat media atau industri medianya, melainkan juga disebabkan oleh iklim atau atmosfer media baru yang selalu menawarkan kecepatan, instan, praktis, meskipun kadangkala berhadapan dengan problem ketepatan atau akurasi berita. Terlebih, mengenai akurasi kebenaran sebuah berita ini, perlu waktu dan proses yang lama (A.Harsono, 2010:17). Lebih jauh Annisa Wibawa dalam penelitiannya menemukan bahwa terdapat pelanggaran dalam proses verifikasi pemberitaan. Hal ini terjadi dikarenakan mekanisme yang tidak tepat dalam hal proses pencarian fakta dan berita (Annisa Wibawa, 2012).

Berita dibikin secara instan, namun tidak jarang yang terpotong-potong dari keutuhan peristiwa atau terlepas dari akar realitas empiriknya. Berita-berita yang terpotong-potong ini secara perlahan membuat audien virtual penasaran. Rasa penasaran inilah yang kemudian menggerakkan jari dan handphone untuk berselancar lebih jauh kedalam dunia maya.

Berita – berita yang disampaikan secara terpotong-potong pada hakikatnya bertujuan untuk meningkatkan pengujung atau pengonsumsi konten. Naiknya pengujung konten tersebut turut menaikkan *traffic* yang

juga berujung pada masuknya iklan-iklan pada media online. Kepentingan laba atau orientasi profit ini turut melahirkan persoalan-persoalan etis dalam proses produksi berita dalam dunia jurnalistik. Cukup banyak media-media online yang memproduksi berita secara serampangan dengan meng*copy-paste*, yang tidak hanya pada media lain, melainkan *copy-paste* dari milik sendiri. Dalam contoh yang lebih konkrit, sebuah peristiwa nasional misalnya, dapat saja melahirkan banyak judul yang unik dan menarik meskipun secara konten memiliki kecenderungan isi yang sama, satu sama lainnya. Media baru dan audien virtual menuntut para pegiat media online untuk dapat menyampaikan secara cepat, namun wartawan dilapangan tentu tidak dapat bergerak secepat *click and share* sebagaimana tren masyarakat virtual saat ini.

Tulisan dan penelitian mengenai praktik *self plagiarism* belum begitu banyak di Indonesia. Padahal praktik ini kian hari kian meningkat dalam segala lini, baik pemberitaan ekonomi, sosial, budaya maupun politik. Terlebih isu politik, merupakan isu yang menarik untuk diikuti persis seperti episode sinetron atau seperti drama-drama korea yang panjang itu. Isu politik yang menarik dan yang banyak diikuti oleh audien virtual inilah yang kemudian mendorong para pegiat atau industri media online untuk kejar tayang konten online, meskipun konten-konten tersebut berputar-putar pada hal yang tidak jauh berbeda. Pilihan yang instan dan pragmatis adalah dengan melakukan *self plagiarism*, sebuah pilihan yang jauh dari kata etis untuk sebuah instansi atau lembaga pers online yang telah lama dianggap kredibel oleh khalayak luas.

Tulisan ini akan berfokus pada media-media online dengan titik tekan pada pemberitaan-pemberitaan politik nasional. Adapun yang menjadi fokus dari tulisan ini diantaranya yaitu mediaindonesia.com, sindonews.com, kompas.com, vivanews.com, republika.co.id, metrotvnews.com, dan tribunnews.com. Ada pertimbangan khusus dari tim peneliti atas dipilihnya media-media online tersebut diatas diantaranya yaitu, *pertama*, media online yang telah disebutkan diatas merupakan media online nasional dan telah dikenal oleh khalayak luas khususnya di Indonesia. Pertimbangan yang *kedua* adalah bahwa, media online yang telah disebutkan diatas cenderung fokus pada pemberitaan-pemberitaan politik khususnya secara nasional. Selain itu, media online diatas dipilih atas dasar *rank* tertinggi yang disandarkan pada perhitungan alexa.com.

Online Journalism

Media baru menjadi wadah baru dalam dunia jurnalistik. Kecepatan penyebaran informasi dalam media baru secara tidak langsung mendorong industri media online untuk mengikuti kecepatan itu. Meskipun dibeberapa

kasus, dimensi kecepatan dipenuhi namun minim akurasi. Media baru perlahan merubah cara kerja jurnalistik khususnya di meja-meja redaksi. *Gate keeper* dapat saja hadir namun dapat pula dilompati. Peran *gate keeper* dapat saja minim bahkan dapat pula tidak ada sama sekali. Tuntutan cepat dalam hal penyebaran berita mau tidak mau memiliki konsekuensi yang signifikan, diantaranya yaitu daya saing antar industri media online kian ketat. Semua dituntut cepat meskipun tidak semuanya tepat pada saat memberitakan.

Pelaku industri media online saling berebut simpati dan perhatian dari audien-audien virtual. Berbagai cara digunakan, mulai dari pembuatan judul yang sensasional hingga konten-konten yang penuh dengan *plagiarism*. Inilah yang kemudian menjadi pembeda antara media online dengan media-media konvensional. Termasuk pembeda dari sisi bentuk konten media berupa data, teks, suara, gambar, video yang terkombinasi dan terintegrasi serta terdistribusikan secara lintas jaringan (Terry Flew,2004:XVIII).

Setidaknya terdapat tujuh pembeda antara media konvensional dengan media online (Iskandar,2016) diantaranya yaitu *pertama, Unlimited Space*. Media online khususnya jurnalistik *online* memberikan ruang yang luas untuk produksi dan distribusi konten berita. Berbeda dengan media konvensional yang terbatas ruang dan durasi. *Kedua, Audience Control*. Audien virtual memiliki keleluasaan dalam memilih dan menilai konten yang dikonsumsi. *Ketiga, Non-Lienarity*. Berita yang disampaikan tidak selalu sistematis dan berurutan.

Keempat, Storage and Retrieval. Berita yang telah diproduksi dan didistribusikan secara online menjadikan berita tersebut menjadi “awet” dapat diakses lintas ruang dan waktu. *Kelima, Immediacy*. Berita dalam media online dapat diakses dengan mudah, langsung dan tanpa mediasi-mediasi yang rumit. *Keenam, Multimedia Capability*. Konten-konten dalam pemberitaan online, memiliki nilai keragaman konten mulai dari teks, video, gambar, suara dan lain sebagainya. Terakhir, *Interactivity*. Pemberitaan online memungkinkan terjadinya interaksi antara pembaca dan penulis/redaksi, yang selama ini jarang atau bahkan tidak pernah dilalui. Setidaknya interaksi tersebut terjadi melalui kolom komentar dan *social media sharing* pada media online atau pada media-media sosial.

Atmosfer jurnalisme online pun turut mengalami pergeseran yang cukup signifikan. Konten-konten semakin beragam, memiliki banyak pilihan alternatif, sehingga bermuara pada audien-audien virtual yang sangat tersegmentasi. Demikian pula dengan produsen berita atau aktor

yang memproduksi berita, kian mengalami perubahan. Mudah, murah dan cepat. Ketiga kata kunci ini menjadi nafas produksi dan distribusi konten-konten berita di era multimedia seperti sekarang ini. Terlebih sebagian besar wartawan media online sangat mudah mengirimkan informasi langsung ke redaksi dari lokasi kejadian atau peristiwa. Hal ini disebabkan karena media online dapat diakses dimana saja dan kapan saja sejauh didukung oleh fasilitas teknologi internet (Syarifudin Yunus, 2015: 32). Dalam media dan pemberitaan online, konten-konten pun bergerak tumbuh dan berkembang kepada pers yang menonjolkan sisi-sisi sensasi, hiburan dan pertarungan opini-opini. Hal ini jika tidak disadari, berakibat pada terjadinya pelanggaran etika pers, audien yang terus menurun atau merosotnya audien dari sisi kualitas *literacynya* dan bahkan hilangnya kepercayaan masyarakat (Iswhara, 2014:14)

Self Plagiarism

Dalam skala makro, *self plagiarism* pada dasarnya bermula dari tuntutan industri media online yang mendorong untuk menghadirkan berita secepat-cepatnya dengan biaya yang minim. Namun dalam skala mikro, *self plagiarism* ini dapat bermula dari cara kerja pegiat media online yang instan dan pragmatis. Mencari kemudahan dan kecepatan penyampaian berita dengan operasional serendah-rendahnya. Henry Sulistyو melihat bahwa praktik *self plagiarism* ini sangat merugikan pembaca, sebab pembaca seperti dibohongi (Henry Sulistyو, 2011:25). Penelitian mengenai *self plagiarism* dan pelanggaran etika jurnalistik telah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu. Penelitian A. Tatipang (2013) misalnya, ia meneliti tentang pelanggaran etika jurnalistik di media online. Isu tentang plagiarisme berita dan foto menjadi fokus temuan penelitiannya.

Dalam kasus-kasus tertentu, mulai bermunculan media online yang *realtime online* memberitakan dengan cepat atas sebuah peristiwa, padahal ia dan timnya tidak pernah sama sekali turun ke lapangan untuk mengambil berita. Bentuk *plagiarism* dalam pemberitaan pada dasarnya terbagi menjadi dua yaitu; *pertama*, mempublikasikan artikel pada lebih dari satu media dan *kedua*, mendaur ulang teks. Pada dimensi yang pertama, hal itu dilakukan dalam upaya optimalisasi fleksibilitas pekerja dengan motif pemangkasan biaya-biaya produksi dan upaya peningkatan akumulasi modal dan kalkulasi laba. David harvey menyebutnya sebagai *flexible accumulation* (David Harvei, 1991, 294). Sebagaimana yang ia sampaikan dalam bukunya yang berjudul *The Condition of Postmodernity*.

Pada dimensi yang kedua, yaitu mendaur ulang teks. Hal ini juga tidak jauh berbeda dengan motif yang pertama yaitu dalam upaya memangkas

biaya produksi dengan motif yang berorientasi pada profit. Kasus mendaur ulang yang parah kerap terjadi pada media-media online abal-abal yang tidak memiliki karyawan atau wartawan di lapangan. Artinya, yang media online itu lakukan hanya mem-paraprase kata-kata dari media-media online yang telah lebih dulu mempublikasikan berita-beritanya. Hanya merubah kata-kata yang serupa dalam makna, media online jenis ini telah dapat meraup profit yang tidak sedikit. Dalam pengalaman penulis bersama kolega yang memiliki bisnis media online, hanya dengan mem-paraprase, ia dapat keuntungan 30 juta perbulan. Padahal media online ini dikelola oleh 1 orang dan tanpa wartawan-wartawan lapangan.

Namun demikian, praktik daur ulang atau pengulangan kembali sebuah berita, kadang kala diperlukan. Terutama untuk peristiwa-peristiwa yang sedang diangkat kembali ke permukaan, atau peristiwa-peristiwa yang masih saling berhubungan kait antara satu dengan yang lainnya. Dalam beberapa kasus, terutama pada kasus penyampaian berita online yang tidak sesuai fakta dan realitas, maka dilakukan tindakan koreksi atau *update* data dan fakta. Sehingga, berita terdahulu perlu dimunculkan kembali guna sebagai referensi sekaligus klarifikasi. Disamping itu, menggunakan teks berita yang telah digunakan sebelumnya bisa jadi diperlukan untuk mendukung ulasan komparatif (Henry, 2017: 14-16).

Daftar Pustaka

- Anindiyta Wibawa, Annisa, 2012, *Etika dan Prinsip Jurnalisme Media Siber detik.com mengenai Mekanisme Pemberitaan Tewasnya WNI di Kerusuhan Mesir*. E-Journal Univesitas Padjajaran, Vol.1, No. 1, 2012, 34
- A.Tatipang, Raynal. (2013) *Fenomena Pelanggaran Kode Etik Jurnalistik Pasal 12 Tahun 2008 di Media Online Manado Post*. E-journal Unsrat, Vol 2, No.4 Mei 2013, 203-210
- Flew, Terry (2004). *New Media An Introduction*. United Kingdom: Oxford University Press.
- Harsono, Andreas. (2010). *Agama Saya Adalah Jurnalisme*. PT Kanisius: Yogyakarta.
- Harvey David,1991. *The Condition of Postmodernity*, Cambridge: Blackwell Publisher
- Iskandar, Sabil; Rini Lestari. 2016. *Mitos Jurnalisme*. Penerbit Andi: Yogyakarta.
- Ishwara, Luwi. 2014. *Jurnalisme Dasar*. Kompas Media Nusantara: Jakarta.
- Soelistyo, Henry. 2011. *Plagiarisme: Pelanggaran Hak Cipta dan Etika*. PT Kanisius, Yogyakarta.
- Yunus, Syarifudin. (2015). *Jurnalistik Terapan*, Jakarta:Ghalia Indonesia
- Wendratama, Engelbertus. (2017). *Jurnalisme Online, Panduan Membuat Konten Online yang Berkualitas dan Menarik*. B First: Yogyakarta.