**DIGITAL MAGAZINE SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN DITINJAU DARI ETIKA JURNALISTIK**

**Kurniawan \***

Program Studi Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer

Universitas Bina Darma, Palembang, Sumatera Selatan, Indonesia

+62-81368666312, Email: kurniawan@mail.binadarma.ac.id

**Shinta Desiyana Fajarica**

Program Studi Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Bina Darma, Palembang, Sumatera Selatan, Indonesia

+62-81368077922, Email: shintadesiyana@mail.binadarma.ac.id

**Abstrak**

Peran media massa dipandang sangat penting karena mampu menyampaikan informasi secara cepat dan dalam jangkauan yang lebih luas. Salah satu bentuk media massa yang sangat diminati khalayak yaitu media online. Media online memiliki peran dalam memajukan peradaban umat manusia yang kian pesat apalagi didorong peran teknologi komunikasi yang serba canggih, bahkan tak jarang kecanggihan tersebut disalahgunakan, sehingga media *online* cenderung memiliki dua peranan yakni memperburuk sisi kemanusiaan seseorang (*dehumanisasi*) atau memperkuat dan menajamkan *sence of humanity* (*humanisasi*). Penelitian ini membahas tentang perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat sehingga memungkinkan untuk menjangkau audiensnya dengan lebih dekat. Hal ini didukung juga dengan kemajuan teknologi media. Apabila digabungkan maka solusi yang ada yaitu penggunaan *digital magazine* sebagai salah satu alternatif menjangkau informasi dengan cepat. Disini *digital magazine* akan dilihat keefektifannya di dalam membantu proses belajar mahasiswa. Selain sebagai media pembelajaran, *digital magazine* tentunya tidak lepas dari etika jurnalistik sebagai pertimbangan dalam memuat informasi yang ada di dalam digital magazine tersebut.

**Katakunci:** *Digital Magazine*, media *online*, etika jurnalistik

## 1. PENDAHULUAN

Kebutuhan masyarakat akan informasi yang cepat dan mengikuti perkembangan sangatlah dinanti. Perkembangan teknologi informasi telah membawa dampak yang sangat baik bagi organisasi maupun perorangan untuk berbagi informasi berupa teks, image, audio dan video dalam upaya menjangkau audiensnya lebih dekat, alternatif promosi, serta memberikan kepuasan. Informasi saat ini dapat diperoleh masyarakat melalui media massa. Melalui media massa diyakini memiliki kekuatan yang maha dahsyat dalam mempengaruhi pengetahuan, sikap dan perilaku masyarakat, bahkan media massa dengan mudah dapat mengarahkan masyarakat membentuk opini akan suatu peristiwa yang selanjutnya akan terjadi (Nurudin. 2009). Media massa mampu mengarahkan, membimbing, dan mempengaruhi kehidupan di masa kini dan di masa mendatang.

Saat ini, peran media massa dipandang sangat penting karena mampu menyampaikan informasi secara cepat dan dalam jangkauan yang lebih luas. Salah satu bentuk media massa yang sangat diminati khalayak yaitu media online. Media online memiliki peran dalam memajukan peradaban umat manusia yang kian pesat apalagi didorong peran teknologi komunikasi yang serba canggih, bahkan tak jarang kecanggihan tersebut disalahgunakan, sehingga media online cenderung memiliki dua peranan yakni memperburuk sisi kemanusiaan seseorang (*dehumanisasi*) atau memperkuat dan menajamkan *sence of humanity* (*humanisasi*).

Salah satu media online yang sangat diminati oleh masyarakat di Indonesia yaitu portal. Ada beberapa jenis portal yang kita kenal, misal : portal berita, portal hiburan, portal personal, portal advokasi dan portal edukasi. Di Indonesia terdapat lebih dari 10 portal yang telah lama memuat berbagai informasi seperti: Detik.com, LKBN Antara, Inilah.com, Kaskus, Okezone, Vivanews.com, Media Indonesia, Analisa Daily, Sumsel Post, Sumeks.co.id, Kompas.com, Star Berita dan Waspada Online. Seluruh portal tersebut berlomba untuk menghadirkan informasi yang menarik, cepat, aktual serta memberikan kepuasan bagi para pembacanya dengan memberikan berita yang ekslusif.

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi, Universitas Bina Darma (UBD) yang memiliki visi menjadi universitas berstandar internasional berbasis teknologi informasi tahun 2025, mencoba untuk mulai berbenah diri di segala sektor guna tercapainya visi tersebut. Salah satu alat untuk mencapai visi tersebut yaitu menggunakan media online sebagai sarana informasi baik bagi kalangan internal maupun eksternal UBD. Hal ini dipandang penting karena kebutuhan informasi tentang UBD serta penyebarannya bisa dipermudah dengan adanya media *online* ini. Dalam penelitian kali ini, peneliti akan mencoba merancang *digital magazine* bagi perguruan tinggi, khususnya di Universitas Bina Darma guna mendukung visi dari perguruan tinggi yaitu berbasis teknologi informasi dan berstandar internasional pada tahun 2025, dengan mempertimbangkan etika jurnalistik media sedangkan sistem yang dipakai menggunakan bahasa pemrograman *PHP database mySQL* dan *Macromedia Dreamweaver* sebagai *web editor*. Adapun dari hasil penelitian, diharapkan produk ini mampu motivasi bagi mahasiswa untuk mengetahui lebih dalam lagi tentang kecanggihan teknologi dan bagaimana membuat teknologi itu menjadi sarana pembelajaran yang efektif.

### 2. KERANGKA KONSEP DAN PEMBAHASAN

## 2.1 Media Massa

Media massa berasal dari bahasa inggris yaitu ‘Mass Media’. Media ini memiliki karakter massa, disebut demikian karena kemampuan media massa untuk menimbulkan keserentakan (*simultaneity*) pada pihak khalayak dalam menerima pesan-pesan yang disampaikan oleh media massa tersebut (Effendi, 2005). Salah satu peranan media adalah mempengaruhi sikap dan perilaku orang/publik. Media cukup efektif dalam membangun kesadaran warga mengenai suatu masalah (isu) (Binanto, 2010) Selain itu media memiliki peran sentral dalam menyaring informasi dan membentuk opini masyarakat (Usman, 2007) Sedangkan para pemikir sosial seperti Louis Wirth dan Talcott Parsons menekankan pentingnya media massa sebagai alat kontrol sosial (Shoelhi, 2010).

Seiring dengan perkembangan teknologi dan sosial budaya, telah berkembang media-media lain yang kemudian dikelompokkan ke dalam media massa seperti internet dan telepon selular. Media massa yang lebih modern ini memiliki ciri-ciri seperti sumber dapat mentransmisikan pesannya kepada banyak penerima (melalui SMS atau internet), isi pesan tidak hanya disediakan oleh lembaga atau organisasi namun juga oleh individual, tidak ada perantara, interaksi terjadi pada individu, komunikasi mengalir (berlangsung) ke dalam, dan penerima yang menentukan waktu interaksi.

Berikut contoh media internet yang bersumber dari www.sumeks.co.id, http://www.tabloidnova.com.

Gambar 1. Contoh Media Internet

Menurut James C. Foust (2005), jika dilihat dari karakteristik media *internet* meliputi:

1. *Audience Control*. Dengan menggunakan teknologi terkini pengembangan situs, pembaca dapat lebih leluasa dan mudah dalam memilih informasi

2. *Nonlienarity*. Untuk memahami konteks informasi, di dalam segmen informasi yang disampaikan tidak selalu harus disertakan segmen sebelumnya.

3. *Duplication*. Informasi dapat dengan mudah diduplikasi, sehingga proses penyebaran dan distribusi informasi dapat lebih luas

4. *Retrievability*. Karena dengan dukungan basis data yang memadai maka proses pencarian atas informasi tertentu yang telah lampau dapat dimudahkan

5. *Quantity*. Jumlah informasi yang disampaikan dapat lebih banyak jumlahnya, sebab tidak lagi ada batasan jumlah teks / halaman ataupun durasi on-air

6. *Flexibility*. Informasi dapat disampaikan melalui berbagai bentuk, dari sekedar teks hingga multimedia

7. *Capacity*. Jumlah informasi yang dapat disimpan (arsip) menjadi leluasa, karena dengan digitalisasi seakan tak lagi ada keterbatasan ruang simpan Permanence. Informasi yang disimpan lebih awet karena media penyimpanannya tak mudah lapuk

8. *Interactivity*. Umpan-balik atas suatu informasi akan lebih interaktif, sehingga partipasi audience akan semakin berpengaruh dalam kualitas informasi

9. *Mobile*. Dengan menggunakan format teknis yang sederhana, maka formasi dapat disampaikan dimana dan kapan saja melalui piranti bergerak

## 2.2 Etika Jurnalistik Media

Dalam sejumlah literatur maupun diskusi di kalangan jurnalis, maka istilah jurnalis online atau wartawan ber-Internet (*cyber-journalist*) lebih sering dikategorikan menjadi tiga kelompok besar, yakni: 1. Jurnalis yang memanfaatkan Internet sebagai salah satu sarana kerja. 2. Jurnalis yang bertugas di redaksi online (portal berita) dari media massa yang berbasis cetak dan atau elektronik. 3. Jurnalis yang bekerja di multimedia massa hanya berbasis portal berita.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

## 3.1 Perancangan Produk *Digital Magazine*

Penelitian kali ini berusaha untuk mengembangkan sebuah sistem media *online* guna menjadi sarana pembelajaran yang efektif bagi mahasiswa. Sebelum ke tahapan lebih lanjut, maka peneliti mencoba membuat terlebih dahulu bagaimana bentuk media online yang akan dijadikan media pembelajaran ini. Pada tahapan awal, disini peneliti menunjukkan beberapa tampilan yang nantinya digunakan sebagai bentuk akhir produk digital magazine (Dimaz). Pilihan menu yang ditampilkan dalam *digital magazine* ini, merupakan hasil survey peneliti kepada sejumlah responden, yang tentunya mengutamakan kepentingan para pengakses media online. Gambar 2 berikut menggambarkan rancangan isi dan bentuk awal dari tampilan portal *digital magazine* (Dimaz) Universitas Bina Darma.

Gambar 2. Rancangan dan Hasil Produk *Digital Magazine*

Dalam pilihan awal konsep menu *digital magazine* ini menampilkan informasi tentang pendidikan, teknologi dan sains, wirausaha, kesehatan, hiburan, politik, dan kegiatan kampus seperti informasi beasiswa, kegiatan, lowongan kerja.

## 3.2 Hasil Kuesioner

Pada tahapan ini penulis melakukan penyebaran kuesioner terhadap penggunaan *digital magazine* ini dan melihat seberapa jauh efektivitas penggunaan digital magazine sebagai sebuah media pembelajaran bagi mahasiswa di kalangan Universitas Bina Darma. Untuk melihat apakah alat yang digunakan memang sudah memenuhi syarat maka dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk instrument kuesioner. Hasil Uji validitas dan reliabilitas dilakukan sebelum kuesioner disebar kepada 120 responden. Berdasarkan hasil kuesioner harapan dan kepuasan terhadap 5 dimensi maka dapat dihitung nilai Gap 5 . Berikut adalah hasil dari nilai gap :

Tabel 1. Nilai GAP Antara Harapan Dan Kepuasan

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Dimensi | Harapan  | Kepuasan  | GAP  |
| *Tangibles* | 25.36  | 23.76  | -1.60 |
| *Realibility* | 19.28  | 19.39  | 0.11 |
| *Ressponsive* | 19.24  | 19.33  | 0.09 |
| *Assurance* | 18.95  | 19.44  | 0.49 |
| *Empathy* | 23.24  | 23.47  | 0.22 |

Dari data tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai gap yang negatif hanya pada dimensi *tangibles* artinya dimensi ini belum memuaskan bagi pembaca Dimaz, sedangkan untuk dimensi yang lain nilainya sudah positif artinya pembaca sudah puas terhadap dimensi tersebut.

## 3.3 Konsep Digital Magazine Ditinjau Dari Etika Jurnalistik

Dari perancangan sistem yang menghasilkan sebuah konsep digital magazine (Dimaz), ada hal – hal yang harus diperhatikan saat menyajikan informasi, gambar ataupun desain yang terdapat di dalam *digital magazine* (Dimaz) tersebut. Etika jurnalistik adalah standar aturan perilaku dan moral, yang mengikat para jurnalis dalam melaksanakan pekerjaannya. Etika jurnalistik ini penting guna memelihara dan menjaga standar kualitas pekerjaan jurnalis, selain itu etika ini digunakan untuk melindungi atau menghindarkan khalayak masyarakat dari kemungkinan dampak yang merugikan dari tindakan atau perilaku keliru dari seorang jurnalis.

Etika jurnalistik biasanya mengacu pada aturan atau kode etik yang dibuat oleh asosiasi profesi jurnalis. Di Indonesia terdapat Aliansi Jurnalis Independen (AJI) dan Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) yang menetapkan kode etik jurnalistik dengan masing-masing karakteristiknya. Berdasarkan kedua kode etik ini, maka peneliti akan mengevaluasi konten dari Dimaz yang telah dibuat. Pada dasarnya kedua kode etik yang menjadi acuan pada penelitian kali ini memiliki pokok pembahasan yang sama, yaitu mengenai : kepribadian dan integritas, cara pemberitaan dan pemberian opini, sumber berita, serta kekuatan dari kode etik jurnalistik itu sendiri.

Dalam menyajikan informasi, Dimaz juga selalu mencantumkan sumber berita dengan jelas. Hal ini dikarenakan pihak pengelola Dimaz tidak menginginkan adanya permasalahan di kemudian hari, apalagi sampai bersentuhan dengan hukum. Disini, pihak pengelola juga menghormati hak-hak ataupun privasi dari narasumber. Untuk itu pihak pengelola akan meminta persetujuan terlebih dahulu kepada narasumbernya sebelum menyajikan informasi kepada publik.

### 4. SIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Dari hasil perhitungan kuesioner yang disebar kepada responden didapatkan bahwa gap yang dihasilkan nilainya negatif, ini berarti responden belum cukup puas dengan penyajian ataupun bentuk tampilan fisik dari Dimaz. Bukti fisik ini dapat berupa tata letak, desain, aplikasi warna maupun gambar yang disajikan dalam Dimaz.
2. Dimaz dinilai cukup efektif untuk menjadi media pembelajaran bagi mahasiswa, hal ini dapat dilihat pada hasil kuesioner yang menyatakan positif pada indikator reliabilitas, daya tanggap, jaminan dan empati. Dalam hal ini mahasiswa dilibatkan secara langsung di dalam penyajian informasi atau berita oleh Dimaz, selain itu pihak pengelola juga terbuka dalam menerima segala kritik, saran ataupun masukan dari mahasiswa guna menyempurnakan Dimaz UBD.
3. Dari segi etika jurnalistik, pihak pengelola juga sudah memenuhi kriteria yang ada di dalam kode etik yang menjadi acuan bagi pengelolaan Dimaz UBD. Dimulai dari sumber daya manusia yang menjadi pengelola Dimaz sampai dengan penyajian beritaa yang harus memenuhi beberapa persyaratan yang diisyaratkan oleh kode etik asosiasi AJI ataupun dari PWI.

Sedangkan saran yang dapat disampaikan yaitu penelitian kali ini masih membutuhkan eksplorasi informasi lebih lanjut guna membuat media online yang akan dihasilkan menjadi tepat guna serta sesuai dengan apa yang diharapkan oleh semua pihak. Adapun saran untuk pihak pengelola agar lebih memperhatikan serta memperbaiki faktor penting yaitu bukti fisik yang menjadi pusat perhatian publik di dalam mengakses informasi yang ada di dalam Dimaz.

### REFERENSI

Nurudin. 2009. Komunikasi Massa. Bandung: PT. Raja Grafindo Persada

Effendi, Onong Uchjana. 2005. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung. PT Remaja Rosdakarya

Binanto. Iwan. 2010. Multimedia Digital : Dasar Teori dan Pengembangannya. Yogyakarta. Andi Publisher

Usman, Asyari. 2007. Media Massa. http://bengkeljurnalistik.wordpress.com/2007/05/ 02/media-massa/. Diakses tanggal 12 Maret 2013.

Shoelhi, Mohammad. 2010. Komunikasi Internasional : Perspektif Jurnalistik. Bandung. Simbiosa Rekatama Media.

James C. Foust. 2005.Online Journalism: Principles and Practices of News for The Web.