



**Volume : 24, Nomor : 1, ISSN Offline : 1412-1255, ISSN Online : 2613-9340**

### **Pembaharuan Hukum Dalam Menciptakan Hubungan Yang Harmonis Antara Publisher Dan Platform Media Sosial Yang Menghasilkan Jurnalisme Berkualitas**

Oleh :

**Ervina Sari Sipahutar<sup>1</sup>**[yina.sofyan@gmail.com](mailto:yina.sofyan@gmail.com), **Li'idil Fitri<sup>2</sup>**, [li.idiil.fitri.dlt@gmail.com](mailto:li.idiil.fitri.dlt@gmail.com), **Atika Aini Nasution<sup>3</sup>**[atikanasutionn@gmail.com](mailto:atikanasutionn@gmail.com)

**Fakultas Hukum Universitas Al-Azhar Medan**

#### **Abstrak**

Urgensi dari penelitian ini perlu adanya pembaharuan hukum yang akan menjembatani hubungan yang harmonis antara publisher dengan platform media sosial dan menghasilkan jurnalisme berkualitas yang faktanya selama ini hubungan antara platform digital dan publisher jauh dari yang diharapkan karena platform pada media sosial secara sepihak menentukan prioritas berita yang disebarluaskan dan mengambil keuntungan dari iklan yang muncul pada berita-berita yang disajikan. Data temuan dari penelitian ini diharapkan menjadi masukan untuk mengembangkan hubungan yang sebaiknya dilakukan oleh perusahaan jurnalis dan platform guna menghasilkan jurnalisme dan berita-berita yang berkualitas dimana nantinya akan memberikan profit yang adil pada para pihak. Sekaligus diharapkan dapat memberikan masukan dalam pembaharuan regulasi dimasa yang akan datang. Tujuan yang diharapkan didalam penelitian ini untuk dapat menjawab persoalan yang dirumuskan dalam perumusan masalah yakni untuk mengetahui bentuk praktek jurnalisme dalam Platform media sosial, yang dihubungkan dengan etika jurnalistik, untuk mengetahui tanggungjawab perusahaan Platform dalam mendukung jurnalisme yang berkualitas dan cara mencapai hubungan yang harmonis antara publisher dan platform media sosial dalam menghasilkan jurnalisme yang berkualitas. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan yuridis normatif dan pendekatan yuridis empiris. Penelitian normatif atau doktrinal sebagai penelitian yang mengkaji secara sistematis aturan hukum tertentu, yang kemudian menganalisis hubungan antara peraturan-peraturan yang terkait dan mungkin memprediksi pembangunan masa depan.

**Kata Kunci:** Publisher, Platform Media Sosial, Jurnalisme Berkualitas

#### **Abstract**

The urgency of this research is the need for legal reforms that will bridge the harmonious relationship between publishers and social media platforms and produce quality journalism. The fact is that so far the relationship between digital platforms and publishers is far from what is expected because social media platforms unilaterally determine the priority of news disseminated and take advantage of advertisements that appear on the news presented. The findings of this research are expected to be an input to develop relationships that should be carried out by journalist companies and platforms in order to produce quality journalism and news which will provide fair profits to the parties. At the same time, it is expected to provide input in future regulatory reforms. The objectives expected in this study are to be able to answer the problems formulated in the problem formulation, namely to find out the form of journalism practices on social media platforms, which are related to journalistic ethics, to find out the responsibilities of platform companies in supporting quality journalism and how to achieve harmonious relationships between publishers and social media platforms in producing quality journalism. The research methods used are normative juridical approach and empirical juridical approach. Normative or doctrinal research as research that systematically examines certain legal rules, which then analyzes the relationship between related regulations and may predict future development.

**Keywords:** Publisher, Social Media Platform, Quality Journalism



### Pendahuluan

Sejak merebaknya media sosial di Indonesia memberi dampak negatif terhadap media cetak. Media cetak mengalami keterpurukan sejak tahun 2017 dan mulai ditinggalkan para pembacanya, Kalangan anak muda kini lebih suka membuka media massa melalui ponsel, komputer, atau perangkat digital lainnya yaitu media Online. (Romadhoni, 2018) Meredupnya media cetak merupakan perubahan pola hidup manusia saat ini yang sudah beralih dengan teknologi terbaru dan digital. Masyarakat informasi merupakan gambaran dari mereka yang telah tergantung pada jaringan informasi elektronik yang rumit serta aktivitas komunikasi. (Mc.Quail, 2016) Konsep jurnalisme konvensional bertransformasi di era digital dengan melibatkan teknologi berbasis internet. Media cetak, radio dan televisi konvensional mulai mentransformasi diri melalui konsep konvergensi media berbasis internet. Romli menyatakan perbedaan utama pada jurnalisme online dengan jurnalisme konvensional adalah kecepatan dan kemudahan mengakses berita. (Romli, 2012)

Pada tataran jurnalis, konvergensi telah memberikan perubahan pada cara kerja jurnalistik. Wartawan harus mampu menyebarkan informasi dengan memadukan berbagai media sekaligus antara teks, audio dan video. (Adzkiya, 2015) Oleh karena itu para jurnalis harus mampu beradaptasi dan bertransisi dengan era digital saat ini dengan menyajikan berita-berita melalui publisher pada platform media sosial. Media sosial yang awalnya hanya digunakan sebagai sarana eksistensi diri, kini telah berkembang sebagai sumber informasi.

Media social ini bukanlah produk jurnalistik. Platform media sosial pada berita telah digunakan sebagai sumber berita. Antara media sosial dan jurnalistik terdapat banyak perbedaan. Dalam media sosial, tidak ada aturan atau kaidah dalam penulisannya.

Sedangkan media yang merupakan produk jurnalistik, dalam penulisan berita harus memenuhi kriteria 5W+1H (*What, Who, When, Where, Why + How*), dan itu tidak ditemui di media sosial secara umum.

Jurnalisme merupakan suatu kegiatan meliputi, mengolah dan menyebarkan informasi secara akurat terhadap suatu kejadian untuk disebarluaskan kepada publik. (Marhamah, Vol. 1 No. 1) Pekerjaan Jurnalisme tidak semata-mata menulis berita, akan tetapi lebih dari pada itu merupakan kecakapan seorang jurnalis dalam mengejar sumber berita yang aktual dan penting. Dengan demikian, jurnalisme dapat didefinisikan sebagai kegiatan jurnalis dalam mencari, mengumpulkan dan mengolah data sehingga menghasilkan berita yang menarik. Kegiatan jurnalisme tersebut kemudian dilanjutkan dengan menyebarkan kepada masyarakat melalui media cetak, elektronik dan digital. Kenyataannya, keberadaan media massa dalam platform media social saat ini semakin menyerupai media sosial, baik dari segi materi berita yang cenderung receh, hingga perilaku dalam memburu viewer. Hal ini mendorong pemerintah menerbitkan Peraturan Presiden Nomor 32 Tahun 2024 tentang Tanggungjawab Perusahaan Platform Digital untuk Mendukung Jurnalisme Berkualitas. Peraturan ini bertujuan untuk mengurangi maraknya konten yang berisi disinformasi dan sebagai jembatan untuk menjaga keberlanjutan perusahaan pers di masa mendatang.

Hubungan publisher dan platform sejatinya saling membutuhkan. Publisher memerlukan platform digital untuk memperluas penyebaran berita sedangkan platform digital memerlukan konten dan berita berkualitas untuk melayani pencari informasi melalui platform.

Rumusan masalah yang ingin dikaji dalam penelitian ini antara lain:



1. Bagaimana bentuk praktek jurnalisme dalam Platform media sosial, khususnya jika dikaitkan dengan etika jurnalistik?
2. Bagaimana tanggungjawab perusahaan Platform dalam mendukung jurnalisme yang berkualitas?
3. Bagaimana mencapai hubungan yang harmonis antara publisher dan platform media social dalam menghasilkan jurnalisme yang berkualitas?

### Metode Dan Fokus Penelitian

Dalam penelitian ini, pendekatan masalah yang digunakan adalah pendekatan yuridis normatif dan pendekatan yuridis empiris. Menurut Terry Hutchinson yang dikutip oleh Peter Mahmud Marzuki mendefinisikan penelitian normatif atau doktrinal adalah penelitian yang memberikan penjelasan sistematis aturan yang mengatur suatu kategori hukum tertentu, menganalisis hubungan antara peraturan menjelaskan daerah kesulitan dan mungkin memprediksi pembangunan masa depan. (Marzuki, 2014) Sedangkan penelitian hukum empiris adalah penelitian yang objek kajiannya adalah perilaku masyarakat yang timbul akibat berinteraksi dengan sistem norma yang ada. Interaksi ini muncul akibat bentuk reaksi atas diterapkannya sebuah peraturan hukum yang mengatur tentang tanggungjawab perusahaan platform digital untuk mendukung jurnalisme berkualitas dan bisa pula dilihat dari perilaku masyarakat sebagai bentuk aksi dalam mempengaruhi pembentukan sebuah ketentuan hukum positif. (Mukti Fajar, 2016) Dalam mengumpulkan data penelitian yuridis empiris ini dilakukan wawancara langsung dengan pihak-pihak yang menurut penulis berkompeten.

Penelitian lapangan penulis lakukan di kantor jurnalis dan platform media sosial. Pendekatan masalah akan dipertajam dengan suatu pendekatan konseptual (*Conceptual*

*Approach*), yaitu pendekatan yang beranjak dari pandangan - pandangan dan doktrin - doktrin yang berkembang di dalam ilmu hukum, guna menemukan ide - ide yang melahirkan pengertian, konsep, dan asas hukum yang relevan, sebagai sandaran dalam membangun suatu argumentasi hukum dalam memecahkan isu hukum yang dihadapi.

Analisis data merupakan bagian terpenting dari penelitian agar memperoleh hasil yang dapat difahami yakni dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, sebagaimana data yang digunakan tidak berupa angka - angka, tetapi penelitian ini menggunakan kata-kata tanpa rumus statistik. Pendekatan penelitian deskriptif yang dilakukan dengan cara mendeskripsikan (menggambarkan / menceritakan) kembali secara tertulis dari hasil penelitian.

### Hasil Dan Pembahasan

#### 1. Bentuk Praktik Jurnalisme Dalam Platform Media Sosial Perspektif Etika Jurnalistik

Selain berfungsi untuk mengumpulkan informasi dan memverifikasi sumber informasi, penggunaan platform digital dalam praktek jurnalisme melalui media sosial juga berfungsi untuk mendapatkan dan mereproduksi informasi serta menyebarkannya sebagai konten. (Cheney, 2011) Penggunaan media social dalam proses jurnalistik membawa ragam baru praktek jurnalisme yakni jurnalisme media sosial atau social media journalism. Praktek ini secara sederhana dapat difahami sebagai bentuk kolaborasi antara kerja jurnalistik dengan memanfaatkan platform media sosial mulai dari *proses* pencarian berita (*news gathering*), produksi berita (*news producing*), hingga publikasi berita (*news publishing*).

Dalam konteks era digital yang kian berkembang, dunia jurnalistik didadapkan pada transformasi yang mendalam. Era digital



yang ditandai oleh aksesibilitas informasi yang cepat dan merata, memicu transformasi mendalam dalam cara kita mendapatkan, menyajikan, dan mengonsumsi berita. Fenomena ini tidak hanya melibatkan perubahan fundamental dalam cara jurnalis bekerja, tetapi juga merambah pada karakteristik isiberita, tata kelola organisasi media, dan interaksi dengan publik. Dalam menghadapi zamandigital, di mana data dapat menyebar secara cepat dan luas, pentingnya etika jurnalistik semakin menonjol. Kebutuhan akan keakuratan, kualitas, dan kredibilitas informasi menjadi lebih kritis daripada sebelumnya. Jurnalis harus beroperasi di tengah lautan informasi yang terus berubah dengan memegang teguh prinsip-prinsip etika yang membimbing setiap langkah mereka.

Kata jurnalistik terdiri dari 2 (dua) suku kata, "*jurnal*" dan "*istik*". Jurnal adalah serapan dari kata asli "*journal*" yang artinya catetan harian. Sementara "*istik*" diambil dari kata *estetika* yang merujuk pada keindahan di dalam ilmu pengetahuan. (Suhandang, 2016) Jurnalisme merupakan kegiatan yang melibatkan dalam halmeliput, mengolah, dan menyebarkan informasi secara akurat mengenai suatu peristiwa agar dapat diinformasikan kepada publik. Jurnalisme tidak hanya terbatas pada penulisan berita, tetapi juga melibatkan keahlian seorang wartawan dalam upaya mencari berita yang *up-to-date* dan memiliki nilai yang signifikan. Oleh karena itu, jurnalisme dapat diartikan suatu tindakan seorang pewarta dalam menelusuri, mengumpulkan, dan merangkai informasi untuk menciptakan laporan berita yang memikat. Setelah itu, berita disebarkan ke publik melalui berbagai saluran komunikasi, termasuk media cetak, elektronik, dan platform digital. (Marhamah, Jurnalisme di Era Digital, 2021)

Kode etik jurnalistik bukan hanya sekadar seperangkat aturan formal tetapi ia mencerminkan komitmen jurnalis untuk memberikan informasi yang benar, adil, dan bermakna kepada masyarakat. Penyesuaian terhadap perkembangan teknologi dan

tuntutan informasi yang terus berkembang memerlukan refleksi dan evaluasi terus-menerus terhadap Kode Etik Pers. Hal ini tidak hanya untuk menjaga daya tahan etika jurnalistik di tengah perubahan, tetapi juga untuk memberikan pedoman yang kuat dalam menghadapi tantangan etis yang baru muncul. Dengan begitu, jurnalis dapat berperan signifikan dalam membentuk pandangan masyarakat dan memelihara integritas profesi jurnalistik. Kode Etik Pers yang diperbarui dan relevan bukan hanya menjadi panduan praktik jurnalistik, tetapi juga meneguhkan kepercayaan masyarakat terhadap media sebagai sumber informasi yang dapat dipercaya. Oleh karena itu, pembaruan dan penyesuaian Kode Etik Pers menjadi sebuah langkah penting menuju keberlanjutan etika jurnalistik di era digital yang terus berkembang.

Teori etika media atau etika jurnalisme tidak lepas dari teori etika umum, yakni etika klasik, etika dialogis, dan teori tanggungjawab social. (Nasrullah, 2016) Etika pers di Indonesia telah ada sejak masa Kolonial Belanda.(5) Pada akhir desember tahun 1933 dibentuk Persatoean Djoernalis Indonesia (PERDI), kemudian pasca kolonial dibentuk Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) hingga tahun 1990. Etika pers ini dimuat dalam Kode Etik Jurnalistik PWI. Hingga pada tahun 1994 berdiri organisasi Aliansi Jurnalis Indonesia(AJI), yang merupakan penolakan terhadap otoritarianisme Orde Baru terhadap kebebasan berserikat dan berbicara, serta penolakan terhadap wadah tunggal bagi wartawan. Sebagai asosiasi wartawan, Aliansi Jurnalis Indonesia(AJI) juga memiliki kode etik sendiri.

Etika jurnalistik adalah merupakan suatu aturan atau kaidah-kaidah yang mengatur media-media dalam mempublikasikan suatu sajian program, informasi maupun berita. Sumber etika jurnalistik berupa kesadaran moral yaitu pengetahuan tentang baik dan buruk, benar dan salah, tepat dan tidak tepat bagi orang-orang yang terlibat dalam kegiatan jurnalistik. (Husain, 2021) Etika jurnalistik





sebagai pedoman atau rambu-rambu bagi media khususnya jurnalis dalam menjalankan tugas kejournalistikan. Pedoman tersebut dimaksudkan agar media dan jurnalis tidak menyimpang dalam menjalankan misi luhur mencari dan menyampaikan kebenaran. Etika jurnalisisme merupakan panduan perilaku jurnalis dalam menjalankan tugas mereka di tengah masyarakat dengan prinsip utama akurasi, independensi, objektivitas, keseimbangan, imparialitas, dan akuntabilitas kepada khalayak. (Nasution, 2017)

Dewan Pers sebagai salah satu lembaga yang fungsinya menetapkan dan mengawasi Kode Etik Jurnalistik, bersama asosiasi wartawan kemudian menyusun Kode Etik Jurnalistik (KEJ), kemudian pada tahun 1999 dibuat Kode Etik Wartawan Indonesia (KEWI) yang disepakati oleh organisasi wartawan-organisasi wartawan bersama Dewan Pers. KEWI ini direvisi pada 2006 dan menjadi nama Kode Etik Jurnalistik yang disepakati oleh 29 wakil organisasi wartawan. Kode Etik Jurnalistik ini ditetapkan lewat Surat Keputusan Dewan Pers Nomor 03/SK-DP/III/2006 dan disahkan dalam Peraturan Dewan Pers Nomor 6/Peraturan-DP/V/2008. Kode Etik Jurnalis (KEJ) bisa dijadikan pedoman bagi para jurnalis berselancar di dunia maya. Seiring dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi serta perkembangan media digital, Dewan Pers mengeluarkan Pedoman Pemberitaan Media Siber dalam rangka mengatur penyebaran informasi lewat media daring. Pedoman Pemberitaan Media Siber ini diterbitkan dalam Peraturan Dewan Pers Nomor: 1/Peraturan-DP/III/2012. Khusus untuk industri penyiaran, ada Pedoman Perilaku Siaran dan Standar Program Siaran atau P3SPS (2012) dari KPI yang mengawasi secara umum semua konten penyiaran, jurnalistik dan non jurnalistik. Namun demikian, KPI sendiri belum memiliki dasar hukum untuk mengatur *over-the-top* atau penyiaran yang diunggah atau bersiaran langsung pada platform digital. Kode Etik Pers bukan hanya sekadar seperangkat aturan formal tetapi ia mencerminkan komitmen jurnalis untuk

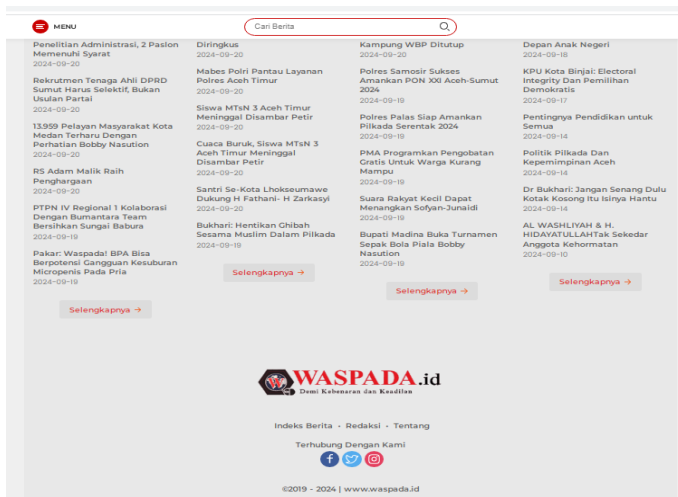
memberikan informasi yang benar, adil, dan bermakna kepada masyarakat. Penyesuaian terhadap perkembangan teknologi dan tuntutan informasi yang terus berkembang memerlukan refleksi dan evaluasi terus-menerus terhadap Kode Etik Pers. Hal ini tidak hanya untuk menjaga daya tahan etika jurnalistik di tengah perubahan, tetapi juga untuk memberikan pedoman yang kuat dalam menghadapi tantangan etis yang baru muncul. Sesuai Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers dan Kode Etik Jurnalistik. Pedoman Pemberitaan Media Siber mengatur tentang hal-hal sebagai berikut: ruang lingkup, verifikasi dan keberimbangan berita, isi buatan pengguna (*user generated content*), Ralat, koreksi, dan hak jawab, Pencabutan berita, Iklan, Hak cipta, Pencantuman pedoman, dan Sengketa.

Menurut narasumber Bapak Rizaldi Anwar, selaku *managing editor* (Redaktur Pelaksana) Waspada.id adanya platform digital menjadi tantangan baru bagi organisasi wartawan dimana platform digital ini membuka kebebasan berbicara secara luas. Apalagi dalam perkembangannya saat ini sulit dibedakan berita yang layak dipercaya dan mana erita yang tidak layak, mana yang ditulis oleh jurnalis mana dan mana yang bukan ditulis oleh jurnalis, karena penyebarannya sangat cepat dan banyak. Penyebar berita ini juga selalu mengatas namakan media-media. Penyebaran materi yang diolah pun makin canggih, baik berupa foto maupun video. (Anwar, 2024) Beliau juga menambahkan dalam pemuatan berita-berita, prinsip-prinsip jurnalisisme dan kode etik jurnalistik bersifat universal. Kode etik jurnalistik tetap berlaku, meskipun platform media yang digunakan bisa bermacam-macam. Yang disebut platform digital disini adalah mesin pencari, media sosial, konten *aggregator* dan bentuk *hybrid* lainnya. Maka dalam pengertian ini termasuk *Google search*, *Google News* dan *You Tube* ; *Facebook's News Feed* dan *Facebook platform* seperti *Instagram* dan *WhatsApp*, kemudian ada *Twitter*, dan lain-lain.



Platform digital meski dimanfaatkan sebagai salah satu sumber informasi dan media penyebarluasan berita menurut sebagian orang tetap dipandang bukan bagian dari produk dan praktik jurnalistik. Perbedaan cara pandang terhadap berita-berita pada platform media sosial membawa perbedaan cara pandang pula terhadap etika jurnalistik di media sosial tersebut. Ketika media menganggap jurnalistik media sosial sebagai bagian integral dalam praktik jurnalistik, maka sudah seharusnya pemenuhan terhadap etika jurnalistik dalam pemberitaan harus diterapkan sebagai hal yang paling mendasar. Namun, saat media menjadikan media sosial hanya sebagai pelengkap untuk mencari traffic pemberitaan, maka problem etis seringkali muncul. Di sisi lain, jurnalistik media sosial akan menjadi trend baru dalam praktek jurnalistik yang memerlukan klasifikasi jelas tentang bagaimana bentuk praktiknya dan etika jurnalistik yang menyertainya.

Media massa yang menggunakan mediasosial dalam praktek jurnalistik biasanya memiliki media berbasis *online* atau portalberita. Pemanfaatan media social ini sebagai bentuk *konvergensi* media jurnalistik. Media massa kerap mencantumkan tautan media sosialnya di portal berita seperti tautan *facebook*, *twitter* atau *instagram*, termasuk yang dilakukan oleh Harian Waspada.id yang merupakan objek lokasi penelitian ini. Dalam portal berita Waspada.id terlihat dalam gambar berikut ini.



Dari gambar diatas kita dapat melihat adanya tautan yang disematkan dalam portal berita tersebut. Ketika produk jurnalistik ini dibagikan melalui platform digital maka aturan perlindungan hukumnya berbeda. Oleh karena itu penggunaan media sosial perlu menjadi perhatian dimana platform digital dari sebuah media massa perlu dijelaskan sebagai saluran resmi atau tidak. Demikian juga jurnalis yang bermain di media sosial perlu tata aturan yang baik yang tidak bertentangan dengan etika jurnalistik.

Berdasarkan wawancara penulis dengan Bapak Muhammad Rizki, selaku kordinator liputan waspada online mengatakan: platform digital bisa menjadi pemasukan bagi media berita karena dengan model penulisan yang menarik pembaca menjadi fyp (red. *For You Page*). maka iklan yang muncul dari platform digital seperti Google akan dihitung dan kemudian dibayarkan jumlahnya per bulan apabila tinggi kliknnya sehingga dapat menghasilkan keuntungan jutaan bahkan sampai belasan juta rupiah per satu situs berita. Tantangan dari konten yang dibayar per klik ini menyebabkan kode etik jurnalistik sering dilanggar. Berita tidak lagi berimbang atau akurat karena mengejar tayang dan hits pengunjung. (Anwar, 2024)

Penerapan etika jurnalis dalam pemberitaan pada platform digital harus memiliki tahapan-tahapan. Dalam praktik jurnalistik waspada pada platform digital, dilakukan dengan tahapan dasar proses jurnalistik yang meliputi pengumpulan berita (*news gathering*), produksi berita (*news producing*), dan publikasi berita (*news publishing*). Dalam setiap tahapan praktik jurnalistik yang dilakukan Waspada online menerapkan kaidah etika jurnalistik dengan menyajikan berita yang melalui tahapan verifikasi berita dan akurat. Sehingga berita yang ditayangkan adalah berita faktual. Setelah melalui verifikasi inilah yang nantinya akan membedakan karya jurnalistik dengan opini maupun informasi biasa. (Rizki, 2024)



Hasil wawancara penulis terkait bagaimana jurnalis memastikan kebenaran informasi yang beredar di media sosial: (Rizki, 2024)

1. **Verifikasi Sumber:** Memastikan bahwa informasi berasal dari sumber yang terpercaya. Jurnalis harus memeriksa kredibilitas sumber dan memastikan bahwa mereka memiliki reputasi yang baik.
2. **Cross-Check:** Mencari konfirmasi dari beberapa sumber independen. Jika beberapa sumber terpercaya melaporkan informasi yang sama, kemungkinan informasi tersebut benar.
3. **Cek Fakta:** Menggunakan alat cek fakta atau situs web yang khusus memverifikasi klaim yang beredar. Ini membantu menemukan fakta yang akurat dan memisahkan informasi yang salah.
4. **Analisis Konten:** Memeriksa konten dengan cermat, termasuk tanggal, konteks, dan detail spesifik yang dapat menunjukkan apakah informasi tersebut sudah usang atau keliru.
5. **Wawancara Narasumber:** Jika memungkinkan, wawancarai orang yang terlibat langsung dalam situasi yang dilaporkan untuk mendapatkan informasi yang lebih akurat dan mendalam.
6. **Periksa Gambar dan Video:** Memanfaatkan alat untuk memverifikasi keaslian gambar dan video. Ini bisa termasuk pencarian gambar terbalik atau analisis metadata.
7. **Transparansi:** Menyampaikan kepada audiens tentang proses verifikasi yang dilakukan dan sumber yang digunakan, untuk membangun kepercayaan.
8. **Sikap Kritis:** Mengembangkan sikap skeptis terhadap informasi yang tampak terlalu sensasional atau tidak biasa. Jurnalis perlu berhati-hati terhadap potensi bias.
9. **Mengikuti Update:** Memantau perkembangan berita secara berkala, karena situasi dapat berubah dengan cepat di media sosial.
10. **Pelatihan dan Edukasi:** Terus memperbarui pengetahuan tentang praktik

terbaik dalam verifikasi informasi dan teknik-teknik baru yang muncul.

Dengan langkah-langkah ini, jurnalis dapat lebih efektif dalam memastikan kebenaran informasi yang mereka laporkan di media sosial.

Beberapa aturan harus menjadi landasan bagi jurnalis dalam menerbitkan berita pada platform digital menurut penulis tidak boleh terlepas dari Pedoman Pemberitaan Media Siber dari Dewan Pers (2012) dan Pedoman Perilaku Jurnalis AJI Jakarta (2014). Kode Etik Jurnalis (KEJ) dan P3SPS (2012). Kode etik jurnalistik adalah standar nilai yang harus dijadikan acuan bagi wartawan dalam menjalankan profesi kewartawanannya. Kode etik ini tetap menjadi pedoman bagi para jurnalis di Harian Umum Waspada Medan. Hal ini diketahui oleh para jurnalis Waspada sesuai dengan wawancara penulis dengan Bapak Rizaldi Anwar sebagai berikut: (Daulay, 2018)

1. **Objektivitas dan Keseimbangan:** Jurnalis harus menjaga objektivitas dalam laporan mereka. Berbagi opini pribadi yang jelas dapat memengaruhi cara audiens melihat berita dan berpotensi menghilangkan kepercayaan publik.
2. **Konflik Kepentingan:** Jurnalis perlu menghindari situasi di mana opini pribadi mereka dapat memengaruhi liputan berita. Jika ada konflik kepentingan, sebaiknya tidak membagikan pandangan yang dapat memicu keraguan tentang integritas.
3. **Pemisahan Antara Pribadi dan Profesional:** Jurnalis harus memisahkan kehidupan pribadi dari kehidupan profesional. Konten yang dianggap sebagai opini pribadi sebaiknya tidak mencerminkan pandangan institusi atau media tempat mereka bekerja.
4. **Sensitivitas Terhadap Isu:** Ketika berbagi opini tentang isu sensitif atau kontroversial, jurnalis harus berhati-hati agar tidak memperburuk situasi atau menyakiti pihak-pihak tertentu.
5. **Tanggung Jawab Terhadap Audiens:** Jurnalis memiliki tanggung jawab untuk tidak menyebarkan informasi yang menyesatkan atau provokatif. Opini yang



- diungkapkan harus disertai dengan pertimbangan yang matang.
6. Pengaruh pada Profesionalisme: Berbagi opini yang terlalu ekstrem atau tidak profesional dapat merusak reputasi jurnalis dan mengurangi kredibilitas mereka di mata publik.
  7. Etika Media Sosial: Patuhi pedoman etika media sosial yang ditetapkan oleh organisasi jurnalistik, yang sering kali mencakup pedoman khusus mengenai berbagi opini pribadi.

Dengan mematuhi batasan-batasan ini, jurnalis dapat menjaga integritas mereka dan membangun kepercayaan dengan audiens, sambil tetap terlibat di platform media sosial.

Panduan prinsip-prinsip penulisan berita dalam era digital telah dirumuskan dengan baik oleh McBride dan Rosenstiel dalam "*Guiding Principles for Journalist*". Terdapat tiga aspek yang bisa menjadi pedoman bagi para jurnalis ketika membuat berita untuk platform online, yaitu: (a) Mencari kebenaran dan melaporkannya secara menyeluruh; (b) Transparan; dan (c) Libatkan komunitas sebagai tujuan, bukan sebagai alat. (Sunarto, 2021)

Selain itu merujuk kepada Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers, lembaga media yang dilindungi antara lain harus berbadan hukum dan memiliki susunan redaksi yang diumumkan kepada publik. Tetapi sejauh observasi yang penulis temukan, masih banyak penyedia konten berita di platform digital tidak memperhatikan aturan ini.

Kode Etik Jurnalis bisa dipakai sebagai kompas untuk wartawan berselancar di dunia maya. Dewan Pers mengingatkan, meskipun media siber bekerja berdasarkan pertimbangan kecepatan penyampaian informasi, ketaatan terhadap Kode Etik Jurnalistik tidak boleh diabaikan, terutama sekali untuk menjaga akurasi berita dan menghindari kemungkinan adanya pihak-pihak yang ingin memanfaatkan

pemberitaan media untuk tujuan tertentu. (Ruwyastuti, 2020)

Salah satu prinsip dasar jurnalistik yaitu verifikasi harus dipegang teguh oleh wartawan saat memanfaatkan media sosial untuk mencari ide atau sumber berita. (20) Waspada.id merupakan media pers online yang telah terverifikasi secara administrasi dan faktual oleh Dewan Pers. Pengetahuan dan pemahaman kode etik jurnalistik dalam Peraturan Dewan Pers Nomor 6/Peraturan-DP/V/2008 khususnya terhadap pasal 3, 4, dan 8 diharapkan dapat menggambarkan apakah pengetahuan dan pemahaman mengenai kode etik ini mendasari proses kerja wartawan dan menajaman redaksi yang dijalankan.

Pasal 3 menyebutkan, "Wartawan Indonesia selalu menguji informasi, memberitakan secara berimbang, tidak mencampurkan fakta dan opini yang menghakimi, serta menerapkan asas praduga tak bersalah". Pasal 4 menyebutkan bahwa "Wartawan Indonesia tidak membuat berita bohong, fitnah, sadis dan cabul". Dan pasal 8 menyebutkan bahwa "Wartawan Indonesia tidak menulis atau menyiarkan berita berdasarkan prasangka atau diskriminasi terhadap seseorang atas dasar perbedaan suku, ras, warna kulit, agama, jenis kelamin dan bahasa, serta tidak merendahkan martabat orang lemah, miskin, sakit, cacat, jiwa, atau jasmani"(21)

Terkait bagaimana jurnalis dapat melindungi privasi narasumber saat melaporkan berita di media sosial, berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Bapak Rizaldi Anwar., selaku managing editor (Redaktur Pelaksana) Waspada.id. (Anwar R. , 2024)

Jurnalis dapat melindungi privasi narasumber saat melaporkan berita di media sosial dengan beberapa cara berikut:

1. Mendapatkan Izin: Selalu meminta izin dari narasumber sebelum menggunakan nama, gambar, atau informasi pribadi mereka dalam laporan.





2. Anonymity: Menggunakan inisial atau pseudonim untuk melindungi identitas narasumber, terutama dalam kasus yang sensitif.
3. Menghindari Detail Identifikasi: Menghindari menyebutkan informasi spesifik yang dapat mengidentifikasi narasumber, seperti lokasi, pekerjaan, atau hubungan pribadi.
4. Mengamankan Data: Memastikan bahwa data dan informasi narasumber disimpan dengan aman, baik secara fisik maupun digital, untuk mencegah akses yang tidak sah.
5. Kerahasiaan dalam Wawancara: Menyampaikan dengan jelas kepada narasumber bagaimana informasi mereka akan digunakan dan memastikan mereka nyaman dengan cara tersebut.
6. Menggunakan Platform Aman: Menggunakan aplikasi komunikasi yang aman untuk berkomunikasi dengan narasumber, mengurangi risiko informasi bocor.
7. Etika Jurnalisme: Mengikuti kode etik jurnalistik yang menekankan pentingnya melindungi privasi dan keamanan narasumber.
8. Menjelaskan Potensi Risiko: Memberi tahu narasumber tentang potensi risiko yang mungkin mereka hadapi, seperti pengungkapan informasi yang bisa membahayakan mereka.
9. Mengontrol Informasi yang Dibagikan: Menghindari membagikan informasi narasumber di media sosial jika tidak relevan atau tanpa persetujuan.
10. Menggunakan Sudut Pandang yang Umum: Ketika melaporkan informasi yang sensitif, fokus pada isu yang lebih luas tanpa menyoroti individu tertentu.  
Dengan langkah-langkah ini, jurnalis dapat berkontribusi dalam melindungi privasi narasumber dan menjaga kepercayaan dalam hubungan profesional.  
Kode Etik Jurnalistik merupakan kode etik yang disepakati oleh organisasi wartawan dan ditetapkan oleh Dewan Pers. Wartawan yang menjalankan tugasnya sesuai dengan

Kode Etik Jurnalistik dan Undang-undang Pers akan mendapatkan perlindungan hukum dan tidak boleh dihukum. Sebagaimana hasil wawancara penulis dengan Bapak Rizaldi Anwar selaku Redaktur Pelaksana Waspada Online sebagai berikut: "salah satu syarat terverifikasi yang menjadi pedoman bagi Waspada adalah media harus mengadopsi Peraturan Dewan Pers tentang Standar Kompetensi Wartawan, Kode Etik Jurnalistik, Standar Perusahaan Pers, dan Standar Perlindungan Wartawan."

Pers tidak boleh menggunakan kebebasannya untuk bertindak seenaknya saja karena berdasarkan Pasal 7 ayat (2) Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers, wartawan adalah profesi yang memiliki dan menaati Kode Etik Jurnalistik. Berbicara mengenai profesi dan kode etik artinya menyangkut masalah profesionalisme media dalam menyampaikan pemberitaan. Hal tersebut menjadi penting dengan perkembangan teknologi informasi yang membuat pertumbuhan pengguna internet di Indonesia sangat cepat.

Sesuai Pasal 7 ayat (2) Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers, wartawan adalah profesi yang memiliki dan menaati Kode Etik Jurnalistik,<sup>(25)</sup> sehingga walaupun di publish dan di akses secara online, jurnalisisme online atau media online tetap merupakan kegiatan jurnalistik yang harus berdasarkan etika dan aturan yang ada. Setiap hal memiliki etika, terlebih lagi hal tersebut berhubungan dengan sebuah profesi. Apapun platform digitalnya, hanya jurnalisisme yang berpegang teguh pada etika yang akan bertahan di era masa depan dengan kepercayaan publik terhadap media sebagai taruhan.

Adanya verifikasi media ini dengan sendirinya akan terlihat mana produk jurnalistik yang dihasilkan oleh perusahaan pers, mana yang tengah berproses atau berupaya memenuhi standar profesional, mana yang belum memenuhi standar profesional. Sehingga upaya perlindungan wartawan,



menjaga kemerdekaan pers, serta keberlanjutan media lahirnya *Publisher Rights* ini merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh Dewan Pers sehingga akhirnya Pemerintah menerbitkan Peraturan Presiden Nomor 32 Tahun 2024 tentang Tanggung Jawab Perusahaan Platform Digital untuk Mendukung Jurnalisme Berkualitas.

## 2. Tanggungjawab Perusahaan Platform Dalam Mendukung Jurnalisme Yang Berkualitas

Alasan diciptakannya Peraturan Presiden tentang *Publisher Rights* ini adalah karena banyaknya media konvensional yang berjatuh akibat dari lingkungan media yang tidak adil dan terkesan monopolistic. Dengan adanya *publisher rights* Perusahaan pers dapat memperoleh nilai ekonomi yang adil dan transparan dari konten berita yang dihasilkan dan disebar melalui platform digital. Perusahaan pers dapat meningkatkan kolaborasi serta kerja sama dengan platform digital untuk mendukung jurnalisme berkualitas di Indonesia.

Informasi dari Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) bahwa Peraturan Presiden Nomor 32 Tahun 2024 tentang Tanggung Jawab Perusahaan Platform Digital untuk Mendukung Jurnalisme Berkualitas akan dijalankan dengan prinsip "equality before the law". Artinya, tidak ada satu platform digital yang akan dikecualikan di muka hukum.<sup>(26)</sup> Artinya semua platform digital harus mematuhi Perpres *Publisher Rights* ini. Namun demikian kehadiran Perpres *Publisher Rights* ini tidak menyertakan sanksi bagi pelanggarannya karena hirarki perundang-undangan Indonesia, Perpres tidak memiliki kewenangan untuk mengatur sanksi pidana, yang biasanya disediakan untuk undang-undang atau peraturan daerah (Perda). Apabila terjadi sengketa antara media pers dan platform digital bisa diselesaikan lewat penanganan komite pengawas independen

yang dibentuk oleh Dewan Pers. Apabila sengketa tidak bisa diselesaikan dengan mediasi maka menggunakan aturan lainnya yang memiliki kekuatan hukum lebih tinggi.

Dalam Pasal 1 Peraturan Presiden Nomor 32 Tahun 2024 tentang Tanggung Jawab Perusahaan Platform Digital untuk Mendukung Jurnalisme Berkualitas dijelaskan bahwa yang dimaksud dengan tanggung jawab perusahaan platform digital adalah kewajiban perusahaan platform digital menjaga ekosistem bisnis pemberitaan yang sehat untuk mendukung jurnalisme berkualitas.

Sebagai bentuk tanggungjawab platform dalam mendukung jurnalisme berkualitas, maka perusahaan platform diwajibkan mendukung jurnalisme berkualitas dengan: (a) tidak memfasilitasi penyebaran dan/atau tidak melakukan komersialisasi konten Berita yang tidak sesuai dengan Undang-Undang mengenai pers setelah menerima laporan melalui sarana pelaporan yang disediakan oleh Perusahaan Platform Digital; (b) memberikan upaya terbaik untuk membantu memprioritaskan fasilitasi dan komersialisasi Berita yang diproduksi oleh Perusahaan Pers; (c) memberikan perlakuan yang adil kepada semua Perusahaan Pers dalam menawarkan Layanan Platform Digital; (d) melaksanakan pelatihan dan program yang ditujukan untuk mendukung jurnalisme yang berkualitas dan bertanggung jawab; (e) memberikan upaya terbaik dalam mendesain Algoritma distribusi Berita yang mendukung perwujudan jurnalisme berkualitas sesuai dengan nilai demokrasi, kebhinekaan, dan peraturan perundang-undangan; dan (f) bekerja sama dengan Perusahaan Pers. Bekerja sama dengan perusahaan pers yang dimaksud adalah perusahaan pers yang telah terverifikasi oleh Dewan Pers. Kerjasama ini dapat dilakukan dengan empat cara yakni: Lisensi berbayar, bagi hasil, berbagi data agregat pengguna berita dan bentuk lain yang disepakati.



Untuk memastikan keamanan jurnalis dan publisher saat menggunakan platform, beberapa langkah yang dapat diambil meliputi:

1. Kebijakan Keamanan yang Jelas: Menyusun dan mengkomunikasikan kebijakan keamanan yang mencakup perlindungan data, privasi, dan keselamatan pengguna.
2. Pelatihan Keamanan: Menawarkan pelatihan tentang praktik keamanan siber, termasuk penggunaan kata sandi yang kuat, pengenalan phishing, dan perlindungan data sensitif.
3. Dukungan untuk Keamanan Akun: Menyediakan fitur keamanan seperti otentikasi dua faktor (2FA) untuk melindungi akun pengguna dari akses tidak sah.
4. Pengawasan Konten Berbahaya: Mengimplementasikan algoritma dan sistem pelaporan untuk mendeteksi dan menghapus konten yang berpotensi berbahaya atau mengancam keselamatan jurnalis.
5. Sistem Pelaporan Ancaman: Menyediakan saluran yang aman dan efisien bagi jurnalis untuk melaporkan ancaman atau intimidasi yang mereka hadapi di platform.
6. Dukungan Hukum: Menawarkan sumber daya atau bantuan hukum bagi jurnalis yang mengalami ancaman atau serangan terkait pekerjaan mereka.
7. Anonimitas dan Privasi: Memastikan fitur yang memungkinkan jurnalis untuk beroperasi secara anonim jika diperlukan, serta menjaga privasi data pengguna.
8. Audit Keamanan Berkala: Melakukan audit dan peninjauan keamanan secara berkala untuk mengidentifikasi potensi kerentanan dan meningkatkan sistem perlindungan.
9. Kolaborasi dengan Organisasi Keamanan: Bekerja sama dengan organisasi yang berfokus pada perlindungan jurnalis untuk mengembangkan dan menerapkan praktik terbaik.
10. Mekanisme Dukungan Psikologis: Menawarkan dukungan psikologis bagi

jurnalis yang mengalami stres atau trauma akibat pekerjaan mereka.

Dengan langkah-langkah ini, platform dapat menciptakan lingkungan yang lebih aman bagi jurnalis dan publisher, membantu mereka menjalankan tugasnya dengan lebih tenang dan fokus.

Untuk memenuhi tanggung jawab tersebut, perusahaan platform digital diminta bekerja sama dengan perusahaan pers yang dituangkan dalam suatu perjanjian. Untuk memastikan pemenuhan kewajiban perusahaan platform digital selanjutnya akan diawasi oleh Komite.

Dalam Pasal 14 Peraturan Presiden Nomor 32 Tahun 2024 tentang Tanggung jawab Perusahaan Platform Digital Untuk Mendukung Jurnalisme Berkualitas, disebutkan bahwa komite terdiri atas perwakilan dari unsur Dewan Pers yang tidak mewakili perusahaan pers, kementerian, dan pakar di bidang layanan platform digital yang tidak terafiliasi dengan perusahaan platform digital atau perusahaan pers.

Adapun tugas Komite diatur dalam Pasal 10 Peraturan Presiden Nomor 32 Tahun 2024 tentang Tanggung jawab Perusahaan Platform Digital Untuk Mendukung Jurnalisme Berkualitas sebagai berikut: "Komite mempunyai tugas untuk memastikan pemenuhan kewajiban Perusahaan Platform Digital sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5. Dalam melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud dalam Pasal 10, komite mempunyai fungsi:

- a. pengawasan dan pemberian fasilitasi pemenuhan pelaksanaan kewajiban Perusahaan Platform Digital sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5;
- b. pemberian rekomendasi kepada Menteri atas hasil pengawasan; dan
- c. pelaksanaan fasilitasi dalam arbitrase atau alternatif penyelesaian sengketa antara Perusahaan Platform Digital dan Perusahaan Pers sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8 sesuai dengan ketentuan peraturan perundangundangan.



Komite ini bertugas memastikan pemenuhan kewajiban perusahaan platform digital dalam mendukung jurnalisme berkualitas, yang merupakan salah satu inti dari Perpres Publisher Rights. Seiring dengan penerbitan Perpres Nomor 32 tahun 2024 tentang Tanggung Jawab Perusahaan Platform Digital untuk Mendukung Jurnalisme Berkualitas, Kementerian Kominfo bersama sejumlah perusahaan media, mengambil langkah proaktif dengan membentuk tim mitigasi. Langkah itu diambil untuk mengantisipasi dan menangani berbagai kemungkinan dampak yang mungkin muncul dari implementasi perpres tersebut. Tim ini memiliki tugas khusus untuk memberikan penjelasan dan klarifikasi kepada pihak-pihak yang mungkin merasa terdampak oleh hadirnya regulasi baru ini, termasuk para kreator konten yang khawatir akan terpengaruh. Publisher Rights bukanlah untuk membatasi kebebasan pers. Pemerintah hanya mengatur hubungan bisnis antara perusahaan pers dan platform digital untuk meningkatkan jurnalisme yang berkualitas.

### **3. Mencapai Hubungan Yang Harmonis Antara Publisher dan Platform Media Sosial Dalam Menghasilkan Jurnalisme Berkualitas**

Presiden Joko Widodo mengumumkan pengesahan Peraturan Presiden Nomor 32 Tahun 2024 tentang Tanggung Jawab Perusahaan Platform Digital untuk Mendukung Jurnalisme Berkualitas dalam sambutannya pada acara Puncak Peringatan Hari Pers Nasional (HPN) 2024 yang disiarkan daring melalui kanal Youtube Pemprov DKI Jakarta. Perpres Publisher Rights sebagai upaya untuk mendukung jurnalisme berkualitas. Aturan ini bertujuan untuk memberikan pengakuan dan perlindungan hukum bagi media dalam mempublikasikan konten mereka melalui platform digital.

Untuk mencapai hubungan yang harmonis antara publisher dan platform digital dalam menghasilkan jurnalisme berkualitas, berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 32

Tahun 2024 tentang Tanggung Jawab Perusahaan Platform Digital untuk Mendukung Jurnalisme Berkualitas menyebutkan dalam Pasal 5 bahwa Perusahaan Platform Digital wajib mendukung jurnalisme berkualitas dengan:

- a. tidak memfasilitasi penyebaran dan/atau tidak melakukan komersialisasi konten Berita yang tidak sesuai dengan Undang-Undang mengenai pers setelah menerima laporan melalui sarana pelaporan yang disediakan oleh Perusahaan Platform Digital;
- b. memberikan upaya terbaik untuk membantu memprioritaskan fasilitasi dan komersialisasi Berita yang diproduksi oleh Perusahaan Pers;
- c. memberikan perlakuan yang adil kepada semua Perusahaan Pers dalam menawarkan Layanan Platform Digital;
- d. melaksanakan pelatihan dan program yang ditujukan untuk mendukung jurnalisme yang berkualitas dan bertanggung jawab;
- e. memberikan upaya terbaik dalam mendesain Algoritma distribusi Berita yang mendukung perwujudan jurnalisme berkualitas sesuai dengan nilai demokrasi, kebhinekaan, dan peraturan perundang-undangan; dan
- f. bekerja sama dengan Perusahaan Pers

Perusahaan pers yang dimaksud adalah perusahaan pers yang telah terverifikasi oleh Dewan Pers. Terkait perusahaan pers yang telah terverifikasi ini diharapkan dapat membantu perusahaan pers konvensional untuk tetap bertahan di era digitalisasi ini.

Dalam hal implementasi kerjasama antara perusahaan pers dan platform digital saat ini akan mulai berlaku mulai 20 Agustus 2024. Semua perusahaan platform digital yang beroperasi dan menggunakan produk berita untuk keperluan komersial wajib bekerjasama dengan perusahaan pers.

Kemudian, dalam Pasal 7 ayat (2) dijelaskan makna kerja sama antara platform digital dan perusahaan pers berupa lisensi berbayar, bagi hasil, berbagi data agregat pengguna berita, dan/atau bentuk lain yang





disepakati. Pasal 7 ayat (3) menjelaskan bagi hasil sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf b merupakan pembagian pendapatan atas pemanfaatan Berita oleh Perusahaan Platform Digital yang diproduksi oleh Perusahaan Pers berdasarkan perhitungan nilai keekonomian.

Salah satu platform digital seperti Google telah memberikan tanggapan atas Perpres Publisher Rights yang telah diterbitkan. Perusahaan teknologi Google mengungkapkan tidak keberatan terhadap regulasi tersebut. Bentuk hubungan yang hamonis telah diupayakan oleh pihak Google sebelum Perpres Publisher Rights diterbitkan. Hal ini tercermin dalam keterangannya yang penulis kutip dalam sebuah laman [cnnindonesia.com](http://cnnindonesia.com). Beberapa point yang telah mencerminkan hubungan yang harmonis antara platform digital dan media pers yakni: perusahaan Google telah memberikan dukungan (khususnya pendanaan) terhadap media Indonesia. Salah satu bukti konkrit nya adalah Google selalu mengarahkan trafik ke laman resmi penerbit berita dua puluh empat miliar kali setiap bulannya di seluruh dunia tanpa dikutip biaya. Hal ini memberikan peluang bagi para media dan penerbit berita Indonesia guna menghasilkan pendapatan dari iklan dan langganan pengguna. Selain itu, pihak kami juga mengutamakan keamanan, persaingan yang adil dan moderasi konten yang patuh regulasi.

### Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian ini antara lain:

1. Bentuk praktik jurnalistik dalam platform media social perspektif etika jurnalistik tidak hanya terbatas pada penulisan berita, tetapi juga melibatkan keahlian seorang wartawan dalam upaya mencari berita yang *up-to-date* dan memiliki nilai yang signifikan mencerminkan komitmen jurnalis untuk memberikan informasi yang benar, adil, dan bermakna kepada masyarakat. Sehingga berita yang ditayangkan pada platform media social adalah berita faktual.

Setelah melalui verifikasi nantinya akan membedakan karya jurnalistik dengan opini maupun informasi biasa.

2. Tanggungjawab Perusahaan Platform Dalam Mendukung Jurnalistik Yang Berkualitas erupakan kewajiban bagi seluruh *publisher rights*. Tanggungjawab perusahaan platform digital adalah kewajiban bagi perusahaan platform digital untuk menjaga ekosistem bisnis pemberitaan yang sehat guna menghasilkan jurnalistik berkualitas dengan tidak memfasilitasi penyebaran dan/atau tidak melakukan komersialisasi konten Berita yang tidak sesuai dengan Undang-Undang pers setelah menerima laporan melalui sarana pelaporan yang disediakan oleh Perusahaan Platform Digital; memberikan upaya terbaik untuk membantu memprioritaskan fasilitasi dan komersialisasi Berita yang diproduksi oleh Perusahaan Pers; memberikan perlakuan yang adil kepada semua Perusahaan Pers dalam menawarkan Layanan Platform Digital; melaksanakan pelatihan dan program yang ditujukan untuk mendukung jurnalistik yang berkualitas dan bertanggung jawab; memberikan upaya terbaik dalam mendesain Algoritma distribusi Berita yang mendukung perwujudan jurnalistik berkualitas sesuai dengan nilai demokrasi, kebhinekaan, dan peraturan perundang-undangan; dan bekerja sama dengan Perusahaan Pers. Bekerja sama dengan perusahaan pers yang dimaksud adalah perusahaan pers yang telah terverifikasi oleh Dewan Pers. Kerjasama ini dapat dilakukan dengan empat cara yakni: Lissensi berbayar, bagi hasil, berbagi data agregat pengguna berita dan bentuk lain yang disepakati.
3. Mencapai Hubungan Yang Harmonis Antara Publisher dan Platform Media Sosial Dalam Menghasilkan Jurnalistik Berkualitas adalah dengan melakukan kerjasama antara publisher dan platform media yang mengatur diantaranya tentang



pembagian pendapatan yang adil; dukungan untuk konten berkualitas; kolaborasi dalam produk konten; program pelatihan dan edukasi, inofasi dalam format konten; memfasilitasi akses ke data analitik; kampanye kesadaran bersama; pengembangan kebijakan yang inklusif; mekanisme umpan balik dan dukungan untuk jurnalisme investigative.

### Referensi

- Adzkia, A. R. (2015). Praktik Multimedia Dalam Jurnalisme Online di Indonesia (Kajian Praktik Wartawan Multimedia di CnnIndonesia.com rappler.com dan tribunnews.com. *Jurnal Komunikasi Vol. 10 No. 1*, h. 41-53.
- Anwar, R. (2024). Medan: Waspada.id.
- Anwar, R. (2024). Medan: Waspada.id.
- Anwar, R. (2024). Medan: Waspada.id.
- Cheney, G. M. (2011). *The Handbook of Communication Ethics*. New York: Routledge.
- Daulay, H. (2018). Kode Etik Jurnalistik dan Kebebasan Pers di Indonesia Ditinjau Dari Perspektif Islam. *Jurnal Penelitian Agama Vol. XVII No.2*.
- Husain, S. (2021). *Etika dan Kode Etik Jurnalis*. Yogyakarta: Nuta Media.
- Marhamah, F. (2021). Jurnalisme di Era Digital. *JICOMS : Journal of Islamic Communication Media Studies Vol. 1 No. 1*, h. 16.
- Marhamah, F. (Vol. 1 No. 1). Jurnalisme di Era Digital. *Journal of Islamic Communication and Media Studies*, 2021.
- Marzuki, P. M. (2014). *Penelitian Hukum*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mc.Quail, D. (2016). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mukti Fajar, Y. A. (2016). *Dualisme Penelitian Hukum Normatif & Empiris*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Jakarta: Simbiosis Rekatama Medika.
- Nasution, Z. (2017). *Etika Jurnalisme Prinsip-Prinsip Dasar*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Rizki, M. (2024). Medan: Waspada.id.
- Rizki, M. (2024). Medan: Waspada.id.
- Romadhoni, B. A. (2018). Meredupnya Media Cetak, Dampak Kemajuan Teknologi Informasi. *Jurnal An-Nida, Vol. 10 No. 1*, 13.
- Romli. (2012). *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa Cendikia.
- Ruwyastuti, S. (2020). Jurnalistik dan Platform Digital. *Jurnal Etika Vol. 7*.
- Suhandang, K. (2016). *Pengantar Jurnalistik, Organisasi, Produk dan Kode Etik*. Bandung: Nuansa Cendikia.
- Sunarto. (2021). *Analisis Isi Etnografis Gaya Jurnalisme Media Konvensional dan Media Baru di Era 4.0*. Semarang: Press Digimedia.