

BAB II

LANDASAN KONSEPTUAL

Pada landasan konseptual ini, peneliti menggunakan beberapa konsep yang akan dikembangkan agar penelitian sebisa mungkin dapat terarah. Berikut peneliti akan menjelaskan lebih rinci:

2.1. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Dari hasil peninjauan terhadap beberapa penelitian dan karya tulis ilmiah lainnya, peneliti menemukan pembahasan yang ada kaitannya dan searah dengan masalah yang diangkat oleh peneliti dalam penelitian ini. Adapun penelitian tersebut:

1. Penelitian pernah dilakukan oleh Robby Rama Saputra dengan judul **“Penerapan Kode Etik Jurnalistik dalam Meningkatkan Kerja Wartawan Harian Tribun Timur Makasar (Studi undang-undang no 40 tahun 1999 tentang Pers dan Kode Etik Jurnalistik pasal 6)”**. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian yang diperoleh menunjukan bahwa wartawan harian Tribun Timur Makasar sepenuhnya memahami Kode Etik Jurnalistik pasal 6 mengenai penyalahgunaan profesi dan menerima suap, dalam penerapan Kode Etik Jurnalistik menjadi acuan dalam menjalankan tugas sebagai wartawan dan apabila ada pihak yang memberikan amplop sebagai buah tangan maka wartawan menolak dengan cara paling halus dan apabila wartawan masih disodorkan dengan

berbagai alasan maka wartawan harian Tribun Timur Makasar mengambil amplop tersebut dengan alasan menghindari memperlakukan pemberi, namun amplop tersebut diberikan pada pihak kantor (<http://repostori.uin-alaudin.ac.id>).

2. Penelitian pernah dilakukan oleh Yorim Sulasi dengan judul **“Analisis Penerapan Kode Etik Jurnalistik Terhadap Cara Kerja Jurnalis Kompas TV Manado. Dalam penelitian ini dijelaskan cara kerja wartawan/jurnalis dalam mencari dan menulis sebuah berita”**. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif deskriptif. Fokus dalam penelitian ini bagaimana penerapan Kode Etik Jurnalistik terhadap cara kerja jurnalis Kompas Tv Manado dilihat dari kode etik wartawan Indonesia (KEWI) pasal 6, wartawan Indonesia tidak menerima suap dan tidak menyalahgunakan profesi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa wartawan Kompas Tv Manado selain berpegang pada Kode Etik Jurnalistik , juga berpegang pada kode etik yang telah ditetapkan oleh jajaran redaktur Kompas Tv Jakarta dan akan memberikan sanksi bagi wartawan Kompas Tv Manado yang kedapatan menyalahgunakan profesi menerima suap (<http://ejournal.unsrat.ac.id>).

3. Penelitian pernah dilakukan oleh Widyawati dengan judul **“Penerapan Kode Etik Jurnalistik Dewan Pers Dalam Pemberitaan di Media Massa (Studi Kasus Komparasi Berita Aksi 411 di SKH Republika dan Kompas Edisi November 2016)”**. Penelitian ini menggunakan

metode kualitatif deskriptif. Jenis penelitian *library research* (studi pustaka) dengan pendekatan *subjektif-konstruktivis*. Hasil penelitian menunjukkan pasal 1 terkait independensi wartawan, Republika dan Kompas belum menerapkan indikator secara keseluruhan. Pada pasal 2 terkait profesionalisme wartawan Republika dan Kompas sudah menerapkan seluruh indikator.

Pada pasal 3 terkait keberimbangan, Republika hanya menerapkan pada enam pemberitaan, sedangkan Kompas sembilan pemberitaan. Pada pasal 4 terkait isi pemberitaan yang tidak bohong, fitnah, sadis dan cabul, Republika dan Kompas sudah menerapkan. Pada pasal 6 terkait larangan penyalahgunaan profesi dan menerima suap, Republika dan Kompas sudah menerapkan. Pada pasal 7 terkait penggunaan hak tolak, embargo dan *off the record*, Republika belum menerapkan sedangkan Kompas sudah menerapkan. Pada pasal 8 terkait larangan adanya unsur prasangka dan diskriminasi dalam pemberitaan, Republika dan Kompas hanya menerapkan pada beberapa pemberitaan.

Pada pasal 9 terkait kewajiban wartawan menghormati terkait kehidupan pribadi narasumber, Republika dan Kompas sudah menerapkan. Pada pasal 5, 10 dan 11, terkait larangan penyebutan identitas, kejahatan susila, perbaikan berita, dan pelayanan hak jawab dan hak koreksi, pemberitaan Republika dan Kompas tidak menerapkan karena isi pemberitaan tidak relevan dengan indikator pasal KEJ (<https://eprints.walisongo.ac.id>).

Berdasarkan tiga penelitian terdahulu diatas, penulis menemukan persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan penulis. Persamaannya adalah, ketiga penelitian terdahulu diatas menggunakan metode penelitian kualitatif dan juga penelitian yang dilakukan merujuk studi kasus pasal-pasal jurnalistik termasuk pasal 1 dan pasal 2 Kode Etik Jurnalistik . Sedangkan perbedaannya adalah terdapat pada tempat atau objek penelitian antara yang dilakukan penulis dengan ketiga peneliti terdahulu tersebut.

2.2. Kode Etik Jurnalistik

Menurut Kamus Besar bahasa Indonesia (KBBI), kode etik adalah norma dan asas yang diterima oleh kelompok tertentu sebagai landasan tingkah laku. Arti lainnya dari Kode Etik Jurnalistik adalah norma tertulis yang mengatur sikap, tingkah laku dan tata karma penerbitan. Menurut (Suryawaty, 2011:93), Kode Etik merupakan panduan etika kerja sekaligus panduan moral yang disusun dan ditetapkan oleh organisasi profesi.

Menurut Hamdan (2016:140), Kode Etik Jurnalisti kmerupakan landasan moral profesi dan rambu-rambu atau kaidah penuntun sekaligus pemberi arah kepada wartawan tentang apa yang seharusnya dilakukan dan apa yang seharusnya dihindari dalam melaksanakan tugas jurnalistik. Dalam dunia jurnalistik, seorang wartawan harus mengetahui yang namanya etika jurnalistik.

Mengapa demikian, jika wartawan tidak mengetahui etika jurnalistik, sebab itu peraturan yang harus dipenuhi oleh seorang jurnalis/wartawan. Setiap wartawan diwajibkan untuk mengetahui dan memahami nilai dan norma yang diatur dalam menjalankan profesinya sebagai wartawan, dalam menjalankan tugasnya. Profesi wartawan tidak menghendaki perolehan bahan berita yang

cepat, tetapi isinya tidak faktual. Tidak ada pula Kode Etik Jurnalistik yang membolehkan wartawan untuk menulis berita bohong (Yunus, Syarifudin, 2010:110).

2.3. Pasal 1 dan Pasal 2 Kode Etik Jurnalistik

Kode Etik Jurnalistik dibuat bukan hanya sekedar aturan tertulis, tetapi harus dilaksanakan oleh seluruh insan pers. Penerapan Kode Etik Jurnalistik merupakan hal yang penting karena dapat menjadi penentu arah industri jurnalistik yang dikembangkan oleh bangsa Indonesia. Seluruh pihak memiliki tanggung jawab dan moral untuk mengawal pelaksanaan Kode Etik Jurnalistik bagi insan pers dan media masa. Penerapan Kode Etik Jurnalistik pada saat ini tergolong belum optimal. Masih banyak insan pers yang memandang Kode Etik Jurnalistik sebatas aturan tertulis yang belum diikuti dengan implementasi yang konsisten (Yunus dan Syarifudin, 2012: 110).

Di samping menyajikan informasi kepada publik, aktivitas jurnalistik berusaha menciptakan komunikasi yang efektif melalui cara-cara yang dapat diterima oleh seluruh pihak, terutama narasumber dan pembacanya. Aktivitas jurnalistik tetap harus menjunjung tinggi objektivitas dan profesionalisme.

Caranya harus berpegang pada sistem nilai dan norma yang disepakati dalam Kode Etik Jurnalistik. Aktivitas jurnalistik harus mengedepankan prinsip-prinsip moral profesi, bekerja berdasarkan hati nurani dan bebas dari kepentingan manapun. Di tengah perkembangan dan kompetisi media massa yang begitu pesat saat ini, implementasi Kode Etik Jurnalistik memiliki tantangan yang besar. Era komunikasi yang tanpa batas dimungkinkan terjadinya pelanggaran Kode Etik

Jurnalistik dari insan pers dan media masa dalam melakukan kegiatan jurnalistik. Praktik jurnalistik yang melanggar kode etik pada akhirnya mendorong terjadinya perubahan tatanan nilai dan norma sosial.

Dengan mengacu pada perkembangan media masa dan dinamika sosial saat ini, maka Kode Etik Jurnalistik pun harus membuka diri untuk melakukan revitalisasi terhadap berbagai aspek peliputan. Keberadaan Kode Etik Jurnalistik pasti sangat di perlukan. Namun ada banyak pemikiran yang dapat di dekatkan untuk melakukan revitalisasi substansi Kode Etik Jurnalistik yang sesuai dengan kondisi dinamika sosial dan media masa saat ini (Fauziah, 2021: 21).

Berdasarkan peraturan Dewan Pers 14 Maret 2006, bahwa untuk menjamin kemerdekaan pers dan memenuhi hak publik untuk memperoleh informasi yang benar wartawan Indonesia memerlukan landasan moral dan etika profesi sebagai pedoman operasional dalam menjaga kepercayaan publik dan menegakkan integritas serta profesionalisme. Atas dasar itu, wartawan Indonesia menetapkan dan menaati Kode Etik Jurnalistik (UU No 40 Tahun 1999 tentang Pers).

2.3.1. Pasal 1 Kode Etik Jurnalistik

Dalam buku Undang-undang Pers Nomor 40 Tahun 1999 merumuskan pasal 1 (satu) Kode Etik Jurnalistik yakni, wartawan Indonesia bersikap independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang dan tidak beritikad buruk. Penafsiran:

1. Independen berarti memberitakan peristiwa atau fakta sesuai dengan suara hati nurani tanpa campur tangan, paksaan, dan intervensi dari pihak lain termasuk pemilik perusahaan pers.
2. Akurat berarti dipercaya benar sesuai keadaan objektif ketika peristiwa terjadi.
3. Berimbang berarti semua pihak mendapat kesempatan setara.
4. Tidak beritikad buruk berarti tidak ada niat secara sengaja dan semena-mena untuk menimbulkan kerugian pihak lain.

2.3.2.Pasal 2 Kode Etik Jurnalistik

Pasal 2 (dua) Kode Etik Jurnalistik dalam buku Undang-undang Pers Nomor 40 Tahun 1999 berbunyi, wartawan Indonesia menempuh cara-cara yang profesional dalam melaksanakan tugas jurnalistik. Wartawan dalam melaksanakan tugas jurnalistiknya antara lain:

1. Menunjukkan identitas diri kepada narasumber
2. Menghormati hak privasi
3. Tidak menyuap
4. Menghasilkan berita yang faktual
5. Menghormati pengalaman traumatis narasumber
6. Tidak melakukan plagiat (UU No 41 Tahun 1999 tentang Pers).

2.4.Wartawan/Jurnalis

Dalam bahasa Inggris, wartawan sama dengan *journalist*. Etimologis ini diambil dari kata *journalistik* yang artinya kegiatan meliput dan mencatat peristiwa,

sedangkan *journalist* adalah orang yang melakukan kegiatan jurnalistik (Suhandang, 1997:12).

Merujuk pasal 1 poin ke-4 undang-undang No. 40 Tahun 1999 tentang Pers, menjelaskan bahwa wartawan adalah orang yang secara teratur melaksanakan kegiatan jurnalistik. Pengaturan Dewan Pers pun mengeluarkan definisi yang tidak jauh berbeda dengan isi dari undang-undang tersebut. Dewan Pers menerjemahkan wartawan sebagai orang yang melakukan kegiatan jurnalistik secara teratur, wartawan adalah orang yang secara teratur melaksanakan kegiatan jurnalistik berupa mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, elektronik dan segala jenis saluran lainnya.

Kovach (2007: 112) menjelaskan bahwa wartawan adalah orang yang melaksanakan kegiatan jurnalistik dan kegiatan itu dilakukan secara teratur. Wartawan dalam menjalankan tugas jurnalistik meliputi mencari, mengolah, mengemas dan menyajikan berita atau peristiwa yang sedang terjadi. Wartawan adalah orang yang melakukan pekerjaan kewartawanan dan atau tugas-tugas jurnalistik secara rutin atau dalam definisi lain wartawan dapat dikatakan sebagai orang yang pekerjaannya mencari dan menyusun berita untuk dimuat di media massa baik cetak, elektronik maupun *online* (Yunus, 2018:38).

Wartawan adalah seseorang yang menjalankan profesi jurnalistik. Ia merupakan sosok manusia yang setiap harinya melakukan ritual jurnalistik demi

mencari berita yang bersifat aktual, faktual dan didalamnya terkandung nilai kebenaran.

2.5. Mencari Berita

2.5.1. Pengertian

Berita merupakan laporan mengenai suatu peristiwa atau kejadian yang sedang terjadi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), berita adalah cerita atau keterangan mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat. Terdapat beberapa pengertian berita menurut para ahli seperti di bawah ini :

1. Paul de Massener

Berita adalah laporan tentang suatu peristiwa, opini, kecenderungan, situasi, kondisi interpretasi yang penting, menarik, masih baru dan harus disampaikan secepatnya kepada khalayak.

2. Charnely dan James M. Nael

Berita adalah laporan tentang fakta atau ide yang termassa yang dapat menarik perhatian pembaca, karena sesuatu yang luar biasa penting mencakup sisi *human interest* seperti humor, emosi dan ketegangan.

3. Wilard Grosvenor Blayer

Berita adalah segala sesuatu yang terkait waktu dan menarik perhatian banyak orang dan berita terbaik adalah hal-hal yang paling menarik yang dapat menarik sebanyak mungkin orang (untuk membacanya).

Dari beberapa definisi diatas, bahwa pada prinsipnya ada beberapa hal penting yang harus diperhatikan dari sebuah berita yakni kejadian yang menarik, laporan dan disajikan secepat mungkin.

2.5.2. Nilai Berita

Nilai berita merupakan patokan seorang reporter/wartawan dalam menilai apakah sebuah peristiwa layak untuk diberitakan atau tidak. Ada beberapa nilai berita yang penting keberadaanya dalam sebuah berita (Wendratama, 2017: 44-49) :

1. Kedekatan (*proximity*)

Kedekatan adalah salah satu unsur penting yang harus diketahui jurnalis lapangan dalam melaksanakan kegiatan jurnalistik. Kedekatan dalam nilai berita terdiri dua hal yakni kedekatan secara emosional dan kedekatan secara fisik

2. Kabaruan (*Timeliness*)

Ini aspek yang sangat khas dalam jurnalisme yakni semua fakta yang diterbitkan harus baru atau aktual dan belum diketahui oleh khalayak

3. Pengaruh (*impact*)

Pada aspek ini, sebuah berita akan memiliki nilai berita apabila berita tersebut memiliki pengaruh terhadap khalayak.

4. Relevansi (*Relevance*)

Sebuah laporan akan bernilai berita apabila melaporkan atau memberitakan peristiwa-peristiwa atau fakta-fakta yang memiliki relevan/kesusaian dengan kehidupan masyarakat.

5. Konflik (*Conflict*)

Pada aspek ini, sebuah berita yang membahas atau menjelaskan perdebatan, pertentangan ataupun konflik biasanya akan memiliki nilai berita yang sangat tinggi.

6. Popularitas (*Prominence*)

Orang terkenal biasanya sering diidamkan oleh banyak orang. Oleh karenanya, sebuah berita yang menjelaskan aktifitas-aktifitas dari orang terkenal pasti memiliki nilai jual atau nilai berita yang sangat tinggi.

7. Emosi (*Human Interest*)

Pada bagian ini, sebuah berita akan memiliki nilai berita apabila menginformasikan segala sesuatu yang dapat menimbulkan reaksi emosional dari pembaca seperti senang, terharu, bangga, simpati dan marah.

8. Ketidakwajaran (*Unusualness*)

Ini mengacu pada hal-hal diluar kewajaran atau situasi normal. Ketidakwajaran mengacu pada tindakan kriminal, misalnya seorang ayah yang memperkosai hingga menghamili anak kandungnya sendiri.

2.5.3. Jenis-Jenis Berita

Menurut (Romli, 2018:11-12), jenis-jenis berita dalam dunia jurnalistik adalah sebagai berikut :

1. *Straight News* (Berita Langsung)

Straight News disebut berita langsung karena jarak waktu dari peristiwa terjadi dengan penggalian data dan pelaporannya berdekatan (prosesnya tidak lebih dari 24 jam atau tidak lebih dari 2 hari).

2. *Depth News* (Berita Mendalam)

Teks berita *Depth News* disebut juga sebagai tulisan yang memuat laporan yang hendak diberitakannya memiliki nilai berita yang berat, baik dari segi fakta, penggalian data dan dampaknya kepada masyarakat umum.

3. *Opinion News* (Berita pendapat)

Opinion news merupakan jenis berita yang berdasarkan pendapat pribadi dari sudut pandang seseorang tentang suatu hal, ide kreatif, pemikiran atau bisa juga berupa komentar terhadap sesuatu hal yang dianggap penting.

4. *Interpretative News* (Berita Interpretatif)

Interpretative News adalah berita yang dikembangkan dari *Straight News* dengan tambahan komentar dan penilaian dari reporter atau narasumber yang berkompeten.

5. *Investegation News* (Berita Investigasi)

Investegation News merupakan berita yang mengembangkan sebuah berita yang didasari oleh penyelidikan atau penelitian dari berbagai sumber.

2.5.4. Unsur-Unsur Berita

Dalam praktik jurnalistik, para pakar memberikan pedomaan dalam menulis berita dengan menggunakan formula (rumusan) 5W+1H. Pedomaan ini juga sering disebut sebagai unsur kelengkapan sebuah berita. Kelengkapan ini

pertama kali diperkenalkan oleh kantor berita Associated Press (AP). Berikut ringkasan dari formula yang dimaksud (2010:36) :

1. *What/Apa*

Kata tanya pertama yang dirumuskan adalah *What* (Apa). Pada bagian ini, wartawan harus mampu merumuskan mengenai permasalahan atau hal apa yang terjadi pada suatu peristiwa.

2. *Who/Siapa*

Kata tanya *Who* (Siapa) mengandung pertanyaan-pertanyaan mengenai pelaku baik individu, kelompok ataupun institusi/lembaga dari sebuah peristiwa yang terjadi. Oleh karena itu, pada bagian ini jurnalis harus mengetahui siapa saja yang terlibat dalam sebuah peristiwa sehingga dapat dijelaskan kepada publik melalui sebuah berita.

3. *Where/Dimana*

Kata tanya *Where* (Dimana) mengandung pertanyaan-pertanyaan mengenai tempat atau lokasi terjadinya peristiwa. Kepada publik jurnalis harus menjelaskan tempat berlangsungnya suatu peristiwa yang diberitakan.

4. *When/Kapan*

Kata tanya berikutnya adalah *When* (Kapan) yang mana berisi pertanyaan-pertanyaan mengenai waktu terjadinya peristiwa. Wartawan harus menjelaskan waktu terjadinya sebuah peristiwa.

Waktu yang dijelaskan mencakupi hari, tanggal, bulan, tahun serta jam berlangsungnya peristiwa.

5. *Why/Mengapa*

Kata tanya *Why* (Mengapa) mengandung pertanyaan-pertanyaan mengenai alasan atau motivasi terjadinya peristiwa. Pada unsure ini, jurnalis harus menjelaskan hal-hal yang menyebabkan terjadinya sebuah peristiwa.

6. *How/Bagaimana*

Kata tanya *How* (Bagaimana) berisi pertanyaan-pertanyaan yang mengandung cara atau proses berlangsungnya peristiwa. Pada bagian yang terakhir ini, wartawan harus menjelaskan terkait bagaimana situasi dan kondisi pada saat suatu peristiwa atau kejadian berlangsung.

2.6. Media Online

2.6.1. Pengertian Media Online

Menurut Suryawaty (2011: 46), *Media online* merupakan media massa baru (*New Media*) yang pemanfaatannya menggunakan internet. Sedangkan menurut pedoman pemberitaan media *cyber* yang ditandatangani oleh dewan pers pada tanggal 3 Februari 2012 mengartikan media *online* atau media *cyber* sebagai media yang segala bentuk pemberitaannya menggunakan wahana internet dan melaksanakan kegiatan jurnalistik serta memenuhi persyaratan undang-undang pers dan standar perusahaan pers yang ditetapkan dewan pers.

Regia Aditya Primayuda dalam media massa cetak dan *online* dalam milenialisme (Buku Teori Komunukasi Massa dan Perubahan Masyarakat, 2020) menuliskan bahwa media *online* merupakan sarana komunikasi yang tersaji secara *online* di situs web internet. Secara umum media daring juga bisa diartikan sebagai segala jenis atau bentuk format media yang hanya bisa diakses lewat internet. Sementara dalam konteks komunikasi Massa, media *online* adalah media yang menyajikan karya jurnalistik, seperti berita, artikel dan feature secara daring.

2.6.2. Karateristik Media Online

Karateristik media *online* yang menjadi kelebihanannya dibandingkan “media konvensional” (cetak/elektronik) antara lain (Romli, 2018: 15):

1. Cepat (*Imediacy*)

Kehadiran media *online* mempercepat publikasi dan distribusi informasi kepublik dengan jangkauan global dalam waktu bersamaan.

2. Pembaruan (*Update*)

Pembaruan (*updating*) informasi dapat dilakukan dengan mudah dan cepat, baik berupa koreksi substansial (isi dan data) dan redaksional (tata bahasa), maupun berupa perkembangan terbaru sebuah isu atau peristiwa.

3. Interaktivitas

Keunggulan media *online* ini yang paling membedakannya dengan media konvensional adalah adanya interaksi antara redaksi dengan pembaca dan antar-pembaca.

4. Personalisasi (*Audience Control*)

Pembaca atau pengguna semakin otonom dalam menentukan informasi mana yang dibutuhkan. Media *online* memberikan peluang kepada setiap pembaca hanya mengambil informasi yang relevan bagi dirinya dan menghapus informasi yang tidak dibutuhkan. Jadi selektivitas informasi dan sensor berada di tangan pengguna (*self control*) .

5. Kapasitas Tidak Terbatas (*Storage and Retrieval*)

Media *online* tidak dibatasi halaman atau waktu (durasi) seperti di media cetak/elektronik. Media *online* dapat mempublikasikan berita sebanyak-banyaknya dan sepanjang-panjangnya.

6. Terhubung Dengan Sumber Lain (*Hyperlink*)

Setiap data dan informasi yang disajikan dapat dihubungkan dengan sumber lain yang juga berkaitan dengan informasi tersebut atau disambungkan ke bank data yang dimiliki media tersebut atau dari sumber-sumber luar.

7. Kapabilitas Multimedia

Media *online* dapat menyajikan berita berupa teks, suara (audio), gambar/foto dan video sekaligus. Karakteristik ini menjadi

keunggulan media *online* dibandingkan media konvensional (media cetak/media elektronik).

2.6.3. Kode Etik Media Online

Menurut Kamus Besar bahasa Indonesia (KBBI), Kode Etik adalah norma dan asas yang diterima oleh kelompok tertentu sebagai landasan tingkah laku. Demikian juga pada perusahaan media, kode etik pun berlaku didalamnya tak terkecuali media *online*. Pada dasarnya, Kode Etik Jurnalistik wartawan media *online* (media siber, *cyber media*) sama dengan Kode Etik Jurnalistik yang sudah ada selama ini yakni, Kode Etik Jurnalistik persatuan Wartawan Indonesia (KEJPWI), Aliansi Jurnalis Indonesia (AJI) dan Kode Etik Wartawan Indonesia (KEWI) Dewan Pers.

Mengingat format dan karakteristik media *online* berbeda dengan media cetak, maka Dewan Pers secara khusus menyusun Kode Etik Jurnalistik media *online* berupa pedoman pemberitaan Media Siber (PPMS) atau *Cyber Media News Coverage Guidelines* dalam bahasa Inggris. PPMS (Pedomaan Pemberitaan Media Siber) dibuat dan ditetapkan oleh Dewan Pers di Jakarta pada tanggal 03 Februari 2012.