

JURNALISME KUNING, ‘LAMPU KUNING’ ETIKA KOMUNIKASI MASSA

Abdul Malik

Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Serang Raya

Email: kangdoel2002@gmail.com

Abstrak

Praktik jurnalisme kuning (*yellow journalism*) di Indonesia telah berlangsung sejak era Demokrasi Liberal dan berlanjut di era Orde Baru seiring dengan kemunculan koran *Pos Kota* dengan trilogi informasi yang disajikan: kriminalitas, kekerasan dan seksualitas. Pasca diberlakukannya Undang-Undang Pers No. 40 Tahun 1999, praktik jurnalisme demikian semakin memperlihatkan peningkatan dengan munculnya berbagai media serupa dengan *Pos Kota*. Pemberitaan yang bombastis penuh sensasi, vulgar, bahkan cenderung sadistis menjadi *trend* di banyak media. Kondisi yang kemudian juga berlangsung pada media berita online di era milenial saat ini. Kebebasan pers yang didedikasikan untuk mencapai kemerdekaan pers guna mewujudkan kedaulatan rakyat yang berasaskan demokrasi, keadilan, dan supremasi hukum, sesuai semangat Undang-Undang No. 40 Tahun 1999, pada sebagian media dan wartawan lebih bermakna kebebasan tanpa batas dan cenderung keluar dari koridor etis-profetis, sehingga menimbulkan dampak negatif yang tidak kecil bagi masyarakat.

Kata Kunci: Jurnalisme Kuning, Undang-Undang Pers, Kebebasan Pers.

PENDAHULUAN

Dalam setiap kebebasan selalu muncul dampak ikutan yang menyertainya. Demikian pula dengan kebebasan pers di Indonesia yang telah berlangsung lebih dari 17 tahun. Kebebasan yang didedikasikan untuk mencapai kemerdekaan pers guna mewujudkan kedaulatan rakyat yang berasaskan prinsip-prinsip demokrasi, keadilan, dan supremasi hukum, sesuai dengan semangat Undang-undang No. 40 tahun 1999 tentang Pers, sebagaimana kita rasakan, juga memiliki dampak, baik positif maupun negatif.

Di antara dampak positif yang kita rasakan adalah bahwa kebebasan pers telah berimplikasi pada kehidupan demokrasi yang lebih baik, terwujudnya keran keterbukaan, dan berjalannya fungsi pengawasan yang dilakukan pers, khususnya terhadap kekuasaan. Terbongkarnya berbagai kasus korupsi yang melibatkan berbagai pejabat dan elit politik di negeri ini adalah bukti yang

tidak terbantahkan dari kekuatan pers dalam menjalankan fungsi anjing penjaga (*watch dog*). Tak hanya itu, pemberitaan yang terus menerus dari media tentang berbagai fakta, semisal kasus korupsi atau korban ketidakadilan, mampu membangun opini dan kesadaran publik untuk melakukan ‘perlawanan’ baik dengan aksi seperti unjukrasa, pengumpulan tanda tangan dukungan, maupun gerakan massif lainnya, sehingga mampu menjadi kontra-hegemoni terhadap kekuatan tertentu.

Namun, fakta lain yang tak terbantahkan adalah dampak negatif yang timbul dari kebebasan itu sendiri. Makna kebebasan pers lebih diartikan sebagai perwujudan dari tindakan yang serba bebas tanpa batas yang menisbikan nilai-nilai etis profetis maupun tanggung jawab sosial dari pers itu sendiri. Era kebebasan menjadi semacam momentum bagi siapapun untuk terjun dalam industri media, meskipun tanpa disertai kecakapan modal, moral, maupun kemampuan di bidang jurnalistik. Atas nama

kebebasan pula mereka melakukan aktivitas jurnalistik yang jauh dari kaidah-kaidah yang benar, sehingga karya yang dihasilkan adalah karya jurnalistik ‘kacangan’ yang miskin nilai-nilai kebaikan, kecuali nilai hiburan yang sensasional, atau dalam bahasa orang awam, media yang demikian adalah media yang hanya mengejar oplah semata atau sebanyak-banyaknya *click*, *visit* dan *view* dari pembaca agar *traffic*-nya terus meningkat (motif ekonomi) sehingga rawan melakukan *malpraktik*.

Maka, tak heran bila hingga kini masih banyak berita di berbagai media yang menonjolkan unsur kekerasan baik dalam bentuk foto/gambar atau kata-kata (teks) maupun narasi, termasuk unsur pornografi dan hal-hal yang bersifat vulgar bahkan cabul. Dalam istilah jurnalistik, pemberitaan demikian disebut pula sebagai karya jurnalisme kuning. Meski akar sejarahnya berasal dari media cetak yang populer dengan sebutan koran kuning atau *yellow newspaper*, namun dalam perkembangannya praktik jurnalisme tersebut kini juga dianut oleh banyak media online. Suatu kondisi yang tidak saja memprihatinkan, tetapi sekaligus menjadi ‘lampu kuning’ bagi etika komunikasi massa karena dampaknya bagi pembaca yang tidak bisa dianggap remeh.

Banyak pihak menyebut bahwa jurnalisme kuning adalah praktik jurnalisme yang mengaburkan makna. Dikatakan demikian karena berita sebagai produk jurnalistik telah keluar dari substansi oleh sebab didominasi oleh aspek-spek bersifat sensasi, sadis, vulgar dan bahkan cabul yang didramatisir begitu rupa, jauh dari realita sesungguhnya. Dalam hal ini Emery dan Emery (dalam Conboy, 2003: 53) menyebut jurnalisme kuning sebagai jurnalisme tanpa jiwa. “*Yellow journalism, it worst, was the new journalism without a soul... The turned the high drama a life into a cheap melodrama.... instead a giving affective leadership, yellow journalism offered a palliative of sin, sex, and violence.*”

Tulisan bersifat deskriptif analitis ini akan mengkaji lebih jauh tentang akar sejarah dan fenomena jurnalisme kuning di Indonesia yang dikaitkan dengan persoalan etis dalam komunikasi massa berdasarkan kajian pustaka.

Sejarah Jurnalisme Kuning

Berbicara tentang jurnalisme kuning tak lepas dari sejarah persuratkabaran di Amerika Serikat lebih dari dua abad silam yakni pada pertengahan abad 19, sebagai eksekusi dari ketatnya persaingan bisnis surat kabar di negara itu yang kemudian memunculkan teori masyarakat massa. Teori ini menyatakan bahwa media menyubersi dan mengganggu tatanan sosial yang ada. Media juga dipandang sebagai sebuah solusi potensial bagi kekacauan yang mereka ciptakan. Mengapa demikian?

Stanley J. Baran dan Dennis K. Davis (2010: 34) mengemukakan bahwa pada masa itu di Amerika Serikat terjadi perkembangan yang cepat dari pabrik-pabrik besar di wilayah perkotaan yang kemudian menarik semakin banyak orang dari wilayah pedesaan untuk pindah ke kota. Pada saat yang sama, media cetak yang semakin kuat memungkinkan pembuatan surat kabar yang dapat dijual dengan harga lebih murah pada populasi pembaca yang bertumbuh dengan cepat. Koran-koran yang menasar kaum urban ini kemudian disebut sebagai *Penny Pers*, karena dijual hanya dengan harga satu *penny* dengan bahan baku kertas kualitas rendah, sehingga mengubah jurnalisme di Amerika.

Orang yang disebut-sebut sebagai *pioneer* dalam melihat ceruk pasar kaum urban ini adalah Benjamin Day. Pada 1833, di saat usianya baru menginjak 22 tahun ia menerbitkan koran bernama *New York Sun* yang dijual dengan harga satu *penny* per eksemplar. Padahal, kala itu koran-koran pada umumnya sangat mahal dengan biaya langganan tahunan setara gaji satu minggu.

Bila koran-koran lain didistribusikan melalui pos, *Sun* cukup dijual di jalanan setiap hari. Konten koran *Sun* juga berbeda dengan koran-koran lain. *Sun* menghindari berita politik dan ekonomi, tetapi lebih fokus terhadap berita menarik yang dekat dengan kehidupan masyarakat awam. *Sun* pun sukses di pasaran sehingga banyak ditiru oleh orang lain untuk menerbitkan koran serupa. *Sun* tak hanya sukses dengan penjualan melainkan juga sukses dalam perolehan iklan, karena penerimaan iklan berarti memperbesar oplah koran dan menarik lebih banyak lagi pembaca maupun kuantitas iklan. Untuk menutup ongkos produksinya, *Sun* cukup mengandalkan keuntungan dari iklan yang diraupnya, bukan hasil dari penjualan satu *penny* per eksemplar (Vivian, 2008: 297-299). Fenomena inilah kemudian disebut sebagai periode koran *penny*.

Tingkat persaingan antar-koran sebagai efek dari munculnya koran *penny* rupanya berimbas pada persaingan lebih ketat dan cenderung tidak sehat, sehingga melahirkan jurnalisme bernama jurnalisme kuning atau *yellow period* (periode koran kuning) pada 1890-an. Aktornya utamanya adalah Joseph Pulitzer dan William Randolph Hearst. John Vivian (2008: 301-303) mengisahkan, Pulitzer adalah seorang imigran miskin yang berhasil menjadikan koran *St. Louis Post-Dispatch* menjadi sukses secara finansial. Pada 1883 Pulitzer membeli *New York World*. Agar sukses *St. Louis*, ia melakukan berbagai promosi dan menggunakan pendekatan *human interest* dalam pemberitaannya. Misalnya, ia mengirim reporternya, Nellie Bly, ke tempat penampungan orang gila dan berpura-pura sakit mental, dan sekeluarnya dari sana ia menuliskan tentang berita yang amat menggemparkan, yakni tentang perawatan orang-orang sakit mental. Untuk memperoleh berita menarik lainnya, Pulitzer bahkan sempat mengirim Bly melakukan tugas jurnalisme keliling dunia seperti tokoh Phileas Fogg dalam kisah fiksi *Jules Verne*.

Kesuksesan Pulitzer dengan cara pemberitaan demikian rupanya menginspirasi William Randolph Hearst untuk menerbitkan *San Francisco Examiner* dengan menggunakan gaya jurnalistik *New York World*. Pada 1895, Hearst membeli *New York Journal*, sehingga tercipta persaingan bisnis yang begitu sengit dengan Pulitzer. Bahkan Hearst bersumpah untuk mengalahkan sekaligus menyingkirkan Pulitzer dari peta persaingan bisnis surat kabar. Akibatnya, terjadi persaingan yang tidak sehat antarmereka. Bahkan, halaman komik pun tak luput dari aroma persaingan antarkeduanya. Komik *Yellow Kid* yang muncul di halaman *New York World*, tiba-tiba para kartunisnya dibajak oleh Hearst untuk dipekerjakan di *New York Journal*. Pulitzer kemudian mempekerjakan lagi kartunis lain, sehingga kedua koran itu sama-sama memuat karakter *yellow* dan membuat promosi besar-besaran dengan menempel poster-poster di berbagai penjuru kota. Perang sirkulasi itulah yang kemudian dinamakan *jurnalisme kuning*. Istilah ini selanjutnya menjadi arti ejekan bagi berita yang berlebihan dan sensasional.

Pertarungan sengit Pulitzer-Hearst mencapai puncaknya manakala mereka sama-sama meliput ketegangan antara Spanyol dan Amerika Serikat. Lantaran dibumbui oleh berita-berita yang berlebihan, ketegangan kemudian berubah menjadi perang. Padahal, kala itu Spanyol menyetujui semua tuntutan Amerika Serikat. Namun, semuanya berubah dan terjadi perang setelah Hearst mengirim wartawan Frederic Remington ke Kuba untuk meliput suasana di sana. Karena dianggap suasananya kondusif Remington kemudian mengirim pesan lewat telegram: "*Keadaannya tenang. Tidak akan ada perang. Ingin pulang.*" Pesan Remington dijawab oleh Hearst: "*Harap tetap di sana. Anda membumbui gambarnya. Saya akan membumbui perang.*" Tak lama setelah itu muncul berita yang menggemparkan di *New York Journal* tentang ketegangan antara Spanyol-Amerika Serikat di Kuba yang telah dibumbui dan didramatisasi sedemikian rupa

hingga menimbulkan perang. Tragedi ini selanjutnya dikenal sebagai masa “The Dark Age of American Journalism” (Tribuana Said, 1988: 113).

Meski banyak dikritik karena hanya menjual sensasionalitas dengan membesar-besarkan dan merekayasa berita guna menarik sebanyak-banyaknya pembaca serta dianggap hanya melayani kebutuhan khalayak yang inferior (Baran dan Davis, 2010: 35), namun jurnalisme kuning *a la* Pulitzer dan Hearst ini ditiru oleh banyak koran di Amerika Serikat maupun di berbagai negara lain termasuk di Indonesia dan terus bertahan dan berkembang hingga kini.

Jurnalisme Kuning di Indonesia

Era Demokrasi Liberal

Fenomena jurnalisme kuning di Indonesia sesungguhnya tidak hanya muncul pasca pemberlakuan Undang-Undang Nomor 40 tahun 1999 tentang Pers yang otomatis menggugurkan undang-undang tentang pers terdahulu, seiring runtuhnya rezim Orde Baru yang dikenal amat represif terhadap pers. Salah satu kelebihan dari Undang-Undang produk Orde Reformasi ini adalah dihapuskannya Surat Izin Usaha Penerbitan Pers (SIUPP) dan tiadanya pembredelan, sehingga memungkinkan siapa pun dapat bergelut di bidang penerbitan pers.

Berdasarkan penelusuran kepustakaan, persoalan sensasionalitas berita telah muncul dan dikeluhkan sejak Demokrasi Liberal antara 1950-1959, di mana kala itu Indonesia menganut sistem multipartai dan dengan sendirinya berbagai penerbitan yang ada umumnya merupakan bagian dari organ partai, sehingga lebih menyuarakan kepentingan partai. Akibatnya, antara satu koran dengan koran yang lain kerap kali terlibat dalam perang berita, tajuk rencana, karikatur, dan pojok pers, yang ditujukan untuk saling menjatuhkan. Meski demikian koran-koran yang diterbitkan oleh orang-orang Belanda dan Cina pun bermunculan.

Begitu pula dengan koran yang sama sekali tidak membawa kepentingan partai. Intinya adalah bahwa era liberalisme bukan saja menjadi era pertarungan wacana antar-partai politik, tetapi juga ditandai dengan mulai masuknya kepentingan kapitalisme (baca; pasar).

Hal ini amat dimungkinkan karena sebagaimana dikemukakan Wikrima (dalam Wina Armada Sukardi, 2007:2), pada era sistem politik liberal yang memakai Undang-Undang Dasar Sementara (UUDS) 1950, kemerdekaan pers memperoleh ruang yang cukup besar. Pada periode tersebut, kemerdekaan pers diakui pemerintah dan dalam praktiknya pun pers cukup mendapat ruang lingkup yang dibutuhkan.

Kendati demikian, kondisi tersebut tak pelak menimbulkan persoalan tersendiri khususnya bagi pemerintah karena pemberitaan di berbagai surat kabar dianggap telah mengganggu kondusivitas dan stabilitas khususnya di bidang politik. Pemberitaan-pemberitaan ‘berbau’ sensasionalitas (dalam hal penggunaan bahasa), terkesan provokatif dan cenderung menyerang lawan politik, setidaknya terlihat jelas pada judul-judul headline koran waktu itu (Said, 1988: 85-116). Sebagai contoh, koran *Kalimantan Berjuang* pada edisi 31 Desember 1951 memuat judul headline: *Dr. Diapari: Indonesia Sekarang, Adalah Negara Anarchie. Susunan Kabinet Harus Dibongkar*. Kemudian, koran *Pemandangan* pada edisi 8 Agustus 1955 menulis judul headline: *PKI Paling Giat dalam Krisis Sekarang Ini. Sampai-sampai Memperkuda Orang-orang Jang Buta Huruf*.

Kondisi kebebasan pers yang demikian membuat suasana panas roda pemerintahan sehingga tak kurang dari Wakil Presiden Mohammad Hatta mengeluhkan sekaligus mengingatkan tentang peran pers di masyarakat. Menurutnya:

“Yang dapat bersuara setiap hari ialah surat kabar.

Sebab itu surat kabarliah yang lebih mendekati sifat, apa yang disebut orang ‘anggota perasaan umum’. Sifat ini hanya dapat dipenuhi oleh suatu surat kabar, apabila ia memberikan kesempatan pada tiap-tiap orang untuk melahirkan pendapatnya secara objektif, yang benar-benar mencerminkan perasaan rakyat yang terpendam. Dalam pada itu, pada tuntutan ini terdapat dua kesukaran. Pertama, orang yang pandai mengeluarkan pendapatnya, tidak selamanya dapat menduga perasaan orang banyak yang pasif itu secara objektif. Sering ia mengemukakan pendapatnya sendiri, yang berdasarkan kepada keyakinan politiknya atau pandangan hidupnya. Sebagai cita-cita penganjur, ini memang ada baiknya, istimewa dalam lapangan pembangunan masyarakat. Pendapat semacam ini dapat melahirkan pendapat yang bertentangan. Dan dari pertukaran pikiran ini kita dapat mencapai kebenaran yang sempurna. Tapi persoalan ini, apabila ia mengenal soal-soal politik, menghadapi kesulitan yang kedua. Yaitu, surat kabar tidak selamanya bersikap netral, ia juga memilih bulu. Pembawaan dari demokrasi ialah, bahwa lambat laun kebanyakan surat kabar memihak kepada salah satu aliran politik atau terpengaruh oleh salah satu partai politik. Apabila suatu surat kabar sudah menjadi suara dari suatu partai politik, ia tidak mudah lagi menjadi ‘mimbar umum’ yang memuat juga suara-suara

dari golongan politik yang berlainan paham. Surat kabar itu tidak lagi ‘anggota perasaan umum’, melainkan saluran bagi sebagian dari perasaan umum” (Tribuana Said, 1988: 97-98).

Kebebasan pers masa demokrasi liberal itu juga membawa konsekuensi logis bagi insan pers. Pemerintah yang merasa ‘kebakaran jenggot’ dan tak mampu mengharmoniasi kebebasan pers yang berlangsung akhirnya membuat langkah represif dengan melakukan pembredelan terhadap sejumlah koran dan penangkapan terhadap para wartawan. Umumnya koran-koran yang dibredel dan wartawan yang ditangkap itu terlibat dalam lima jenis delik, yakni delik terhadap kepala/wakil kepala negara, delik terhadap pemerintah, delik terhadap alat negara, dan delik terhadap pegawai negeri dalam melakukan tugas, dan delik terhadap kepala negara dan wakil kepala negara sahabat (Tribuana Said, 1988: 101).

Salah satu koran yang mengalami delik itu adalah *Merdeka* pada 1952. Menteri Keuangan kala itu, Dr. Sumitro, mengadukan *Merdeka* ke pengadilan karena tulisan dan karikatur mengenai kasus penjualan besi tua sisa Perang Dunia II di Pulau Morotai dekat Halmahera. Sumitro waktu itu menyebut koran *Merdeka* sebagai *koran kuning*, sehingga pemimpin redaksi B.M. Diah balik menuntut Sumitro ke pengadilan. Menurut penulis Soebagijo I.N. (Tribuana Said, 1988: 104), sejak itulah istilah ‘koran kuning’ digunakan dalam dunia pers di Indonesia.

Melihat kondisi kebebasan pers yang kian memprihatinkan itu, harian milik Masjumi, *Abadi*, dalam tajuknya 25 November 1958 menulis sebagaimana dikutip Tribuana Said (1988: 111):

“Adalah merupakan kenjataan jang sangat menjolok sekali, betapa di

masa jang achir-achir ini pers dan djurnalistik kita begitu mengalami kemerosotan sehingga kode etik dan etika djurnalistik seolah-olah sama sekali tidak diindahkan lagi atau dianggap tidak ada oleh beberapa wartawan atau golongan wartawan untuk kepentingan dan tudjuan mentjari uang semata-mata atau untuk politik jang dianutnya.

Kadang-kadang orang bukan sadja harus menggelengkan kepalanja, akan tetapi merasa diri diliputi rasa muak dan djidjik melihat tulisan-tulisan jang tidak mengenal lagi batas-batas kesopanan dan kesusilaan. Tjara pemberitaan atau tulisan jang sama sekali tidak patut disadjikan kepada masjarakat jang mengenal dan mendjundjung tinggi norma-norma kesopanan dan kesusilaan”.

Orde Baru dan Lahirnya Sang Pelopor: Pos Kota

Kendati istilah koran kuning sudah muncul sejak era Demokrasi Liberal, namun perwujudan sesungguhnya koran kuning di Indonesia -- sebagaimana fenomena koran kuning di Amerika -- baru muncul pada era Orde Baru seiring dengan terbitnya harian *Pos Kota* dengan trilogi informasi yang disajikan: kriminalitas, kekerasan dan seksualitas. *Pos Kota* didirikan oleh Harmoko yang juga mantan menteri penerangan di era pemerintahan Soeharto, Yachya Suryawinata (wartawan), Tahar S.

Abiyasa (wartawan), S. Harsono (pengusaha), dan Pansa Tampubolon (pengusaha).

Lukman Solihin dalam artikelnya, *Etnografi Sejarah Koran Kuning (2) Pos Kota: Sang Pemula* (<http://ethnohistori.org/etnografi-sejarah-koran-kuning-2-pos-kota-sang-pemula-lukman-solihin.html>), menuliskan cukup komprehensif tentang bagaimana sejarah berdirinya *Pos Kota* menjadi koran populer dan tampil dengan gaya sensasionalitasnya hingga kemudian banyak ditiru oleh koran-koran sejenis. Menurut Lukman, Harmoko memperoleh ide koran kuning ketika menghadiri sebuah konferensi bertajuk “*Asia Assembly*” pada April 1970 di Manila, Filipina, yang diselenggarakan oleh *Press Foundation of Asia (PFA)*. Di Manila pada saat itu tengah menjamur koran-koran populer yang dijual murah di emperan jalan. Dari situlah kemudian Harmoko tertarik untuk menerbitkan koran sejenis di Indonesia.

Maka pada April 1970, *Pos Kota* terbit dengan oplah sebanyak 3.500 eksemplar dan dijual dengan harga eceran Rp 10,00, harga yang setara dengan ongkos sekali jalan bus kota di Jakarta kala itu. Meski usianya belum genap setahun keberadaan *Pos Kota* sebagai koran populer berhasil menarik perhatian khalayak ibu kota. Oplah *Pos Kota* semakin melejit mencapai angka 21.000 eksemplar setelah secara bersambung memuat cerita sensasional tentang bayi ajaib yang bisa bicara dalam perut ibunya, Cut Zahara Fona, dan tentang berita kematian Presiden Soekarno. Meskipun terbukti bahwa Cut Zahara Fona telah melakukan penipuan karena menyimpan *tape recorder* kecil yang disetel untuk mengeluarkan suara tertentu seperti suara bayi mengaji di balik setagen dalam gaun yang dipakainya, namun cerita tentang bayi ajaib ini telah melambungkan nama dan mendongkrak oplah *Pos Kota* di tahun pertamanya terbit.

Fenomena *Pos Kota* dengan berhasil memosisikan diri sebagai koran populer dengan berita-berita sensasionalitasnya mirip

dengan fenomena koran-koran sejenis di Amerika pada penghujung 1800-an yang kemudian melahirkan istilah koran kuning yang para pembacanya adalah masyarakat bawah. *Pos Kota* juga berhasil menyasar pembaca kelas bawah ibu kota, dengan berita-berita seputar kriminalitas, kekerasan dan seksualitas. *Pos Kota* juga tampil dengan cerita-cerita bergambar seperti komik *Yellow Kid* yang muncul di halaman *New York World*, dengan tokoh dan cerita *Doyok*, *Dul Kemplo*, dan sebagainya. Ciri khas lain adalah pada segi tampilan, koran ini dicirikan dengan tata letak dengan menonjolkan judul berita yang ditulis besar dengan kalimat bombastis. Bahkan sebagai penonjolan, judul dan tubuh berita diberikan warna tertentu. Rosihan Anwar sebagaimana dikutip Lukman, menyebut tata letak *Pos Kota* sebagai tata letak yang amburadul. Selain judul dan berita sensasionalitas, *Pos Kota* juga menampilkan rubrik khusus seperti *Nah Ini Dia...* yang isinya tak kalah sensasional dengan berita-berita yang ditampilkan.

Kelahiran *Pos Kota* sebagai koran populer di era Orde Baru dinyatakan seperti sebuah anomali dan seolah melawan arus. Selain dikenal dengan kekangan atas kebebasan persnya, surat kabar-surat kabar yang ada kala itu cenderung dengan pemberitaan-pemberitaan dengan gaya bahasa formal sesuai dengan semangat rezim Orde Baru yang sangat formalistik, sehingga banyak pihak memandang koran seperti itu hampir mustahil bisa terbit di Indonesia. Rosihan Anwar, sebagaimana dikutip Lukman, menyatakan alasan kemustahilan terbitnya koran populer kala itu. *Pertama*, sejak awal para wartawan yang terlibat aktif dalam pergerakan nasional adalah orang-orang yang serius mengemban misi perjuangan. Demi gengsi, mereka enggan menerbitkan koran populer. *Kedua*, jika berani menerbitkan koran populer, mereka akan berhadapan dengan kenyataan bahwa masyarakat kelas bawah belum memiliki daya beli yang cukup untuk berlangganan koran.

Faktanya, kehadiran *Pos Kota* sebagai koran populer justru sangat diminati dan memperoleh tempat khusus di masyarakat akar rumput. Mengomentari fenomena ini, Jakob Oetama menyatakan sebagai cerminan keinginan pembacanya. Dalam hal ini ia mengatakan bahwa media populer ini menjadi sarana untuk memenuhi kebutuhan informasi mengenai hal-hal yang sifatnya tetek bengek tetapi dengan aroma sensasional, sama halnya dengan perasaan ingin tahu tentang gosip tetangga maupun rekan kerja. Sedangkan Ashadi Siregar yang melihat dari sisi dunia sosial pembacanya yang notabene kaum urban mengatakan bahwa *Pos Kota* telah menggantikan media sosial lama yang hilang selama berada di Jakarta. Kaum urban kelas bawah yang merupakan pendatang telah kehilangan ruang-ruang komunikasi sehari-hari untuk membicarakan persoalan mereka. Kaum pendatang ini memerlukan media untuk saling bertukar informasi layaknya kebiasaan mereka dalam bergosip. Ketika di kampung, mereka dapat berkumpul dengan tetangga, mengobrol di pos ronda, atau di warung kopi. Topik obrolannya adalah masalah seputar mereka, tentang kejadian sehari-hari seperti si Polan yang kemalingan, anak Pak Soma yang hilang, mbakyu Anu ketangkap basah, Si Sono bunuh diri, atau harga kebutuhan pokok yang melambung tinggi. Media sosial inilah yang hilang dan lalu diisi oleh *Pos Kota*.

Reformasi dan Era Kejayaan Jurnalisme Kuning

Cerita tentang keberhasilan *Pos Kota* menciptakan ceruk pasar tersendiri di tengah-tengah keberadaan koran-koran *mainstream* tidak berhenti seiring bergantinya rezim pemerintahan, dari orde baru ke reformasi. Sebaliknya, era reformasi dengan kebebasan persnya semakin menancapkan taji *Pos Kota* sebagai koran populer dengan jumlah pembaca terbanyak sekaligus mengalahkan jumlah pembaca koran serius semacam *Kompas*. Hal ini setidaknya dapat dibuktikan dari hasil survey yang dilakukan oleh

sejumlah lembaga. Survey Media SPS pada tahun 2000, misalnya, menyatakan bahwa jumlah pembaca *Pos Kota* di wilayah Jabotabek mencapai 2.304.000 orang, mengungguli *Kompas* yang hanya memiliki jumlah pembaca sebanyak 1.521.000 orang. Lalu, pada tahun 2007, berdasarkan data Nielsen Media Research, jumlah pembaca *Pos Kota* di Jabotabek hingga bulan November 2007 mencapai 1.199.000 orang dan berada di urutan kedua setelah *Kompas* dengan jumlah pembaca 1.337.000 orang (<https://bincangmedia.wordpress.com/tag/sejarah-jurnalisme-kuning-di-indonesia/> Diakses pada Senin 19 Januari 2016 pukul 18.20). Sedangkan secara nasional *Pos Kota* juga pernah mengungguli *Kompas* baik dari sisi oplah maupun dari jumlah pembaca. *Majalah Cakram Fokus* edisi Mei-Juni 2005 merilis hasil survey yang dilakukan oleh Nielsen Media Research yang menempatkan *Pos Kota* sebagai terbitan paling laris di Indonesia dengan tiras mencapai 600.000 eksemplar dengan pembaca mencapai 2.551.000 orang, mengungguli oplah dan pembaca *Kompas* yang berada di urutan kedua.

Di era kebebasan pers ini pula *Pos Kota* semakin berani menampilkan berita-berita sensasional dan bombastis, baik isi maupun judul, seperti berikut ini: *Mayat Dikarungi Kepala Dipenggal Tangan-Kaki Putus* (Edisi 20 Mei 2007), *Helmy Yahya Pergoki Istri Selingkuh* dengan sub judul *Gugat Cerai di Pengadilan Agama Bekasi* (Edisi Sabtu 23 Mei 2009), *Kepala KUA Mesum di Kantor Diarak Warga* dengan sub judul *Mesum dengan Janda* (Edisi 15 Maret 2012), dan *Pria Keturunan Tionghoa Tewas Bugil* dengan dua sub judul *Mayat Dibungkus Plastik* dan *Motif Pembunuhan Diduga Bisnis, Wanita dan Dendam* (Edisi 16 Maret 2012). Tidak hanya berita seputar kriminalitas, kekerasan dan seksualitas, dunia politik pun tidak lepas dari komoditas pemberitaannya, ranah yang pada zaman Orde Baru cenderung dihindari. Foto-foto yang ditampilkan tak kalah berani dan vulgar. Foto pelaku kejahatan yang babak belur dihakimi

massa atau korban kecelakaan lalu lintas ditampilkan apa adanya. Begitu pun dengan foto artis dan selebritis, ditampilkan dengan gaya dan dandanan yang dikenal sebagai foto “sekwilda” alias sekitar wilayah dada dan “bupati” atau buka paha tinggi-tinggi.

Kesuksesan *Pos Kota* dengan jurnalisme kuningnya rupanya menginspirasi penerbitan lain untuk membuat koran sejenis.

Kesuksesan *Pos Kota* dengan jurnalisme kuningnya rupanya menginspirasi penerbitan lain untuk membuat koran sejenis. Di sejumlah daerah bermunculan koran yang ber *genre* sama dengan *Pos Kota*. Antara lain *Lampu Merah* dan *Non Stop* yang terbit di Jakarta, *Meteor* yang terbit di Semarang, *Posko* yang terbit di Manado, *Pos Metro* yang terbit di tiga kota sekaligus (Bogor, Medan, Batam), dan *Merapi* yang terbit di Yogyakarta. Khusus untuk *Lampu Merah*, sejak Minggu, 20 Oktober 2008 berubah nama menjadi *Lampu Hijau*. Pada pengantar edisi perdana *Lampu Hijau* ditulis dengan berganti nama baru, *Lampu Merah* ingin mengubah citranya menjadi koran yang lebih “teduh” sebagaimana filosofi warna hijau. Akan tetapi dalam praktiknya perubahan tersebut hanya terlihat dari pengurangan materi seksualitas. Sebagai gantinya *Lampu Hijau* menambah materi berita-berita politik dan kriminalitas dengan teknik pengemasan dan penyajian yang sama dengan *Lampu Merah* (<https://bincangmedia.wordpress.com/2010/04/30/menelisik-sejarah-koran-kuning-di-indonesia/>). Sebagaimana juga *Pos Kota*, koran-koran yang terbit di masa reformasi ini juga menjual sensasionalitas dengan judul yang bombastis disertai foto-foto yang vulgar.

Era Milenial: Merambah ke Media Online

Praktik jurnalisme kuning kenyataannya tidak hanya berlangsung di era kejayaan media cetak terutama pada pasca reformasi seiring diterbitkannya Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 tentang Pers, melainkan berlangsung pula pada era

sekarang. Pada era milenial ini praktik-praktik semacam tumbuh subur di berbagai media atau situs berita online. Longgarnya aturan dan mudahnya mendirikan media berbasis online, ditambah dengan keinginan mendapatkan sebanyak-banyaknya *klick*, *visit* dan *view* dari pembaca agar *traffic*-nya terus meningkat sebagai upaya memperoleh iklan, menjadikan media berita online berlomba menampilkan pemberitaan yang bombastis yang mengarah pada praktik jurnalisme kuning.

Sebagai contoh betapa media berita online telah terjebak pada praktik jurnalisme kuning dapat dilihat dari kasus pembunuhan Deudeuh Alfisahrin atau populer dengan nama Tata hubby pada 2016 silam. Kasus pembunuhan ini menjadi perhatian begitu rupa dari berbagai media, terutama media berita online dengan judul dan isi berita yang bombastis disertai foto yang sangat vulgar. Kondisi yang membuat Aliansi Jurnalis Independen (AJI) merasa prihatin. Melalui ketuanya Suwardjono, AJI sebagaimana dimuat *Tempo.co* (<https://metro.tempo.co/read/666629/heboh-prostitusi-aji-menilai-media-terjebak-jurnalisme-kuning>) menyebutkan bahwa pemberitaan kasus pembunuhan terhadap Tata Chubby itu telah melanggar dan melenceng dari koridor etika jurnalistik, tetapi juga sarat dengan rumor yang tak jelas sumbernya. Seperti diketahui, kasus pembunuhan Deudeuh Alfisahrin alias Tata Chubby ini cukup menyita perhatian publik akibat pemberitaan berbagai media yang tidak saja mengulas tentang kasus itu sendiri, tetapi juga telah melebar ke persoalan lain, bahkan telah masuk ke ranah privasi. Tidak hanya itu, kasus tewasnya Tata Chubby juga membuka tabir pihak kepolisian tentang praktik prostitusi online yang kemudian menjadi objek pemberitaan menarik media.

Kasus lain dari praktik jurnalisme kuning adalah kasus pemerkosaan dan pembunuhan seorang gadis bernama Enno Parinah di Tangerang. Oleh banyak media

berita online, kisah gadis yang dibunuh dan diperkosa secara sadis itu diceritakan begitu gamblang, bahkan bagaimana ia merasa kesakitan dan meminta ampun dikisahkan dengan amat detil. Demikian pula dengan foto korban, dimuat begitu jelas tanpa mengindahkan etika jurnalistik dan empati terhadap korban maupun keluarga korban.

Untuk menyebut contoh, berikut ini sejumlah media berita online yang memberitakan kasus pembunuhan tersebut secara vulgar dan tanpa mengindahkan kaidah dan etika jurnalistik. *Pertama*, situs berita *Tribunnews.com* menulis judul yang begitu vulgar dan sadis: *Enno Merintih Kesakitan Saat Gagang Pacul Menancap di Organ Intimnya* (<http://www.tribunnews.com/metropolitan/2016/05/17/enno-merintih-kesakitan-saat-gagang-pacul-menancap-di-organ-intimnya>).

Kedua, Situs *lensaindonesia.com* menulis judul: *Terungkap, Enno masih hidup dan minta ampun saat kemaluannya dimasuki gagang pacul* dengan subjudul *Erangan kesakitan setelah diperkosa bergiliran tak digubris ketiga pelaku*. Selain judul yang begitu vulgar, situs berita tersebut juga menampilkan foto korban semasa masih hidup. Adapun isi beritanya, juga tak kalah vulgar dan sadis. Kasus pembunuhan itu diceritakan secara detil, termasuk pernyataan aparat kepolisian selaku narasumber yang dikutip secara utuh, yang semakin menegaskan bahwa telah terjadi pengabaian etika dalam penulisan berita. Kutipan pernyataan itu adalah sebagai berikut: *“Korban tewas setelah kemaluannya dimasuki gagang pacul sepanjang 60 cm.”* (<https://www.lensaindonesia.com/2016/05/17/terungkap-enno-masih-hidup-dan-minta-ampun-saat-kemaluannya-dimasuki-gagang-pacul.html>).

Ketiga, situs berita *Bangka.tribunnews.com* menulis judul: *Eno Dibunuh Karena Menolak Hubungan Intim, Kemaluannya Dimasukan Gagang Cangkul* dengan pemuatan foto korban dan isi berita

yang vulgar dan sadis. (<http://bangka.tribunnews.com/2016/05/17/en-o-dibunuh-karena-menolak-hubungan-intim-kemaluannya-dimasukan-pacul>).

Keempat, Sindonews.com menulis judul: *Saat Dimasukan Cangkul, Kondisi Enno Masih Hidup* dengan isi berita yang tak kalah vulgar dan sadis, termasuk menuliskan pernyataan narasumber dari pihak kepolisian yang juga vulgar dan apa adanya sebagaimana berikut ini: “*RAF menekan pacul dengan kakinya hingga masuk ke dalam dadanya, dari panjang gagang pacul 65 sentimeter hanya menyisakan 15 sentimeter yang di luar.*”

(<https://metro.sindonews.com/read/1109231/170/saat-dimasukan-cangkul-kondisi-enno-masih-hidup-1463479461>).

Kehadiran situs berita online yang terjebak dalam praktik jurnalisme kuning, juga menimbulkan keprihatinan dari Dewan Pers. Dewan Pers melalui ketuanya, Yosep Adi Prasetyo menyebut media-media yang melakukan praktik jurnalisme demikian sebagai media yang tidak peka dan melanggar etika. Khusus dalam kasus pembunuhan Enno, Yosep Adi bahkan menyatakan: "Kisahinya diceritakan dengan demikian besar, bagaimana ia kesakitan dan meminta ampun sangat detail oleh media. Foto sadis yang dipampang di media bisa jadi kepuasan untuk para penjahat ataupun trauma pada masyarakat."

(<http://www.viva.co.id/berita/nasional/779705-dewan-pers-kritik-cara-media-online-beritakan-kejahatan-seks>)

Karaniaya Dharmasaputra dalam artikelnya, *Jurnalisme Online: Asal Seru dan Saru?* (2011) menuliskan tentang kecenderungan media online dalam menulis berita yang menurutnya identik dengan berita asal cepat, tidak akurat, menjerus saru (seronok, menjerus porno). Berita online juga seperti boleh dibuat tanpa mengindah prinsip-prinsip dan kode etik jurnalistik. Rumor bisa langsung naik menjadi berita, meski belum dicek kebenarannya. Korban di bawah umur

tak mengapa disebut dengan jelas identitasnya, termasuk dimuat fotonya. Gambar kekerasan langsung diunggah tanpa diedit atau dikaburkan terlebih dahulu. Yang penting menarik, membuat orang banyak meng-klik dan trafik pengunjung menjadi tinggi, dengan harapan dapat menarik lebih banyak iklan. Sedangkan Iwan Qodar Himawan (2011) menyebut bahwa kecepatan, tuntutan pembaca akan variasi informasi telah mengubah cara wartawan. Tekanan bisnis, yang membuat berita harus banyak di-klik agar pemasang iklan terpuaskan, juga membuat pengelola media berita online menggeber berita-berita yang cenderung ‘kuning’ dan menjual sensasi.

Jurnalisme Kuning dan Etika Komunikasi Massa

Jurnalisme kuning adalah praktik jurnalisme yang mengaburkan makna. Demikian sejumlah pihak memaknai praktik jurnalisme seperti itu. Ada juga yang mengatakan bahwa jurnalisme kuning bukanlah praktik jurnalistik karena selain tidak mengindahkan etika, isinya jauh dari realitas sesungguhnya. Penuh sensasi, padahal tidak sesensasional fakta sebenarnya. Penuh drama, padahal tidak sedramatis fakta yang ada. Dikemas dengan kata dan kalimat vulgar dan cabul, bahkan sadistis, terutama berita tentang seks, korban pemerkosaan, dan pembunuhan, disertai foto korban secara jelas dan apa adanya, tanpa ada rasa empati sedikit pun. Bahkan, beritanya tak jarang tidak bisa dipertanggungjawabkan oleh karena ketidakjelasan sumber atau berasal dari narasumber yang tidak kapabel.

R.H. Siregar (dalam Sukardi, 2007: 24) menyebut bahwa pada sebagian wartawan, penerapan etika jurnalistik masih kurang diperhatikan. Suatu keadaan yang dinilainya sangat buruk. Dalam kondisi demikian itu, yang terjadi adalah pers menjadi cenderung main hakim sendiri, yang karena

pengaruh yang ditimbulkannya masyarakat ikut-ikutan main hakim.

“Tidak heran apabila kemudian masyarakat sering mengeluh bahwa wartawan Indonesia di era reformasi sekarang telah mempraktikkan apa yang disebut ‘jurnalisme anarki’, ‘jurnalisme preman’, jurnalisme plintir’, jurnalisme hitam’, dan lain-lain predikat yang merusak citra wartawan Indonesia”

Pernyataan R.H. Siregar ini dikuatkan oleh hasil penelitian yang dilakukan Wina Armada Sukardi pada 2007 silam tentang pengetahuan dan pemahaman wartawan Indonesia pasca reformasi terhadap Kode Etik Wartawan Indonesia (KEWI). Hasil penelitian itu antara lain menyebutkan bahwa *pertama*, pengetahuan dan pemahaman wartawan Indonesia terhadap kode etik jurnalistik masih jauh dari memadai. *Kedua*, mudahnya menjadi wartawan tanpa kriteria apa pun menimbulkan kualitas kewartawanan dan berimplikasi pada pengabaian terhadap kode etik jurnalistik (Sukardi, 2007: 59-60).

Etika pada dasarnya adalah bukan apa yang sesungguhnya dilakukan, tetapi apa yang seharusnya dilakukan. Etika berbicara tentang norma moral, yakni seperangkat peraturan yang menentukan bagaimana seharusnya kita berperilaku, dengan implikasi bahwa melakukan sebaliknya adalah salah, karena mungkin membahayakan diri sendiri atau orang lain (Baggini, 2003: 45). Kaitan dengan etika ini, maka agar tidak menyimpang dari koridor etis dan tidak melakukan tindakan malpraktik, wartawan dalam menjalankan profesinya harus dipandu oleh kode etik. Hal ini mengingat dari besarnya pengaruh yang diakibatkan oleh pemberitaan. Dalam hal ini McQuail (2000: 102) menyebut bahwa karena sifatnya dan karakteristiknya yang mampu menjangkau massa dalam jumlah yang besar dan luas (*universality of reach*), media massa telah memberikan konsekuensi bagi kehidupan

politik dan budaya kontemporer dewasa ini. Dari sisi politik, media massa telah menjadi elemen penting dalam proses demokratisasi karena menyediakan arena dan saluran bagi debat publik, menjadikan calon pemimpin politik dikenal luas masyarakat dan juga berperan menyebarkan berbagai informasi dan pendapat. Sedangkan dari sisi budaya, media massa telah menjadi acuan utama untuk menentukan definisi-definisi terhadap suatu perkara, dan media massa memberikan gambaran atas realitas sosial. Media massa bahkan menjadi perhatian utama masyarakat untuk memperoleh hiburan dan menyediakan lingkungan budaya bersama bagi setiap orang. Termasuk dalam peran ekonomi, terus meningkat bersamaan dengan meningkatnya pertumbuhan industri media, diversifikasi media massa dan konsolidasi kekuatan media massa di masyarakat.

Dalam konteks sebagaimana dikemukakan McQuail di atas, maka media massa memiliki pengaruh bagi dinamika sosial, politik, dan budaya, termasuk pada perubahan perilaku sosial masyarakat. Praktik-praktik jurnalisme kuning pada sebagian media massa baik cetak, elektronik, maupun yang bersifat online, juga memiliki pengaruh besar pada sikap dan perilaku masyarakat. Menurut Straubhaar, dkk. (2011), pengaruh atau efek komunikasi massa atau yang ditimbulkan oleh media massa adalah terjadinya perubahan pada pengetahuan, sikap, emosi, atau tingkah laku setiap individu atau seseorang yang mengonsumsi media tersebut sebagai hasil dari paparan media massa yang dilakukandengan terus-menerus.

Dalam perspektif komunikasi, pemberitaan hasil dari praktik jurnalisme kuning adalah bentuk komunikasi yang tidak tulus, keluar dari koridor etis, dan tentu saja bertendensi negatif. Dalam banyak penelitian, berbagai perilaku buruk yang terjadi di masyarakat banyak disebabkan oleh imitasi dan pengaruh dari apa yang mereka baca di media massa.

Penutup

Persoalan etika dalam menghasilkan karya jurnalistik penting menjadi perhatian para jurnalis dan pemilik media. Kepentingan ekonomi politik media sebagai sesuatu yang tidak bisa dihindarkan di era industrialisasi media saat ini, harus tetap mengedepankan aspek etis, yakni kesadaran dan tanggung jawab etis. Kebebasan pers yang telah berhasil diraih tidak bisa dimaknai untuk bebas menulis apa, atau melegitimasi praktik-praktik jurnalisme kuning. Sebaliknya kebebasan itu harus senantiasa didedikasikan untuk mencapai kemerdekaan pers guna mewujudkan kedaulatan rakyat yang berasaskan demokrasi, keadilan, dan supremasi hukum, sesuai semangat Undang-Undang No. 40 Tahun 1999.

Untuk mewujudkan cita-cita dimaksud, maka wartawan tidak boleh bebas nilai. Ia terikat oleh sikap dan tanggung jawab etis. Karenanya, kode etik jurnalistik atau Kode Etik Wartawan Indonesia (KEWI) dan sejenisnya harus menjadi 'lilin pemandu' bagi wartawan agar tidak terjebak pada praktik jurnalisme kuning. Sebab, bagaimana pun jurnalisme kuning adalah lampu kuning bagi etika komunikasi massa.

Sebelum menutup tulis ini, ada baiknya kita renungkan ungkapan Prof. Hubert Dreyfus (dalam Priyambodo, 2011: 86), guru besar ilmu filsafat di University of California berikut ini: "*Media massa, termasuk yang menggunakan internet, berada di ruang publik sehingga keberadaannya harus memperhatikan ruang keindahan, ruang beretika dan ruang beragama.*"

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Baggini, Julian. 2003. *Making Sense; Filsafat di Balik Headline Berita (edisi terjemahan)*. Bandung: Mizan.

Baran, Stanley J., dan Davis, Dennis K. 2010. *Teori Komunikasi Massa; Dasar, Pergolakan dan Masa Depan (edisi terjemahan)*. Jakarta: Salemba Empat.

Conboy, Martin. 2003. *The Press and Popular Culture*. London: The Sage Publications Ltd.

McQuail, Dennis. 2000. *McQuail's Mass Communication Theory*. New Delhi: Sage Publications, Ltd.

Said, Tribuana. 1988. *Sejarah Pers Nasional dan Pembangunan Pers Pancasila*. Jakarta: CV Haji Masagung.

Sukardi Wina Armada. 2007. *Keutamaan di Balik Kontroversi Undang-Undang Pers*. Jakarta: Dewan Pers.

Sukardi, Wina Armada. 2007. *Close Up Seperempat Abad Pelaksanaan Kode Etik Jurnalistik*. Jakarta: Dewan Pers.

Straubhaar, J., LaRose, R. dan Davenport R. 2011. *Media Now: Understanding Media, Culture and Tchnology*. Thomson-Wadsworth.

Vivian, John. 2008. *Teori Komunikasi Massa (edisi terjemahan)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Majalah:

Cakram Fokus, edisi Mei-Juni 2005

Artikel:

Iwan Qodar Himawan. *Soal Etika dalam Jurnalisme Online*. Artikel dimuat dalam *Jurnal Dewan Pers*, Edisi No. 4 Januari 2011.

Karaniya Dharmasaputra. *Jurnalisme Online: Asal Seru dan Saru?* Artikel dimuat dalam *Jurnal Dewan Pers*, Edisi No. 4 Januari 2011.

Priyambodo RH. *Melek Multimedimassa*. Artikel Artikel dimuat dalam *Jurnal*

Dewan Pers, Edisi No. 4 Januari 2011.

tan/2016/05/17/enno-merintih-kesakitan-saat-gagang-pacul-menancap-di-organ-intimnya

Portal Online:

Bangkapos.com (2017, 17 November). *Eno Dibunuh Karena Menolak Hubungan Intim, Kemaluannya Dimasukan Cangkul*. Diunduh dari: <http://bangka.tribunnews.com/2016/05/17/eno-dibunuh-karena-menolak-hubungan-intim-kemaluannya-dimasukan-pacul>.

Bincangmedia.wordpress.com (2017, 19 November). Menelisik Sejarah Koran Kuning di Indonesia. Diunduh dari: <https://bincangmedia.wordpress.com/tag/sejarah-jurnalisme-kuning-di-indonesia/>.

Etnohistori.org. (2017, 19 November) *Etnografi Sejarah Koran Kuning (2): Pos Kota Sang Pemula*. Diunduh dari <http://etnohistori.org/etnografi-sejarah-koran-kuning-2-pos-kota-sang-pemula-lukman-solihin.html>.

Lensaindonesia.com (2017, 17 November). Terungkap, Enno Masih Hidup dan Minta Ampun Saat Kemaluannya Dimasuki Gagang Pacul. Diunduh dari: <https://www.lensaindonesia.com/2016/05/17/terungkap-enno-masih-hidup-dan-minta-ampun-saat-kemaluannya-dimasuki-gagang-pacul.html>.

Sindonews.com (2017, 17 November). *Saat Dimasukan Cangkul Kondisi Enno Masih Hidup*. Diunduh dari: <https://metro.sindonews.com/read/1109231/170/saat-dimasukan-cangkul-kondisi-enno-masih-hidup-1463479461>.

Tribunnews.com (2017, 17 November). *Enno Merintih Kesakitan Saat Gagang Pacul Menancap di Organ Intimnya*. Diunduh dari: <http://www.tribunnews.com/metropoli>

Viva.co.id (2017, 17 November). *Dewan Pers Kritik Cara Media Online Beritakan Kejahatan*. Diunduh dari: <http://www.viva.co.id/berita/nasional/779705-dewan-pers-kritik-cara-media-online-beritakan-kejahatan-seks>.

