

Peningkatan Pemahaman Kode Etik Jurnalistik di Era Transformasi Digital Industri Media

Agus Srimudin¹, Intan Putri^{1*}, Riko Fardiansyah¹, Feiza Salsabila Deka¹, Annisa Ghina Istighfarany¹, M. Rajab Sapriady¹, Novasriady¹, Kms. Umar Jayanegara¹, Prima Sunami¹, Alda Yulianti¹, Mutiara Hikmawati¹

¹Universitas Sumatera Selatan

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
Diserahkan: 20/11/2025 Direvisi: 18/12/2025 Diterima 20/01/2026	<i>Transformasi digital telah mengubah secara signifikan praktik jurnalistik dan ekosistem industri media, terutama melalui kehadiran media daring dan platform media sosial yang menuntut kecepatan serta kontinuitas produksi informasi. Kondisi tersebut di satu sisi membuka peluang perluasan jangkauan informasi, namun di sisi lain memunculkan berbagai tantangan etis, seperti penyebaran informasi yang belum terverifikasi, praktik clickbait, dan pelanggaran prinsip profesionalisme jurnalistik. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran pelaku media, jurnalis pemula, serta mahasiswa komunikasi terhadap pentingnya penerapan kode etik jurnalistik di era transformasi digital industri media. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi diskusi interaktif, pelatihan tematik, studi kasus pelanggaran etika jurnalistik, serta pendampingan dalam mengidentifikasi dan menerapkan prinsip-prinsip kode etik dalam praktik jurnalistik digital. Kegiatan dilaksanakan secara tatap muka di Fave Hotel Prabumulih dan diikuti oleh 50 peserta. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan rata-rata pemahaman peserta sebesar 80% setelah mengikuti kegiatan, dibandingkan dengan hasil pre-test. Sebanyak 88% peserta mampu mengidentifikasi bentuk pelanggaran kode etik jurnalistik dalam studi kasus media digital, dan 85% peserta menunjukkan peningkatan kemampuan dalam menerapkan prinsip etika jurnalistik pada simulasi produksi konten berita daring. Kegiatan ini disimpulkan efektif dalam memperkuat literasi etika jurnalistik dan mendukung terciptanya praktik media yang profesional, kredibel, dan berintegritas di era digital.</i>
Keywords: Kode Etik, Jurnalistik, Transformasi Digital, Industri Media	

Corresponding author email: alexrruh@unigo.ac.id



Published by Alesha Media Digital. This is an open access article under the [CC BY SA](#) license
Copyright@ Author (2026).

1. PENDAHULUAN

Transformasi digital telah membawa perubahan signifikan dalam industri media, khususnya dalam praktik jurnalistik di Indonesia. Perkembangan media daring, media sosial, dan teknologi distribusi informasi berbasis digital mendorong percepatan produksi dan penyebaran berita secara masif dan real time. Kondisi ini menuntut jurnalis dan pelaku media untuk bekerja lebih cepat dan adaptif, namun sering kali berimplikasi pada pengabaian prinsip-prinsip dasar jurnalistik. Dewan Pers (2023) mencatat meningkatnya jumlah pengaduan masyarakat terkait pemberitaan media siber, yang sebagian besar berkaitan dengan pelanggaran kode etik jurnalistik, seperti kurangnya verifikasi, ketidakberimbangan berita, penggunaan judul sensasional (*clickbait*), serta pelanggaran privasi narasumber [1].

Kode etik jurnalistik sejatinya merupakan landasan moral dan profesional yang harus dipatuhi oleh setiap jurnalis dalam menjalankan tugasnya, baik di media konvensional maupun digital. Namun, di era transformasi

digital, tantangan etika jurnalistik semakin kompleks. Tekanan algoritma platform digital, tuntutan trafik dan engagement, serta persaingan antar media daring sering kali mendorong praktik jurnalistik yang mengedepankan kecepatan dibandingkan akurasi [2]. Fenton (2019) menegaskan bahwa digitalisasi media berpotensi melemahkan fungsi jurnalistik sebagai pilar demokrasi apabila tidak diimbangi dengan penguatan etika dan profesionalisme wartawan [3].

Kondisi tersebut juga berdampak pada pelaku media lokal, jurnalis pemula, serta praktisi komunikasi yang bekerja di sektor industri kreatif dan perhotelan, termasuk di Kota Prabumulih. Lingkungan industri jasa seperti perhotelan memiliki keterkaitan erat dengan media digital, baik melalui publikasi kegiatan, siaran pers, konten promosi, maupun relasi dengan media daring. Namun, masih terdapat keterbatasan pemahaman mengenai batasan antara konten jurnalistik, advertorial, dan konten promosi digital yang sesuai dengan kode etik jurnalistik [4]. Hal ini berpotensi menimbulkan kesalahan praktik komunikasi media yang berdampak pada kredibilitas institusi maupun media itu sendiri.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan di Fave Hotel Prabumulih sebagai lokasi strategis yang merepresentasikan sektor industri jasa yang aktif berinteraksi dengan media digital dan publik. Melalui kegiatan ini, dilakukan sosialisasi dan edukasi mengenai kode etik jurnalistik serta tantangan penerapannya di era transformasi digital industri media. Diharapkan kegiatan ini mampu meningkatkan pemahaman peserta baik praktisi komunikasi, pengelola konten, maupun pihak terkait terhadap prinsip etika jurnalistik, sehingga tercipta praktik komunikasi dan publikasi media yang profesional, bertanggung jawab, serta selaras dengan nilai-nilai jurnalistik di era digital.

2. METODE PELAKSANAAN

Hasil dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dirancang agar dapat diukur secara sistematis. Oleh karena itu, penulis menjelaskan instrumen dan teknik evaluasi yang digunakan, baik secara deskriptif maupun kualitatif, guna menilai tingkat pemahaman peserta terhadap materi kode etik jurnalistik. Instrumen evaluasi meliputi observasi partisipatif, sesi tanya jawab, serta refleksi peserta sebelum dan sesudah kegiatan. Dalam pelaksanaannya, kegiatan ini menerapkan metode diskusi interaktif dan pendampingan langsung yang dipilih karena mampu mendorong keterlibatan aktif peserta sekaligus memfasilitasi pemahaman yang lebih mendalam terhadap penerapan kode etik jurnalistik di era digital. Diskusi dikemas dalam suasana pembelajaran yang komunikatif dan partisipatif (*fun learning*) agar peserta lebih mudah memahami isu-isu etika jurnalistik, khususnya yang berkaitan dengan praktik media digital. Secara umum, program pengabdian ini dilaksanakan melalui dua tahapan utama, yaitu tahap persiapan dan perencanaan kegiatan, serta tahap pelaksanaan yang mencakup penyampaian materi, diskusi kasus, dan evaluasi kegiatan.

1) Persiapan dan Perencanaan

- a. Pada tahap awal pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, tim pelaksana melakukan koordinasi dengan Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Sumatera Selatan guna merancang program pengabdian yang relevan dengan kebutuhan peserta. Koordinasi ini mencakup penyusunan konsep kegiatan, penentuan metode pelaksanaan, penjadwalan, serta peninjauan terhadap hasil kegiatan pengabdian sejenis yang telah dilaksanakan sebelumnya sebagai bahan evaluasi dan penyempurnaan program. Langkah ini dilakukan untuk memastikan bahwa kegiatan pengabdian berjalan secara sistematis, terukur, dan sesuai dengan standar akademik.
- b. Selanjutnya, tim pengabdian menyusun program kemitraan berdasarkan hasil analisis situasi dan permasalahan yang dihadapi peserta, khususnya terkait rendahnya pemahaman mengenai kode etik jurnalistik dalam praktik media digital. Permasalahan yang diidentifikasi meliputi keterbatasan

pemahaman prinsip dasar jurnalistik, tantangan penerapan etika dalam pemberitaan digital yang serba cepat, kecenderungan penggunaan judul sensasional (clickbait), serta minimnya pemahaman batasan etis dalam produksi dan distribusi konten media daring. Analisis ini menjadi dasar dalam penyusunan materi sosialisasi dan pendampingan yang menekankan aspek profesionalisme, tanggung jawab, dan integritas jurnalistik.

- c. Tahap berikutnya adalah pelaksanaan sosialisasi program pengabdian yang dilakukan di Fave Hotel Prabumulih sebagai lokasi kegiatan. Pada tahap ini, tim pengabdian memperkenalkan tujuan, ruang lingkup, serta bentuk kegiatan kepada peserta, sekaligus menyepakati mekanisme pelaksanaan pengabdian secara partisipatif. Sosialisasi ini bertujuan untuk membangun kesamaan persepsi antara tim pelaksana dan peserta, serta mendorong keterlibatan aktif peserta dalam seluruh rangkaian kegiatan pengabdian, sehingga proses peningkatan pemahaman kode etik jurnalistik dapat berjalan secara efektif dan berkelanjutan.

2) *Pelaksanaan*

- a. Memberikan pelatihan dan pendampingan mengenai prinsip-prinsip dasar kode etik jurnalistik, meliputi akurasi, keberimbangan, independensi, tanggung jawab sosial media, serta perlindungan terhadap hak privasi dan narasumber.
- b. Menyelenggarakan diskusi dan studi kasus terkait praktik jurnalistik di media digital, termasuk analisis pelanggaran kode etik jurnalistik yang sering terjadi pada media daring dan media sosial.
- c. Melaksanakan pelatihan penulisan berita digital yang beretika, mencakup teknik verifikasi informasi, penulisan judul yang tidak menyesatkan, serta pemisahan yang jelas antara fakta, opini, dan konten promosi.
- d. Memberikan pendampingan dalam penyusunan konten jurnalistik digital dengan memperhatikan etika visual, penggunaan foto dan video jurnalistik yang bertanggung jawab, serta kepatuhan terhadap hak cipta.
- e. Menyelenggarakan pelatihan pemanfaatan platform digital dan media sosial secara etis, seperti Instagram, TikTok, dan website media, dengan menekankan prinsip kode etik jurnalistik dalam proses produksi dan distribusi informasi kepada publik.

Metode pelaksanaan kegiatan ini dirancang tidak hanya untuk memberikan pemahaman konseptual mengenai kode etik jurnalistik, tetapi juga membekali peserta dengan kemampuan praktis dalam menerapkan prinsip-prinsip etika tersebut pada praktik jurnalistik digital. Melalui pendekatan ini, peserta diharapkan mampu meningkatkan profesionalisme serta kualitas produksi konten jurnalistik yang akurat, berimbang, dan bertanggung jawab di tengah dinamika industri media digital. Kegiatan pengabdian ini diikuti oleh 50 peserta yang terdiri atas jurnalis pemula, pengelola media digital, dan mahasiswa bidang komunikasi, dengan tingkat kehadiran rata-rata mencapai 95% selama seluruh rangkaian kegiatan berlangsung. Dari jumlah tersebut, sebanyak 48 peserta (90%) dinilai mampu memahami dan mengaplikasikan prinsip kode etik jurnalistik dalam simulasi penulisan dan analisis konten media digital. Capaian ini menunjukkan bahwa pendekatan pembelajaran berbasis praktik dan diskusi kasus efektif dalam meningkatkan pemahaman serta kesadaran etika jurnalistik peserta dalam menghadapi tantangan transformasi digital industri media.

3. **HASIL & PEMBAHASAN**

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilakukan secara tatap muka melalui metode diskusi interaktif, pelatihan tematik, dan pendampingan langsung. Kegiatan yang mengangkat tema “Peningkatan Pemahaman Kode Etik Jurnalistik di Era Transformasi Digital Industri Media” ini difokuskan

pada peserta yang berasal dari kalangan jurnalis pemula, pengelola media digital, mahasiswa komunikasi, serta praktisi konten media yang aktif memproduksi informasi digital. Kegiatan dilaksanakan di Fave Hotel Prabumulih sebagai lokasi pengabdian, dengan jumlah peserta sebanyak 50 orang. Untuk mengukur efektivitas kegiatan, digunakan instrumen evaluasi berupa pre-test dan post-test guna menilai peningkatan pemahaman peserta terhadap prinsip-prinsip kode etik jurnalistik, seperti akurasi, keberimbangan, verifikasi informasi, dan tanggung jawab sosial media. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan rata-rata pemahaman peserta sebesar 80% setelah mengikuti kegiatan, dibandingkan dengan hasil pre-test. Sebanyak 88% peserta mampu mengidentifikasi bentuk pelanggaran kode etik jurnalistik dalam studi kasus media digital, dan 85% peserta menunjukkan peningkatan kemampuan dalam menerapkan prinsip etika jurnalistik pada simulasi produksi konten berita daring. Selain itu, dilakukan pula survei kepuasan peserta terhadap pelaksanaan kegiatan. Berdasarkan hasil survei, 90% peserta menyatakan puas terhadap materi yang disampaikan, sementara 87% menilai metode diskusi dan pendampingan sangat membantu dalam memahami penerapan kode etik jurnalistik di tengah dinamika transformasi digital industri media. Mayoritas peserta juga menyatakan bahwa kegiatan ini relevan dengan kebutuhan praktik jurnalistik saat ini serta memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kesadaran etis dan profesionalisme dalam produksi konten media digital.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini memberikan dampak positif yang nyata bagi peserta, khususnya dalam meningkatkan pemahaman dan kesadaran mereka terhadap pentingnya penerapan kode etik jurnalistik di era transformasi digital. Peserta tidak hanya mengalami peningkatan pengetahuan mengenai prinsip-prinsip etika jurnalistik, tetapi juga menunjukkan kemampuan yang lebih baik dalam mengidentifikasi pelanggaran etika serta menerapkan prinsip akurasi, keberimbangan, dan verifikasi dalam produksi konten media digital. Selain itu, melalui diskusi interaktif dan pendampingan langsung, peserta menjadi lebih reflektif dan kritis terhadap praktik jurnalistik yang mereka lakukan sehari-hari. Kegiatan ini juga mendorong peserta untuk lebih berhati-hati dalam menyaring dan menyajikan informasi agar tidak menimbulkan misinformasi di ruang publik. Dengan meningkatnya pemahaman etis tersebut, peserta diharapkan mampu berkontribusi dalam menciptakan ekosistem media digital yang lebih kredibel, bertanggung jawab, dan berorientasi pada kepentingan masyarakat.



Gambar 1. Dokumentasi Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Pokok materi yang disampaikan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diawali dengan pemahaman mengenai peran teknologi digital dalam mengubah lanskap industri media dan praktik jurnalistik. Di era persaingan informasi yang semakin ketat, media yang mampu bertahan adalah media yang tidak hanya adaptif terhadap perkembangan teknologi, tetapi juga konsisten dalam menerapkan prinsip-prinsip etika jurnalistik. Pemanfaatan internet, media daring, dan platform media sosial telah mempercepat proses produksi serta distribusi berita, namun pada saat yang sama meningkatkan risiko pelanggaran etika, seperti penyebaran informasi yang tidak terverifikasi, sensasionalisme, dan pencampuran fakta dengan opini [5].

Dalam konteks tersebut, pemahaman terhadap kode etik jurnalistik menjadi fondasi utama bagi jurnalis dan pelaku media digital. Kode etik jurnalistik berfungsi sebagai pedoman profesional dalam menjaga akurasi, independensi, keberimbangan, serta tanggung jawab sosial media. Dewan Pers (2022) menegaskan bahwa penerapan kode etik jurnalistik tetap relevan dan wajib dijunjung tinggi, baik dalam media cetak, penyiaran, maupun media siber [6]. Sejalan dengan itu, Kovach dan Rosenstiel (2014) menyatakan bahwa prinsip dasar jurnalistik tidak berubah meskipun medium penyampaian informasi terus berkembang secara digital [7]. Lebih lanjut, transformasi digital industri media menuntut jurnalis untuk memahami batasan etika dalam penggunaan teknologi, termasuk pemanfaatan media sosial sebagai sumber informasi, praktik jurnanisme warga, serta penggunaan data digital dalam peliputan [8]. Ward (2015) menjelaskan bahwa etika jurnalistik di era digital tidak hanya berkaitan dengan isi berita, tetapi juga mencakup proses produksi, distribusi, dan interaksi dengan audiens [9]. Oleh karena itu, pelatihan ini menekankan pentingnya penguatan literasi etika jurnalistik agar peserta mampu mengintegrasikan pemanfaatan teknologi digital dengan penerapan nilai-nilai profesionalisme dan integritas dalam praktik jurnalistik sehari-hari.

Kemajuan teknologi digital telah membawa perubahan yang sangat signifikan dalam dunia media, membuat proses penciptaan dan penyebaran informasi berlangsung jauh lebih cepat, masif, dan mudah diakses [10]. Saat ini, tidak hanya lembaga pers dan jurnalis profesional yang dapat memproduksi berita, tetapi juga masyarakat umum yang memiliki perangkat digital dan akses internet. Melalui berbagai platform seperti media sosial, situs berita online, blog pribadi, hingga kanal video berbasis streaming, setiap individu dapat dengan bebas membagikan informasi, opini, maupun konten jurnalistik [11]. Kondisi ini menjadikan ekosistem media semakin dinamis dan partisipatif, sekaligus menimbulkan tantangan baru terkait akurasi, kredibilitas, serta tanggung jawab dalam penyebaran informasi di ruang publik digital [12]. Meskipun hal ini memberikan peluang luas bagi masyarakat untuk berpartisipasi dalam kegiatan jurnalistik, namun minimnya pemahaman terhadap Kode Etik Jurnalistik menyebabkan munculnya berbagai pelanggaran etika, seperti penyebaran hoaks, clickbait, pemberitaan yang tidak berimbang, penggunaan foto atau video tanpa izin, hingga praktik manipulasi informasi demi mengejar trafik. Kondisi tersebut diperparah oleh kompetisi ketat antar media digital yang mendorong kecepatan publikasi mengalahkan akurasi dan verifikasi fakta, sehingga risiko kesalahan informasi semakin tinggi.

Di samping itu, tingkat literasi etika jurnalistik di kalangan jurnalis pemula, pembuat konten digital, serta pengelola media komunitas masih tergolong rendah, terutama karena banyak di antara mereka belum pernah memperoleh pelatihan formal mengenai penerapan 11 pasal Kode Etik Jurnalistik. Kurangnya pemahaman mendalam tentang prinsip-prinsip dasar etika seperti akurasi, keberimbangan, perlindungan narasumber, serta tanggung jawab dalam penyajian informasi membuat mereka sering tidak menyadari bahwa setiap konten yang dipublikasikan memiliki konsekuensi sosial yang besar. Akibatnya, berbagai bentuk kesalahan informasi, bias, atau pelanggaran privasi kerap terjadi tanpa disadari, menciptakan potensi dampak negatif bagi individu, komunitas, bahkan opini publik secara luas. Kehadiran teknologi manipulatif seperti deepfake, AI generatif, serta rekayasa visual turut memperburuk situasi dengan memperbesar potensi disinformasi yang sulit dideteksi.

Melihat kondisi tersebut, upaya untuk meningkatkan pemahaman serta keterampilan etika jurnalistik menjadi kebutuhan yang sangat mendesak. Program pelatihan yang terstruktur, terutama melalui kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, memiliki peran penting dalam menjembatani kesenjangan pengetahuan ini. Melalui kegiatan PKM, peserta tidak hanya mendapatkan penjelasan teoritis mengenai nilai-nilai dasar etika jurnalistik, tetapi juga memperoleh kesempatan untuk praktik langsung, seperti melakukan verifikasi fakta, menganalisis berbagai contoh kasus pelanggaran etika di media digital, hingga menyusun konten yang sesuai dengan standar akurasi dan integritas jurnalistik. Pendekatan ini diharapkan mampu membekali jurnalis pemula, kreator konten, dan pengelola media komunitas dengan kemampuan yang lebih komprehensif untuk menghasilkan informasi yang bertanggung jawab, profesional, serta selaras dengan prinsip-prinsip jurnalistik

yang relevan di era modern.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan penerapan Kode Etik Jurnalistik di era transformasi digital. Sasaran kegiatan adalah jurnalis pemula, content creator, serta pengelola media komunitas yang aktif memproduksi dan menyebarkan konten melalui berbagai platform digital. Kegiatan ini fokus pada pemberian edukasi dan pendampingan praktis agar peserta memahami prinsip-prinsip etika jurnalistik, termasuk akurasi, keberimbangan, tanggung jawab terhadap narasumber, serta penerapan standar profesional dalam konteks media daring yang terus berkembang. Dengan demikian, peserta diharapkan dapat menghasilkan konten informasi yang kredibel, bertanggung jawab, dan sesuai dengan kaidah jurnalistik modern, sekaligus meningkatkan kesadaran akan dampak sosial dari setiap konten yang dipublikasikan di era digital.



Gambar 2. Dokumentasi Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Industri media memiliki peran yang sangat strategis dalam kehidupan sosial dan demokrasi di Indonesia, khususnya dalam menyediakan informasi yang akurat, berimbang, dan bertanggung jawab kepada masyarakat. Media tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai pengawas sosial, pembentuk opini publik, serta ruang diskursus yang memengaruhi sikap dan perilaku masyarakat. Landasan normatif praktik jurnalistik di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers, yang menegaskan bahwa kemerdekaan pers harus dijalankan secara profesional dan beretika. Dalam konteks tersebut, Kode Etik Jurnalistik menjadi pedoman utama bagi jurnalis dan pelaku media dalam menjalankan tugasnya.

Kode Etik Jurnalistik mengatur prinsip-prinsip dasar yang wajib dipatuhi dalam proses produksi berita, mulai dari keakuratan informasi, keberimbangan, independensi, hingga tanggung jawab sosial. Jurnalis dituntut untuk bekerja secara profesional, tidak mencampurkan fakta dan opini yang menghakimi, serta menghormati hak privasi narasumber. Di era transformasi digital industri media, prinsip-prinsip tersebut menghadapi tantangan yang semakin kompleks. Kecepatan publikasi, tekanan algoritma platform digital, serta maraknya konten buatan pengguna (user generated content) sering kali mengaburkan batas antara karya jurnalistik dan konten non-jurnalistik. Lebih lanjut, transformasi digital juga melahirkan beragam bentuk media baru yang dikelola oleh individu maupun komunitas, yang tidak seluruhnya memiliki pemahaman memadai mengenai etika jurnalistik. Kondisi ini berpotensi memicu pelanggaran kode etik, seperti penyebaran informasi tidak terverifikasi, sensasionalisme, hingga disinformasi. Oleh karena itu, peningkatan pemahaman terhadap kode etik jurnalistik menjadi kebutuhan mendesak, tidak hanya bagi jurnalis profesional, tetapi juga bagi mahasiswa

komunikasi, pengelola media digital, serta masyarakat yang terlibat dalam produksi dan distribusi informasi di ruang digital.

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan yang mendasar dalam industri media, menggeser dominasi media cetak dan elektronik tradisional menuju platform digital yang lebih modern dan interaktif. Peralihan ini tidak hanya mempercepat proses produksi dan distribusi informasi, tetapi juga memperluas jangkauan publik serta mempermudah akses bagi siapa saja yang memiliki perangkat digital dan koneksi internet. Selain itu, transformasi ini menjadikan masyarakat umum bukan sekadar konsumen informasi, melainkan juga produsen konten (prosumer), yang dapat berpartisipasi aktif dalam penyebaran berita, opini, maupun konten kreatif lainnya melalui portal berita daring, media sosial, blog, atau kanal video streaming [13] [14]. Fenomena ini menciptakan ekosistem media yang sangat dinamis dan partisipatif, di mana aliran informasi bersifat lebih cepat dan masif, tetapi sekaligus menimbulkan tantangan baru terkait akurasi, kredibilitas, serta tanggung jawab publik dalam memproduksi dan menyebarkan konten digital.

Platform digital seperti portal berita daring, media sosial, blog pribadi, dan kanal video streaming memungkinkan siapa saja tidak hanya jurnalis profesional untuk menerbitkan konten berita dan opini secara langsung, sehingga menciptakan ekosistem media yang sangat partisipatif dan interaktif. Menurut Deuze (2007, media baru ini mengubah struktur komunikasi dengan memberi kesempatan kepada pengguna untuk menjadi kontributor aktif, bukan sekadar konsumen [15]. Selain itu, keterlibatan pengguna sebagai produsen konten menegaskan karakter “many-to-many” dalam jurnalisme digital, di mana dialog publik lebih cair dan beragam (Participatory Media). Peran media sosial dalam jurnalistik kontemporer bahkan telah dipandang sebagai bagian dari praktik jurnalisme baru, di mana proses news gathering, produksi, dan publikasi dapat dilakukan melalui interaksi langsung dengan audiens [16]. Fenomena ini juga diamati dalam user-generated content di blog dan video: platform seperti YouTube memungkinkan individu menciptakan narasi mereka sendiri dan menjalin hubungan langsung dengan penonton [17].

Namun, kemudahan publikasi konten melalui platform digital juga menghadirkan tantangan serius dalam hal akurasi, kredibilitas, dan tanggung jawab. Karena siapa saja bisa menyebarkan informasi tanpa melalui proses verifikasi yang ketat, risiko kesalahan, bias, atau bahkan disinformasi menjadi jauh lebih tinggi. Dalam banyak kasus, konten yang tidak diverifikasi dapat tersebar dengan cepat dan luas karena sifat viral media sosial, sehingga sulit dikendalikan [18]. Selain itu, tekanan persaingan di dunia digital di mana trafik dan engagement menjadi tolok ukur keberhasilan sering mendorong penerbit konten untuk mengorbankan verifikasi demi kecepatan publikasi [19]. Akibatnya, masyarakat menjadi rentan terhadap berita palsu, manipulasi informasi, atau framing yang tidak etis, yang pada akhirnya dapat merusak kepercayaan publik terhadap media dan memperlemah fungsi jurnalisme sebagai pilar demokrasi.

Kode Etik Jurnalistik (KEJ) merupakan pedoman utama yang menjadi acuan bagi jurnalis dalam melaksanakan profesinya secara profesional. KEJ dirancang untuk menegaskan standar perilaku yang harus dipatuhi, sehingga setiap langkah dalam proses jurnalistik mulai dari pengumpulan, verifikasi, hingga penyajian informasi dilakukan secara bertanggung jawab, akurat, dan berlandaskan integritas. Dengan kata lain, kode etik ini tidak hanya berfungsi sebagai aturan formal, tetapi juga sebagai landasan moral dan profesional yang membimbing jurnalis agar tetap objektif, adil, dan konsisten dalam menjaga kredibilitas media serta hak-hak publik yang menjadi konsumen informasi.

Di Indonesia, Kode Etik Jurnalistik yang diterbitkan oleh Dewan Pers mengatur prinsip-prinsip dasar yang wajib dipatuhi oleh setiap jurnalis profesional. Prinsip-prinsip tersebut mencakup akurasi, yang menekankan pentingnya menyajikan fakta secara benar dan dapat diverifikasi; keberimbangan dan keadilan, yang menuntut pemberitaan tidak memihak dan menyajikan berbagai sudut pandang; tanggung jawab sosial, yang mengingatkan jurnalis untuk mempertimbangkan dampak sosial dari setiap informasi yang disebarkan; perlindungan terhadap narasumber, termasuk menjaga kerahasiaan dan keselamatan mereka; serta integritas

dan independensi jurnalis, yang memastikan media dan jurnalis tetap objektif, bebas dari pengaruh pihak tertentu, dan berpegang pada standar etika dalam setiap pemberitaan [20]. Penerapan prinsip-prinsip ini menjadi sangat krusial di era digital saat ini, di mana arus informasi begitu cepat dan luas, sehingga kesalahan atau pelanggaran etika dapat menyebar secara masif dan berdampak signifikan terhadap kepercayaan public [21].

Penerapan Kode Etik Jurnalistik memegang peranan penting dalam memastikan bahwa informasi yang diterima oleh publik tetap berkualitas, akurat, dan dapat dipercaya. Dengan mematuhi prinsip-prinsip etika, jurnalis dan content creator dapat melindungi masyarakat dari risiko paparan berita palsu, hoaks, atau informasi yang menyesatkan yang kerap beredar di ruang publik digital [22]. Selain itu, penerapan kode etik juga menjadi fondasi untuk membangun dan mempertahankan kepercayaan publik terhadap media massa, karena masyarakat cenderung menilai kredibilitas suatu media berdasarkan konsistensi dan integritas pemberitaan yang disajikan. Dalam konteks transformasi digital, di mana informasi dapat tersebar dengan cepat melalui berbagai platform daring, kepatuhan terhadap kode etik menjadi semakin krusial untuk menjaga reputasi media dan mencegah disinformasi yang dapat merusak opini publik serta memengaruhi pengambilan keputusan masyarakat [23].

Di era transformasi digital saat ini, di mana setiap individu memiliki kemampuan untuk memproduksi dan menyebarkan konten melalui berbagai platform daring, pemahaman terhadap Kode Etik Jurnalistik menjadi semakin krusial. Kurangnya literasi etika di kalangan jurnalis pemula, content creator, maupun pengelola media digital dapat memicu berbagai bentuk pelanggaran, seperti penyebaran berita yang tidak akurat, penggunaan judul sensasional atau clickbait, manipulasi gambar dan video, serta framing informasi yang bias. Pelanggaran-pelanggaran ini tidak hanya menurunkan kualitas konten yang diterima publik, tetapi juga berpotensi merusak reputasi media, mengikis kepercayaan masyarakat terhadap informasi digital, serta menimbulkan konsekuensi sosial yang serius. Oleh karena itu, edukasi dan pembekalan mengenai penerapan Kode Etik sangat penting untuk membangun praktik jurnalistik yang bertanggung jawab dan berintegritas di tengah derasnya arus informasi digital.

Akibat dari kurangnya pemahaman dan penerapan Kode Etik Jurnalistik di era digital, bukan hanya reputasi media yang berisiko tergerus, tetapi juga kualitas ruang publik digital dan integritas informasi yang beredar di masyarakat dapat terganggu. Penyebaran konten yang tidak etis atau tidak akurat berpotensi menimbulkan disinformasi, kebingungan publik, serta memengaruhi opini dan keputusan masyarakat secara negative [24]. Kondisi ini menegaskan pentingnya edukasi dan pendampingan etika jurnalistik secara sistematis, khususnya bagi jurnalis pemula, content creator, dan pengelola media digital [25]. Program pembekalan dan bimbingan praktis tentang penerapan KEJ dapat membantu mereka memahami prinsip-prinsip profesionalisme, melakukan verifikasi fakta, dan memproduksi konten yang bertanggung jawab, akurat, serta berintegritas, sehingga menciptakan ekosistem media digital yang sehat dan dapat dipercaya.

Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat secara umum dapat dilihat melalui beberapa komponen utama berikut:

1) Keberhasilan target jumlah peserta

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini direncanakan untuk diikuti oleh sedikitnya 15 peserta. Namun, dalam pelaksanaannya jumlah peserta yang hadir mencapai 20 orang, sehingga tingkat partisipasi mencapai 100% dari target yang ditetapkan. Tingginya antusiasme peserta menunjukkan bahwa kegiatan ini relevan dengan kebutuhan masyarakat media serta mencerminkan meningkatnya kesadaran akan pentingnya pemahaman kode etik jurnalistik di tengah pesatnya transformasi digital industri media.

2) Ketercapaian tujuan kegiatan

Tujuan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dengan fokus pada “Peningkatan Pemahaman Kode Etik Jurnalistik di Era Transformasi Digital Industri Media” dinilai tercapai dengan baik. Materi yang disampaikan dapat dipahami peserta melalui kombinasi metode diskusi dan praktik berbasis studi kasus. Hal ini

menunjukkan bahwa tujuan kegiatan, yaitu meningkatkan pemahaman dan kemampuan peserta dalam menerapkan kode etik jurnalistik secara profesional di media digital, telah terpenuhi secara optimal.



Gambar 3. Dokumentasi Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

3) Ketercapaian Target Materi yang Telah Direncanakan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dinilai berhasil dalam aspek penyampaian materi, karena seluruh pokok bahasan terkait etika jurnalistik di era digital dapat disampaikan secara sistematis dan dipahami dengan baik oleh peserta. Materi utama difokuskan pada pemahaman kode etik jurnalistik sebagai landasan profesionalisme dalam praktik produksi dan distribusi informasi di media digital. Dalam konteks transformasi industri media, kode etik jurnalistik berperan sebagai pedoman moral dan profesional bagi jurnalis maupun pengelola media dalam menjaga akurasi, keberimbangan, dan tanggung jawab sosial terhadap publik. Beberapa aspek penting yang dibahas dalam kegiatan ini meliputi:

- a. Akurasi dan verifikasi informasi, yaitu kewajiban jurnalis untuk memastikan kebenaran data dan fakta sebelum dipublikasikan, khususnya di tengah tuntutan kecepatan pemberitaan media digital. Prinsip ini menjadi kunci dalam mencegah penyebaran hoaks dan disinformasi.
- b. Independensi dan objektivitas, yang menekankan pentingnya menjaga jarak dari kepentingan tertentu, baik politik, ekonomi, maupun personal, sehingga produk jurnalistik tetap berpihak pada kepentingan publik.
- c. Tanggung jawab dalam pembentukan opini publik, di mana media digital memiliki peran strategis dalam membentuk persepsi masyarakat. Oleh karena itu, jurnalis dituntut untuk menyajikan informasi secara berimbang dan tidak menyesatkan.
- d. Perlindungan terhadap privasi dan narasumber, terutama dalam pemberitaan yang melibatkan individu atau kelompok rentan. Aspek ini menjadi semakin krusial di era digital, ketika konten dapat tersebar luas dan tersimpan secara permanen di ruang siber.
- e. Pemisahan antara fakta, opini, dan konten komersial, guna menghindari praktik misleading content serta menjaga kepercayaan publik terhadap media.
- f. Etika penggunaan media sosial dan platform digital, yang mencakup tanggung jawab jurnalis dalam memproduksi, membagikan, dan mengomentari konten di ruang digital, baik sebagai institusi media maupun individu profesional [26].
- g. Peningkatan kualitas pelayanan informasi publik, melalui praktik jurnalistik yang transparan, akuntabel, dan terbuka terhadap koreksi, sehingga tercipta hubungan yang sehat antara media dan masyarakat.

Melalui pembahasan aspek-aspek tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan mampu memperkuat pemahaman peserta mengenai pentingnya penerapan kode etik jurnalistik secara konsisten dalam menghadapi dinamika dan tantangan transformasi digital industri media.

4) Kemampuan Peserta dalam Penugasan Materi

Kemampuan peserta dalam memahami dan menguasai materi dapat dikategorikan baik. Hal ini dipengaruhi

oleh latar belakang peserta yang beragam, baik dari sisi pendidikan, pengalaman jurnalistik, maupun tingkat literasi digital. Meskipun terdapat perbedaan tingkat pemahaman antar peserta, secara umum mereka mampu mengikuti alur kegiatan dan berpartisipasi aktif dalam diskusi. Keberhasilan kegiatan ini tidak hanya tercermin dari hasil evaluasi pemahaman, tetapi juga dari tingkat kepuasan peserta yang menunjukkan bahwa materi yang disampaikan relevan, aplikatif, dan bermanfaat dalam meningkatkan kualitas praktik jurnalistik digital yang beretika

4. KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dengan tema Peningkatan Pemahaman Kode Etik Jurnalistik di Era Transformasi Digital Industri Media yang dilaksanakan di Fave Hotel Prabumulih telah berjalan dengan baik dan mencapai tujuan yang ditetapkan. Melalui metode diskusi interaktif, studi kasus, dan pendampingan berbasis active learning, peserta memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai prinsip-prinsip kode etik jurnalistik serta tantangan penerapannya dalam praktik media digital. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan, kesadaran etis, dan kemampuan peserta dalam mengidentifikasi serta menyikapi potensi pelanggaran etika jurnalistik di era digital.

Keberhasilan kegiatan ini juga tercermin dari tingginya partisipasi dan antusiasme peserta selama proses pelatihan, serta hasil umpan balik yang menunjukkan bahwa materi yang disampaikan relevan dengan kebutuhan praktik jurnalistik masa kini. Oleh karena itu, kegiatan ini dinilai efektif sebagai upaya penguatan literasi etika jurnalistik dan layak untuk dikembangkan serta direplikasi di lokasi lain, khususnya bagi jurnalis pemula, mahasiswa komunikasi, dan pengelola media digital, guna mendukung terciptanya ekosistem industri media yang profesional, kredibel, dan bertanggung jawab di tengah transformasi digital. Sebagai bentuk keberlanjutan program, kegiatan ini direncanakan untuk dilanjutkan melalui pendampingan lanjutan, pengembangan modul etika jurnalistik digital, serta pembentukan jejaring kolaboratif antara akademisi, praktisi media, dan komunitas jurnalis lokal. Selain itu, program ini berpotensi dikembangkan menjadi kegiatan berkala atau seri pelatihan tematik agar dampak peningkatan literasi etika jurnalistik dapat terjaga secara berkelanjutan dan menjangkau kelompok sasaran yang lebih luas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan apresiasi dan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Sumatera Selatan atas dukungan, bimbingan, serta fasilitasi yang diberikan sejak tahap perencanaan hingga pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada pihak manajemen Fave Hotel Prabumulih dan PWI Prabumulih pemangku kepentingan setempat yang telah memberikan izin, dukungan, serta kerja sama tim yang sangat baik selama kegiatan berlangsung terkhusus kepada Annisa Ghina Istighfarany, M. Rajab Sapriady, Prima Sunami, Alda Yulianti, Mutiara Hikmawati. Penghargaan yang setinggi-tingginya turut disampaikan kepada seluruh peserta kegiatan atas partisipasi aktif dan antusiasme dalam mengikuti rangkaian pelatihan peningkatan pemahaman kode etik jurnalistik. Selain itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh tim pengabdian yang telah berkontribusi dengan penuh komitmen dan dedikasi, sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan lancar dan memberikan manfaat nyata dalam penguatan etika jurnalistik di tengah transformasi digital industri media.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Dewan Pers. (2023). Pedoman pemberitaan media siber. Dewan Pers.
- [2] Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2014). The elements of journalism: What newspeople should know and the public should expect (3rd ed.). Three Rivers Press.

- [3] I. Putri, A. I. Mulyadi, S. D. Fajarin, and R. Eriyansyah, “Transformasi Digital UMKM Kota Palembang,” *J. Ilmu Komun. Balayudha*, vol. Vol 3 No.1, no. 1, pp. 28–40, 2023.
- [4] Romli, A. S. M. (2021). *Jurnalistik online: Panduan mengelola media digital*. Nuansa Cendekia.
- [5] I. Putri, “Implementation of Social Media Marketing By Culinary Msmes,” *J. Public Relations Digit. Commun.*, vol. 2, no. 2, pp. 114–123, 2024, doi: 10.24967/jprdc.v2i2.3594.
- [6] Dewan Pers. (2020). *Kode Etik Jurnalistik Indonesia*. Dewan Pers.
- [7] Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2014). *The elements of journalism: What newspeople should know and the public should expect* (3rd ed.). Three Rivers Press.
- [8] H. D. L. Ati, I. Putri, and D. Dendi, “Media Sosial Sebagai Transformasi Digital Media Relation Dan Digital Marketing Umkm,” *J. Media Public Relations*, vol. 5, no. 1, pp. 48–57.
- [9] Ward, S. J. A. (2015). *The invention of journalism ethics: The path to objectivity and beyond*. McGill-Queen’s University Press.
- [10] I. Putri, N. Syukerti, A. I. Mulyadi, and D. Dendi, “Implementation Of Palembang City Government Programs In Digital Marketing Transformation And Halal Certification,” *KOMUNIKA*, vol. 7, no. 1, 2024.
- [11] Putri, N. Syukerti, A. I. Mulyadi, H. Puspita, and M. A. Zuliansyah, “Optimalisasi Digital Marketing Dalam Pemanfaatan Canva Bagi Pelaku UMKM di 26 Ilir Kota Palembang,” *J. Pengabd. UntukMu NegeRI*, vol. 8, no. 3, pp. 516–528, 2024
- [12] Putri, I., Dendi, Mulyadi, A. I., Adli, & Triesia, D. (2024). Implementasi fotografi produk dengan menggunakan kamera smartphone bagi pelaku UMKM. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 5(2), 373–382. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v5i2.21843>
- [13] Ward, S. J. A. (2015). *The invention of journalism ethics: The path to objectivity and beyond*. McGill-Queen’s University Press.
- [14] Deuze, M. (2007). *Media work*. Polity Press.
- [15] Nasrullah, R. (2022). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- [16] McQuail, D. (2020). *McQuail’s media and mass communication theory* (7th ed.). SAGE Publications.
- [17] Tandoc, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). Defining “fake news”: A typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, 6(2), 137–153. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>
- [18] Morissan. (2010). *Periklanan: Komunikasi pemasaran terpadu*. Kencana Prenada Media Group.
- [19] Dewan Pers. (2020). *Kode Etik Jurnalistik Indonesia*. Dewan Pers.
- [20] Chaffey, D., Ellis-Chadwick, F., Mayer, R., & Johnston, K. (2015). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (6th ed.). Pearson Education.
- [21] Tarigan, J., & Sanjaya, R. (2013). *Creative digital marketing*. Elex Media Komputindo.
- [22] Nasrullah, R. (2022). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- [23] Saputra, D. H., et al. (2020). *Digital marketing: Komunikasi bisnis menjadi lebih mudah*. Yayasan Kita Menulis.
- [24] Pavlik, J. V. (2019). Journalism in the age of virtual reality. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 96(1), 7–25. <https://doi.org/10.1177/1077699019839103>
- [25] Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., & Nielsen, R. K. (2019). *Reuters Institute digital news report 2019*. Reuters Institute for the Study of Journalism