



Terbit online pada laman: <http://jurnal.usahid.ac.id/index.php/mahardikaadiwidia/index>

Jurnal Mahardika Adiwidia

e-ISSN: [2830-7887](https://doi.org/10.24127/mahardikaadiwidia.v1i2.100-110)

Pengaruh Aplikasi Zoom terhadap Perubahan Cara Kerja Jurnalis

Adi Prihanisetyo^{1*)}, Julia Chatriana²⁾

^{1*)}STIE Madani, Balikpapan

²⁾Universitas Bakrie

^{*)}email korespondensi: adi@stiemadani.ac.id

Diterima: 12-02-2022 | Direvisi: 19-03-2022 | Disetujui: 08-04-2022 | Publikasi online: 31-05-2022

ABSTRACT

Kondisi pandemi Covid-19 di Indonesia menyebabkan perubahan pola kerja jurnalis dari seluruh media terutama dalam hal cara mencari berita hingga melakukan verifikasi berita yang sesuai Kode Etik Jurnalistik. Adanya protokol kesehatan yang menuntut meminimalisasi kontak fisik antara jurnalis dan narasumber demi mengurangi kemungkinan penularan virus Covid-19 menyebabkan penggunaan teknologi komunikasi berbasis *video call* sebagai mediator antara jurnalis dan narasumber. Tujuan penelitian ini adalah melihat perubahan cara kerja jurnalis yang memanfaatkan penggunaan aplikasi *video call* Zoom untuk menghasilkan karya jurnalistik yang tetap berkualitas. Penelitian dilakukan dengan metodologi kuantitatif menggunakan metode survei elektronik dengan teknik *purposive sampling* yang dianalisis dengan regresi sederhana. Penelitian yang dilakukan terhadap jurnalis berbagai media di DKI Jakarta menyimpulkan mayoritas jurnalis yang menggunakan aplikasi *video call* Zoom menyatakan aplikasi ini mudah digunakan, memenuhi kode etik jurnalistik, nyaman dan mudah digunakan untuk menghasilkan karya jurnalistik yang berkualitas.

Kata kunci: Aplikasi Zoom, Cara Kerja Jurnalis, Pandemi Covid19.

PENDAHULUAN

Ketika seluruh negara di dunia dicengkam oleh pandemi Covid-19 sejak akhir 2019, virus ini berdampak besar dalam kehidupan manusia seperti kesehatan, politik, ekonomi dan keamanan. Hal ini juga menggeser bahkan mengubah metode kerja dan juga cara manusia dalam berinteraksi. Salah satunya adalah Peraturan Pemerintah yang mengatur agar karyawan tidak bekerja di kantor, namun di *co-working space* atau di rumah. Biasanya dilakukan untuk pekerjaan yang bisa dilakukan secara remote atau tidak perlu interaksi secara langsung antara atasan, bawahan atau rekan kerja (Tracey & Moore, 2004).

Kebijakan *work from home* dilakukan sebagai salah satu solusi meminimalisasi interaksi antar individu akibat adanya wabah Covid-19. Hanya saja di Indonesia *working from home* belum lazim menjadi budaya kerja bagi perusahaan. Dalam hal ini, semua orang terpaksa harus cepat beradaptasi dengan budaya baru ini. Akibatnya *work from home* sebagai budaya kerja baru di Indonesia sulit dilakukan karena banyak kebiasaan kerja yang sulit dilakukan.

Hal ini semakin dipersulit karena tak sedikit perusahaan yang tidak memberikan fasilitas memadai untuk pekerja melakukan *work from home* karena belum sepenuhnya paham.

Dalam situasi seperti ini, budaya kerja tradisional yang tidak dapat dihilangkan salah satunya adalah hasil karya jurnalis berupa artikel, audio dan audio-video yang mengharuskannya terjun ke lapangan untuk bertemu masyarakat, memverifikasi, dan melihat situasi yang diberitakan. RRI adalah salah satu media yang tidak menerapkan *work from home* karena operasional studio harus tetap berjalan (Purnamasari, 2020). Namun ada beberapa perusahaan media bijak membuat peraturan bergantian *work from home* dan *work from office* seperti Kompas.com. Selain itu, Redaktur Senior Harian Kompas Ninuk Pambudy juga menyarankan instansi pemerintah, kementerian dan lembaga lainnya untuk menghentikan sementara acara seremonial yang dilakukan secara langsung, dianjurkan acara seremonial dilakukan dengan memanfaatkan akses virtual menggunakan teknologi aplikasi *Video Conference* dan *Meeting*. Begitupun data yang dibutuhkan bisa juga diberikan secara online dan membuat akses yang memudahkan jurnalis yang mendapatkan data tersebut.

Pertanyaannya apakah informasi yang didapat secara daring melalui aplikasi video call Zoom efektif dan sesuai kode etik jurnalistik? Pada dasarnya jurnalis harus melakukan observasi ke lapangan dan verifikasi narasumber secara langsung. Sesuai esensi jurnalisisme bahwa jurnalis seharusnya bukan hanya melaporkan berita tapi juga memberikan sisi lain dari berita yang bisa membuat orang-orang tertarik untuk membaca berita yang mereka buat. Kualitas tulisan nantinya dinilai dari seberapa banyak tulisan tersebut terhubung ke *audiens* dan memberi pencerahan pada mereka.

Ketika terjadi berita besar dan menarik audiens, maka dipastikan berita tersebut akan terus-menerus tayang di semua media, dan nantinya semua berita dari semua sumber hanya akan memberikan informasi yang seragam. Di sinilah kemampuan jurnalis dinilai ketika mereka dapat menyajikan isu atau sisi lain yang menarik dan masih relevan dengan berita yang sedang banyak dibahas. Situasi pandemi mengharuskan pekerja media mencari berita hanya melalui jalur video call untuk konferensi, acara seremonial, seminar, dan wawancara. Apakah kode etik dan nilai berita dari informasi yang didapat melalui aplikasi video call online zoom ini masih memenuhi standar dan kode etik jurnalistik jika antara jurnalis dan narasumber tidak terjadi interaksi secara langsung. Jurnalis juga tidak bisa melakukan pengamatan lapangan untuk laporan secara mendetail tentang situasi yang sedang terjadi.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori *Computer Mediated Communication*. Interaksi sosial baru yang berbeda dari interaksi sosial sebelumnya juga bermunculan seiring dengan tumbuhnya internet sebagai produk teknologi. Jika dulu individu berinteraksi langsung, kini orang berinteraksi di media sosial (Alyusi, 2016). Aplikasi video call zoom yang sekarang digunakan untuk mengadakan acara seminar, wawancara dan juga konferensi merupakan cara baru berkomunikasi karena berkembangnya teknologi dan produknya yaitu internet. Penelitian ini menggunakan dasar teori *Communication Mediated Communication (CMC)* yang khusus membahas komunikasi antar manusia melalui jalur teknologi yaitu komputer, internet dan web (Herring, 2013).

CMC adalah proses komunikasi manusia melalui komputer yang melibatkan individu dengan konteks tertentu dan terlibat dalam proses pembentukan media untuk tujuan yang berbeda (Thurlow et al., 2004). Menurut Wright and Webb (2011) terdapat tujuh karakter CMC, yaitu: (1) *Synchronity*, merujuk tingkat pertukaran pesan bersifat langsung; (2) *Anonymity*, berarti personal, merahasiakan atau mengindividukan informasi oleh media; (3) *Customization*, proses dan tempat mediasi dan interaksi bisa dimodifikasi sesuai dengan keinginan pengguna; (4) *Interactivity*, interaksi dan komunikasi dua arah, saling terkoneksi, adanya pesan-respon; (5) *Social presence*, interaksi dan kehadiran di dunia maya sama dengan di dunia nyata; (6) *The number of users*, banyaknya pengguna dalam interaksi di waktu yang sama atau tidak; (7) *Homogeneity of users*, karakter pengguna cenderung sama.

Kemajuan teknologi dan hadirnya internet serta adanya program atau sosial media yang semakin berkembang membuat teori CMC juga berkembang menjadi berbagai bentuk. Hal ini pun membuat proses komunikasi terus mengalami perkembangan. Dalam pembahasan ini media yang digunakan adalah aplikasi video call zoom yang bisa membentuk komunikasi di antara beberapa orang.

Media Massa. Salah satu kebutuhan terpenting manusia adalah informasi. Apalagi di era industri 4.0 yang serba modern. Media massa merupakan salah satu elemen terpenting memenuhi kebutuhan informasi. Media massa berperan sangat penting sebagai sarana komunikasi dan penyebaran informasi yang bersifat mendidik dan mampu membawa perubahan hidup yang positif serta menciptakan pola pikir baru di masyarakat luas.

Media massa digunakan masyarakat melalui penggunaan alat komunikasi seperti surat kabar, radio, televisi, film dan internet yang terbaru dan paling umum digunakan sekarang. Di era masyarakat modern, ada enam perspektif tentang peran media massa, salah satunya adalah cerminan fakta, terlepas dari suka atau tidak suka, yang seperti cermin yang merefleksikan peristiwa yang terjadi dalam masyarakat atau dunia (Suryawati, 2014).

Konsep lain media massa dipandang sebagai metode komunikasi dan informasi yang dapat diakses masyarakat umum untuk menyampaikan dan menyebarkanluaskannya. Media massa berperan sebagai lembaga yang menghubungkan semua lapisan masyarakat melalui hasil produksi media yang dihasilkan. Lembaga media massa, jika dilihat secara khusus, merupakan saluran produksi dan distribusi konten simbolik, sebagai lembaga yang beroperasi sesuai peraturan yang berlaku, menggunakan standar profesional dan birokrasi yang disepakati, serta kombinasi antara kebebasan dan kekuasaan (Tamburaka, 2013).

Peran dan Fungsi Media Massa. Menurut Sumadiria (2014) ada lima fungsi umum media massa. Pada setiap negara yang menganut pemerintahan demokrasi, terdapat lima peran, yaitu: 1) *To inform*, media massa harus menyampaikan informasi pada masyarakat secara cepat, namun dalam kecepatan informasi, ada kriteria yang harus dipenuhi yaitu faktual, aktual, akurat, berimbang, etis, jujur, adil dan bermanfaat; 2) *To educate*, media massa wajib memberikan informasi yang memiliki unsur edukasi pada masyarakat; 3) *Watchdog*, media massa dibentuk untuk mengawasi atau mengontrol penguasa dalam membuat undang-undang dan peraturan, serta agar tidak sewenang-wenang menjalankan pemerintahan; 4) *To entertain*, media massa juga berperan memberi hiburan yang menyenangkan bagi seluruh lapisan masyarakat; 5) *To influence*, media massa berperan mempengaruhi tatanan kehidupan masyarakat, pola berpikir baru, membentuk etika sosial dalam kontrol sosial pada masyarakat.

Selain fungsi di atas, peran lain media massa khususnya pada negara berkembang seperti di Indonesia adalah peran yang merujuk pada memberi informasi, mendidik, dan menggerakkan masyarakat untuk ikut dalam proses pembangunan (Mesalia et al., 2019). Peran media massa meliputi:

1. Agen perubahan

Media massa berperan sebagai alat perubahan dan reformasi sosial di masyarakat. Peran ini, menurut Wilbur Schramm, membantu mempercepat proses transisi dari masyarakat tradisional ke masyarakat modern. Media massa bertugas sebagai salah satu *agent of change* yaitu memperluas pandangan; memusatkan perhatian audiens dengan pesan yang disampaikan; mempromosikan aspirasi masyarakat; dan menciptakan lingkungan yang mendorong orang berpartisipasi dalam pembangunan negara (Kusuma, 2012).

2. Membentuk pendapat publik

Media massa juga berperan dalam memberi penerangan masyarakat untuk meningkatkan kesadaran politik. Informasi media yang merilis berita secara umum juga memberi individu kesempatan untuk mengemukakan pendapat yang akan mendapat respon masyarakat luas. Reaksi bisa berupa pro atau kontra, dan nantinya reaksi ini akan disebut sebagai pendapat publik. Pendapat publik menjadi sangat penting bagi sejumlah politisi karena berdasar pendapat publik inilah mereka menggunakan atau membentuk kekuatan dari sisi masyarakat. Kekuatan ini bisa diarahkan pada kepentingan individu atau kelompok (Khotijah, 2006).

Media Online. Media online adalah salah satu bentuk media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia. Tersedia portal, situs web, radio yang diakses secara online, TV online, jurnalisme online, surat online, dll. Menurut layanan yang dapat digunakan oleh pengguna, media ini memiliki ciri khas tersendiri (Siregar, 1995). Media online, merupakan salah satu bentuk penerbitan online yang digunakan untuk menyampaikan berbagai macam ide. Secara umum, komputer digunakan oleh media online untuk menulis, mengedit, mencetak, dan menerbitkan berita. Namun seiring perkembangan teknologi, proses produksi berita juga dimungkinkan melalui ponsel pintar.

Kode Etik Jurnalistik. Etika berasal dari bahasa Yunani *ethos* yang berarti kebiasaan. Etika dalam filsafat berarti ilmu tentang kebiasaan atau sesuatu yang lazim dilakukan. Pengertian etika memiliki tiga makna, yaitu: 1) analisis pengertian tugas/tugas, aturan standar moral yang diakui dalam masyarakat, masalah benar/salah; 2) mencari dasar moral atau tindakan moral; 3) mencari kehidupan yang lebih baik dan standar moral yang baik (Mufid, 2009).

Pada dasarnya etika merupakan cabang filsafat yang membicarakan tingkah laku manusia yang berkaitan dengan tujuan hidup, sehingga etika disebut juga dengan filsafat moral karena berkaitan langsung dengan tata nilai etika tingkah laku dan sistem yang dimiliki dan ditanamkan serta mengandung unsur-unsur fundamental kebebasan, tanggung jawab, hati nurani dan prinsip-prinsip dasar moralitas. Etika adalah ilmu normatif yang didasarkan pada perilaku manusia, yang dapat dipahami dengan akal dan hati nurani. Etika terkait dengan semua ilmu manusia dan sosial, seperti antropologi, psikologi, sosiologi, ekonomi, politik dan hukum, untuk klarifikasi lebih lanjut. Perbedaannya terletak pada unsur dan nilai yang wajib atau tidak (Sumadiria, 2014).

Etika bukanlah penambah moralitas, melainkan filosofi yang mencerminkan ajaran moral, menurut Magnis Suseno. Etika tidak membuat orang menjadi baik secara langsung, tetapi lebih sebagai cara untuk memperoleh orientasi kritis ketika dihadapkan pada standar moral yang membingungkan. Tujuan formal etika adalah memiliki nilai-nilai yang baik dan buruk (Gani & Kusumalestari, 2013). Tidak hanya dalam kehidupan sosial di masyarakat, tetapi juga dalam menjalankan profesi tertentu diperlukan etika. Etika profesi adalah nilai atau nilai moral yang melekat dalam praktik profesi tertentu dan harus ditegakkan oleh pemegang profesi (Masduki, 2003). Kode etik memiliki arti yang sama dengan kode kehormatan, prinsip dan standar nilai yang diakui. Kode Etik selain sebagai pedoman, juga berfungsi untuk mencegah kegiatan yang nantinya merugikan profesi, masyarakat, bahkan melanggar hukum pidana di kemudian hari (Barus, 2010).

Kode Etik Jurnalistik secara sederhana diartikan sebagai kumpulan aturan tentang perilaku dan pertimbangan moral yang harus ditaati oleh media massa dan pelaku profesi di bidang ini. Kode Etik Jurnalistik juga dimaknai sebagai janji dalam proses kebebasan berekspresi yang dijamin dalam Pasal 28 UUD 1945 yang bersumber dari hati nurani jurnalis Indonesia. Dalam menjalankan pekerjaan jurnalistik, Kode Etik Jurnalistik merupakan alat kontrol bagi setiap jurnalis. Terstruktur atas prinsip bahwa hati nurani jurnalis bertanggung jawab dan patuh serta memahami dengan jelas bagaimana aturan dan etika di bidang jurnalistik berlaku (Rosihan, 2001).

Kode etik jurnalistik mengatur kebebasan pers dengan tujuan mencegah jurnalis dari pengabaian bahkan dengan sengaja melakukan pelanggaran yang merugikan orang lain. Kode etik dirumuskan untuk melindungi organisasi dan anggotanya dari tekanan dan/atau campur tangan luar, serta memastikan bahwa informasi layak diperoleh publik (Barus, 2010). Namun sanksi tegas yang terdapat di Pidana Kode Etik tidak berlaku untuk kode etik itu sendiri. Dewan kehormatan pers bertanggung jawab untuk berpegang pada kode etik jurnalistik yang ketentuannya harus dipatuhi setiap jurnalis (Kusumaningrat & Kusumaningrat, 2005). Kode etik jurnalistik adalah kode etik yang berbentuk norma tertulis dan berkaitan dengan profesi wartawan dalam mengatur sikap, perilaku, dan pengaturan standar penyiaran dan penerbitan; artinya mereka menghormati dan setia pada profesinya dengan menaati kode etik jurnalistik.

Fungsi kode etik jurnalistik menurut Johannsen dalam Masduki (2003), meliputi tiga hal berikut: 1) Manfaat, berfungsi sebagai bahan atau panduan belajar untuk mengenal pedoman dan tanggung jawab etika jurnalis; 2) Argumentatif, diharapkan menjadi landasan terciptanya argumentasi yang dilakukan secara publik atas kasus yang terjadi dan juga perilaku yang menyangkut etika dari suatu profesi; 3) Standar Penggambaran Karakter, memberikan standar gambaran sosok profesional yang dibentuk dan menjadi harapan publik.

Kode etik jurnalistik secara tidak langsung dibuat untuk melindungi konsumen dari media massa atau audiens. Tujuan utama kode etik jurnalistik adalah melindungi hak masyarakat untuk mendapatkan informasi yang bermanfaat dan berdasar pada kebenaran berikut melindungi kinerja jurnalis dari berbagai macam resiko kekerasan atau percobaan kekerasan (Masduki, 2003).

Hak asasi yang dilindungi Pancasila, UUD 1945, dan juga hak asasi manusia adalah kebebasan berpendapat. Kebebasan pers juga disertakan, sejalan dengan kebebasan berpendapat. Ini adalah sarana informasi dan komunikasi bagi masyarakat, pemenuhan

kebutuhan informasi dan peningkatan kualitas hidup manusia. Jurnalis juga memahami bahwa ada kepentingan bangsa, tanggung jawab terhadap masyarakat, keragaman masyarakat dan norma yang disepakati oleh masyarakat untuk mewujudkan kebebasan tersebut. Jurnalis menghormati hak asasi setiap manusia untuk memenuhi dan menjalankan fungsi tersebut, oleh karena itu jurnalis dituntut untuk bersikap profesional dan transparan kepada masyarakat.

Kode Etik Jurnalistik yang merupakan kode etik yang disusun Dewan Pers menjadi pedoman dasar bagi seluruh jurnalis dan perusahaan media massa. Kode etik ini tertuang dalam Peraturan Dewan Pers Nomor 6/Peraturan-DP/V/2008 tentang pengesahan Surat Keputusan Dewan Pers Nomor 03/SK-DP/III/2006 tentang Kode Etik Jurnalistik sebagai peraturan Dewan Pers (*Dewan Pers*, 2021). Isi kode etik jurnalistik sebagai berikut:

1. Pasal 1: Wartawan Indonesia harus bersikap independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang dan tidak beritikad buruk.
2. Pasal 2: Wartawan Indonesia menempuh cara-cara yang profesional dalam melaksanakan tugas jurnalistik.
3. Pasal 3: Wartawan Indonesia selalu menguji informasi, memberitakan secara berimbang, tidak mencampurkan fakta dan opini yang menghakimi, serta menerapkan asas praduga tak bersalah.
4. Pasal 4: Wartawan Indonesia tidak membuat berita bohong, fitnah, sadis dan cabul.
5. Pasal 5: Wartawan Indonesia tidak menyebutkan dan menyiarkan identitas korban kejahatan susila dan tidak menyebutkan identitas anak yang menjadi pelaku kejahatan.
6. Pasal 6: Wartawan Indonesia tidak menyalahgunakan profesi dan tidak menerima suap.
7. Pasal 7: Wartawan Indonesia memiliki hak tolak untuk melindungi narasumber yang tidak bersedia diketahui identitas maupun keberadaannya, menghargai ketentuan embargo, informasi latar belakang, dan *off the record* sesuai dengan kesepakatan.
8. Pasal 8: Wartawan Indonesia tidak menulis atau menyiarkan berita berdasarkan prasangka atau diskriminasi terhadap seseorang atas dasar perbedaan suku, ras, warna kulit, agama, jenis kelamin, dan bahasa serta tidak merendahkan martabat orang lemah, miskin, sakit, cacat jiwa atau cacat jasmani.
9. Pasal 9: Wartawan Indonesia menghormati hak narasumber tentang kehidupan pribadinya, kecuali untuk kepentingan publik.
10. Pasal 10: Wartawan Indonesia segera mencabut, meralat, dan memperbaiki berita yang keliru dan tidak akurat disertai dengan permintaan maaf kepada pembaca, pendengar, dan atau pemirsa.
11. Pasal 11: Wartawan Indonesia melayani hak jawab dan hak koreksi secara proporsional.

METODOLOGI

Kajian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, suatu peristiwa yang terjadi pada saat itu. Dengan kata lain, penelitian deskriptif mengambil isu atau fokus pada isu aktual sebagaimana adanya pada saat penelitian dilakukan. Arikunto (2002) menyatakan metode deskriptif merupakan metode penelitian yang dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi tentang suatu gejala yang ada, yaitu keadaan gejala menurut

apa yang terjadi pada saat penelitian dilakukan. Dalam penelitian ini informasi yang diperoleh selanjutnya dikumpulkan, disusun, dijelaskan dan dianalisis untuk menarik kesimpulan. Hal ini untuk mendapatkan gambaran yang jelas agar tujuan penelitian tercapai seperti yang diharapkan.

Populasi penelitian ini adalah jurnalis anggota Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) Jaya di Daerah Khusus Ibukota (DKI) Jakarta, wilayah Jakarta Pusat. Sumanto (1995) memberikan suatu ketentuan sampel minimal 30 subjek. Merujuk pendapat tersebut maka sampel penelitian ini sebanyak 30 orang jurnalis. Pengambilan sampel dilakukan dengan cara *non probability sample* metode *Convenience Sampling*, yaitu teknik sampling di mana peneliti memiliki kebebasan memilih responden yang ditemui berdasarkan karakteristik media tempat bekerja, umur, dan lama bekerja di media massa. Data didapat melalui kuesioner yang dikirimkan pada responden yang diuji validitas, reabilitas dan juga analisis hasilnya.

Variabel dalam penelitian ini ada dua, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi terjadinya variabel dependen, yaitu penggunaan aplikasi Zoom video call. Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas, yaitu cara kerja jurnalis selama pandemi Covid-19.

Instrumen adalah alat yang digunakan peneliti untuk melakukan suatu metode (Arikunto, 2002). Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden tentang kepribadian atau hal-hal yang diketahuinya. Dalam penelitian ini kuesioner terdiri dari komponen atau variabel yang dideskripsikan melalui sub variabel, indikator dan pertanyaan. Penjelasan tentang perubahan cara kerja jurnalis dan penggunaan aplikasi Zoom menjadi inti pertanyaan atau pernyataan. Dalam kuesioner yang digunakan adalah pertanyaan tertutup, responden hanya diperbolehkan menjawab salah satu dari beberapa alternatif jawaban guna memudahkan penyusunan item pertanyaan atau pernyataan kuisisioner dan alternatif jawaban yang tersedia.

Indikator yang digunakan dalam kuesioner ini adalah skala Likert. Skala Likert menilai alternatif jawaban responden dalam suatu rentang nilai (Sudjana & Ibrahim, 2001). Terdapat dua kategori pernyataan yang diajukan, yaitu pernyataan positif dan negatif. Pada skala likert, responden mengevaluasi pernyataan yang disampaikan dengan sangat setuju, setuju, tidak setuju, ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Kategori skor berikut akan ditentukan sehubungan dengan alternatif jawaban dalam kuesioner:

Alternatif jawaban	Skor alternatif jawaban	
	Positif	Negatif
Sangat setuju	5	1
Setuju	4	2
Ragu-ragu	3	3
Tidak setuju	2	4
Sangat tidak setuju	1	5

Pertanyaan dan pernyataan disusun agar responden mudah menjawab salah satu alternatif jawaban tersebut. Penyusunan pertanyaan dan pernyataan dalam kuesioner ini bersifat jelas, ringkas dan tegas. Metode analisis menggunakan analisis regresi linier sederhana untuk menguji pengaruh variabel independen variabel dependen.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Statistik deskriptif digunakan sebagai dasar untuk mendeskripsikan jawaban responden mengenai kepuasan penggunaan aplikasi Zoom *video call* dan kinerja jurnalis sesuai dengan Kode Etik Jurnalistik yang berlaku.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Rentang Usia	Jumlah
20 - 30 Tahun	6
31 - 40 Tahun	6
41 - 50 Tahun	11
51 - 56 Tahun	7

Tabel 2. Jenis Kelamin Responden

Pria	83,3%
Wanita	16,7%

Tabel 1 menunjukkan karakteristik rentang usia responden yang terbagi dalam empat kelompok usia. Mayoritas responden adalah rentang usia 41-50 tahun, yaitu sebanyak 11 orang. Adapun berdasarkan Tabel 2 yang menunjukkan data jenis kelamin, mayoritas responden adalah pria, yakni sebanyak 83,3 persen.

Kemudahan Penggunaan Aplikasi Video Call Zoom. Berdasarkan analisis, diketahui skor maksimal untuk tiap variabel dan butir angket adalah 100. Persepsi kemudahan bagi jurnalis dalam menggunakan aplikasi Video Call Zoom didapatkan bahwa sejumlah 76,7 persen responden setuju aplikasi tersebut mudah digunakan, sejumlah 20 persen sangat setuju, namun sisanya masih ragu-ragu dalam penggunaannya.

Pemenuhan Kode Etik Jurnalistik pada Wawancara Online via Video Call. Berdasarkan analisis, diketahui skor maksimal untuk tiap variabel dan butir angket adalah 100. Persepsi pemenuhan kode etik jurnalistik pada wawancara online didapatkan bahwa sejumlah 80 persen responden setuju kode etik jurnalistik terpenuhi, sejumlah 13,3 persen ragu-ragu, dan sisanya tidak sependapat.

Kenyamanan dan Kualitas Laporan Jurnalis melalui Konferensi atau Wawancara dengan Aplikasi Video Call. Berdasarkan analisis, diketahui skor maksimal untuk tiap variabel dan butir angket adalah 100. Persepsi pemenuhan kode etik jurnalistik pada wawancara online didapatkan bahwa sejumlah 63,3 persen responden setuju aplikasi video call nyaman dan berkualitas, sejumlah 29 persen ragu-ragu, sejumlah 13,3 persen sangat setuju, dan sisanya tidak setuju dengan hal tersebut.

Uji Validitas dan Realibilitas. Uji validitas dan reliabilitas atas variabel perubahan cara kerja jurnalis (Y) adalah sebagai berikut:

	N	%
Valid	30	100.0
Cases Excluded ^a	0	.0
Total	30	100.00

Cronbach's Alpha	N of Items
0.825	2

Item Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
X ₁	1.91	.525	30
X ₂	2.01	.447	30

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X ₁	19.19	10.680	.514	.809
X ₂	20.01	10.835	.572	.806

Scale Statistics			
Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
21.09	12.717	3.566	2

Adapun uji validitas dan reliabilitas atas variabel penggunaan aplikasi Zoom (X) adalah sebagai berikut:

	N	%
Valid	30	100.0
Cases Excluded ^a	0	.0
Total	30	100.00

Cronbach's Alpha	N of Items
0.800	2

Item Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
X ₁	2.15	.740	30
X ₂	2.08	.556	30

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X ₁	19.68	12.158	.533	.776
X ₂	19.74	13.226	.474	.784

Scale Statistics			
Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
21.82	15.453	3.931	2

Data untuk menguji analisis ini didapat dari hasil penyebaran kuesioner yang menggunakan total skor jawaban atas item-item pernyataan. Berdasarkan analisis di atas, terbukti bahwa kuesioner yang digunakan sudah lolos uji validitas dan reliabilitas sebelumnya sehingga data dapat digunakan dalam analisis regresi linier sederhana.

Analisis Regresi Linear Sederhana. Regresi linier sederhana diterapkan untuk menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 3. Analisis Regresi Linier Sederhana

Variabel Independen	Koef.Reg	t hitung	Sig.
(Constant)	1,719		
Aplikasi Zoom	0,563	7,150	0,000
Adj.R ²	0.408		

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui bahwa persamaan model Pengaruh Aplikasi Zoom terhadap Perubahan Cara Kerja Jurnalis adalah sebagai berikut:

$$Y = 1,719 + 0,563 X$$

Nilai koefisien regresi sebesar 0,563 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 menunjukkan peningkatan penggunaan aplikasi Zoom akan meningkatkan perubahan cara kerja jurnalis secara signifikan, dengan asumsi variabel-variabel lainnya konstan.

KESIMPULAN

Kondisi pandemi Covid-19 menyebabkan perubahan pola kerja jurnalis dari seluruh medium terutama dalam hal cara mencari berita hingga melakukan verifikasi berita yang sesuai Kode Etik Jurnalistik. Adanya protokol kesehatan yang menuntut meminimalisasi kontak fisik antara jurnalis dan narasumber demi mengurangi kemungkinan penularan virus Covid-19 menyebabkan penggunaan teknologi komunikasi terutama berbasis *video conference* sebagai mediator antara jurnalis dan narasumber menjadi semakin dominan. Aplikasi *video conference* Zoom menjadi salah satu aplikasi yang banyak digunakan untuk menghubungkan jurnalis dan narasumber yang memenuhi kaidah protokol kesehatan. Penelitian ini mendapati mayoritas jurnalis yang menggunakan aplikasi Zoom menyatakan aplikasi ini mudah digunakan, memenuhi kode etik jurnalistik, nyaman, dan mudah digunakan untuk menghasilkan karya jurnalistik yang berkualitas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada rekan-rekan jurnalis di DKI Jakarta atas kesediaannya meluangkan waktu mengisi kuesioner di tengah kesibukan bekerja.

DAFTAR PUSTAKA

- Alyusi, S. D. (2016). *Media Sosial: Interaksi, Identitas dan Modal Sosial*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Arikunto. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Asdi Mahasatya.

- Barus, S. W. (2010). *Jurnalistik Petunjuk Teknis Menulis Berita*. Jakarta: Erlangga.
- Dewan Pers. (2021). Available at: <https://dewanpers.or.id/kebijakan/peraturan> (Accessed: 6 October 2020).
- Gani, R. & Kusumalestari, R. (2013). *Jurnalistik Foto: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Herring, S. C. (2013). *Computer-Mediated In Personal Relationships*. Berlin: De Gruyter Mouton.
- Khotijah, S. (2006). *Etika Pemberitaan Media Massa. Analisis terhadap Rubrik Isu Khusus Tabloid Infotainment Cek & Ricek*.
- Kusumaningrat, P. & Kusumaningrat, H. (2005). *Jurnalistik Teori dan Praktik*. Bandung: Rosdakarya.
- Masduki. (2003). *Kebebasan Pers dan Kode Etik Jurnalistik*. Yogyakarta: UII Pers.
- Mufid, M. (2009). *Etika dan Filsafat Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Purnamasari, D. M. (2020). Cerita Perusahaan Media yang Tak Bisa WFH dan Curhat Wartawan di Tengah Wabah. *Kompas.com*, 1 September. Available at: <https://nasional.kompas.com/read/2020/09/01/09065241/cerita-perusahaan-media-yang-tak-bisa-wfh-dan-curhat-wartawan-di-tengah?page=all>.
- Rosihan, A. (2001). *Bahasa Jurnalistik*. Bandung: Remaja Rosdakarya Offset.
- Siregar, A. (1995). *Media Massa: Sketsa-Sketsa*. Jakarta: Yayasan Bentang Budaya.
- Sudjana & Ibrahim (2001). *Penelitian dan Penilaian Pendidikan*. Bandung: Sinar Baru Algesindo.
- Sumadiria, H. (2014). *Sosiologi Komunikasi Massa*. Bandung: Remaja Rosdakarya Offset.
- Suryawati, I. (2014). *Jurnalistik: Suatu Pengantar*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Tamburaka, A. (2013). *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Thurlow, C., Lengel, L. & Tomic, A. (2004). *Computer Mediated Communication*. New York: Sage Publications.
- Tracey, O. & Moore, J. (2004). *Work-Life Balance and Working From Home: Social Policy and Society*.
- Wright, K. B. & Webb, L. M. (2011). *Computer-Mediated Communication In Personal Relationship*. New York: Peter Lang.
- Gay, L.R. et al. (2009). *Educational Research: Competencies for Analysis and Applications*. New Jersey: Pearson Education.
- Sumanto. (1995). *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan*, Yogyakarta: Andi Offset.