

ETIKA DAN LEGALITAS NARASI JURNALISTIK HIPER-LOKAL: ANALISIS PRODUKSI KONTEN MEDIA TANPA OTORISASI PERUSAHAAN INDUK**Dapot Tambunan**

Fakultas Hukum, Universitas Bhayangkara

Correspondence			
Email: tdapot234@gmail.com		No. Telp:	
Submitted 18 Oktober 2025	Accepted 21 November 2025	Published 22 November 2025	

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji fenomena produksi konten jurnalistik hiper-lokal tanpa izin perusahaan induk di Indonesia, yang meningkat seiring dengan perkembangan teknologi digital dan media sosial. Media digital membuka peluang untuk pemberitaan yang lebih dekat dengan kebutuhan masyarakat lokal, namun praktik ini seringkali melanggar prinsip etika jurnalistik, seperti verifikasi fakta, independensi, dan tanggung jawab sosial. Secara hukum, penggunaan identitas media tanpa izin juga menyalahi regulasi utama seperti UU Pers, UU Merek, UU Hak Cipta, dan UU ITE, sehingga berpotensi menimbulkan sanksi pidana dan perdata. Motivasi sosial dan ekonomi mendorong produksi konten yang umumnya spontan tanpa pengawasan editorial memadai, sehingga risiko penyebaran disinformasi meningkat dan kepercayaan publik terhadap media resmi menurun. Dampak dari praktik ini meliputi penurunan kredibilitas media, ketimpangan akses informasi, serta ancaman terhadap demokrasi informasi di Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kajian literatur dan analisis teori etika jurnalistik, perlindungan hak kekayaan intelektual, serta media digital dan komunikasi sosial untuk mengidentifikasi faktor penyebab dan dampaknya. Rekomendasi penting meliputi penguatan regulasi, penegakan hukum yang tegas, dan peningkatan literasi digital masyarakat sebagai langkah strategis menjaga orisinalitas, profesionalisme, dan keberlanjutan ekosistem media digital Indonesia dalam menyajikan informasi kredibel dan etis.

Kata kunci: jurnalisme hiper-lokal, etika jurnalistik, legalitas media, konten tanpa otorisasi, media digital Indonesia.

ABSTRACT

This study examines the phenomenon of producing unauthorized hyper-local journalistic content in Indonesia, which has increased alongside the development of digital technology and social media. Digital media offer opportunities for news closer to local community needs, but this practice often violates journalistic ethics principles such as fact verification, independence, and social responsibility. Legally, the use of media identity without permission breaches key regulations including the Press Law, Trademark Law, Copyright Law, and Electronic Information and Transactions Law, potentially resulting in criminal and civil penalties. Social and economic motivations drive content production that is usually spontaneous and lacks adequate editorial oversight, increasing the risk of misinformation and decreasing public trust in official media. The impacts include reduced media credibility, information inequality, and threats to informational democracy in Indonesia. This study applies literature review and analysis of journalistic ethics, intellectual property protection, and digital media communication theories to identify causes and consequences. Important recommendations include strengthening regulations, firm law enforcement, and improving public digital literacy as strategic steps to maintain the originality, professionalism, and sustainability of Indonesia's digital media ecosystem in delivering credible and ethical information.

Keywords: hyper-local journalism, journalistic ethics, media legality, unauthorized content, Indonesian digital media.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam satu dekade terakhir telah membawa transformasi besar dalam dunia media. Media digital kini tidak hanya berfungsi sebagai medium penyebaran berita, tetapi juga sebagai platform partisipasi aktif masyarakat dalam produksi konten, khususnya dalam bentuk jurnalisme hiper-lokal. Jurnalisme hiper-lokal ini merujuk pada pemberitaan yang sangat fokus pada isu-isu atau peristiwa yang terjadi di tingkat paling bawah administratif seperti kecamatan, kelurahan, atau desa. Kemudahan akses dan popularitas platform seperti Instagram, Facebook, TikTok, serta berbagai situs web memungkinkan siapa saja untuk menjadi produser sekaligus penyebar informasi. Fenomena ini

tentu memberikan peluang besar untuk mempercepat arus informasi sekaligus memberdayakan masyarakat menjadi bagian dari proses jurnalistik secara demokratis.

Namun, dibalik manfaatnya, kemunculan konten digital yang diproduksi secara masif dan tanpa kendali yang ketat menciptakan sejumlah masalah serius. Salah satu isu utama yang muncul adalah produksi konten yang dilakukan tanpa izin dari perusahaan media resmi, termasuk penggunaan nama, logo, dan merek media arus utama secara ilegal. Tindakan ini menimbulkan kebingungan di kalangan publik terkait keaslian dan kepercayaan terhadap sumber informasi yang diterima. Akibatnya, masyarakat berhadapan dengan risiko terpapar informasi yang kurang valid dan terverifikasi, bahkan berpotensi sebagai sumber penyebaran berita palsu (hoax). Fenomena ini menandakan adanya celah pengelolaan media digital yang dapat merusak tata kelola media resmi yang etis dan profesional.

Dari sudut pandang etika jurnalistik, penggunaan tanpa otorisasi ini melanggar nilai-nilai penting seperti verifikasi fakta, independensi pemberitaan, dan keterbukaan. Akun-akun media yang berjalan tanpa adanya pengawasan sistem editorial rawan menjadi sarang penyebaran informasi yang bias, hoaks, dan framing yang merugikan pihak tertentu. Sementara itu, aspek legalitas juga menjadi sorotan karena sejumlah aturan perundang-undangan terkait media dan hak kekayaan intelektual belum sepenuhnya mampu mengatasi masalah ini secara komprehensif. Misalnya, Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 tentang Pers mengatur prinsip-prinsip pers yang sehat dan bertanggung jawab, sementara Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 mengenai Merek dan Indikasi Geografis, serta Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta melindungi penggunaan merek dan karya intelektual media. Selain itu, UU No.19 Tahun 2016 yang merevisi UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) menegaskan aturan larangan penyebaran berita bohong dan penggunaan merek tanpa izin resmi.

Urgensi penelitian ini muncul karena fenomena produksi konten tanpa izin tersebut tidak hanya sebatas persoalan teknis, melainkan memiliki dampak sosial-politik yang mendalam. Kondisi ini mengancam keberlangsungan ekosistem media digital yang sehat dan demokratis. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dengan lebih mendalam bagaimana praktik produksi konten hiper-lokal tanpa otorisasi berkembang, apa saja motivasi di baliknya, pola yang digunakan, serta dampak sosial yang diakibatkannya. Selain itu, kajian ini akan mengkaji pelanggaran etis dan hukum yang terjadi sekaligus merumuskan rekomendasi kebijakan yang dapat memperkuat regulasi media digital agar lebih adaptif dalam menghadapi dinamika demokrasi informasi yang semakin luas dan terdesentralisasi.

Pengamatan terhadap realitas di lapangan menunjukkan bahwa salah satu penyebab utama maraknya konten tanpa otorisasi adalah minimnya pengawasan dan lemahnya penegakan hukum. Kekosongan pengawasan ini memungkinkan aktivitas produksi konten ilegal terus berkembang tanpa hambatan berarti. Oleh karena itu, penguatan regulasi yang komprehensif dan peningkatan literasi digital masyarakat sangat diperlukan. Dengan literasi digital, masyarakat tidak hanya menjadi konsumen pasif, melainkan juga mampu mengenali konten yang sah, legal, dan etis. Dalam konteks ini, peran stakeholder seperti Dewan Pers dan Kementerian Komunikasi dan Informatika menjadi sangat strategis untuk memperbaiki mekanisme pengawasan serta memberikan edukasi kepada publik terkait hak dan kewajiban di dunia digital.

Urgensi penelitian ini juga diperkuat oleh fakta bahwa regulasi dan penegakan hukum di Indonesia belum sepenuhnya mampu mengikuti perkembangan pesat teknologi media digital. Berbagai peraturan perundang-undangan yang ada, seperti UU Pers, UU Hak Cipta, UU Merek, dan UU ITE, masih harus diperbaharui dan disesuaikan supaya mampu menyediakan kerangka tata kelola media digital yang inklusif namun tetap tegak di atas prinsip hukum. Selain itu, harus ada upaya berkelanjutan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat agar tidak mudah terpancing oleh konten yang tidak kredibel dan menyesatkan. Dengan demikian, riset ini sangat

penting untuk memberikan gambaran secara lebih holistik mengenai praktik produksi konten hiper-lokal tanpa izin, motivasi pelaku, serta dampak sosial dan hukum yang muncul. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi acuan dalam pengembangan kebijakan dan regulasi yang responsif dan mampu menata integritas media digital secara efektif. Tujuannya adalah menjaga keteraturan serta keadilan dalam ekosistem informasi digital yang semakin terdesentralisasi dan dinamis demi terciptanya demokrasi informasi yang sehat dan terpercaya.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah pendekatan kajian literatur atau studi kepustakaan. Metode ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data dan informasi dari berbagai sumber tertulis yang relevan dan terpercaya, seperti buku, jurnal ilmiah, artikel, dokumen hukum, serta media elektronik yang terkait dengan topik penelitian, yaitu fenomena jurnalisme digital dan produksi konten media hiper-lokal tanpa otorisasi resmi dari perusahaan induk.

Penggunaan pendekatan studi literatur didukung oleh berbagai karya ilmiah yang membahas aspek etika, legalitas, dan perkembangan jurnalisme digital, termasuk teori-teori utama terkait etika jurnalistik, perlindungan hak kekayaan intelektual, serta regulasi media di Indonesia, seperti UU Pers, UU Hak Cipta, dan UU ITE. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui telaah sistematis terhadap dokumen dan literatur yang sesuai dengan kriteria relevansi dan kredibilitas, lalu dianalisis secara deskriptif dan kritis untuk mengidentifikasi pola, temuan, serta kesenjangan penelitian yang ada.

Dalam proses analisisnya, peneliti akan melakukan interpretasi terhadap data yang diperoleh untuk menghubungkannya dengan kerangka teoritis yang relevan, sehingga mampu menghasilkan pemahaman yang komprehensif mengenai etika dan legalitas praktik produksi konten media hiper-lokal tanpa izin. Pendekatan ini sangat cocok untuk mengkaji fenomena yang bersifat deskriptif dan eksploratif, serta membantu dalam menyusun kerangka analisis yang sistematis guna mendukung pengembangan rekomendasi kebijakan dan strategi penguatan etika media digital di Indonesia.

KERANGKA TEORI

Penelitian ini menggunakan sejumlah teori dan konsep utama yang menjadi landasan analisis dalam memahami etika dan legalitas produksi konten jurnalistik hiper-lokal tanpa otorisasi perusahaan induk.

Teori Etika Jurnalistik

Etika jurnalistik merupakan seperangkat prinsip dan nilai moral yang mendasar untuk para jurnalis dalam melaksanakan tugasnya sebagai penyampai informasi kepada publik. Secara esensial, etika ini menuntut jurnalis untuk selalu bersikap jujur, akurat, adil, transparan, dan bertanggung jawab dalam setiap proses produksi berita. Tujuan utama etika jurnalistik adalah menjaga kepercayaan publik terhadap media dengan memastikan informasi yang disajikan berkualitas dan dapat dipertanggungjawabkan.

Prinsip-prinsip dasar etika jurnalistik antara lain:

- **Akurasi dan Kebenaran**
Jurnalis wajib melakukan verifikasi menyeluruh sebelum mempublikasikan informasi guna menghindari penyebaran berita palsu atau menyesatkan. Semua fakta harus diperiksa dan dilaporkan secara benar sebagaimana adanya.
- **Independensi**
Wartawan harus bebas dari tekanan atau intervensi dari pihak manapun, termasuk pemilik media atau kelompok kepentingan tertentu. Kemerdekaan ini penting agar berita yang diproduksi tidak bias dan tidak menguntungkan pihak tertentu secara tidak adil.

- Keseimbangan dan Keadilan
Dalam memberitakan suatu peristiwa, jurnalis perlu memberikan ruang dan kesempatan bagi semua pihak yang terkait untuk menyampaikan pendapatnya sehingga laporan yang disajikan bersifat berimbang dan objektif.
- Transparansi dan Tanggung Jawab
Jurnalis perlu mengungkapkan sumber informasi secara etis dan jelas, menghormati hak narasumber, serta siap memperbaiki jika terjadi kesalahan dalam pemberitaan. Memenuhi hak jawab dan hak koreksi adalah bagian dari tanggung jawab sosial media sebagai penyebar informasi.
- Menghormati Privasi
Etika juga mengatur batasan dalam mengungkapkan informasi yang menyangkut kehidupan pribadi seseorang, kecuali apabila informasi tersebut memiliki kepentingan publik yang jelas.

Kode Etik Jurnalistik Indonesia, yang didasarkan pada Pedoman Pemberitaan yang dikeluarkan Dewan Pers, secara spesifik mengatur agar wartawan menghasilkan berita yang tidak hanya tepat waktu tetapi juga akurat, tidak berpihak, dan tidak mengandung unsur fitnah atau provokasi. Pelanggaran terhadap etika ini bisa berakibat pada hilangnya kepercayaan masyarakat terhadap media dan menurunkan kualitas demokrasi serta ruang publik. Dalam konteks produksi konten jurnalistik hiper-lokal tanpa otorisasi, penerapan etika jurnalistik menjadi tantangan besar. Media yang beroperasi tanpa sistem editorial resmi berpotensi menyebarkan informasi yang belum terverifikasi, bersifat subjektif, atau bahkan memuat framing yang tidak proporsional sehingga merusak fungsi media sebagai pilar demokrasi dan sarana informasi yang kredibel. Oleh sebab itu, kajian etika jurnalistik dalam penelitian ini penting untuk mengevaluasi bagaimana praktik jurnalistik di ranah digital hiper-lokal harus disesuaikan agar tetap memegang teguh nilai-nilai profesionalisme dan integritas.

Teori Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual dan Hukum Media

Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) merupakan pilar utama dalam menjaga hak-hak pencipta atas karya inovatif, kreatif, dan hasil intelektual mereka, terutama di tengah kemajuan teknologi digital yang mempermudah penyebaran informasi secara luas dan cepat. Secara mendasar, teori perlindungan HKI didasarkan pada prinsip keadilan di mana para pencipta dan penemu berhak memperoleh penghargaan yang setimpal atas hasil karyanya, konsep ini dikenal sebagai Reward Theory. Selain itu, Recovery Theory menegaskan hak pencipta untuk mendapatkan kompensasi atas setiap pemanfaatan karya mereka, sehingga dapat menutup biaya dan upaya yang telah dikeluarkan. Tidak kalah penting, teori ini juga mengandung aspek insentif ekonomi (Incentive and Economic Growth Stimulus Theory), yang berperan mendorong inovasi serta pertumbuhan ekonomi melalui penghargaan terhadap kreativitas dan kepemilikan intelektual.

Di Indonesia, perlindungan HKI diatur oleh sejumlah undang-undang yang menjadi landasan hukum, antara lain UU No. 13 Tahun 2016 tentang Paten, UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, serta UU No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Regulasi ini memberikan hak eksklusif kepada pemilik HKI untuk mengontrol penggunaan karya dan mereaksi pelanggaran dengan sanksi hukum yang serius, seperti pidana penjara dan denda. Selain peraturan domestik, Indonesia juga mengintegrasikan berbagai konvensi internasional, seperti Konvensi Paris, Traktat Merek Dagang, dan Konvensi Bern mengenai perlindungan karya sastra dan seni, untuk menjaga konsistensi perlindungan HKI secara global.

Namun, kehadiran era digital membawa tantangan besar bagi sistem perlindungan HKI. Kemudahan dalam menduplikasi dan menyebarkan karya melalui platform online menyebabkan risiko pelanggaran hak cipta menjadi lebih tinggi dan lebih kompleks. Oleh sebab itu, perlindungan HKI di era digital memerlukan bukan hanya landasan regulasi yang ketat, tetapi juga sistem pengawasan dan penegakan hukum yang efektif dan adaptif terhadap

teknologi baru. Pemerintah Indonesia, khususnya melalui Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI), berupaya memperkuat regulasi, meningkatkan kualitas pelayanan pendaftaran HKI, dan menerapkan tindakan yang tegas terhadap pelanggaran digital agar perlindungan hak cipta dapat berjalan optimal.

Di sisi lain, perlindungan HKI juga harus dirancang untuk menyeimbangkan antara hak pencipta dan kepentingan publik, sehingga akses terhadap informasi tetap terjamin secara legal dan wajar tanpa mengabaikan hak pemilik karya. Dengan demikian, teori perlindungan HKI tidak semata-mata tentang pembatasan penggunaan karya intelektual, tetapi juga sebagai fondasi yang memungkinkan perkembangan inovasi, pertumbuhan ekonomi, dan kemajuan masyarakat secara keseluruhan, terutama di ranah media dan komunikasi digital yang sangat dinamis.

Teori Media Digital dan Jurnalisme Hiper-Lokal

Hiper-Lokal menekankan pergeseran signifikan dalam cara media melayani masyarakat dengan memanfaatkan teknologi digital untuk menghadirkan berita dan informasi yang sangat spesifik pada tingkat lokal atau komunitas tertentu. Media digital memperbolehkan penyebaran informasi yang lebih cepat, fleksibel, dan interaktif dibandingkan media tradisional, sementara jurnalisme hiper-lokal memfokuskan pada isu, peristiwa, dan kebutuhan informasi yang relevan dan dekat dengan kehidupan masyarakat di wilayah geografis terbatas. Jurnalisme ini berperan untuk mengisi kekosongan pemberitaan yang sering luput dari perhatian media nasional, sekaligus memperkuat partisipasi warga dan identitas lokal melalui ruang digital.

Dalam praktiknya, media digital dan jurnalisme hiper-lokal didorong oleh perkembangan teknologi internet dan media sosial yang memungkinkan pelibatan masyarakat sebagai jurnalis warga (citizen journalism) serta mempercepat distribusi konten berita lokal. Media hiper-lokal juga menghadirkan peluang baru bagi pemberdayaan komunitas, transparansi pemerintahan daerah, serta pengawasan sosial melalui akses informasi yang lebih dekat dan akurat. Namun, penyelenggaraan media digital juga memiliki tantangan tersendiri, seperti perlunya regulasi yang mengatur tata kelola konten, etika jurnalistik, serta perlindungan terhadap penyebaran konten ilegal atau negatif.

Di Indonesia, regulasi penting yang mengatur media digital dan jurnalisme adalah Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), yang diperbarui dengan UU Nomor 19 Tahun 2016, sebagai dasar hukum pengelolaan informasi dan transaksi elektronik termasuk di dalamnya penyiaran konten digital. Selain itu, peraturan terbaru yang relevan adalah Peraturan Menteri Komunikasi dan Digital Nomor 1 Tahun 2025 yang mengatur tata kerja Kementerian Komunikasi dan Digital serta pengawasan konten digital. Pemerintah juga menerapkan sistem pengawasan konten melalui aplikasi seperti SAMAN untuk mengekang penyebaran konten ilegal dan menjaga etika digital, terutama mengawal perlindungan masyarakat dari konten berbahaya.

Lebih lanjut, Dewan Pers turut mengeluarkan pedoman dalam mengatur aktivitas jurnalistik digital melalui Peraturan Dewan Pers yang mengedepankan prinsip etika dan perlindungan kebebasan pers di ranah digital. Revisi Undang-Undang Penyiaran yang sedang dibahas juga diarahkan untuk mengakomodasi konten digital agar memiliki perlakuan dan standar yang setara dengan siaran tradisional, memastikan keberlangsungan jurnalisme yang profesional dan bertanggung jawab di era media digital. Secara keseluruhan, teori media digital dan jurnalisme hiper-lokal menggambarkan transformasi yang terjadi dalam dunia pemberitaan serta perlunya regulasi yang adaptif untuk mengatur dan melindungi ekosistem media digital yang semakin kompleks, sekaligus mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam era informasi digital saat ini.

Teori Komunikasi dan Sosial

Komunikasi sosial adalah proses interaksi yang terjadi antara individu atau kelompok dalam masyarakat dengan tujuan bertukar informasi, ide, maupun perasaan guna membangun makna bersama. Komunikasi tidak hanya sebatas penyampaian pesan, tetapi juga melibatkan proses pemahaman dan interpretasi yang dipengaruhi oleh konteks sosial dan budaya masing-masing pihak. Dalam komunikasi sosial, individu secara aktif membentuk hubungan melalui interaksi yang dinamis, di mana terdapat unsur timbal balik yang melibatkan komunikasi verbal maupun nonverbal.

Menurut beberapa ahli, komunikasi sosial mencakup aspek interaksi sosial, kemampuan berbahasa, dan pemrosesan kognitif yang memungkinkan seseorang untuk menyesuaikan diri dalam berbagai situasi sosial. Fungsi komunikasi ini meliputi pengawasan lingkungan, pengaturan hubungan sosial, dan penyampaian norma serta nilai kepada anggota masyarakat untuk menjaga keteraturan sosial.

Dalam konteks media digital dan jurnalisme hiper-lokal, teori komunikasi sosial sangat relevan untuk memahami bagaimana pesan yang disampaikan oleh media mempengaruhi interaksi sosial dan pembentukan opini publik. Media hiper-lokal yang muncul seringkali menjadi saluran komunikasi vital di tingkat komunitas yang lebih kecil, namun jika penyampaian informasi tidak dilakukan secara etis dan akurat, hal ini dapat mengganggu harmonisasi sosial dan menimbulkan fragmentasi komunikasi.

Teori ini juga menyoroti bagaimana makna yang dibangun melalui interaksi komunikasi tidak bersifat statis melainkan dapat berubah sesuai dengan latar belakang serta pengalaman penerima pesan. Oleh karena itu, komunikasi dalam masyarakat bersifat kompleks dan memerlukan kesadaran akan konteks sosial dan dinamika interaksi agar pesan dapat diterima dan dipahami dengan baik. Lebih jauh, komunikasi sosial membantu menjelaskan bagaimana kepercayaan dan kredibilitas media dapat dibangun atau justru rusak melalui praktik komunikasi yang dilakukan, khususnya dalam media digital yang terdesentralisasi seperti jurnalisme hiper-lokal.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN***Praktik Produksi Konten Tanpa Otorisasi Perusahaan Induk***

Praktik produksi konten tanpa otorisasi perusahaan induk dalam media digital hiper-lokal merupakan fenomena yang semakin marak seiring perkembangan teknologi digital dan media sosial. Peran serta masyarakat dalam pembuatan dan penyebaran berita menggunakan platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok memberikan kemudahan akses namun sekaligus menimbulkan tantangan besar dalam hal kualitas, etika, dan legalitas konten yang dihasilkan.

Secara operasional, pelaku produksi konten tanpa otorisasi ini biasanya menjalankannya secara informal dengan pola kerja yang fleksibel dan minim pengawasan editorial. Hal ini berbeda dengan media resmi yang memiliki tata kelola redaksi yang ketat untuk menjaga standar jurnalistik. Akibatnya, konten yang diproduksi sering kali tidak melalui proses verifikasi fakta yang memadai. Wartawan atau pemilik akun tidak terikat oleh kode etik jurnalistik dan tidak memiliki sistem koreksi internal yang efektif. Contohnya, banyak berita yang tersebar tanpa pengecekan sumber yang jelas atau bahkan mengandung informasi yang keliru dan bias. Fenomena ini berpotensi mempercepat penyebaran misinformasi dan disinformasi yang dapat merugikan publik serta merusak kepercayaan terhadap media secara umum.

Dari sisi etika, praktik tanpa otorisasi ini melanggar prinsip dasar jurnalistik seperti akurasi, independensi, dan tanggung jawab sosial. Kode Etik Jurnalistik Indonesia, yang didasarkan pada Peraturan Dewan Pers No. 6 Tahun 2008 dan UU No. 40 Tahun 1999 tentang Pers, mengharuskan setiap pelaku media untuk memverifikasi informasi secara seksama,

menjaga independensi dari tekanan eksternal, menyediakan hak jawab, serta menjaga privasi narasumber. Misalnya, penerbitan berita tanpa verifikasi dapat dianggap pelanggaran serius yang memicu sanksi oleh Dewan Pers, dan dalam kasus tertentu dapat berujung pada tuntutan hukum ketika merugikan pihak lain atau mengandung fitnah. Kasus nyata seperti pelanggaran oleh beberapa media yang menyebarkan berita dengan sumber imajiner atau tidak diverifikasi dengan benar menjadi contoh konkret pelanggaran etika yang ditindak tegas oleh Dewan Pers.

Secara hukum, produksi konten tanpa izin menggunakan nama, merek, atau logo media arus utama dapat melanggar beberapa regulasi, antara lain:

- UU No. 40 Tahun 1999 tentang Pers, yang mengatur pers harus beroperasi secara profesional dan menghormati kode etik serta tidak menyebarkan informasi yang tidak benar.
- UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek, melarang penggunaan merek dagang tanpa izin yang mengakibatkan kebingungan di masyarakat.
- UU No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, melindungi konten media dari pelanggaran hak cipta.
- UU No. 19 Tahun 2016 tentang Perubahan UU ITE No. 11 Tahun 2008, mengatur larangan penyebaran informasi elektronik yang bersifat fitnah, hoaks, atau merugikan pihak lain secara elektronik.

Contoh pelanggaran nyata adalah ketika ada pihak yang menggunakan merek sebuah jaringan media besar untuk membuat akun media hiper-lokal tanpa izin, lalu menyampaikan berita yang tidak terverifikasi yang dapat merusak reputasi dan kredibilitas merek tersebut. Perusahaan pemilik hak dapat menempuh jalur hukum pidana dan perdata berdasarkan UU Merek dan UU ITE untuk menghentikan dan mengadili pelanggaran tersebut.

Dampak sosial dari praktik tanpa otorisasi ini sangat signifikan. Kepercayaan publik terhadap media dapat menurun karena sulit membedakan mana konten yang profesional dan mana yang hanya narasi tidak bertanggung jawab. Hal ini berpotensi memecah belah opini publik dan mengganggu stabilitas sosial, terutama dalam konteks demokrasi informasi di mana media memiliki fungsi sebagai pilar utama pengontrolan informasi publik. Integritas media sebagai institusi penghimpun fakta yang akurat dan berimbang dapat terkikis, sehingga menciptakan ruang publik yang rentan terhadap manipulasi dan propaganda yang bias.

Sebagai respons, penegakan hukum dan regulasi yang tegas sangat dibutuhkan guna menjaga fungsi media digital hiper-lokal tetap etis dan legal. Dewan Pers dan pemerintah melalui Kementerian Komunikasi dan Informatika terus berupaya mengawasi konten digital dengan mengadopsi regulasi terbaru dan mekanisme pengaduan yang memungkinkan masyarakat melaporkan pelanggaran media. Penerapan sanksi administratif dan pidana berdasarkan undang-undang terkait menjadi instrumen efektif dalam menjaga profesionalisme jurnalisme di era digital.

Dengan demikian, meski media digital hiper-lokal menghadirkan peluang besar untuk pemberdayaan informasi masyarakat secara lebih dekat dan relevan, praktik produksi konten tanpa otorisasi dari perusahaan induk membawa risiko yang perlu dikelola dengan baik, baik melalui penegakan etika jurnalistik maupun kerangka hukum yang jelas dan adaptif.

Motivasi dan Pola Produksi Konten

Motivasi pelaku produksi konten jurnalistik hiper-lokal tanpa otorisasi perusahaan induk sangat beragam dan kompleks, mencerminkan dinamika dunia media digital yang terus berkembang di Indonesia. Salah satu motivasi utama adalah untuk mengisi kekosongan pemberitaan yang dianggap kurang mendapat perhatian dari media arus utama. Di banyak wilayah, terutama tingkat kecamatan, kelurahan, atau desa, isu-isu lokal seringkali tidak tersorot. Hal ini mendorong warga atau kelompok tertentu untuk memproduksi konten yang lebih relevan dan terfokus pada persoalan setempat, sehingga memberikan ruang bagi partisipasi masyarakat dalam proses pemberitaan.

Selain motivasi sosial dan kultural tersebut, ada juga dorongan ekonomi yang signifikan. Produksi konten di platform digital seperti TikTok, Instagram, YouTube, atau Facebook memungkinkan monetisasi melalui iklan, endorsement, hingga penjualan produk digital. Banyak pelaku yang melihat aktivitas ini sebagai sumber penghasilan alternatif yang menjanjikan, terutama di era dimana akses teknologi semakin merata. Monetisasi ini mendorong mereka memproduksi konten secara masif dengan tujuan menarik perhatian sebanyak mungkin pengguna demi mendapatkan imbalan finansial. Hal ini sering kali menyebabkan konten disusun dengan mengutamakan viralitas dan kecepatan penyebaran ketimbang akurasi atau keseimbangan informasi.

Dari segi pola produksi, konten yang dibuat tanpa otorisasi biasanya bersifat spontan dan informal. Pelaku sering tidak memiliki proses editorial yang sistematis, termasuk tahapan verifikasi fakta dan pemeriksaan silang informasi. Konten lebih difokuskan pada format yang simpel dan mudah diakses seperti video pendek atau narasi singkat, yang lebih menekankan aspek hiburan dan daya tarik emosional. Dalam banyak kasus, tidak ada kejelasan tanggung jawab profesional sehingga memungkinkan narasi subjektif, bias, atau mengandung framing yang tidak proporsional mendominasi isi berita.

Contoh nyata yang pernah terjadi di Indonesia adalah fenomena akun-akun media hiper-lokal yang menggunakan nama atau logo media arus utama tanpa izin, lalu menyebarkan berita yang sering kali tidak akurat dan cenderung mengedepankan narasi tertentu yang menguntungkan kelompok pembuat konten. Hal ini menimbulkan kebingungan dan merusak reputasi media yang asli serta kepercayaan publik terhadap informasi yang beredar. Kasus-kasus semacam ini tidak jarang berujung pada proses hukum, di mana pihak perusahaan induk menempuh jalur klaim pelanggaran merek atau hak cipta berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis serta UU No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Selain itu, penggunaan konten yang menyesatkan dan merugikan pihak tertentu dapat dikenakan sanksi hukum berdasarkan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) No. 11 Tahun 2008 yang telah diperbarui dengan UU No. 19 Tahun 2016.

Hukumannya dapat berupa denda administratif, hingga pidana penjara, tergantung tingkat keseriusan pelanggaran. Misalnya, pelaku yang terbukti menggunakan merek tanpa izin dan menyebarkan informasi palsu bisa dikenai pasal pidana pelanggaran merek (Pasal 100 UU Merek) serta pasal terkait penyebaran berita bohong di UU ITE (Pasal 28 ayat (1)). Putusan pengadilan atas beberapa kasus pelanggaran konten digital menegaskan pentingnya melakukan verifikasi dan mendapat izin untuk penggunaan merek dagang agar tidak melanggar hukum sekaligus menjaga integritas produksi konten.

Demikian pula, dari aspek etika, produksi konten tanpa standar profesional dan tidak transparan perlakuannya melanggar Kode Etik Jurnalistik Indonesia. Hal ini berpotensi menimbulkan keresahan publik akibat tersebarnya informasi bias atau tidak seimbang. Dewan Pers memiliki mekanisme pengawasan dan sanksi administratif bagi media yang terbukti melanggar aturan, sehingga pelanggar dapat diberikan teguran, pencabutan status keanggotaan, atau rekomendasi hukum.

Untuk mengatasi hal ini, diperlukan edukasi literasi digital yang kuat kepada masyarakat agar dapat memahami cara mengenali konten resmi dan kredibel serta mekanisme hukum yang berlaku untuk melindungi hak kekayaan intelektual dan prinsip etika jurnalistik. Penguatan pengawasan regulasi oleh otoritas terkait seperti Dewan Pers dan Kementerian Komunikasi dan Informatika juga menjadi kunci dalam menjamin keseimbangan antara kebebasan berkarya dan kepatuhan hukum dalam media digital hiper-lokal di Indonesia. Dengan demikian, motivasi campuran dari aspek sosial, ekonomi, serta pola produksi yang spontan dan kurang terkontrol menjadi ciri khas produksi konten tanpa otorisasi yang perlu ditanggapi secara serius baik dari sisi etika maupun legalitas agar ekosistem media digital di Indonesia tetap sehat dan terpercaya.

\Pelanggaran Etika Jurnalistik

Pelanggaran etika jurnalistik dalam produksi konten tanpa otorisasi perusahaan induk merupakan salah satu persoalan yang semakin menonjol dalam praktik media digital hiper-lokal di Indonesia. Ketentuan dasar mengenai moralitas dan profesionalitas pers sebenarnya telah diatur secara jelas dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers serta Kode Etik Jurnalistik yang ditetapkan melalui Peraturan Dewan Pers Nomor 6 Tahun 2008. Namun, media yang tidak memiliki struktur redaksional dan tidak beroperasi sebagai perusahaan pers resmi seringkali mengabaikan ketentuan tersebut, sehingga berdampak buruk pada kualitas informasi yang beredar di ruang publik. Salah satu bentuk pelanggaran yang paling dominan adalah ketidakakuratan informasi akibat minimnya proses verifikasi. Kode Etik Jurnalistik menegaskan bahwa jurnalis wajib menghasilkan berita yang akurat dan berimbang, namun dalam praktik lapangan, akun hiper-lokal kerap mempublikasikan informasi yang belum teruji kebenarannya. Kondisi ini sejalan dengan temuan SAFEnet pada tahun 2023 yang mencatat bahwa sebagian besar sebaran hoaks dan kesalahan informasi bersumber dari kanal non-profesional yang tidak memiliki mekanisme penyuntingan. Ketidakakuratan tersebut tidak hanya melanggar etika, tetapi juga dapat menimbulkan konsekuensi pidana melalui Pasal 28 ayat (1) UU ITE terkait penyebaran informasi bohong serta Pasal 14 dan 15 UU Nomor 1 Tahun 1946 mengenai penyebaran kabar tidak pasti.

Selain masalah akurasi, pelanggaran independensi juga menjadi persoalan penting dalam konteks media tidak berotorisasi. Kode Etik Jurnalistik mewajibkan wartawan untuk bersikap independen dan bebas dari kepentingan pihak mana pun, namun media hiper-lokal yang tidak memiliki pengawasan internal cenderung mengunggah konten yang bias, dipengaruhi kepentingan pemilik akun, atau bahkan dimotivasi preferensi pribadi pembuat konten. Dewan Pers dalam berbagai Pernyataan Penilaian Ahli (PPA) menegaskan bahwa media yang tidak memenuhi kriteria perusahaan pers tidak dapat mengklaim menjalankan fungsi jurnalistik yang dilindungi undang-undang, sehingga seluruh konsekuensi hukum atas kontennya ditanggung penuh secara pribadi oleh pembuatnya. Ketiadaan struktur redaksi juga mengakibatkan pengabaian hak jawab dan hak koreksi, padahal UU Pers pada Pasal 5 ayat (2) dan (3) mewajibkan media untuk memberikan ruang perbaikan apabila suatu pemberitaan merugikan seseorang. Praktik di lapangan menunjukkan bahwa banyak media hiper-lokal tidak menyediakan kanal klarifikasi, tidak menanggapi permintaan koreksi, dan tidak menarik atau memperbaiki berita yang terbukti salah. Menurut data Dewan Pers, lebih dari 60% pengaduan masyarakat pada periode 2020–2023 berkaitan dengan isu ketidakberimbangan dan pengabaian hak jawab, yang mayoritas berasal dari media digital tidak resmi.

Pelanggaran privasi menjadi isu signifikan lainnya. Kode Etik Jurnalistik Pasal 9 menegaskan bahwa wartawan wajib menghormati kehidupan pribadi seseorang kecuali untuk kepentingan publik yang lebih besar. Namun media hiper-lokal seringkali mempublikasikan identitas korban kecelakaan, korban kekerasan, atau anak di bawah umur tanpa pertimbangan etis. Banyak pula konten yang menampilkan alamat rumah, nomor ponsel, atau foto pribadi tanpa izin, sehingga melanggar ketentuan privasi dan rentan dijerat UU ITE Pasal 26 maupun UU Perlindungan Data Pribadi Nomor 27 Tahun 2022. Pada masa pandemi COVID-19, Dewan Pers bahkan mengeluarkan beberapa teguran keras kepada media yang menampilkan identitas pasien, yang secara jelas dinyatakan sebagai pelanggaran etika dan membahayakan keselamatan individu.

Seluruh pelanggaran tersebut dapat berujung pada sanksi etis maupun pidana. Dewan Pers berwenang memberikan teguran, mewajibkan pemuatan klarifikasi, hingga merekomendasikan tindakan hukum. Namun media non-otorisasi yang tidak terdaftar sebagai perusahaan pers tidak dapat memperoleh perlindungan UU Pers, sehingga kasusnya lebih sering masuk dalam ranah pidana melalui pasal-pasal UU ITE seperti Pasal 27 ayat (3) tentang pencemaran nama baik, Pasal 28 ayat (2) tentang ujaran kebencian, serta Pasal 36 yang mengatur kerugian akibat

konten digital. Selain itu, Pasal 310–311 KUHP mengenai penghinaan dapat diterapkan apabila ada unsur pencemaran reputasi. SAFEnet mencatat bahwa pada tahun 2022–2023, peningkatan kasus digital yang berujung pada pemidanaan mencapai lebih dari 20%, dengan sebagian besar pelakunya merupakan admin akun non-profesional yang tidak memahami standar jurnalistik.

Pelanggaran etika jurnalistik oleh media digital tanpa otorisasi tidak hanya berdampak pada kerugian individual, tetapi juga merusak ekosistem informasi, menurunkan kepercayaan publik terhadap media, serta melemahkan kualitas demokrasi lokal. Informasi yang tidak akurat, bias, dan tidak berimbang dapat menimbulkan polarisasi, konflik sosial, dan persepsi keliru di masyarakat. Oleh karena itu, penegakan kode etik, regulasi yang ketat, serta literasi media menjadi sangat penting untuk menjaga integritas jurnalisme di Indonesia, terutama di tengah berkembangnya media hiper-lokal yang bersifat terdesentralisasi. Upaya penguatan regulasi dan edukasi publik menjadi kunci agar praktik jurnalisme digital tetap berada dalam koridor profesional sesuai amanat UU Pers dan prinsip-prinsip etika jurnalistik.

Aspek Legalitas Penggunaan Identitas Media

Penggunaan identitas media tanpa izin resmi merupakan pelanggaran hukum yang serius dan memiliki implikasi yang luas baik secara etika, sosial, maupun hukum di Indonesia. Fenomena ini kian marak seiring pesatnya perkembangan media digital, terutama dalam konteks media hiper-lokal yang kerap memanfaatkan nama, logo, atau konten media arus utama tanpa mendapatkan otorisasi dari perusahaan induknya.

Dalam ranah hukum Indonesia, beberapa regulasi utama secara tegas melarang penggunaan identitas media tanpa izin. Pertama, Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 tentang Pers menegaskan bahwa kebebasan pers harus diimbangi dengan tanggung jawab publik dan pengoperasian media yang sah serta tunduk pada kode etik jurnalistik. Media yang tidak resmi atau menggunakan identitas tanpa izin dapat dianggap melanggar prinsip legalitas dan menimbulkan kebingungan publik terkait sumber berita.

Selanjutnya, UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis melindungi merek dagang termasuk nama dan logo media dari penggunaan tanpa persetujuan pemilik merek resmi. Penggunaan merek dagang tanpa izin tidak hanya merugikan pemilik hak, tapi juga membingungkan konsumen atau masyarakat pengguna berita karena sulit membedakan mana media resmi dan mana yang bukan. Ini bisa mengakibatkan kerusakan reputasi dan kehilangan kepercayaan publik terhadap institusi media yang sah.

Selain itu, UU No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta memberikan perlindungan hukum atas konten media. Konten berita, foto, video, dan materi jurnalistik lainnya dilindungi hak cipta sehingga penggunaan tanpa izin termasuk penjiplakan merupakan pelanggaran yang dapat dikenakan sanksi hukum. Sedangkan UU No. 19 Tahun 2016 tentang Perubahan UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) juga mengatur larangan penyebaran informasi elektronik yang dapat menimbulkan fitnah, hoaks, atau merugikan pihak lain, termasuk penyebaran konten media tanpa verifikasi.

Contoh nyata dalam praktik di Indonesia adalah kasus akun media hiper-lokal yang menggunakan nama dan logo jaringan media nasional tanpa izin. Akun tersebut kemudian menyebarkan berita yang tidak terverifikasi dan terkadang menyesatkan, yang merugikan reputasi perusahaan induk serta membingungkan masyarakat pengguna informasi. Dalam kasus semacam ini, perusahaan induk berhak menempuh jalur hukum dengan menuntut pelanggaran merek dagang berdasarkan Pasal 100 UU Merek dan pelanggaran hak cipta menurut UU Hak Cipta. Selain itu, penyebaran berita bohong atau hoaks dapat dikenai sanksi pidana menurut Pasal 28 ayat (1) UU ITE, dengan ancaman pidana penjara hingga 6 tahun dan/atau denda maksimum Rp1 miliar.

Selain itu, pembuatan akun palsu atau pemalsuan identitas terkait media tertentu di media sosial juga diatur dalam UU ITE Pasal 35 dan Pasal 51 ayat (1). Pasal ini melarang penciptaan, perubahan, atau penghilangan informasi elektronik dengan tujuan agar dianggap otentik,

termasuk pemalsuan akun resmi media tanpa izin. Pelaku dapat dikenai pidana penjara paling lama 12 tahun dan/atau denda paling banyak Rp12 miliar. Salah satu contoh adalah kasus-akun media palsu yang menyamar sebagai portal berita resmi dan menyebarkan propaganda atau informasi salah yang meresahkan publik.

Hukum lain yang relevan adalah perlindungan data pribadi yang diatur dalam Undang-Undang No. 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP). Penggunaan data dan identitas media tanpa izin juga berpotensi melanggar privasi dan data pribadi yang dilindungi hukum, sehingga pelaku dapat menghadapi sanksi tambahan bila ditemukan penyalahgunaan data untuk kejahatan siber atau pencemaran nama baik.

Dampak dari pelanggaran identitas ini cukup luas. Secara sosial, masyarakat mengalami kebingungan dalam membedakan sumber berita yang terpercaya, yang pada akhirnya dapat menurunkan kepercayaan pada media sebagai lembaga pemberi berita yang kredibel. Secara ekonomi, perusahaan media yang dirugikan bisa mengalami kerugian reputasi dan finansial karena rusaknya brand dan hilangnya pelanggan atau audiens. Secara hukum, pelanggaran menghadapi risiko tuntutan pidana maupun perdata yang berat, termasuk denda besar dan hukuman penjara sebagai upaya penegakan hukum yang memberikan efek jera. Dengan demikian, penggunaan identitas media tanpa izin bukan sekadar persoalan etika jurnalistik tetapi merupakan pelanggaran hukum yang harus mendapat perhatian serius. Penegakan hukum harus berjalan beriringan dengan edukasi literasi media dan digital kepada masyarakat agar ekosistem media digital, termasuk yang berskala hiper-lokal, tetap sehat, terpercaya, dan berlandaskan legalitas serta integritas profesional.

Dampak Sosial dan Hukum terhadap Kepercayaan Publik dan Integritas Media

Produksi konten tanpa otorisasi dari perusahaan induk pada media hiper-lokal memberikan dampak sosial dan hukum yang signifikan terhadap kepercayaan publik serta integritas media di Indonesia. Salah satu efek sosial yang paling nyata adalah menurunnya tingkat kepercayaan masyarakat terhadap media secara keseluruhan. Ketidakjelasan status dan kualitas konten antara produksi yang resmi dan tidak resmi menyebabkan publik bingung membedakan mana berita yang profesional dan dapat dipertanggungjawabkan, mana yang sekadar narasi subjektif atau bahkan misinformasi. Dalam konteks media hiper-lokal, hal ini diperparah oleh banyaknya pihak yang mengelola konten secara independen tanpa standar editorial, sehingga integritas informasi menjadi rentan terganggu.

Kondisi ini menciptakan fragmentasi dalam opini publik. Berita yang bias dan kurang akurat tersebar luas, memicu polarisasi sekaligus memperbesar kesenjangan informasi antar komunitas. Fragmentasi tersebut bukan hanya masalah teknis komunikasi, tetapi juga berpotensi merusak kohesi sosial dan menimbulkan konflik antar kelompok di masyarakat. Media yang seharusnya menjadi pilar demokrasi untuk mengawal transparansi dan akurasi informasi justru berkontribusi pada disinformasi yang melemahkan fungsi demokrasi dan ruang publik yang sehat.

Dari sudut pandang hukum, fenomena produksi konten tanpa otorisasi meningkatkan kebutuhan akan penegakan hukum yang lebih tegas dan efektif. Perlindungan terhadap hak kekayaan intelektual dan tata kelola media digital harus dipastikan berjalan dengan ketat untuk menjaga kepercayaan publik dan menjamin hak pemilik konten resmi. Implementasi sanksi pidana maupun perdata berdasarkan undang-undang yang relevan, seperti UU No. 40 Tahun 1999 tentang Pers, UU No. 20 Tahun 2016 tentang Merek, UU No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dan UU ITE (No. 19 Tahun 2016 sebagai perubahan UU No. 11 Tahun 2008), menjadi instrumen utama dalam menegakkan keadilan dan menjaga stabilitas ekosistem media.

Pemerintah dan Dewan Pers memiliki peran penting dalam mengatur dan mengawasi aktivitas media digital hiper-lokal dengan menerapkan regulasi yang adaptif. Selain itu, penyedia platform digital wajib menyediakan mekanisme pengaduan dan penanganan konten yang melanggar norma dan hukum. Masyarakat pun didorong untuk aktif melaporkan

pelanggaran agar penegakan hukum dapat berjalan demokratis dan transparan. Misalnya, kanal pengaduan dari Dewan Pers dan Kementerian Komunikasi serta Informatika (Kominfo) menjadi sarana pengawasan masyarakat luas terhadap konten yang merugikan.

Selain aspek hukum dan regulasi, edukasi literasi digital kepada masyarakat menjadi kunci untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya konsumsi berita yang kredibel dan bertanggung jawab. Dengan meningkatnya literasi, masyarakat dapat lebih selektif dalam menerima informasi dan mengurangi penyebaran konten ilegal, hoaks, atau narasi bias yang merusak reputasi media secara keseluruhan.

Secara keseluruhan, dampak sosial dan hukum dari produksi konten tanpa otorisasi ini menunjukkan bahwa meskipun teknologi membuka peluang lebih luas bagi keberagaman suara, tanpa pengaturan dan pengawasan yang memadai dapat menimbulkan disfungsi serius dalam ekosistem media dan demokrasi informasi di Indonesia. Maka, penegakan hukum yang tegas, regulasi adaptif, serta peningkatan kesadaran masyarakat menjadi tiga pilar utama dalam menjaga kepercayaan dan integritas media di era digital yang semakin kompleks dan terdesentralisasi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Praktik produksi konten jurnalistik hiper-lokal tanpa otorisasi perusahaan induk merupakan fenomena yang semakin marak di era digital saat ini, di mana kemudahan akses teknologi dan media sosial memungkinkan siapa saja memproduksi dan menyebarkan berita secara luas. Meskipun hal ini memberikan peluang baru bagi partisipasi masyarakat dan pengisian pemberitaan yang lebih spesifik di tingkat lokal, praktik tersebut menimbulkan tantangan serius terkait etika, kualitas, dan legalitas konten. Dari sisi etika, produksi konten tanpa pengawasan editorial resmi cenderung melanggar prinsip dasar jurnalistik seperti akurasi, independensi, transparansi, dan penghormatan privasi, yang berujung pada penyebaran informasi tidak terverifikasi, berita bias, serta minimnya penanganan hak jawab dan koreksi.

Dari sudut pandang hukum, penggunaan nama, logo, dan merek media tanpa izin merupakan pelanggaran terhadap regulasi seperti UU Pers, UU Merek, UU Hak Cipta, dan UU ITE, yang dapat berakibat pada tuntutan pidana dan perdata. Dampak sosial yang timbul sangat signifikan, mulai dari menurunnya kepercayaan publik terhadap media, fragmentasi opini publik, hingga potensi konflik sosial akibat disinformasi yang beredar luas. Oleh karena itu, penting bagi pemerintah, Dewan Pers, dan berbagai stakeholder terkait untuk memperkuat regulasi, penegakan hukum, serta meningkatkan literasi digital masyarakat agar mampu mengenali dan memilih konten yang legal dan etis. Kolaborasi lintas sektor dan edukasi intensif harus menjadi prioritas guna menciptakan ekosistem media digital hiper-lokal yang sehat, bertanggung jawab, dan berintegritas, sehingga media tetap dapat menjalankan perannya sebagai pilar demokrasi dan sumber informasi terpercaya di masa depan.

Saran

Berikut adalah saran terkait etika dan legalitas produksi konten jurnalistik hiper-lokal tanpa otorisasi perusahaan induk:

1. Memperkuat regulasi dan penegakan hukum yang adaptif, seperti implementasi Perpres No. 32 Tahun 2024 tentang Tanggung Jawab Perusahaan Platform Digital untuk Mendukung Jurnalisme Berkualitas, agar platform digital dan media dapat bersinergi menciptakan ekosistem informasi yang sehat dan berkelanjutan.
2. Mendorong adanya mekanisme pengaduan dan penanganan pelanggaran media digital yang efektif dan transparan, sehingga masyarakat dapat dengan mudah melaporkan konten tanpa otorisasi dan pelanggaran etika jurnalistik.
3. Meningkatkan edukasi dan literasi digital kepada masyarakat luas untuk memperkuat kemampuan publik mengenali konten media yang kredibel, legal, dan etis, sekaligus

menghindari penyebaran hoaks dan informasi tidak terverifikasi.

4. Memperkuat fungsi pengawasan oleh Dewan Pers dan lembaga terkait untuk memberi sanksi tegas kepada media yang melakukan pelanggaran etika jurnalistik dan penggunaan identitas tanpa izin, supaya tercipta standar jurnalistik yang profesional dan terpercaya.
5. Mendorong media digital lokal untuk menerapkan standar editorial yang ketat, sambil memberikan pendampingan dan pelatihan agar produk jurnalistik dapat tetap akurat, berimbang, dan bertanggung jawab.
6. Menumbuhkan kesadaran dan tanggung jawab sosial di kalangan pelaku media hiper-lokal untuk memastikan bahwa produksi konten bukan hanya mengutamakan viralitas tapi tetap berpegang pada prinsip jurnalistik yang benar.

Dengan saran-saran ini, diharapkan kualitas dan legalitas jurnalistik hiper-lokal di Indonesia dapat meningkat, menjaga kepercayaan publik serta memperkuat ruang demokrasi informasi di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

Republik Indonesia. (1999). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers.

Republik Indonesia. (2002). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran.

Republik Indonesia. (2014). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

Republik Indonesia. (2016). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2020). Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 5 Tahun 2020 tentang Penyelenggara Sistem Elektronik Lingkup Privat.

Republik Indonesia. (2022). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi.

Hatta, K. H. (2018). Tingkat Pengetahuan dan Pemahaman Wartawan Terhadap Kode Etik Jurnalistik. *Jurnalisa*.

Permana, R. (2018). Tinjauan kritis konsep dan aplikasi teori pertanggungjawaban sosial pers di Indonesia. *Sosiohumaniora*, 7(3).

Silalahi, R. Y., & Susanto, E. H. (2020). Penerapan kode etik jurnalistik media online Tribunnews dan efek pemberitaan pada pembacanya. *Koneksi*, 4(2), 293–300.

Berliana, T. L., Kusmayadi, I. M., & Al-Faqih, M. Z. (2021). Tingkat pengetahuan dan persepsi etika jurnalistik di kalangan jurnalis media online di Jakarta. *Jurnal Riset Jurnalistik dan Media Digital*, 4(2), 197–206. <https://doi.org/10.29313/jrjmd.v4i2.4541>

Pramesti, O. L., Wulandari, T. D., & Pranata, A. Y. (2023). Peningkatan kapasitas dalam proses pembuatan konten berita berdasarkan prinsip etika di kalangan jurnalis online. *Jurnal Atma Inovasia*, 5(4).

Pamungkas, A. D., Suherdiana, D., & Tresnawaty, B. (2024). Implementasi kode etik jurnalistik pada praktik citizen journalism di media sosial. *Annaba: Jurnal Ilmu Jurnalistik*, 5(4).

Maflucha, L., & Wijayanti, Q. N. (2024). Etika jurnalistik dalam era digital: menghadapi tantangan dengan Kode Etik Pers. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(1). <https://doi.org/10.62281/v2i1.42>