

PELANGGARAN KODE ETIK PLAGIASI & REPRESENTASI YANG TIDAK AKURAT DAN KONFLIK KEPENTINGAN PRIBADI PADA ILMU DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

Hadhira Rahma¹, Adellia Rihadatulaisy², Ayu Rahma Yunita³, Putri
Oktarianty⁴

^{1), 2), 3), 4)} Prodi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Pemerintahan dan Budaya,
Universitas Indo Global Mandiri

Jl. Jend Sudirman Km.4 No. 62, 20 Ilir D. IV, Kec. Ilir Tim. I, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30129
Email : Adirarahma428@gmail.com¹

Received: 03 Mei 2024

Revised: 5 Juni 2024

Accepted: 29 Juni 2024

Abstract: *Technological advances, especially the internet, encourage graphic designers to be more productive and innovative in their work. They are increasingly active in spreading graphic design work through various social media platforms and other channels. However, the consequence of this is an increase in plagiarism cases, due to the easy access to view other people's work online. The main problem is how violations of the code of ethics can affect the problem of plagiarism in visual communication design science. In this writing, the method used by the author is a qualitative research method with data collection techniques through case studies of plagiarism and inaccurate representation in visual communication design science. The results obtained are that plagiarism in relation to the world of visual communication design has become a phenomenon that often occurs and is even considered normal for certain individuals and groups. By getting used to the practice of plagiarism, designers become untrained and become too dependent on other people's work, which leads to designers being lazy in looking for ideas and fading creativity. Through this research, it is hoped that it will be able to contribute to reducing plagiarism in the field of Visual Communication Design.*

Keywords: *Code of Ethics, Plagiarism, Visual Communication Design Science*

Abstrak: Kemajuan teknologi, terutama internet, mendorong desainer grafis untuk menjadi lebih produktif dan inovatif dalam berkarya. Mereka semakin aktif dalam menyebarkan karya desain grafis melalui berbagai *platform* media sosial dan saluran lainnya. Namun, konsekuensi dari hal ini adalah peningkatan kasus plagiasi, karena kemudahan akses untuk melihat karya orang lain secara *daring*. Masalah utamanya yakni bagaimana pelanggaran kode etik bisa memengaruhi permasalahan plagiasi dalam ilmu desain komunikasi visual. Pada penulisan ini metode yang digunakan penulis yaitu metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui studi kasus plagiasi dan representasi yang tidak akurat dalam ilmu desain komunikasi visual. Hasil yang didapat yaitu plagiarisme dalam kaitannya dengan dunia desain komunikasi visual menjadi fenomena yang sudah sering terjadi bahkan dianggap lumrah bagi individu, maupun kelompok tertentu. Dengan terbiasa melakukan praktik plagiarisme ini, desainer menjadi tidak terlatih, menjadi terlalu bergantung terhadap karya orang lain yang mengarah kepada malasnya desainer dalam mencari ide dan kreatifitas yang meredup. Melalui penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih dalam mengurangi plagiarisme dalam bidang ilmu Desain Komunikasi Visual.

Kata Kunci : Kode Etik, Plagiasi, Ilmu Desain Komunikasi Visual

PENDAHULUAN

Etika profesi merujuk pada seperangkat prinsip moral dan standar perilaku yang mengatur praktik di dalam suatu profesi tertentu. Ini mencakup tanggung jawab terhadap klien atau pelanggan, hubungan dengan rekan kerja, integritas dalam melakukan pekerjaan, dan kewajiban terhadap masyarakat secara umum (Davis,2021). Praktik etika profesi melibatkan pertimbangan moral dalam pengambilan keputusan, menghormati hak dan martabat individu, memastikan keadilan dalam perlakuan, serta menjaga integritas dan transparansi dalam praktik profesional. Etika profesi juga dapat mencakup kode etik atau pedoman perilaku yang ditetapkan oleh badan profesional atau lembaga yang mengatur profesi tersebut. Pentingnya etika profesi terletak pada memastikan bahwa praktisi dalam suatu profesi bertindak dengan integritas dan kejujuran, serta mengutamakan kepentingan dan kesejahteraan individu, kelompok, dan masyarakat yang dilayani.

Etika profesi juga membantu membangun kepercayaan dan keandalan profesi dalam mata masyarakat. Etika bisnis adalah cabang dari filsafat terapan yang memeriksa prinsip-prinsip moral dan nilai-nilai yang membimbing perilaku dalam konteks bisnis. Ini mencakup pertimbangan moral dalam pengambilan keputusan bisnis, tanggung jawab sosial perusahaan, transparansi, integritas, dan hubungan dengan berbagai pemangku kepentingan seperti karyawan, pelanggan, dan masyarakat secara umum (Crane, 2020). Dalam praktiknya, etika bisnis melibatkan penerapan prinsip-prinsip moral dalam semua aspek operasional dan strategis sebuah organisasi. Hal ini termasuk menghormati hak individu, memastikan keadilan dalam perlakuan, mematuhi hukum dan peraturan, serta mempromosikan kesejahteraan masyarakat.

Menurut Sulistyono (2020) "Kode etik adalah seperangkat prinsip, nilai, dan standar perilaku yang mengatur praktik dalam suatu profesi, organisasi, atau bidang tertentu. Kode etik biasanya dirancang untuk memberikan panduan tentang perilaku yang dianggap etis dan profesional dalam konteks tertentu, serta menetapkan harapan tentang tanggung jawab dan kewajiban anggota atau praktisi". Dalam kode etik ada beberapa elemen utama, antara lain prinsip-prinsip moral. Kode etik biasanya didasarkan pada prinsip-prinsip moral yang

mendasar, seperti kejujuran, integritas, keadilan, dan menghormati martabat individu; tanggung jawab profesional.

Kode etik menetapkan tanggung jawab yang harus dipatuhi oleh anggota profesi atau praktisi dalam menjalankan tugas mereka dengan tingkat profesionalisme yang tinggi serta hubungan dengan pemangku kepentingan. Kode etik sering mengatur hubungan dengan berbagai pemangku kepentingan, termasuk klien, pelanggan, rekan kerja, masyarakat, dan lingkungan; penyelesaian konflik. Kode etik sering menetapkan prosedur untuk menangani konflik kepentingan atau situasi yang memunculkan pertentangan antara nilai-nilai etis yang berbeda; sanksi dan konsekuensi. Kode etik biasanya mencakup sanksi atau konsekuensi bagi pelanggaran kode etik, serta prosedur untuk menangani pelanggaran tersebut, dan pendidikan dan kesadaran.

Kode etik juga dapat menekankan pentingnya pendidikan, pelatihan, dan kesadaran tentang prinsip-prinsip etis dalam profesi atau organisasi tersebut. Kode etik dapat berbeda-beda antara profesi, organisasi, atau bidang tertentu, tetapi tujuannya adalah memberikan kerangka kerja yang konsisten untuk praktik yang bertanggung jawab dan etis. Praktisi atau anggota yang tunduk pada kode etik diharapkan untuk mematuhi standar etis yang tinggi dalam pekerjaan mereka dan bertanggung jawab atas konsekuensi dari perilaku mereka. Tindakan penjiplakan atau plagiarisme yang dilakukan orang dalam menghasilkan karya tulis atau karya ilmiah masih saja sering ditemukan dalam dunia pendidikan tinggi. Sekalipun hal tersebut sangat memprihatinkan bagi kemajuan ilmu pengetahuan tetapi dari waktu ke waktu hal tersebut masih terus saja terjadi.

Disadari atau tidak disadari pada saat orang melakukan plagiarisme hal ini menyebabkan telah terjadinya pelanggaran baik pelanggaran hak cipta, etika moral dan hukum. Terjadinya pelanggaran ini dapat dikategorikan pencurian karena hak milik orang lain telah diambil tanpa memperoleh izin dari pemilik yang sah sehingga merugikan orang lain. Plagiarisme karya tulis ilmiah yang merupakan problematika dalam perkembangan dan pertumbuhan ilmu pengetahuan telah merusak citra pendidikan tinggi Indonesia. Fenomena ini seperti telah membudaya di kalangan akademisi, baik itu di kalangan mahasiswa,

dosen bahkan para peneliti. Fenomena plagiarisme ini ibarat noda yang sulit lepas atau dihilangkan dari citra dunia pendidikan tinggi khususnya di lingkungan perguruan tinggi.

Fenomena plagiarisme tersebut tentu saja merusak citra dunia pendidikan yang mengutamakan kemampuan dan kecerdasan intelektual setiap orang dalam memajukan ilmu pengetahuan pada dunia pendidikan. Tidak dapat disangkal pula bahwa kemajuan teknologi informasi turut mengambil peran dalam perkembangan plagiarisme yang terjadi hingga kini dalam lingkungan perguruan tinggi khususnya di kalangan mahasiswa. Kemajuan teknologi ini memberikan kemudahan dalam mengakses informasi. Namun di sisi lain, hal ini juga mampu membuka ruang bagi timbulnya dampak negatif akibat penyalahgunaan dari kemajuan teknologi. Seperti halnya tindakan penjiplakan atau plagiarisme yang dapat terjadi melalui *copy paste* karya tulis ilmiah berupa skripsi. Hal ini menyebabkan mahasiswa menjadi malas berpikir dan berpotensi menghambat pengembangan kemampuan intelektual dari seorang akademisi.

Pelanggaran kode etik dalam permasalahan plagiasi dan representasi yang tidak akurat dalam ilmu desain komunikasi visual adalah masalah serius yang dapat merusak integritas dan reputasi seorang desainer serta merugikan klien, pemirsa, dan masyarakat secara umum. Plagiasi adalah tindakan mengambil ide, karya, atau konten orang lain tanpa memberikan kredit yang sesuai atau izin yang diperlukan. Dalam desain komunikasi visual, ini bisa mencakup penggunaan gambar, desain, atau konsep yang diambil dari sumber lain tanpa memberikan atribusi yang tepat. Pelanggaran ini dapat terjadi karena kurangnya pemahaman tentang hak cipta, kurangnya integritas profesional, atau tekanan untuk menyelesaikan pekerjaan dengan cepat.

Representasi yang tidak akurat dalam desain komunikasi visual mencakup penyajian informasi atau gambar yang menyesatkan atau memanipulasi fakta untuk mencapai tujuan tertentu. Ini bisa termasuk mengedit foto atau grafik untuk membuat produk atau layanan terlihat lebih baik daripada yang sebenarnya, atau menggunakan statistik yang dipilih dengan cermat untuk menghasilkan kesan yang salah. Pelanggaran ini mungkin disebabkan oleh tekanan untuk menghasilkan desain yang menarik atau efektif tanpa mempertimbangkan integritas informasi. Pelanggaran kode etik dalam kedua

kasus ini dapat memiliki dampak yang merugikan antara lain Kehilangan Kepercayaan: Pelanggaran kode etik dapat mengakibatkan kehilangan kepercayaan dari klien, pemirsa, dan masyarakat pada desainer atau organisasi yang mereka wakili. Ini dapat merusak reputasi profesional dan mempengaruhi peluang karir di masa depan, Tuntutan Hukum.

Plagiasi atau representasi yang tidak akurat dapat mengakibatkan tuntutan hukum, terutama jika merugikan pihak lain atau melanggar hak cipta dan Kerugian Finansial: Pelanggaran kode etik dapat menyebabkan kerugian finansial bagi klien atau organisasi yang terlibat, baik melalui biaya hukum, penurunan penjualan, atau kerugian reputasi. Adapun rumusan masalah yang dapat diambil dari latar belakang di atas yaitu "Bagaimana pelanggaran kode etik bisa memengaruhi permasalahan plagiasi dalam ilmu desain komunikasi visual?" Tujuan utama dari penelitian ini adalah mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan pelanggaran kode etik dalam plagiasi di dalam ilmu desain komunikasi visual. Melalui penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih dalam mengurangi plagiarism dalam bidang ilmu Desain Komunikasi Visual.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif, artinya suatu teknik yang menggambarkan dan menginterpretasikan data-data yang telah dikumpul dengan memberikan perhatian dan merekam sebanyak mungkin aspek situasi yang diteliti pada saat itu, sehingga memperoleh gambaran secara umum dan menyeluruh tentang keadaan sebenarnya (Kriyantono, 2014). Selanjutnya menurut Moleong dalam Patriansah menjelaskan bahwa metode penelitian deskriptif kualitatif lebih menekankan pada aspek analisis data yang dikumpulkan melalui kata-kata, gambar dan bukan angka-angka (Patriansah, 2022). Di samping itu metode pengumpulan data pada penulisan ini menggunakan metode pengumpulan data melalui studi kasus dengan cara melakukan studi kasus pada beberapa kasus plagiasi dan representasi yang tidak akurat dalam ilmu desain komunikasi visual. Ini akan membantu dalam pemahaman mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pelanggaran kode etik dan konflik kepentingan pribadi.

HASIL DAN DISKUSI

Studi kasus pelanggaran kode etik Integritas Akademik

Pada kasus "Plagiarisme Sebagai Pelanggaran Integritas Akademik di Perguruan Tinggi". Salah satu komponen penting yang menjadi tolak ukur keberhasilan dari seorang mahasiswa dalam menyelesaikan perkuliahan baik di tingkat sarjana, magister maupun doktoral berupa skripsi, tesis atau disertasi. Namun pada kenyataannya, dalam dunia pendidikan masih saja ditemukan adanya praktik plagiarisme yang dilakukan orang untuk menghasilkan karya tulis ilmiah. Penjiplakan atau yang lebih dikenal dengan sebutan populer "plagiarisme" merupakan fenomena global yang telah lama terjadi dan membudaya dalam dunia pendidikan pada berbagai negara termasuk di Indonesia.

Masalah plagiarisme dalam dunia pendidikan tinggi telah lama mendapat perhatian dari pemerintah melalui dibentuknya peraturan-peraturan berkaitan dengan plagiarisme. Namun seiring dengan perkembangan dunia pendidikan, aturan mengenai plagiarisme juga memerlukan perubahan dan penyesuaian agar dapat memenuhi kebutuhan masyarakat. Perguruan tinggi memiliki peran yang besar dalam upaya meningkatkan kesadaran hukum dan meminimalisir praktik plagiarisme yang terjadi di dunia pendidikan tinggi. Dalam praktiknya peran ini dapat dilakukan melalui pembentukan Komite Etika Penelitian sebagai upaya pembinaan pelaksanaan nilai integritas akademik dalam menghasilkan karya ilmiah di lingkungan perguruan tinggi yang tercantum dalam Pasal 4 Permendikbudristek No. 39 Tahun 2021. Oleh karena itu, ketika ingin melakukan penelitian setiap civitas akademik diwajibkan untuk memperoleh izin (ethical clearance) dari KEP. Hal ini dilakukan untuk mengurangi pelanggaran etika yang mungkin terjadi dalam suatu penelitian, termasuk di dalamnya yaitu plagiarisme.

Tabel 1 Pelanggaran kode etik dan hubungan dengan Desain Komunikasi Visual
Sumber : Hadira, 2024

Pelanggaran Kode Etik	Solusi	Hubungan dengan Desain Komunikasi Visual
Masalah Penjiplakan atau yang lebih dikenal dengan sebutan populer "plagiarisme" merupakan fenomena global yang telah lama terjadi dan membudaya dalam dunia pendidikan pada berbagai negara termasuk di	Urgensi pembentukan Komisi Etika Penelitian pada ekosistem pendidikan tinggi sebagai badan organisasi terstruktur perlu dilaksanakan secara menyeluruh oleh setiap perguruan tinggi. Tidak hanya pembentukan KEP di bidang Kesehatan namun juga dalam pembentukan KEP di bidang Ilmu Sosial. Diperlukannya payung	Plagiasi atau menggunakan karya orang lain tanpa memberikan kredit atau mengakui sumbernya. Dalam desain komunikasi visual, ini bisa berarti menyalin atau meniru karya desain orang lain

Indonesia.	hukum dalam mengatur kedua Komisi etik penelitian semata-mata adalah demi meningkatkan kualitas penelitian dan pembelajaran dalam dunia pendidikan tinggi. Khususnya dalam pembentukan KEP Ilmu di bidang Ilmu Sosial yang sampai saat ini belum memiliki pengaturan secara khusus.	tanpa izin atau persetujuan.
------------	---	------------------------------

Studi kasus Pelanggaran Kode etik Meme 'Awat Itu Hoax'

Pada kasus ketiga ini membahas tentang "Representasi Masyarakat Indonesia Melalui Ketidakjujuran Yang Tercermin Dalam Meme Awat Itu Hoax". Maraknya berita *hoax* seperti kabar burung bahwa akan ada jutaan warga negara Tiongkok yang akan menjadi tenaga kerja di Indonesia tentu meresahkan masyarakat. Terlebih lagi pada tahun politik menyambut pemilihan umum kepala daerah serentak 2017 ini, kabar bohong semakin bertebaran di dunia maya. Tampaknya, realitas kurang baik tersebut ditanggapi banyak pengguna media sosial secara kreatif dengan menciptakan meme-meme tentang berita bohong atau *hoax* tersebut. Meme-meme tersebut diberi tanda dengan ungkapan "Awat Itu Hoax".

Apabila dicermati, ada banyak bidang kehidupan yang dijadikan tema meme "Awat Itu Hoax". Selain itu, meme-meme tersebut mencerminkan realitas sosial (Shifman, 2014: 5) tertentu dalam masyarakat Indonesia. Metode analisis data yang digunakan adalah metode padan pragmatik, yaitu metode yang alat penentunya adalah mitra bicara (Sudaryanto, 2015). Adapun peneliti memosisikan diri sebagai penerima tutur yang menginterpretasikan meme-meme "Awat Itu Hoax". Peneliti mencermati setiap meme kemudian mengelompokkan meme-meme tersebut ke dalam berbagai bidang kehidupan masyarakat.

Hasil analisis sampel data menunjukkan bahwa ketidakjujuran yang tergambar dalam wacana meme "Awat Itu Hoax" mencerminkan beberapa prasangka yang cenderung negative terhadap representasi masyarakat Indonesia. Misalnya, laki-laki itu tidak setia, perempuan itu materialistis, perempuan suka memanipulasi foto sebelum mengunggahnya ke media sosial, orang Indonesia tidak tepat waktu, dan orang Indonesia itu kurang memiliki ketetapan hati ketika sudah memiliki rencana baik. Lahirnya meme-meme ini bisa

dimaknai sebagai bentuk pelepasan masyarakat terhadap maraknya hoax, tetapi juga bisa menjadi kritik supaya masyarakat Indonesia menjadi lebih jujur. Di sisi lain, meme-meme "Awas Itu Hoax" juga menjadi autokritik bagi masyarakat Indonesia sendiri supaya memiliki karakter yang berintegritas. Lihat gambar 1.



Gambar 1 Meme Awas Itu *Hoax*
 Sumber: <https://www.hipwee.com/>

Tabel 2 Pelanggaran Kode Etik pada meme 'Awas Itu *Hoax*'
 Sumber : Hadira, 2024

Pelanggaran Kode Etik	Solusi	Hubungan dengan Desain Komunikasi Visual
Maraknya berita hoax yang dimana realitas kurang baik tersebut ditanggapi banyak pengguna media sosial secara kreatif dengan menciptakan meme-meme tentang berita bohong atau hoax tersebut	Sebaiknya masyarakat tidak menyebarkan berita hoax yang bisa digambarkan melalui foto foto yang bisa diedit edit karena melalui foto foto tersebut menyebarkan foto hoax dapat melanggar etika, terutama jika dilakukan dengan sengaja atau tanpa melakukan verifikasi terlebih dahulu.	Dalam kasus ini terdapat Ketidakjujuran dalam Representasi. Ketidakjujuran dalam Representasi yaitu mewakili hasil desain dengan cara yang tidak jujur atau menyesatkan, seperti menggunakan efek khusus atau penyesuaian digital yang mengubah aspek penting dari karya tanpa memberikan informasi yang jelas kepada klien.

KESIMPULAN

Dengan memahami bentuk pesan yang akan disampaikan kepada audiens, maka desainer komunikasi visual lebih mudah membuat visual yang memiliki pesan tersebut, karya desain komunikasi visual harus mengandung pesan verbal dan pesan visual. Desainer komunikasi visual juga harus mempunyai kemampuan menafsir terhadap masyarakat agar pesan yang

disampaikan oleh desainer komunikasi visual tepat sasaran. Pesan yang disampaikan oleh desainer komunikasi visual harus jelas, mudah dan dipahami oleh audiens. Plagiarisme dalam kaitannya dengan dunia desain komunikasi visual menjadi fenomena yang sudah sering terjadi bahkan dianggap lumrah bagi individu maupun suatu lingkup lingkungan tertentu. Plagiarisme merupakan praktik menjiplak, meniru, dan mengklaim suatu karya yang berupa tulisan maupun visual.

Praktik plagiarisme dengan kaitannya dengan dunia desain grafis terjadi karena adanya sebab sebab tertentu yaitu karena kurangnya kemampuan desainer grafis, desainer grafis yang malas dalam mengasah kemampuan dan mencari ide, *deadline* dari *client*, sikap apatis terhadap hukum juga dapat mempengaruhi. Desainer komunikasi visual harus mampu dan bertahan dari persaingan terhadap desainer komunikasi visual lainnya, seiring berkembangnya teknologi tentunya semakin diujinya kreativitas kita dalam mengkomunikasikan pesan yang dapat disampaikan kepada audiens. Seiring percepatan teknologi yang pesat dan akselerasi dunia yang semakin dahsyat, hal ini membuat peran dan posisi desainer komunikasi visual banyak dibutuhkan jasanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Pratama, Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi Dalam Upaya Menanggulangi Plagiarisme di Kalangan Mahasiswa, Jurnal SAP - Unindra, Vol. 3 No. 2 Desember 2018, Hlm. 116.
- Crane, A., & Matten, D. (2020). *Business Ethics: Managing Corporate Citizenship and Sustainability in the Age of Globalization*. Oxford University Press.
- Davis, M. (Ed.). (2021). *Ethics in Psychology and the Mental Health Professions: Standards and Cases*. Oxford University Press.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset komunikasi*. Prenada Media.
- Patriansah, M. et al. (2022). Tanda Dalam Komunikasi Visual Iklan Layanan Masyarakat : Analisis Semiotika Peirce. *Jurnal Demandia: Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain Dan Periklanan*, 07(01), 101–120. <https://doi.org/https://doi.org/10.25124/demandia.v7i1.3654>
- Putu Ambarawati dan I Wayan Purwanto, Pengaturan Pengambilan Tulisan Pada Karya Tulis Skripsi Dalam Menghindari Plagiarisme, Jurnal Kertha Semaya – Unud, Vol. 8 No. 1.
- Sulistiyono, A., & Suwandi, S. (2020). *Etika Profesi Kependidikan*. Prenada Media.

Sumber Lain :

Media Sembilan. 2024. Manipulasi Laporan Keuangan.

<https://mediasembilan.com/2024/05/16/manipulasi-laporan-keuangan-kasus-pt-asuransi-jiwaadisarana-wanaartha/>

<https://uad.ac.id/id/plagiarisme-di-dunia-akademik>. Triantoro Safaria, Plagiarisme di Dunia Akademik.