

PERTANGGUNGJAWABAN INDUSTRI MEDIA DALAM MASYARAKAT TONTONAN

Oleh : Rekno Sulandjari
email: rekno.sulandjari@gmail.com

Abstract

Today's free market of industry mass media isn't quite the same as the laissez-faire approach of the robber barons of the nineteenth century because it now often is noteworthy for efficient use of the government's powers to support the strategies and profits media business. Even if public resources – such as the national forests – are thereby harmed.

Given both the need for equity of access and the lack of acceptable spectacles alternatives, there seems to be no viable alternative to the mass media taking on this responsibility as fully as is necessary. Such an ethical obligation clearly stems from both the utilitarian concern for providing the greatest benefit for the greatest number of people and emphasis on protecting the most vulnerable members of the community. It can also be argue cogently that if social responsibility means anything at all, it means finding a way to avoid creating a clearly defined group of second-class citizen in an information industry media.

Key Words : *media ethics, spectacles and mass media*

Pendahuluan

Aliran utama perusahaan media hari ini makin bertambah melalui beberapa proses dari peristiwa, berita dan informasi dalam bentuk media tontonan, yang seringkali tak bisa dipungkiri adanya hubungan dengan industri media. Bahan baku pada industri media adalah realitas. Realitas berujud informasi mengenai peristiwa atau pendapat seseorang. Produknya adalah laporan informasi yang tersusun secara sistematis sehingga lebih mudah dipahami dan tentu saja dampak akhirnya adalah mendatangkan keuntungan. Namun keuntungan berujud nominal uang bukanlah tujuan utama.

Jika dikaitkan dengan globalisasi industri media maka perubahan teknologi baru itu menyebabkan dipertanyakannya kembali definisi komunikasi massa memiliki kecenderungan tiga ciri yaitu : (1) Komunikasi massa diarahkan kepada audience yang relatif besar, heterogen dan anonim. (2) Pesan-pesan yang disebarkan secara umum, seringkali dijadwalkan untuk bisa mencapai sebanyak mungkin anggota audience secara serempak dan sifatnya sementara. (3) Komunikator cenderung berada atau beroperasi dalam sebuah organisasi yang kompleks yang mungkin membutuhkan biaya yang besar. (Wright, 1959:15).

Namun perkembangan media telekomunikasi dan transformasi informasi baik internet, newsgroup, mailing list, acara langsung dialog alternatif by phone, world wide

web, televisi kabel multisaluran, dan buku-buku yang melampirkan disket-disket komputer, yang tak dapat dikategorikan dengan mudah apakah termasuk komunikasi massa atau bukan sehingga melahirkan beberapa ciri lingkungan media baru sebagai berikut : (1). Teknologi yang dahulu berbeda dan terpisah seperti percetakan dan penyiaran sekarang bergabung menjadi satu korporasi. (2). Bergeser dari kelangkaan media menuju media yang melimpah. (3). Masyarakat yang mengalami pergeseran dari yang mengarah kepuasan massa audience kolektif menuju kepuasan group atau individu.(4). Masyarakat yang sedang mengalami pergeseran dari media satu arah kepada media interaktif.

Demikian juga jika ditinjau dari sisi kepemilikannya, maka ia memanfaatkan media khususnya demi kepentingannya pribadi dalam kaitannya mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya. Sebagaimana Gramsci (Burhan Bungin, 2008:27) mengatakan bahwa suatu kelas sosial akan unggul melalui 2 cara, yaitu melalui dominasi atau paksaan dan melalui kepemimpinan intelektual dan moral, yang disebutnya sebagai hegemoni. Kebenaran dalam hal media adalah bahwa tidak ada realitas atau kebenaran mutlak dalam media. Khalayak mungkin berpikir bahwa terdapat realitas atau kebenaran relatif dalam media dan mereka merasa layak untuk memiliki seperangkat aturan untuk mendefinisikan jenis-jenis realitas dan kebenaran yang relatif. Demikian juga berita televisi, meskipun bukan berarti tidak

mengandung kebenaran, memiliki kualitas-kualitas drama dalam caranya menyeleksi kisah-kisah atau memunculkan kegairahan dalam suatu fenomena tertentu seperti kisah penculikan. Jelas bahwa berita di televisi bukanlah kebenaran mutlak. Jika berita televisi memang dapat mencapai kebenaran mutlak, maka khalayak bisa mengandalkan satu program berita saja. Dengan demikian, garis antara satu jenis realisme dan realisme yang lain dapat lebih kabur daripada apa yang khalayak pikirkan.

Perumusan Masalah

Jika mengingat kembali akan loyalitas pekerja pers dalam salah satu fungsi dan prinsip pers yang mencerdaskan dan memberikan pencerahan di tengah maraknya akuisisi antar media, sehingga media bermodal kuat mengakuisisi media-media bermodal lebih kecil, maka diversifikasi kebijakan redaksional sebagai cara menuju komunitas masyarakat yang lebih demokratis akan terganggu. Keberagaman digantikan dengan keseragaman. Isu-isu yang menarik akan semakin disoroti, isu yang tidak menarik akan semakin ditinggalkan. Inilah yang perlu dikhawatirkan oleh masyarakat.

Di tengah arus global, yang kadang berembel profesionalisme, keuntungan biasanya menjadi tolok ukur kesuksesan sebuah proses produksi. Padahal, jika ditinjau dari fungsi dan tujuan pendirian produksi media, media massa penghasil berita tidak bisa disamakan dengan sistem manajemen industri pada umumnya. Namun ketatnya persaingan pada industri media secara nyata tak juga bisa dihindarkan. Dengan adanya gejala kapitalistik yang sudah merambah pula di era global industri media maka permasalahan yang menarik bisa diangkat di sini adalah :

Mampukah industri media berkembang dengan optimal tanpa menghilangkan/mengabaikan tujuan ideal dalam kegiatan jurnalisnya di masa kini ?

Pembahasan

Pers bebas di era elektronik industri media memiliki relevansi informasi yang begitu bebas, sehingga pengertian jurnalisme sebagai entitas yang homogen bisa jadi malah ganjil. Yang pasti, pengertian pers sebagai penjaga gerbang informasi – memutuskan informasi apa yang seharusnya diketahui atau tidak diketahui publik – tak lagi dengan tegas mendefinisikan peranan jurnalisme. Wartawan era baru tak lagi memutuskan apa yang

seharusnya diketahui publik tapi bahkan harus mau membantu khalayak mengerti secara runtut, apa yang seharusnya mereka ketahui. Hal ini secara tak langsung berarti menambahkan interpretasi analisis pada sebuah laporan berita. Lebih tepat jika disebut tugas pertama wartawan era baru adalah memverifikasi apakah informasinya bisa dipercaya, lantas meruntutkannya sehingga khalayak bisa memahaminya secara efisien. Menurut Seeley Brown (Bill Kovach, 1996:21) dalam sebuah era ketika siapa saja bisa menjadi reporter atau komentator, maka media bergerak pada jurnalisme dua arah dimana bisa saja wartawan menjadi pemimpin diskusi atau mediator daripada menjadi guru atau pengajar semata. Khalayak tidak hanya menjadi konsumen melainkan ‘prosumen’ yaitu sebuah persilangan antara konsumen dan produsen.

Fungsi Ideal Media

McQuail (1996:70) menggaris bawahi bahwa fungsi media tak bisa lepas dari beberapa peranan berikut : (1) Fungsi Informasi, di sini diartikan pers merupakan diseminasi informasi mengenai peristiwa dan fenomena-fenomena serta kondisi sosila yang terjadi di lingkungan di mana khalayaknya berada. (2). Fungsi Korelasi, pers di sini menjelaskan, menafsirkan, mengomentari suatu peristiwa dan informasi yang berkembang membentuk konsensus. Tentunya memiliki justifikasi yang bisa positif atau sebaliknya negatif. (3). Fungsi Sustainability, yaitu fungsi pers dalam mengekspresikan budaya dominan, mengakui eksistensi pihak lain, dan melestarikan nilai-nilai yang menjadi tradisis suatu masyarakat tertentu. (4). Fungsi Mobilisasi, dimana peranan pers di sini mengkampanyekan tujuan masyarakat dalam bidang hukum, politik, perang, pembangunan, ekonomi dan sebagainya.

Masyarakat Tontonan dan Industri Media

Dalam arena kompetisi industri media yang berkesinambungan, salah satu strateginya adalah dengan membawa perusahaan media menuju cerita-cerita tabloidisasi yang sensasionalistik dengan mengkonstruksinya dalam bentuk tontonan media dimana mencoba menarik khalayak secara maksimum sebagaimana waktu memungkinkan, hingga tontonan mendatang bermunculan. Melalui tontonan, media mengkonstruksikan outpunya secara luar biasa dan kebiasaan rutin keseharian menjadikan media tontonan spesial. Mereka melibatkan sebuah dimensi keindahan dan seringkali dramatis, demi melawan kompetisi.

Sedangkan menurut Guy Deborad, "tontonan" merupakan pengertian dari formulasi konsep untuk menggambarkan media dan masyarakat konsumen, termasuk di sini kemasan, promosi dan display dari komoditas dan produksi serta efek dari semua media.

Kaitannya dengan globalisasi industri media di Indonesia Herman dan McChesney (1997) mengidentifikasi 4 pengaruh negatif dari pola media global berikut penerapannya yaitu : (1) Nilai, media global identik dengan nilai komersial yang menekankan pola konsumtif dan individualis sebagai tujuan hidup. Artinya, para konsumen media global dirangsang agar terus mengkonsumsi produk mereka secara berkala dan kontinyu. Semua produk global media dikejar untuk memuaskan individu bukan untuk pemberdayaan komunitas. Contoh : Film Harry Potter yang pertama kali keluar di Indonesia tahun 2001 laku keras di pasaran semenjak itu, setiap orang menanti-nantikan kelanjutan ceritanya di film-film berikutnya. Tidak hanya itu, mulai banyak pernak-pernik Harry Potter yang dijual. Mulai dari pakaian, mainan, perlengkapan sekolah, buku-buku sihir lainnya dan masih banyak lagi. Hal ini menunjukkan konsumerisme masyarakat Indonesia terhadap sebuah produk media global. (2) Banjirnya Hiburan di Masyarakat. Guna menunjang media global, diperlukan iklan. Sehingga agar banyak pemasang iklan, beragam acara hiburan disajikan (yang akhirnya menjadi terlalu banyak), seperti tayangan infotainment, reality show, sinetron dan lain sebagainya. Anak-anak dan remaja pun dijadikan sasaran dalam produksi media global. Contoh : Acara American Idol sudah tidak asing lagi di telinga para penggemarnya. Begitu terkenalnya acara tersebut sehingga RCTI dibawah naungan MNC Group membeli lisensi produk untuk diterapkan di Indonesia dengan nama Indonesia Idol. Dan hasilnya acara ini merupakan salah satu andalan RCTI dengan profit yang besar. (3) Memperkuat Kekuatan Politik Konservatif. Sebenarnya dampak ketiga ini cukup ekstrim, dimana kekuatan media global tidak berkompromi terhadap pekerjaan. Mereka cenderung bersatu menghadapi serikat pekerja. Tidak hanya dalam skala perusahaan tetapi juga bersahabat dengan kehadiran media global ini. Mereka akan dijadikan sasaran politik. Contoh : Sempat terjadi kontroversi dimana Face Book pernah nyaris diharapkan di Indonesia oleh MUI. (4) Erosi Budaya lokal. Tak dapat dipungkiri kehadiran media global menyebabkan terjadinya keterdesakkan budaya lokal/setempat.

Dengan membanjirnya film, video, lagu, musik dan buku, maka berlahan-lahan budaya lokal mengalami erosi. Hampir semua orang lebih menyukai media global dibanding media lokal. Contoh : Maraknya film tentang kehidupan putri ala Disney Channel membuat cerita rakyat Indonesia yang sebenarnya tidak kalah menarik menjadi kalah pamor.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa adanya desakan arus industri media memang tak bisa dielakkan keberadaannya. Namun demikian, menurut pengamat industri media pada ANTARA (Selasa, 19 Februari 2008 12:03 WIB) Edy M Ya`kub menyampaikan bahwa media massa perlu diatur, dan hal ini tentunya menjadi pertanyaan yang tidak menguntungkan bagi kalangan praktisi media massa. Pertanyaan itu tidak menyeruak secara tiba-tiba, sebab wajah media massa saat ini tampaknya memang sudah sangat berbeda dibanding era sebelumnya, demikian Ketua Umum PWI Jatim H Dhimam Abror. "Media massa sudah menjadi industri akibat masuknya modal atau kapital dalam industri media massa sejak era 1980-an," kata Dhimam Abror saat mengawali peran sebagai moderator dalam seminar "Membangun Relasi Media Massa dengan Dunia Usaha" yang digelar Fisip Unair Surabaya bersama Depkominfo RI (Senin, 18/2/11) Lebih lanjut dia menyatakan bahwa "Logika kapital itu berbeda dengan logika idealisme. Di era industri, media massa mengalami kemajuan teknologi dan juga kesejahteraan," katanya.

Namun, kata jurnalis senior itu, logika kapital menimbulkan persoalan mendasar yakni rendahnya profesionalisme dan ketaatan pada kode etik. Pernyataan itu dibenarkan staf ahli Menkominfo Drs Henri Subiakto SH MA yang juga pakar komunikasi. "Media massa saat ini bisa diperalat kapitalis akibat masuknya pemodal ke industri media," katanya. Oleh karena itu, kata Ketua Dewan Pengawas LKBN ANTARA itu, perlulah deregulasi untuk industri media. "Kalau kebebasan pers memang nggak perlu diatur, tapi industri media yang perlu diatur," katanya.

Teori keterkaitan Publik Dave Burgin menjelaskan bahwa setiap orang mempunyai minat dan bahkan menjadi pakar terhadap sesuatu. Oleh karenanya sangatlah memungkinkan jika seorang wartawan dalam ikut serta mewujudkan kemerdekaan pers demi terpenuhinya hak asasi manusia untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi ia juga memahami siapa yang menjadi publik/ khalayaknya selama ini. Argumentasi bahwa orang sebenarnya tak ambil peduli atau

sebaliknya bahwa orang tertarik pada semua hal adalah mitos belaka. Saat ia mendengarkan wartawan maupun warga bicara ia menyadari tentang deskripsi yang lebih realistis mengenai bagaimana orang-orang berinteraksi dengan berita. Bergantung pada discourse yang disampaikan media khalayak yang terbagi menjadi 3 bagian besar yaitu : (1) Publik yang terlibat, dengan taruhan pribadi dalam sebuah persoalan dan punya pemahaman kuat. (2) Publik yang berminat, yang tak punya peran langsung dalam persoalan itu tapi terpengaruh olehnya dan menanggapi dengan pengalaman tangan pertama. (3) Publik yang tak berminat, yang menaruh perhatian kecil saja dan akan bergabung, jika memang akhirnya ia memutuskan untuk begitu, setelah semua garis-garis wacana ditata oleh orang lain.

Sehingga setelah mengetahui jenis khalayaknya, dalam mewujudkan kemerdekaan pers, wartawan Indonesia menyadari tanggung jawab sosial serta keberagaman masyarakat dan memahamisalahsatufungsi mediakhususnyayaitu sebagai sustainability. Guna menjamin tegaknya kebebasan pers serta terpenuhinya hak-hak masyarakat diperlukan suatu landasan moral/etika profesi yang bisa menjadi pedoman operasional dalam menegakkan integritas dan profesionalitas wartawan. Atas dasar itu wartawan Indonesia menetapkan Kode Etik yang terangkum melalui 7 butir (Hinc Pandjaitan, 2004) sebagai berikut : (1) Wartawan Indonesia menghormati hak masyarakat untuk memperoleh Informasi yang benar, penafsirannya, wartawan Indonesia yang beriman dan bertaqwa kepada Tuhan YME melaporkan dan menyiarkan informasi secara faktual dan jelas sumbernya, tidak menyembunyikan fakta serta pendapat yang penting dan menarik yang perlu diketahui publik sebagai hak masyarakat untuk memperoleh informasi yang benar dan akurat. Contoh kasus : Tuntutan pembubaran Ahmadiyah di Indonesia dengan dasar UU Penodaan Agama (UU No.1/PNPS/1965) dan SKB 3 Menteri. Juga desakan agar ahmadiyah keluar dari Islam, karena mengakui adanya Nabi setelah Nabi Muhammad. Maka sudah selayaknya wartawan mengungkap juga cover both side melalui opinion leader yang mengemuka saat ini yang bersifat mengayomi, sehingga kesenjangan antar golongan tak semakin memanas. (2) Wartawan Indonesia menempuh tata cara yang etis untuk memperoleh dan menyiarkan informasi serta memberikan identitas kepada sumber informasi, penafsirannya, wartawan Indonesia dalam memperoleh informasi dari sumber berita/narasumber, termasuk dokumen

dan memotret, dilakukan dengan cara-cara yang dapat dipertanggungjawabkan menurut hukum, kaidah-kaidah kewartawanan, kecuali dalam hal investigative reporting. Contoh kasus : Pemberitaan korban kerusuhan yang penuh luka selayaknya dibuat 'blur' sesuai dengan kaidah-kaidah kewartawanan yang mengacu pada sisi manusiawi dan hati nurani. Kecuali jika memang sayatan luka tersebut akan membuka sebuah rahasia yang berkaitan dengan investigative reporting. Namun jika hanya upaya gambar pendukung adanya korban, tak perlu tampak jelas bentuk dan ketragsian luka yang terjadi disajikan dengan gamblang. Dan khusus pasal inilah yang menjadi kajian topik permasalahan kali ini. (3) Wartawan Indonesia menghormati asas praduga tak bersalah, tidak mencampurkan fakta dengan opini, berimbang, dan selalu meneliti kebenaran informasi, serta tidak melakukan plagiat. Penafsirannya, wartawan Indonesia dalam melaporkan dan menyiarkan informasi, tidak menghakimi atau membuat kesimpulan kesalahan seseorang, terlebih lagi untuk kasus-kasus yang masih dalam proses peradilan. Wartawan tidak memasukkan opini pribadinya. Wartawan, sebaliknya dalam melaporkan dan menyiarkan informasi perlu meneliti kembali kebenaran informasi. Dalam pemberitaan kasus permasalahan dan perbedaan pendapat, masing-masing pihak harus diberikan ruang/waktu pemberitaan secara berimbang. (4) Wartawan Indonesia tidak menyiarkan informasi yang bersifat dusta, fitnah, sadis dan cabul, serta tidak menyebut identitas korban kejahatan susila. Penafsirannya, Wartawan Indonesia tidak melaporkan dan menyiarkan informasi yang tidak jelas sumber dan kebenarannya, rumor atau tuduhan tanpa dasar yang bersifat sepihak. Informasi yang secara gamblang memperlihatkan aurat yang bisa menimbulkan nafsu birahi atau yang mengundang kontroversi publik. Untuk kasus tindak perkosaan/pelecehan seksual, tidak menyebutkan identitas korban, untuk menjaga dan melindungi kehormatan korban. (5) Wartawan Indonesia tidak menerima suap, dan tidak menyalahgunakan profesi. Penafsirannya, Wartawan Indonesia selalu menjaga kehormatan profesi dengan tidak menerima imbalan dalam bentuk apapun dari sumber berita/narasumber, yang berkaitan dengan tugas-tugas kewarganegaraannya, dan tidak menyalahgunakan profesi untuk kepentingan pribadi atau kelompok. (6) Wartawan Indonesia memiliki Hak Tolak, menghargai ketentuan embargo, informasi latar

belakang dan off the record sesuai kesepakatan. Penaafsirannya, Wartawan Indonesia Melindungi nara sumber yang tidak bersedia disebut nama dan identitasnya. Berdasarkan kesepakatan, jika nara sumber meminta informasi yang diberikan untuk ditunda pemuatannya, harus dihargai. Hal ini berlaku juga untuk informasi latar belakang. (7) Wartawan Indonesia segera mencabut dan meralat kekeliruan dalam pemberitaan serta melayani Hak Jawab. Penaafsirannya, Wartawan Indonesia segera mencabut dan meralat pemberitaan dan penyiaran yang keliru dan tidak akurat dengan disertai permintaan maaf. Ralat ditempatkan pada halaman yang sama dengan informasi yang salah atau tidak akurat. Dalam hal pemberitaan yang merugikan seseorang atau kelompok, pihak yang dirugikan harus memberikan kesempatan untuk melakukan klarifikasi. Adapun pengawasan dan penetapan sanksi atas pelanggaran kode etik ini sepenuhnya diserahkan kepada jajaran pers dan dilaksanakan oleh organisasi yang dibentuk untuk itu.

Kelebihan Kode Etik Jurnalistik pada Industri Media

Makin bertambahnya informasi mendasar bagi khalayak membuat makin dibutuhkannya keseimbangan jalan masuk informasi merupakan hal yang krusial, kecuali jika kepentingan-kepentingan tertentu menunjukkan bahwa kelompok merasa tak diuntungkan dari tak didapatnya akses informasi itu sendiri. Ditinjau dari kemajuan sistem transformasi informasi yang merujuk pada teknologi serat optik atau transmisi satelit yang membawa kesinambungan signal TV, suara dan cetakan – dan apapun yang termasuk jaringan komunikasi akan bisa diakses bagi khalayak sehingga mendapatkan keuntungan secara fisik, ekonomi, linguistik, atau bahkan penambahan pengetahuan dalam hal pendidikan. Yang menjadi bahan perdebatan di sini adalah, para produsen di bidang difusi inovasi informasi memiliki tanggung jawab yang sama dengan para produsen makanan dan jasa pelayanan yang lainnya, yang memiliki jaminan tertentu bagi produk-produknya tersebut. Secara etis memang demikian. Media massa tak hanya memiliki kewajiban etis dalam membantu memberikan jaminan menghadirkan “informasi yang seimbang” kepada khalayaknya, tetapi juga harus memiliki beberapa alasan praktis melakukannya.

Beberapa alasan praktis ditinjau dari sisi ekonomi antara lain yaitu jika kelompok masyarakat telah dicabut dari akses informasi,

menyebabkan media kehilangan konsumen potensial, dan kemudian kehilangan target potensial para pemasang iklan. Alasan lainnya adalah khalayak menjadi lebih waspada akan nilai kepentingan dari akses berbagai macam sumber informasi, seperti misalnya menjadi lebih memahami akan tindakan atau langkah-langkah apa yang bisa ditempuh pemerintah ketika media tak mampu dan mau lagi memberikan jaminan bagi khalayaknya dalam mendapatkan pencerahan dan kemajuan melalui informasi yang disampaikan. Namun demikian, alasan terpenting yang menjadi perhatian bagi media tentang keseimbangan informasi adalah point perhatian dari sisi utilitarian dimana akan dianggap baik bagi masyarakat manakalabaiik sesuai pandangan media. Konsekuensi etik dari informasi yang ‘terpinggirkan’ merupakan sesuatu yang sederhana untuk perlu diseriisi praktisi media dalam memberikan pelayanan dalam informasi bagi khalayaknya. Karena, yang lebih membutuhkan perhatian adalah keseimbangan pada akses informasi dimana berbagai macam gate keeping diberlakukan pada operasionalisasi keredaksian media. Tujuannya adalah memberikan keuntungan dalam hal keetisan media bagi pertambahan ketergantungan khalayak akan informasi.

Namun, alangkah baiknya jika terjadi pengetahuan yang seimbang antara khalayak dan para jurnalis akan haknya mendapatkan dan menyajikan informasi yang dibutuhkan sebagai pencerahan. Kaitannya dengan kebutuhan dan fungsi ideal dari jurnalistik maka ada beberapa elemen yang seharusnya diketahui wartawan dan diharapkan publik diantaranya adalah : (1) Media/jurnalisme loyal kepada masyarakat, bukan pemilik. Ini adalah salah satu prinsip yang tidak disukai oleh pemilik organisasi media. Media/jurnalisme memiliki kewajiban untuk menyajikan kebenaran. Jika unsur kebenaran diutamakan pada produk berita, maka kredibilitas organisasi media tersebut akan meningkat. Akibatnya kepercayaan konsumen akan meningkat dan konsumsi juga akan meningkat. Jika konsumsi meningkat, diharapkan keuntungan akan meningkat. Jadi jika organisasi media menginginkan keuntungan nominal, maka akurasi berita harus dimaksimalkan. Jika berita yang dihasilkan dinilai berkualitas sehingga banyak dikonsumsi, maka penjualan iklan juga akan lebih laku. (2) Media/jurnalisme dituntut untuk berdisiplin melakukan verifikasi. Dengan verifikasi akan ditemukan sebuah kebenaran yang lebih menyeluruh, sebagai lawan kebenaran

parsial. Maka persoalan akan muncul ketika pemilik organisasi media berkepentingan atas salah satu kebenaran parsial. (3) Media/jurnalisme wajib menjaga independensi terhadap sumber berita. Dengan independensi ini maka organisasi media akan memiliki jarak yang sama terhadap semua sumber berita. Padahal, setiap sumber berita belum tentu bebas dari kepentingan atas informasi yang ia berikan. Selama sumber berita yang memiliki kepentingan tidak melakukan intervensi atas warna pemberitaan, tidak terjadi masalah. Persoalan akan muncul jika sumber berita mengintervensi warna pemberitaan dengan memanfaatkan kedekatannya dengan pemilik organisasi media. (4) Media/jurnalisme membuat hal yang penting menjadi menarik dan relevan. Yang menjadi persoalan adalah penting menurut siapa. Sesuatu yang penting bagi seorang pemilik organisasi media, dengan kelas ekonomi yang tentu bukan kelas rendah, belum tentu sependangan dengan para wartawannya. Maka bisa terjadi konflik kepentingan. (5) Wartawan diperbolehkan bekerja menurut nuraninya. Nurangi seorang wartawan bisa berbeda dengan nurani pemilik organisasi media. Dan konflik sekali lagi bisa terjadi karena perbedaan ini. Dari enam poin yang saya ambil dari "Elements of Journalism" (Bill Kovach, 2001:248) tersebut terlihat bahwa ada banyak hal yang berbeda antara prinsip kerja media dengan prinsip kerja industri. Sehingga sangat perlu dilakukan deregulasi khususnya di bidang industri media itu sendiri, agar proses operasional di Indonesia utamanya tidak menggerus nilai-nilai luhur kearifan lokal dan nasionalisme khususnya.

Penutup

Profesionalisme dalam industri media tetaplah dibutuhkan sebagai pedoman langkah-langkah dalam pencarian, penyelidikan/ investigasi, pengeditan dan penyajian sebuah siaran utamanya yang dikemas sebagai tontonan khalayak di Indonesia. Tontonan khalayak dalam industri media tujuan akhirnya adalah nilai materi yang direguk secara maksimal dengan pemasangan iklan yang tertarik pada media tersebut, baik yang dikemas melalui infotainment, reality show, sinetron dan bahkan berita itu sendiri. Keuntungan biasanya menjadi tolok ukur kesuksesan sebuah proses produksi. Padahal, jika ditinjau dari fungsi dan tujuan pendirian produksi media, media massa penghasil berita tidak bisa disamakan dengan sistem manajemen industri pada umumnya. Namun ketatnya persaingan pada industri media

secara nyata tak bisa dihindarkan. Dengan adanya gejala kapitalistik yang sudah merambah pula di era global industri media dapat disimpulkan bahwa industri media dapat berkembang dengan optimal tanpa menghilangkan/mengabaikan tujuan ideal dalam kegiatan jurnalisnya yaitu utamanya sebagai fungsi informasi, korelasi, sustainability dan mobilisasi. Hal ini dibuktikan adanya deregulasi yang terus-menerus diteriakan oleh para praktisi komunikasi juga adanya kode etik jurnalistik yang masih relevan dijalankan hingga detik ini.

Namun demikian, akan lebih memberikan nuansa yang berbeda manakala pemerintah ikut serta memikirkannya. Turun tangan pemerintah pada perkembangan industri media utamanya diejawantahkan pada deregulasi khususnya di bidang industri media itu sendiri yang belum ada hingga detik ini. Agar dalam pelaksanaan dan operasional industri media utamanya di Indonesia tak perlu diliputi kerisauan akan menipisnya atau bahkan hilangnya kearifan budaya lokal khususnya nasionalisme berbangsa dan bernegara.

Daftar Pustaka

- Bertens, K. (2007). *ETIKA*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- David A. Gordon. Kittross. Reuss. (1996) *Controversies in Media Ethics*. New York: Longman Publishers
- DeFleur, Melvin L. and Everette E. Dennis. (2002) *Understanding Mass Communication a liberal arts perspective* . Houghton Mifflin.
- Herman, E.S. dan McChesney, R.W. (2004), *The Global Media : The New Missionaries Corporate Capitalism*. Casell.
- Kovach, Bill. Tom. Rosenstiel. (2006). *Sembilan Elemen Jurnalisme*. Jakarta : Yayasan Pantau
- McQuail, Dennis. . (2008) *Mass Communication Theory*. Sage
- Panjaitan, IP Hinc. (2004). *Undang-undang Pers Lex Specialis*. Jakarta : Badan Bantuan Hukum dan Advokasi Kemerdekaan Pers
- Sukardi, Wina Armada. (2008). *Jejak Hukum di Pers*. Jakarta : Dewan Pers Turow,
- Joseph. *Media Today, an introduction to mass communication*. Routledge. 2009
- Vivian, John. . (2008) *The media of mass communication, eight edition* . Pearson