

## **ETIKA PEMBERITAAN PARTAI POLITIK DI TELEVISI (KASUS PEMBERITAAN PARTAI DEMOKRAT DI METRO TV DAN TV ONE)**

Oleh :

**Ali Mustofa**

Mahasiswa Magister Ilmu Komunikasi UNDIP

Jl. Erlangga Barat VII no. 33 Semarang

alimtop@gmail.com

### **Abstract**

*mass media news is essentially the construction of events by the mass media reality of what happened. The ability to construct this discourse will greatly affect the opinions, decisions and political attitudes readers. The whole process of production, distribution and consumption of communication message is the result of the interaction of the actors, consumers and distributors of communications. Interaction is what will inevitably put the communication process within the framework of human action. Where the action is good, where bad behavior. That is the main point of the ethical issues. Thus, the question raised is how the Ethics Democratic Political Coverage by Metro TV and TVOne station. This is because the Democratic Party on February 23, 2012 report on Metro TV and TVOne to the Indonesian Broadcasting Commission (KPI) for allegedly unbalanced coverage.*

### **Abstrak**

Setiap pemberitaan di media massa pada hakikatnya adalah konstruksi peristiwa oleh media massa atas realitas yang terjadi. Kemampuan mengkonstruksi wacana ini akan berpengaruh besar terhadap opini, pengambilan keputusan dan sikap politik pembacanya. Seluruh proses produksi, distribusi dan konsumsi pesan komunikasi merupakan hasil interaksi para pelaku, konsumen dan distributor komunikasi. Interaksi inilah yang mau tidak mau menempatkan proses komunikasi dalam kerangka tindakan manusia. Mana tindakan yang baik, mana tindakan yang buruk. Itulah point utama dari masalah etika. Dengan demikian, pertanyaan yang dimunculkan adalah bagaimana Penerapan Etika Pemberitaan Politik Partai Demokrat oleh Stasiun MetroTv dan TvOne. Hal ini karena Partai Demokrat pada tanggal 23 Pebruari 2012 melaporkan MetroTV dan TVOne ke Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) atas tuduhan pemberitaan yang tidak berimbang.

Kata kunci : etika, pemberitaan, partai politik

### **Latar Belakang**

Tanggal 23 Februari 2012, Partai Demokrat melaporkan MetroTV dan TV-One ke Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) atas tuduhan pemberitaan yang tidak berimbang. Sementara pihak MetroTV dan TV-One mengatakan bahwa pengaduan Partai

Demokrat adalah kecenderungan lama bahwa pihak pemerintah tidak mau dikoreksi. Begitu pula dalam kasus semburan lumpur di Sidoarjo, stasiun TV-One menyebut semburan lumpur itu sebagai lumpur Sidoarjo atau lumpur Porong bukan lumpur Lapindo. Sebutan itu tentu saja menggiring

opini publik bahwa semburan lumpur adalah bencana alam bukan akibat pemboran. (<http://hukum-kriminalitas.pelitaonline.com/news/2012/02/24/demokrat-adukan-metrotv-dan-tv-one-ke-kpi#.UMifVOQ049U>). Diunduh pada 12 Juli 2012 pukul 03.16 WIB) Ketidakobjektifan pemberitaan tersebut, stasiun MetroTv dan TvOne jelas telah melanggar UU No. 32 tahun 2002 tentang penyiaran dan UU no 40 tahun 1999 tentang Pers.

Atas kondisi tersebut, bukan hanya partai Demokrat saja yang dirugikan begitu pula dengan masyarakat. Pada dasarnya, masyarakat butuh pemberitaan yang layak konsumsi, bukan sebaliknya. Dengan demikian, masyarakat tak bisa lepas dari peran penyebaran informasi. Sementara, penyebaran informasi ini tidak lepas dari peran pers, jurnalis dan media massa. Dari berbagai aktivitas pers dan jurnalistik, dirumuskan 4 fungsi dan tanggungjawab pers, yakni informasi, edukasi, intertainment dan kontrol sosial. Dalam perspektif politik, kontrol sosial dimaksudkan untuk mengawasi perilaku sosial politik masyarakat terutama pihak kekuasaan (*watch dog*).

Namun faktanya, Pers Indonesia dewasa ini menunjukkan adanya gejala yang paradoks antara citra idealnya dengan fakta di lapangan. Munculnya pelanggaran-pelanggaran etika jurnalistik di antaranya yang cukup marak adalah kasus wartawan bodrek (amplop), penyiaran pornografi dan sadisme, dan kasus libel (pencemaran nama baik). Tuduhan-tuduhan pers yang “njomplang”, tidak objektif, memplintir (*spinning of words*), seperti yang dialami partai demokrat dalam pemberitaannya di MetroTv dan TvOne.

Padahal, proses dari sebuah peristiwa tersebut menjadi berita tidak terjadi begitu saja, melainkan melewati konstruksi dan interpretasi. Itu sebabnya seringkali kita disuguhi oleh pemberitaan yang beraneka warna dari suatu peristiwa, di mana sebuah media menonjolkan satu sisi, sementara media yang lain meminimalisir, bahkan

menutupi. Dalam pemberitaan apa saja, termasuk politik, berita tidak bisa lepas dari bias-bias ideologi, politik, ekonomi, sosial, budaya, agama, dan interest. (Eriyanto, 2002: 2) Pers memang harus diberi keleluasaan dan kebebasan dalam mencari dan menyiarkan informasi ke masyarakat. Namun demikian pers tidak lantas bebas sebebannya, melainkan terikat dengan etika profesi yang melingkupinya, yakni etika jurnalistik. Jadi, kebebasan media massa sesungguhnya dibatasi oleh sebuah nilai, yaitu tanggung-jawab sosial.

Habermas (1989: 171) mengungkapkan, “*In as much as the mass media today strip away the literary husk from the kind of bourgeois self-interpretation and utilize them as marketable forms for the public services provided in a culture of consumers, the original meaning is reserved*”. Media dalam perkembangannya lebih berorientasi kepada pembentukan opini publik dibandingkan dengan mengembang-kan ruang publik bagi terciptanya ruang yang memungkinkan perdebatan atau pertukaran ide antara anggota masyarakat. Situasi tersebut diperparah ketika media juga menjadi agen yang memanipulasi opini publik, dan mengoordinasikan publik menjadi pemirsa dan konsumen yang pasif.

Media yang berkembang dalam sistem industri kapitalistis berorientasi kepada motif pengambilan keuntungan, seperti bisnis lain yang dijalankannya. Konflik-konflik kepentingan yang seharusnya ada di ruang privat kemudian dikomodifikasi dan dieksploitasi dalam ruang publik. Alih-alih terjadi komunikasi yang bebas dominasi atau situasi percakapan ideal seperti yang dibayangkan Habermas, yang terjadi di media adalah komunikasi yang terdistorsi semata-mata untuk kepentingan ekonomi. Media yang bergerak dalam ranah publik menjadi kehilangan daya kritisnya karena rasionalitas yang berkembang didominasi oleh rasionalitas instrumental (rasio bertujuan) yang mengabaikan rasionalitas moral dan rasional estetika. (Habermas, 1989: 206; Maryani, 2011: 45)

Demikian pula, citra ideal yang selama ini telah terbangun dan melekat pada aktivis pers mestinya menjadi rambu-rambu atas orientasi dan tujuan yang hendak mereka capai melalui kegiatan-kegiatan persnya. Media massa tidak sekedar berisi informasi dan *entertainment* saja, tetapi juga edukasi dan kontrol sosial. Pers sendiri sebagai agen perubahan sosial dan pilar keempat demokrasi berarti tidak sekedar media kosong yang dapat diisi oleh siapa saja (terlebih hanya pada yang memiliki kekuasaan kapital dan politis), melainkan memiliki otoritas dan otonomi untuk menentukan dan bertindak sesuai cita ideal dan fungsinya, terutama dalam memenuhi tanggungjawab sosialnya.

Dalam hal ini keterpihakan kepada kepentingan masyarakat yang lebih besar selaras dengan nilai-nilai kebenaran, keadilan dan kemanusiaan yang universal. Optimalisasi fungsi dan peran media massa dalam masyarakat demokratis menuntut dipatuhinya etika jurnalistik yang melingkupi tanggungjawabnya. (Abrar, 2001: 18)

Oleh karena itu, media diharapkan menggunakan kebebasannya untuk mengikuti kebijakan editorial yang aktif dan kritis dan untuk menyediakan informasi yang terpercaya dan relevan. Media bebas tidak seharusnya konformis secara berlebihan dan harus ditandai dengan keragaman opini dan informasi. Mereka seharusnya melakukan fungsi investigasi dan *watchdog role* atas nama publik. Hal ini tidak menghalangi mereka untuk berpihak atau terlibat dalam pembelaan, tetapi mereka tidak boleh begitu saja menjadi instrument propaganda. Sistem media bebas dicirikan oleh inovasi dan kemandirian. (McQuail, 2011: 215) Dengan demikian, betapa pentingnya makna etika dalam pemberitaan politik di media massa, maka permasalahan ini memfokuskan pada etika pemberitaan politik Partai Demokrat oleh MetroTv dan TvOne.

Media massa dengan pemberitaannya memiliki peranan yang penting dalam kehidupan dan perkembangan politik, bahkan mampu menjadi pendorong terjadinya

perubahan politik. Hal ini karena media memiliki jangkauan (*coverage*) dalam penyebaran informasi secara luas dan massif, yang melampaui batas-batas wilayah, usia, strata sosial bahkan perbedaan paham dan orientasi. (Hamad, 2004: xv) Sementara itu, pemberitaan media massa merupakan cerminan perilaku media, oleh karenanya memungkinkan untuk ditimbang standar nilai atau etikanya. Setiap pemberitaan di media massa pada hakikatnya adalah konstruksi peristiwa oleh media massa atas realitas yang terjadi. Kemampuan mengkonstruksi wacana ini akan berpengaruh besar terhadap opini, pengambilan keputusan dan sikap politik pembacanya. Dengan memahami kerja konstruksi realitas media, akan membuat masyarakat bijaksana dan tepat dalam memanfaatkan setiap informasi dari media massa guna kepentingan kehidupannya.

Terkait dengan etika media massa, ketika media massa berada dalam konteks sosial dan dikonsumsi oleh khalayak maka pada saat itu media massa berhadapan dengan masalah etika. Dengan demikian, media massa pada dasarnya tidak bebas nilai. Seluruh proses produksi, distribusi dan konsumsi pesan komunikasi merupakan hasil interaksi para pelaku, konsumen dan distributor komunikasi. Interaksi inilah yang mau tidak mau menempatkan proses komunikasi dalam kerangka tindakan manusia. Mana tindakan yang baik, mana tindakan yang buruk. Itulah point utama dari masalah etika. Dengan demikian, pertanyaan yang dikemukakan dalam permasalahan ini adalah: Bagaimana Penerapan Etika Pemberitaan Politik Partai Demokrat oleh Stasiun MetroTv dan TvOne.

## Pembahasan

Aktivitas jurnalistik melahirkan produk tulisan, salah satunya berupa pemberitaan. Berita dapat disimpulkan dalam 3 hal, yaitu berita berbasis pada fakta peristiwa; peristiwa berita haruslah peristiwa yang memiliki nilai berita; dan laporan peristiwa itu disampaikan kepada khalayak luas. Berita ditulis berdasarkan pada fakta-

fakta suatu peristiwa, bukan berasal dari pikiran, opini atau pendapat sang jurnalis. Wartawan hanya berfungsi untuk melaporkan fakta-fakta dengan berupaya menghindari munculnya opini pribadi dalam pemberitaannya agar kebenaran fakta tidak menjadi bias. Pada dasarnya semua peristiwa dapat ditulis menjadi berita, tetapi karena tidak semua peristiwa dapat ditampung dalam media. Oleh karena itu wartawan dan media akan melakukan seleksi terhadap peristiwa yang layak dan tidak layak dijadikan berita. Kelayakan ini sangat tergantung pada banyak faktor, tetapi yang paling utama adalah bahwa peristiwa tersebut menarik minat luas khalayak, ini yang disebut sebagai nilai berita. Di antara nilai berita tersebut adalah ketepatan waktu atau aktualitas; besar/luasnya dampak peristiwa; kedekatan (*proximity*); kontroversi atau konflik; tokoh penting atau *figure public*, topik pembicaraan; dan keganjilan atau keanehan (Potter, 2006: 5-6)

Dari sisi tema, peristiwa-peristiwa politik termasuk memiliki nilai berita yang tinggi, sehingga peristiwa politik hampir selalu menjadi perhatian media massa dan masyarakat umum. Menurut Hamad (2004: 1), hal ini karena ada dua faktor yang saling berkaitan. Pertama, politik dewasa ini berada pada era mediasi (*politics in the age of mediation*), yaitu interaksi politik antara elit politik dengan khalayak membutuhkan media massa sebagai mediator yang mempermudah artikulasi masing-masing pihak. Kedua, peristiwa politik dalam bentuk tingkah laku dan pernyataan para aktor politik lazimnya selalu mempunyai nilai berita sekalipun peristiwa tersebut merupakan peristiwa politik itu bersifat rutin belaka.

Dan sebaliknya, berita politik menjadi media bagi anggota masyarakat atau pihak pers sendiri untuk menyampaikan pesan politik kepada pelaku politik, baik dukungan maupun kritik. Hal ini karena media massa secara prinsipil memegang amanat sebagai anjing penjaga (*watchdog*) yakni pemantau independen terhadap kekuasaan dan

penyambung lidah yang tertindas. (Kovach, 2006: 143)

Para Jurnalis yang mencari, mengumpulkan bahan liputan dan menuliskannya dalam bentuk berita politik seringkali kesulitan untuk menjaga objektivitas pemberitaannya. Hal ini disebabkan baik oleh karena proses redaksi yang melibatkan ranah kegiatan dalam dapur redaksi (*newsroom*), maupun pengaruh-pengaruh dari luar ruang dapur redaksi yang menarik ulur antara idealisme dan pragmatisme, antara professional dengan pesanan.

Shoemaker dan Reese yang dikutip oleh Sudibyo (2001: 7-10) menyebutkan 5 faktor, yaitu (1) faktor individual seperti latar belakang pendidikan, agama, gender, inters politik dan sebagainya; (2) rutinitas media yang mencakup mekanisme dan prosedur standar penulisan berita oleh media; (3) level organisasi yakni komponen institusi media yang memiliki peran dan kepentingan dalam produksi berita; (4) level ekstramedia yakni faktor luar media seperti narasumber, negara, iklan, pasar dan sebagainya; dan (5) level ideology berupa cara pandang dan kerangka berfikir serta sikap dalam menghadapi fenomena. Di sinilah tantangan bagi wartawan untuk memegang prinsip dan etika pemberitaan sehingga mampu menjalankan fungsi pokoknya untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat, sehingga masyarakat mendapatkan informasi dan bahan pertimbangan yang tepat dalam mengambil keputusan politiknya.

Sesuai dengan konsep Habermas tentang *publicsphere*, media massa dapat didudukkan sebagai salah satu ruang publik. Ruang publik yang dimaksud adalah ruang dimana negara dan masyarakat, individu-individu di dalamnya memiliki kesempatan dan peran yang setara untuk melibatkan diri dalam diskursus tentang berbagai isu permasalahan bersama untuk mendapatkan konsensus di antara mereka. Peran media secara ideal adalah mewedahi atau sarana berbagai informasi, jalur komunikasi yang diperlukan untuk menentukan sikap dan memfasilitasi pembentukan opini publik

dengan menempatkan diri secara independen dan otonom sehingga berbagai isu dapat diperdebatkan secara obyektif dan setara. (Sudibyo, 2001: vii)

Media massa memiliki keterkaitan yang erat dengan masyarakat. Bahkan dalam sistem sosial, media massa menjadi salah satu institusi sosial yang memiliki potensi dan efek yang sangat besar dalam kehidupan masyarakat, sebagai sumber kekuatan perubahan yang dapat mempengaruhi kehidupan sosial politik. Sekaligus juga sebaliknya, media massa memiliki ketergantungan terhadap kehidupan politik. (Arifin, 1992:17) Kajian mengenai media massa senantiasa berkaitan dengan sistem politik, ekonomi, sosial dan budaya yang berkembang.

Terlebih lagi dalam sistem politik yang mengklaim diri demokrasi, pastilah terdapat prosedur yang bernama kompetisi. Melalui arena persaingan itulah para petarung politik berupaya untuk saling mengalahkan atau meraih kemenangan. Pihak media tidak pernah luput untuk menjalankan liputan terhadap momentum politik itu. Hal itu disebabkan persaingan politik jika dipandang dari perspektif nilai-nilai berita (*news value*) pasti memiliki nilai jual yang tinggi. Setidaknya terdapat tiga nilai berita yang terdapat dalam peristiwa kompetisi politik yaitu; (1) kontroversi, yang berarti dalam kompetisi politik itu memuat peristiwa-peristiwa konfliktual; (2) dampak, yang berarti kompetisi politik memiliki efek bagi kehidupan masyarakat; (3) keterkenalan tokoh-tokoh yang terlibat, yang bermakna bahwa dalam kompetisi politik itu sejumlah pihak memang sudah memiliki nama populer. (Potter, 2006: 5)

Atau merujuk pada filsafat materialisme yang dikemukakan Karl Marx (1818-1883) dan Frederick Engels (1820-1895), media pada prinsipnya tidak mungkin lepas dari kekuatan para pemilik modal. Dalam konteks yang lebih luas, dan ini dapat diterapkan secara sangat tepat pada kehidupan dan eksistensi media, Marx dan Engels menegaskan bahwa ide-ide dari kelas

yang berkuasa dalam era tertentu merupakan gagasan-gagasan yang sedang berkuasa. Kelas yang memiliki kekuatan material pada saat bersamaan menjadi kekuatan intelektual yang sedang berkuasa. Kelas yang mempunyai perangkat-perangkat produksi material dengan demikian mengendalikan produksi mental. Sebaliknya, secara umum dapat ditegaskan bahwa kelas yang tidak memiliki produksi mental takluk pada gagasan-gagasan dari kelas yang berkuasa. (Marx & Engels, 1994:196)

Fenomena paling menonjol akibat dari dominasi pemilik modal media dalam arena demokrasi adalah kematian ruang publik. Apabila ingin dikemukakan secara lebih moderat ialah ruang publik itu memang tidak mengalami kematian sepenuhnya melainkan sekadar berganti rupa. Transformasi semacam ini merupakan dampak dari trivialisasi dan komersialisasi ruang publik. (Green, 2006: 215-225) Trivialisasi menunjukkan bahwa ruang publik dipenuhi dengan berita-berita dan berbagai materi konsumsi yang amat sepele. Komersialisasi mengandaikan bahwa ruang publik memang semata-mata diarahkan untuk meraih tujuan dagang, yakni mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin. Dalih yang bisa dikemukakan adalah ruang publik yang bertumbuh dan membiak saat ini bukan lagi berasal dari spirit pencerahan (*enlightenment*) modernitas, melainkan merupakan dampak dari semangat penuh permaianan pascamodernitas. Ruang publik tanpa mampu dicegah lagi dipenuhi dengan berbagai citraan yang menandai “realitas” baru. Citraan menggantikan yang “nyata”. Sebagai hasilnya, publik pun mengalami kesulitan untuk membedakan antara citraan dan kenyataan. (Croteau dan Hoynes, 2000:234)

Hal ini disebabkan pengelola media mengetahui bahwa publik sedemikian mengalami ketergantungan dengan apapun yang disajikan media. Terlebih lagi ketika kuasa modal media mengatakan bahwa dalam media yang sepenuhnya dikendalikan pasar, selera publiklah yang dinomorsatukan. Apakah publik akan mengalami pencerahan

atau kebingungan, media pasti tidak akan pernah mempedulikan. Hal ini pulalah yang terjadi di Metro Tv dan TvOne atas pemberitaan politik terhadap partai demokrat.

Tampaknya, lebih tepat apabila dikemukakan bahwa tidak saja saat ini politik telah dimediasikan, melainkan bahwa politik memang sangat dideterminasikan oleh budaya media. Hal ini menunjukkan bahwa budaya media yang muncul dalam wujud citraan, suara, dan totonan membantu dalam memproduksi tatanan kehidupan sehari-hari, mendominasi waktu luang, membentuk pandangan-pandangan politik serta perilaku sosial, dan menyajikan berbagai material yang mendorong publik untuk menempa identitas-identitas mereka. (Kellner, 1995: 1)

Oleh karena itu, setiap organisasi profesi wajib memiliki kode etik. Demikian pula dengan institusi media yang di dalamnya terdapat para aktivis pers. Pembicaraan tentang etika pers/media merupakan perbincangan yang sangat menarik dan terus mengalami dinamika yang berkelanjutan. Hal ini disebabkan institusi media yang selalu berinteraksi dengan masyarakat dan dalam aktivitasnya dapat mempengaruhi budaya yang berkembang dalam sebuah tatanan hidup berbangsa.

Konsep etika media yang dimaksud dalam penelitian ini mengacu konsep bahwa pada umumnya setiap profesi memiliki kode etik. Misalnya dibidang kedokteran, dikenal Sumpah Hippocrates, yang terkait dengan kode etik dalam penggunaan obat-obatan. Sementara di bidang media, memiliki apa yang dikenal sebagai Kode Etik Jurnalistik yang merupakan etika profesi dalam melaksanakan fungsi, hak, kewajiban dan peranannya. Karena itu pers dituntut professional, dan terbuka untuk dikontrol oleh masyarakat. Selain itu untuk menjamin kemerdekaan pers dan memenuhi hak publik untuk memperoleh informasi yang benar, pers memerlukan landasan moral dan etika profesi sebagai pedoman operasional dalam menjaga kepercayaan publik dan menegakkan integritas serta profesionalismenya. (Gordon, Kittros, Reuss, 1996: 66-67)

Selain etika profesi dalam industri media dikenal pula apa yang disebut dengan etika korporat, yang pada dasarnya merupakan peraturan perusahaan yang mengikat pekerja media, yang mempunyai sanksi pemecatan atau penangguhan apabila terdapat pelanggaran terhadap etika korporat. Sementara pada etika profesi, yang bersifat sukarela berisi pernyataan-pernyataan kuat tentang peran dan tanggungjawab anggota dan sanksi terhadap pelanggaran kode. Namun karena keanggotaan bersifat sukarela maka tidak ada kekuatan hukum yang kuat. Terkait etika dengan Kode Etik Korporat, yang mengikat wartawan sebagai pekerja media, maka acapkali terjadi dilema manakala pihak manajemen sekaligus sebagai pemilik (*owner*) menetapkan suatu kebijakan yang lebih mengutamakan kepentingannya atau politiknya. Menurut Potter, wartawan menghadapi dilemma etika setiap hari, dibawah tekanan dari pesaing, pemilik, pemasang iklan dan publik. Untuk menanggulangi dilema ini agar jurnalisme yang mereka hasilkan bersifat etis, diperlukan cara berfikir etis tentang isu-isu etika yang akan membantu mereka membuat keputusan yang baik. (Potter, 2006: 55)

Etika memandu komunikasi mengenai bagaimana berperilaku dalam situasi dimana aktifitas mereka mungkin akan memiliki dampak negatif pada yang lainnya. Isu etika utama yang berkembang dalam media komunikasi akan selalu bersinggungan dengan persoalan-persoalan kebenaran (*truthfulness*), keadilan (*fairness*), kecermatan (*accuracy*) dan obyektivitas (*objectivity*). (Jaksa dan Pritchard, 1993: 3)

Namun seiring kemerdekaan pers ini, banyak kalangan masyarakat memandang pers di Indonesia telah kebablasan memanfaatkan kebebasan yang didapatnya untuk kepentingan bisnis dan keuntungan dengan mengabaikan fungsi pers yang ideal. (Siregar, 2006: 3) Motif pengejaran untung itulah yang justru membuat penumpukan nalar etika dan moral. Ketika suatu media sudah merumuskan kebijakan redaksionalnya untuk semata-mata mengejar keuntungan, maka secara tak sadar wartawan tersebut

telah bersiap-siap untuk menegasikan pertimbangan-pertimbangan etika dan moral. (Rahayu (Ed.), 2006: 127) Terbaikannya pertimbangan-pertimbangan etika dan moral dalam pemberitaan media massa akan berpengaruh terhadap kualitas dan obyektivitas informasi yang disampaikan kepada masyarakat.

Media massa dalam melaksanakan aktivitasnya mengacu pada sistem etika dan moral yang merupakan suatu sistem prinsip untuk memandu tindakannya. Etika merujuk pada apa yang seharusnya dilakukan, sedangkan moral adalah pelaksanaan dari etika tersebut. Terhadap media massa perlu diterapkan suatu sistem etika adalah karena tiga alasan penting. (Haryatmoko, 2007:38) Pertama, media memiliki kekuasaan dan efek yang sangat dahsyat bagi publik, sehingga dapat saja media massa melakukan manipulasi informasi dan mengalienasi audiens. Oleh karena itu etika ini akan dapat melindungi publik dan posisinya lemah dalam sistem komunikasi massa ini. Kedua, etika menjadi penyeimbang antara kebebasan berekspresi dan tanggungjawab. Hal ini karena dalam prakteknya, setiap peningkatan kebebasan tidak berarti selalu membawa peningkatan tanggungjawab yang setara. (Johanessen, 1996: 7) Ketiga, mencoba menghindari sedapat mungkin logika instrumental. Logika ini cenderung mengabaikan nilai dan makna sebagai tujuan, melainkan menfokuskan diri pada instrument atau menjadikan yang sifatnya instrument menjadi tujuan. Logika instrument ini biasanya terkait dengan determinisme ekonomi dan teknologi, di mana kepentingan komersial atau penerapan teknologi media dipandang lebih penting dibandingkan melaksanakan tugasnya menyampaikan kebenaran informasi kepada masyarakat.

Padahal masyarakat memiliki kepentingan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan bagi pengambilan keputusan dalam kehidupannya. Terlebih dalam negara demokrasi dimana partisipasi sipil atau warga menjadi pilar utama dalam sistem politik demokrasi, peranan media massa menjadi sangat penting sebagai forum pendapat atau

aspirasi politik yang terbuka. Media massa berperan sebagai mediator politik dimana setiap informasi disajikan secara berimbang, sekaligus menjadi ruang artikulasi politik bagi publik. Tanpa adanya kebebasan ini, media massa tidak akan dapat melaksanakan tugas-tugas tersebut sebagai tanggungjawab kepada masyarakat.

Kebebasan senantiasa harus diikuti dengan tanggungjawab, sehingga biasanya disebut sebagai kebebasan yang bertanggungjawab. Padahal istilah ini sebenarnya merupakan tautology, oleh karena itu siapapun yang menerima kebebasan dengan sendirinya ia juga harus diberi kebebasan. (Bertens, 2002:91) Media massa yang mendapatkan kebebasannya dalam masyarakat, maka iapun juga memiliki tanggungjawab kepada masyarakatnya. Adanya ruang kebebasan dan komitmen terhadap tanggungjawab merupakan standar untuk menilai suatu etika atau moral pada diri seseorang atau lembaga, termasuk media massa.

Berangkat dari etika sebagai acuan moral, maka disusunlah dalam suatu aturan standar yang bersifat baku dan mengikat dalam bidang-bidang tertentu berupa kode etik. Secara mendasar kode etik ini memiliki tiga unsur pokok, yakni, pertama, nilai-nilai fundamental termasuk penghormatan kepada kehidupan dan solidaritas manusia; kedua, larangan fundamental yang di dalamnya termasuk ketentuan tidak berbohong, menyebabkan kerugian yang tidak perlu; dan ketiga, prinsip-prinsip profesional, dalam bidang media, prinsip profesional yang dimaksud adalah prinsip dalam jurnalistik seperti keakuratan, keadilan, independensi. (Potter, 2006: 58) Kode etik ini memberikan standar yang jelas dan impersonal yang dapat dijadikan rujukan bagi pelaku untuk melaksanakan tugasnya, maupun bagi masyarakat luas untuk melakukan penilaian terhadap perilaku para pelakunya. (Johannesen, 1996:183) Sementara, di Indonesia, sesuai dengan UU Pokok Pers No 40 tahun 1999, berdiri Dewan Pers yang bersifat independen. Lembaga ini berupaya melembagakan swakontrol secara sukarela oleh kalangan pers sendiri terhadap media

mereka, terutama melalui organisasi wartawan maupun lembaga medianya. (Atmakusumah, 2001: vii)

Fungsi fundamental pers adalah menyajikan informasi-informasi kepada masyarakat, dan untuk mewujudkannya pers harus memiliki etos kebenaran yakni pers wajib menyajikan kebenaran, seluruh kebenaran, selalu dengan sebenar-benarnya. Apapun informasi yang disampaikan oleh media massa haruslah suatu kebenaran yang dilakukan dengan kesetiaan, selengkap-lengkapannya, seimbang, teliti dan tepat. Pers tentu memiliki prosedur untuk memproses informasi menjadi pemberitaan sehingga memiliki penentuan, pembototan, dan penilaian tertentu dalam penyajiannya.

Namun secara subyektif pihak pers sendiri harus berusaha untuk memberikan informasi sebenar-benarnya dan menolak pertimbangan opportunistik dalam penyajian berita. Meski demikian, kebebasan pers untuk melaporkan apa saja yang terjadi tetap memiliki batasan-batasan. Setiap tuntutan moral selalu hanya mengikat secara *prima facie* dan itu berarti bahwa tidak apriori ada tuntutan moral yang lebih penting mengimplikasikan tuntutan agar tidak seluruh kejadian diberitakan. Namun batasan-batasan inipun tidak boleh semena-mena karena akan melanggar asas kebenaran itu sendiri. Misalnya, hak pers untuk melaporkan sesuatu menemukan batasnya pada hak orang lain untuk tidak dilaporkan, termasuk di sini adalah hak privasi seseorang. Dalam keadaan tertentu kepentingan umum dapat menuntut suatu peristiwa yang menyangkut kehidupan masyarakat tidak diberitakan, tetapi pembatasan inipun harus dilakukan dengan ketat seperti alasan pencegahan terjadinya situasi yang gawat, sesuai dengan undang-undang yang berlaku, disahkan secara demokratis, dan dilakukan secara materiil dan kongkret agar tidak menimbulkan multiinterpretasi. (Suseno, 2001: 128)

Merujuk pada pemberitaan Stasiun Metro Tv dan TvOne atas partai demokrat terhadap terjadinya pelanggaran pemberitaannya, khususnya mengenai pasal 2 soal

etika dan pasal 5 yang berbunyi memberikan informasi yang benar, seimbang, dan bertanggung jawab, dan juga pasal 36 yang berisi kewajiban untuk menjaga netralitas dan tidak boleh mengutamakan kepentingan golongan tertentu serta pasal 8 mengenai rasa hormat terhadap hal pribadi dan ketepatan serta kenetralan program berita. Begitu pula adanya tendensi telah terjadi pelanggaran UU no 40 tahun 1999 tentang Pers Pasal 5 ayat 1 yang menjelaskan tentang kewajiban memberitakan peristiwa dan opini dengan menghormati norma-norma agama dan rasa kesusilaan serta azas praduga tak bersalah.

Oleh karena itu, Metro Tv dan TvOne harus dengan sungguh-sungguh dan bijaksana melakukan pertimbangan-pertimbangan etika tentang perlu-tidaknya suatu informasi, peristiwa atau kejadian langsung disiarkan (*fit to print*). Misalnya kejadian, peristiwa dan informasi yang membahayakan kepentingan masyarakat, membahayakan negara, keselamatan dan keamanan negara dan persatuan-kesatuan bangsa, menyinggung perasaan beragama atau kepercayaan yang dilindungi undang-undang. Untuk itu pihak media dituntut untuk melakukan *self-censorship* dan *self-restrain*, yakni pembatasan oleh pihak media sendiri dalam penyajian pemberitaannya (Tidar, 1986: 251) dengan pertimbangan-pertimbangan etika. Terlebih dalam era reformasi di mana kebebasan pers telah dijamin oleh negara dan dilindungi oleh konstitusi, sehingga tidak ada pembredelan oleh kekuasaan (*press-breidel*), maka media massa dituntut untuk menggunakan kebebasannya ini dengan penuh tanggung-jawab kepada masyarakat.

Bahkan keengganan untuk menerapkan standar jurnalistik tersebut di satu pihak memang disebabkan oleh tekanan pasar yang semakin kompetitif—yang memaksa sejumlah media tergiur untuk mempraktekkan sensasionalisme dan mengeksploitasi sebanyak mungkin kontroversi yang ada dalam masyarakat untuk dijadikan komoditi, agar tidak tersisih dari pasar. Bila pada masa Orde Baru pers kita terjepit antara tekanan dari “istana” dan “pasar”, maka masa transisi saat ini cenderung mengarah pada suatu



kondisi di mana “pasar” menjadi faktor dominan dalam menentukan karakteristik produk informasi yang harus dipasarkan, dan di mana mekanisme pasar juga yang akan “membreidel” pers yang tidak mengikuti kaidah-kaidah pasar. (Hidayat, 2011: 223)

Begitu pula tentang profesionalisme wartawan, anehnya Kode Etik Jurnalistik (KEJ) yang ditetapkan 24 Maret 2006 tak menyebutnya secara spesifik. Pasal 2 KEJ yang baru hanya menyebut, “Wartawan Indonesia menempuh cara-cara yang professional dalam melaksanakan tugas jurnalistik”

Kendati Kode Etik Jurnalistik tak spesifik menyebut, batasan atau definisi profesionalisme sangat banyak dan berlimpah. Bagi wartawan yang baik, ukuran profesionalisme itu sebenarnya standar saja, yakni mematuhi seluruh aturan baku ketika menjalankan tugas-tugas jurnalistiknya. Aturan baku itu meliputi tapi tak terbatas hanya pada kaidah jurnalistik dan kode etik jurnalistik. Betapa urusan profesionalisme ini akhirnya tampak begitu rumit dalam implementasinya. Profesionalisme ternyata bertali-temali dengan masalah internal perusahaan di mana wartawan itu bekerja maupun lingkungan eksternal. Profesionalisme memang tidak berada di ruang vakum. Faktor-faktor ekonomi, budaya dan lingkungan politik akan sangat berpengaruh terhadap sikap-sikap professional yang mestinya diemban setiap wartawan. Juga tak kalah penting adalah integritas pribadi (hati nurani) masing-masing individu wartawan itu sendiri.

### Kesimpulan

Pemberitaan politik oleh Stasiun Metro Tv dan TvOne terhadap partai demokrat sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan citra demokrat itu sendiri. Bahkan, kedua stasiun itu terdapat pula konflik-konflik kepentingan serta campur tangan pemilik terhadap otonomi redaksi sangat jelas terlihat, Di samping itu, pemilik media-nya juga tidak memiliki latar belakang

jurnalistik. Hal itu dapat merupakan indikasi, bahwa pemilik media yang sekaligus pengusaha cenderung untuk mendahulukan kepentingan golongannya daripada kepentingan umum.

Kalau dikaitkan dengan pelanggaran oleh wartawan di kedua stasiun tv tersebut terhadap kode etik jurnalistik, maka muncul pertanyaan siapa atau instansi dan institusi manakah yang menegakkan, memutuskan, mengadili, dan menetapkan sanksi atas pelanggaran kode etik tersebut? Di samping itu, bagaimanapula kalau yang melanggar kode etik wartawan yang tidak bergabung ke dalam salah satu organisasi wartawan yang ada? Apakah itu menjadi wewenang Dewan Pers? Padahal, menurut UU Pers, Dewan Pers hanya mengawasi pelaksanaan kode etik. UU Pers tidak secara eksplisit memberi wewenang kepada Dewan Pers untuk memutuskan, mengadili, dan menetapkan sanksi atas pelanggaran kode etik. Lagi pula, kalau akan menetapkan sanksi, selain dasar hukumnya tidak ada, jenis hukuman yang akan dijatuhkan pun belum ada pengaturannya.

Tetapi, bagaimana jika wartawan tersebut seorang *freelancer*, tidak terikat kepada salah satu perusahaan pers dan tidak pula bergabung ke dalam salah satu organisasi wartawan, sedangkan Dewan Pers bukanlah institusi yang berfungsi mengadili dan menghukum individu wartawan.

### Daftar Pustaka

- Abrar, Ana Nadya. (2001). Menakar Konspirasi Media Lewat Berita. Semarang: Aliansi Jurnalis Independen (AJI).
- Arifin, Anwar. (1992). Komunikasi Politik dan Pers Pancasila. Jakarta: Media Sejahtera.
- Atmakusumah (ed). (2001). Menegakkan Etika Pers. Jakarta: Dewan Pers
- Bertens, K. (2002). Etika. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Croteau, David dan William Hoynes. (2000). *Media/Society: Industries, Images, and Audiences*. New Delhi: Pine Forge Press.
- Eriyanto. (2002). *Analisis Framing, Konstruksi, Ideologi dan Politik Media*. Yogyakarta: LKiS
- Green, Lelia. (2006). "Understanding Celebrity and Public Sphere," *Cultural Studies*. Review Volume 12 Number Sept.
- Gordon, A. David, John M. Kittross, Carol Reuss. (1996). *Controversies In Media Ethics*. USA. Longman Publishers
- Habermas, Jurgen. (1989). *Theory of Communicative Action, Volume 2 "lifeworld and system: a critique of functionalist reason"*. Boston: Beacon Press. Dalam Maryani, Eni. (2011). *Media dan Perubahan Sosial; Suara Perlawanan radio Komunitas*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset
- Hamad, Ibnu. (2004). *Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa, Sebuah Studi Critical Discourse Analysis Terhadap Berita-Berita Politik*. Jakarta: Granit.
- Haryatmoko. (2007). *Etika Komunikasi: Manipulasi Media, Kekerasan dan Pornografi*. Yogyakarta: Kanisius.
- Hidayat, Dedy N. (2011). *Self-Originated Being!*. Jakarta: FISIP UI
- Jaksa, James A. Michael S. Pritchard. (1994). *Communication Ethics, Methods of Analysis*. California: Wadsworth, inc.
- Johannesen, Richard L. (1996). *Ethics in Human Communication (Third Edition)*, Terj. Dedy Jamaluddin Malik dan Dedy Mulyana. *Etika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Kellner, Douglas. (1995). *Media Culture: Cultural Studies, Identity and PPolitics between the Modern and the Postmodern*. London dan New York: Routledge.
- Kovach, Bill dan Tom Rosentiel. (2006). *The Elements of Journalism*, Terj, Yusi A. Pareanom, Sembilan Elemen Jurnalisme. Jakarta: Yayasan Pantau.
- Marx, Karl dan Frederick Engels. (1994). "Ruling Class and Ruling Ideas" dalam John Storey (ed), *Cultural Theory and Popular Culture: A Reader*. Singapore: Harvester Wheatsheaf.
- Maryani, Eni. (2011). *Media dan Perubahan Sosial; Suara Perlawanan radio Komunitas*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset
- McQuail, Denis. (2011). *Teori Komunikasi Massa* McQuail. Jakarta: Salemba Humanika
- Potter, Deborah. (2006). *Buku Pegangan Jurnalisme Independen*. Jakarta: Biro Program Informasi Internasional Deplu AS.
- Rahayu (ed). (2006). *Menyingkap Profesionalisme Kinerja Surat Kabar di Indonesia*. Jakarta: Pusat Kajian Media & Budaya Populer, Dewan Pers, dan Depkominfo.
- Sudibyo, Agus. (2001). *Politik Media dan Pertarungan Wacana*. Yogyakarta: LKiS
- Suseno, Frans Magnis. (2001). *Kuasa dan Moral*. Jakarta: Gramedia
- Tidar, Herald (ed). (1986). *Persuratkabaran Indonesia dalam Era Informasi: Perkembangan, Permasalahan dan Perspektifnya*. Jakarta: Sinar Harapan.

#### Internet

<http://hukum-kriminalitas.pelitaonline.com/news/2012/02/24/demokrat-adukan-metrotv-dan-tv-one-ke-kpi#.UMifVOQ049U>. Diunduh pada 12 Juli 2012 pukul 03.16 WIB.