

PENANGGUNG JAWAB

Dekan FIKOM
Evie Sofiati MI, M.I.Kom

Sekretaris Dekan
Dian Marhaeni K, M.Si

Ketua Penyunting
Made Dwi Adnjani, M.Si

Sekretaris
Mubarok, M.Si

Bendahara
Parwati, SH

Dewan Penyunting
Trimanah, M.Si
Edi Ismoyo, M.Si
Suharyoso, S.Sos

Seksi Usaha
Endang Winarsih, S.Sos

Sirkulasi dan Distribusi
Novi, S.Sos

Alamat Redaksi
Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Islam
Sultan Agung Semarang
Jl. Raya Kaligawe Km. 4
Po. Box 1054/SM
Semarang 50112
Telp. (024) 6583584
ext. 448/ 449
Fax. (024) 6582455
email : jurnalfikom@yahoo.com

Citra Feminin Dalam Video Musik Teen Top
(Studi Semiotika mengenai citra feminin pada video
musik Teen Top berjudul “No More Perfume on You”)
Zein Mufarrih Muktaf
zeinmuf@yahoo.co.id 1 - 14

Pengaruh Sosialisai Bela Negara Terhadap Sikap Bela
Negara Guru Sekolah Dasar Di Jakarta
(Studi Eksplanatori Di Direktorat Bela Negara
Kementrian Pertahanan Republik Indonesia)
Aska Leonardi
askaleonardi@yahoo.com 15-35

Konstruksi Komentar Pada Media Detik.Com
Terhadap Pencitraan Jokowi
Mariko Rizkiansyah
mariko.rizkiansyah@gmail.com
Ica Wulansari
ica.wulansari3@gmail.com 36-49

Personal Branding Dalam Peningkatan Elektabilitas
(Studi Kekuatan Foto Ganjar Pranowo Pada Pemilihan
Gubernur Jawa Tengah 2013)
Soetomo
tomfotografer@yahoo.co.id 50-70

Kesenjangan Akses Informasi Di Era Globalisasi
(Sebuah Kajian Etika Media)
Anita Septiani Rosana, S.Sos
anitaseptianirosana@gmail.com 71-79

Riset Audiens Sebagai Dasar Strategi Branding
Konservasi Universitas Negeri Semarang
Riki Arswendi
rikiarswendi@gmail.com 80-93

Pengaruh Terpaan Kampanye Sosial Dan Role Model
Pendidikan Karakter Terhadap Perilaku Akademik
Mahasiswa Mahasiswi IKIP PGRI Semarang
Teddy Dyatmika
eshal_dyrnt@yahoo.com 94-107



KESENJANGAN AKSES INFORMASI DI ERA GLOBALISASI (Sebuah Kajian Etika Media)

Oleh :

Anita Septiani Rosana, S.Sos

(Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Sultan Fatah Demak)

Email : anitaseptianirosana@gmail.com

Abstract

The development of information and communication technology in the globalization in Indonesia encourage the growth and advancement of society. Along with the development of the mass media industry and advances in communications technology, fulfillment information (equity information) should also be followed with ease of access to information, without the constraints of space, time, and costs are expensive. Problems that still raises the question of whether all levels of Indonesian society has been able to easily and quickly access all the information they need?

Gaps in access to information remains one of the problems in Indonesia. Because in reality, access to information has not been thoroughly enjoyed by all levels of Indonesian society. Communities with lower economic levels and are in remote areas, have not been able to access a variety of information to the maximum. This is because of limited facilities (poor signal) and limited access to the expensive cost to society with lower levels of economic retributions (the poor). Ethically, the responsibility of the state to guarantee the right of every citizen associated with the right to obtain information, communicate and issue opinions.

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam era globalisasi di Indonesia mendorong pertumbuhan dan kemajuan masyarakat. Seiring dengan berkembangnya industri media massa dan kemajuan teknologi komunikasi, pemenuhan akses informasi (ekuitas informasi) seharusnya juga diikuti dengan kemudahan akses untuk mendapatkan informasi, tanpa terkendala ruang, waktu, dan biaya yang mahal. Permasalahan yang masih menjadi pertanyaan adalah apakah seluruh lapisan masyarakat Indonesia telah dapat dengan mudah dan cepat untuk mengakses semua informasi yang mereka butuhkan ?

Kesenjangan dalam mengakses informasi masih menjadi salah satu permasalahan di Indonesia. Karena pada kenyataannya, akses informasi belum secara menyeluruh dapat dinikmati oleh seluruh lapisan masyarakat Indonesia. Masyarakat dengan tingkat ekonomi bawah dan berada pada daerah yang terpencil, belum dapat mengakses berbagai informasi dengan maksimal. Hal ini dikarenakan keterbatasan sarana (sinyal yang buruk) dan keterbatasan biaya akses yang mahal bagi masyarakat dengan tingkat ekonomi level bawah (masyarakat miskin). Secara etis, menjadi tanggungjawab negara untuk menjamin hak setiap warganegara terkait dengan hak untuk mendapatkan informasi, berkomunikasi dan mengeluarkan pendapat.

Kata kunci : globalisasi, akses informasi dan kesenjangan masyarakat

Pendahuluan

“Setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya, serta berhak untuk mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah dan menyampaikan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia.” (Pasal 28F UUD 1945)

Berdasarkan pernyataan dari pasal 28F UUD 1945 di atas, menunjukkan bahwa menjadi hak asasi bagi setiap warganegara Indonesia untuk berkomunikasi dan memperoleh berbagai informasi dengan menggunakan segala jenis media yang tersedia, yang bertujuan untuk mengembangkan diri dan lingkungan sosialnya. Setiap warganegara mempunyai hak yang sama untuk bisa mengakses informasi melalui media massa yang tersedia, baik media cetak, elektronik, maupun media online.

Teknologi informasi kini telah berkembang dengan sangat pesat. Komunikasi dan informasi berlangsung dengan sangat cepat tanpa batas negara. Proses demokratisasi yang tak dapat dikendalikan ini disebabkan oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Sampai saat ini Indonesia relatif cukup cepat melakukan antisipasi dengan ditetapkannya Undang-Undang yang menjamin adanya kebebasan berkomunikasi dan memperoleh informasi. Tidak dipungkiri bahwa kemajuan teknologi informasi berdampak langsung terhadap era keterbukaan. Setiap orang mampu menerima informasi secara langsung dan lebih cepat dari sebelumnya. Keterbukaan membuat masyarakat seakan berada dalam dunia tanpa batas, baik dari dimensi waktu, wilayah, profesi, agama, ras, norma, realita, bahkan batas-batas norma dan kesusilaan.

Media massa merupakan elemen penting dalam masyarakat. Media merupakan “sistem saraf pusat dari AS, rantai informasi penting yang varietas satu jenisnya tanpa jeda,” kata Hiebert, Ungurait, dan Bohn (1991:565) dalam

(Sebuah Kajian Etika Media) Reuss (1996:128). Media membantu untuk menjaga informasi dan memberikan hiburan, membentuk pendapat tentang berbagai isu, survei lingkungan, mengirimkan budaya, dan membantu ekonomi dengan mempromosikan barang dan jasa. Media membantu mendidik dan bersosialisasi dengan beragam populasi. Tapi media massa bukan saluran langsung pada kesatuan sosial, meskipun banyak dari mereka terlihat atau terdengar sama dan mencakup topik yang sama.

Seiring dengan perkembangan era globalisasi, media massa mempunyai peran yang sangat strategis dalam suatu negara, termasuk di Indonesia. Teknologi Informasi dan komunikasi telah mengarahkan masyarakat untuk selalu membutuhkan informasi tentang segala hal di dalam kehidupannya. Hal ini ditunjukkan dengan meningkatnya penggunaan alat-alat komunikasi, seperti handphone, smartphone, Iphone, notebook. Mereka membutuhkan handphone atau Iphone, tidak hanya sekedar untuk berkomunikasi tetapi juga untuk mengakses informasi. Dengan kecanggihan teknologi, sebuah handphone dan smartphone mempunyai berbagai fasilitas yang terkoneksi dengan internet.

Masyarakat dengan tingkat ekonomi di level bawah, tidak akan dengan leluasa mengakses informasi sesuai dengan kebutuhannya, karena keterbatasan sarana dan biaya untuk mengakses informasi tersebut. Kesenjangan dalam mengakses informasi diantara kelas ekonomi atas (elit) dengan kelas ekonomi bawah sangat kentara kita lihat. Meski secara idealnya, media massa adalah bersifat massa dan bisa dikonsumsi ataupun diakses oleh siapapun, namun pada kenyataannya tidak semua masyarakat dapat mengaksesnya. Terutama masyarakat miskin yang dalam kehidupan sehari-hari kekurangan untuk memenuhi kebutuhan pokok sehari-harinya.

Sebagai contoh adalah wilayah-wilayah pedalaman dan pedesaan-pedesaan pelosok atau yang berada pada wilayah perbatasan antarnegara di daerah Kalimantan.

Masih terdapat wilayah yang blank sinyal, sehingga arus informasi ke wilayah tersebut tidak bisa diterima dengan baik. *Blank signal* masih banyak terjadi di beberapa wilayah desa di Kabupaten Kepulauan Anambas, sehingga komunikasi menggunakan radio SSB merupakan satu-satunya jaringan informasi penghubung antar desa di kabupaten ini. Demikian disampaikan August R Unggul, Asisten III Bupati Kabupaten Kepulauan Anambas (KKA) disela-sela pembukaan bimbingan teknologi aktifitas Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) dalam rangka desa informasi di Anambas, Selasa (19/6).

Kondisi blank signal ini telah menyebabkan perputaran informasi masyarakat dalam wilayah KKA lebih sulit dilakukan, dibandingkan dengan komunikasi dari pusat kabupaten ke kota lain di Indonesia. Sementara wilayah Anambas memiliki banyak pulau yang tersebar dan ditempati oleh masyarakat, sehingga kebutuhan informasi menjadi sangat penting. “Masih banyak desa-desa yang blank signal dan tidak bisa dijangkau jaringan telepon sama sekali. Baik itu seluler maupun telpon analog biasa,” katanya.

Irfani, Yuliai. (2012). *Masih banyak desa blank signal*. <http://haluankepri.com/news/anambas/30445-masih-banyak-desa-blank-signal-.html> diakses 1 Juli 2012)

Dari uraian fakta tersebut di atas menunjukkan bahwa akses informasi melalui media, belum sepenuhnya bisa dinikmati oleh masyarakat di segala lapisan dan di segala penjuru tanah air Indonesia. Industri media massa belum menjangkau sepenuhnya ke dalam wilayah-wilayah terpencil. Peluang dan kesempatan untuk mengakses media, baru dinikmati oleh sebagian warga masyarakat yang tinggal di wilayah perkotaan ataupun wilayah ibukota. Ketika informasi bisa diakses di wilayah pedesaan, itupun hanya dinikmati oleh mereka yang mempunyai cukup uang untuk membayar biaya akses informasi tersebut. Ketidaksetaraan informasi di masyarakat merupakan salah satu isu politik yang utama pada masyarakat informasi.

(Sebuah Kajian Etika Media)
Kesenjangan dalam memperoleh informasi dikalangan elit dan masyarakat biasa, khususnya masyarakat miskin, mungkin sudah terjadi sejak dulu hingga saat ini. Kondisi ini dapat kita lihat bila kita berada di wilayah perkotaan dan wilayah desa yang sangat terpencil, dimana sarana dan prasarana masih minim keberadaannya. Informasi publik bukanlah milik perseorangan tetapi informasi tersebut juga harus dapat diakses oleh publik melalui media massa apapun.

Industri media massa dan pemerintah sampai saat ini telah berusaha untuk menjangkau wilayah-wilayah terpencil agar berbagai informasi dapat sampai kepada seluruh warga Negara Indonesia. Takjarang informasi-informasi yang seharusnya bersifat publik tersebut membutuhkan akses media yang menggunakan signal-signal telekomunikasi, misalnya melalui televisi, handphone, internet. Apabila koneksi belum menjangkau sampai wilayah-wilayah pelosok dipenjuru Indonesia, maka informasi tersebut juga tidak akan bisa menjangkau ke seluruh lapisan masyarakat. Struktur pasar ternyata tidak mampu memberikan peluang bagi kaum miskin untuk mengakses informasi melalui media massa. Bagaimanakah seharusnya media massa mengatasi masalah tersebut?

Pembahasan

Apabila sebuah informasi merupakan kekuatan dalam masyarakat yang berbasis informasi, maka beberapa kesetaraan akses terhadap informasi sangat penting. kecuali jika kita bersedia menerima suatu masyarakat di mana beberapa orang atau kelompok yang dirugikan karena tidak dapat memperoleh akses informasi. Resikonya adalah masyarakat yang bisa menjadi bertingkat berdasarkan informasi yang tersedia bagi orang untuk menggunakannya secara bersama, seperti ekonomi, pendidikan, ras, atau lainnya.

Everette Dennis menempatkan masalah succinctly ketika ia mencatat bahwa :

“the “reasons to be concerned about the information-rich people versus

information-poor people. Information is power and some information will no doubt be priced so high that it will be out of the reach of many people" (alasan untuk diperhatikan mengenai orang kaya - informasi versus orang miskin - informasi. Informasi adalah kekuatan dan beberapa informasi tidak akan diragukan lagi dijual dengan harga sangat tinggi sehingga akan keluar dari jangkauan banyak orang). (Dennis and Merrill, 1991:75 dalam Gordon dan Reuss, 1996:122)

Dari pernyataan Dennis tersebut menunjukkan adanya alasan-alasan mengenai seseorang yang disebut sebagai orang kaya informasi dan orang yang miskin informasi. Informasi merupakan sebuah kekuatan (*power*) yang sangat berharga mahal dan hanya orang berkemampuan atau orang kaya saja yang mampu menggapai informasi yang bernilai tinggi tersebut. Informasi yang berharga tinggi akan jauh dari jangkauan orang kebanyakan, karena membutuhkan biaya yang tidak sedikit untuk menjangkaunya.

Eric Elbot, mantan direktur komunikasi untuk National Center for Media diakses di Boston, telah mencatat bahwa Amerika selalu mengakses - untuk pendidikan, politik, perpustakaan, dan ekonomi. Dengan munculnya era informasi, ia menyarankan, fokus harus diubah untuk mencakup akses terhadap informasi dan hiburan yang tersedia melalui saluran berbagai media massa. Isu utama tampaknya bukan apa yang harus dicapai, "*tetapi siapa yang bertanggung jawab dan seberapa jauh tanggung jawab tersebut dilaksanakan*". Informasi yang disampaikan oleh media massa seharusnya merupakan sesuatu yang menjadi hak publik untuk mengetahuinya. Tidak ada eksklusivitas dalam distribusi atas informasi tersebut. Berita-berita yang baik adalah berita yang mempunyai nilai berita (*news value*), padahal kita ketahui bersama, bahwa sampai saat ini pemberitaan-pemberitaan yang ditayangkan oleh media menyesuaikan permintaan dan

(Sebuah Kajian Etika Media) selera pasar (masyarakat). Sesuatu yang dianggap menarik oleh pasar, itulah yang akan mempunyai banyak perhatian audience yang nantinya akan berpengaruh pada rating acara atau program.

David Gordon (1996), menyatakan bahwa media massa harus membuat beberapa upaya khusus untuk memastikan bahwa mereka terus menjangkau khalayak massa dan benar-benar dalam proses, membawa era informasi ke semua strata masyarakat. Pendapat Gordon tersebut merupakan sesuatu yang bersifat mulia dan idealis, tetapi untuk mencapainya dibutuhkan usaha yang tidak mudah. Industri media saat ini tidak lagi menfokuskan pada kualitas isi (content) berita saja, tetapi lebih pada selera pasar sehingga terkesan hanya menitikberatkan pada peningkatan profit bagi perusahaan media tersebut. Ketika sebuah acara mempunyai rating yang tinggi, secara otomatis akan menarik para pengiklan untuk turut serta dalam tayangan program tersebut.

Media massa tidak hanya berkewajiban etis untuk membantu memastikan "ekuitas informasi" seluruh masyarakat, tetapi juga memiliki beberapa alasan yang sangat praktis untuk melakukannya. Beberapa alasan praktis tersebut didasarkan pada ekonomi. Jika kelompok dalam masyarakat kehilangan akses informasi, maka media kehilangan pelanggan potensial karena itu merupakan target potensial untuk pengiklan. Masyarakat sebagai konsumen media selalu mengharapkan bisa mengakses informasi dari media dengan cara yang mudah dan cepat, serta efisien dari segi biaya.

Alasan lain, bahwa masyarakat menjadi lebih sadar akan pentingnya akses ke berbagai sumber informasi, tekanan cenderung mendorong tindakan pemerintah untuk memastikan hal ini, jika media sendiri tidak mengambil langkah-langkah untuk melihat bahwa hal itu terjadi. Tapi alasan yang paling penting bagi media untuk peduli tentang ekuitas informasi adalah *sudut pandang utilitarian* bahwa itu tepat untuk masyarakat maupun untuk media. Perlu diperhatikan oleh pihak media bahwa ekuitas informasi merupakan hak

bagi setiap warga Negara Indonesia. Sehingga menjadi kewajiban Negara dan media massa untuk bisa mengupayakan agar informasi dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat tanpa memandang kelas sosialnya.

Konsekuensi etis dari informasi “*apartheid*” yang terlalu serius untuk ditoleransi oleh media atau oleh masyarakat yang mereka layani. Kuncinya adalah memberikan kesempatan untuk mengakses informasi yang telah melewati pengawasan dari berbagai *gatekeeper* dan tersedia untuk umum. Kita tidak bisa berharap untuk sebuah demokrasi partisipatoris sepenuhnya kecuali kami bertujuan untuk ideal yang memungkinkan semua warga kesempatan untuk mendapatkan informasi pada pijakan yang relatif sama.

Ahli komunikasi massa Harold D Lasswell dan Charles Wright (dalam Morissan, 2010:11), menyatakan terdapat empat fungsi sosial media massa, yaitu :

1. *Social surveillance*. Pada fungsi ini, media massa termasuk media televisi, akan senantiasa merujuk pada upaya penyebaran informasi dan interpretasi seobjektif mungkin mengenai peristiwa yang terjadi, dengan maksud agar dapat dilakukan kontrol sosial sehingga tidak terjadi hal-hal yang tidak diinginkan dalam lingkungan masyarakat bersangkutan.
2. *Social correlation*. Dengan fungsi korelasi sosial tersebut, akan terjadi upaya penyebaran informasi yang dapat menghubungkan satu kelompok sosial dengan kelompok sosial lainnya. Begitupun antara pandangan-pandangan yang berbeda, agar tercapai konsensus sosial.
3. *Socialization*. Pada fungsi ini, media massa selalu merujuk pada upaya pewarisan nilai-nilai luhur dari satu generasi ke generasi selanjutnya, atau dari satu kelompok ke kelompok lainnya.
4. *Entertainment*. Agar tidak membosankan, sudah tentu media massa perlu juga menyajikan hiburan kepada khalayaknya. Hanya saja, fungsi hiburan ini sudah terlalu

dominan mewarnai siaran televisi kita, sehingga ketiga fungsi lainnya, seolah telah terlupakan. Untuk itu, fungsi hiburan haruslah ditata agar seimbang dengan tiga fungsi lainnya.

Keempat fungsi media massa tersebut bersinergi dan seiring sejalan dalam rangka menyajikan tayangan yang baik. Sebab, hanya dengan tayangan yang cerdas, yang nantinya dapat melahirkan generasi yang cerdas. Generasi yang memiliki karakter bangsa. Dalam hal inilah, kesadaran masyarakat dunia pada umumnya dan Indonesia secara khusus perlu berkomitmen untuk bersifat selektif terhadap tayangan media massa. Masyarakat mempunyai hak untuk memilih tayangan yang bersifat mengedukasi daripada hanya sekedar tayangan yang berorientasi pada profit saja.

Logika waktu pendek menempatkan media massa dalam situasi dilematis. Disatu sisi, idealisme media menuntut peran sebagai sarana pendidikan agar masyarakat sebagai audiens semakin memiliki sikap kritis, kemandirian, dan kedalaman berpikir; namun di sisi lain, pragmatism ekonomi memaksa media mengadopsi logika mode yang terpatri pada yang spektakuler, sensasional, superficial dan pesan yang beragam. (Haryatmoko, 2007: 30)

Tayangan dan paparan media massa saat ini, tak jarang mengesampingkan etika jurnalistik dan kaidah-kaidah yang menyangkut kepentingan publik. Meskipun media massa mengikuti arus dan selera pasar, namun tetap harus memperhatikan dan berpegang teguh pada norma dan etika jurnalistik, dimana informasi-informasi yang disampaikan kepada masyarakat menyangkut kepentingan umum.

Seperti kewajiban etis, jelas berasal dari kedua perhatian *utilitarian* untuk menyediakan sejumlah besar orang dan penekanan **Yohanes Rawl** pada melindungi anggota yang paling rentan masyarakat. Jika tanggung jawab sosial berarti apa-apa, itu berarti menemukan cara untuk menghindari menciptakan sekelompok jelas dari warga kelas dua dalam masyarakat

informasi. Media baru dan teknologi informasi baru dapat memberikan kesempatan yang lebih baik daripada media massa yang beroperasi untuk membangun praktik baru dan lebih penting – kebijakan publik yang mendorong bukan menghambat ekuitas informasi. (Gordon dan Reuss, 1996: 126)

Hal tersebut di atas, akan membantu meningkatkan selektivitas diatasi dengan sumber informasi dalam menargetkan audiens yang diinginkan. Dengan beberapa masukan dari kelompok marjinal-karena faktor seperti cacat fisik, pendapatan rendah, atau kurangnya pendidikan-itu merekomendasikan pembentukan poin akses publik di perpustakaan dan pusat perbelanjaan yang akan tersedia untuk semua orang. Sebuah filosofi keadilan sosial dan tanggung jawab sosial harus memandu perencanaan untuk jaringan.

Upaya-upaya khusus harus dilakukan untuk menjamin layanan informasi yang diperpanjang secara universal kepada orang miskin, orang cacat, dan minoritas. Sebagai masyarakat, dan sebagai praktisi media, kita harus prihatin bahwa ekonomi bisa menghilangkan kesempatan beberapa warga untuk mendapatkan berbagai jenis informasi. Potensi meningkatnya perbedaan akses terhadap informasi dalam masyarakat yang semakin berorientasi informasi adalah salah satu yang harus diatasi oleh media itu sendiri dengan beberapa bantuan dari pemerintah, khususnya dalam hal pembentukan kebijakan untuk mengatur teknologi informasi baru. Pemerintah juga dapat membantu dengan menciptakan insentif ekonomi bagi media massa tradisional yang sudah ada untuk mengatasi masalah ini. Jika media yang melayani masyarakat, mereka mempunyai tanggung jawab untuk berusaha mengurangi kesenjangan.

Menurut **Caroll Reuss (1996)**, bahwa kekuatan pasar dan persaingan adalah perlindungan yang cukup untuk memberikan akses yang dibutuhkan, dan pertanyaan hanya seberapa banyak akses yang benar-benar diperlukan. Dari pernyataan Reuss

tersebut menjelaskan tentang adanya pasar yang normal menunjukkan ada berbagai hal di dalamnya. Yang disebut pasar yang ideal menurut Reuss adalah sebuah pasar yang bebas (*free-market*) tapi tetap mengedepankan sifat selektif terhadap informasi-informasi yang masuk ke dalam pasar tersebut. Pasar (*market*) merupakan proses yang ter-regulasi dari pertukaran berdasarkan pada dinamika permintaan dan penawaran. Beberapa keuntungan dari adanya pasar tersebut, antara lain : (1). Pasar mempromosikan keuntungan; (2). Pasar mempromosikan fleksibilitas; (3). Pasar mempromosikan inovasi; (4). Pasar bisa mengirimkan media seperti beberapa produk.

Adapun beberapa kelemahan pasar antara lain : (1). Tidak demokratis, artinya bahwa hanya pihak-pihak yang mempunyai capital yang bisa memasuki media; (2). Pasar mereproduksi ketidaksamaan (*in-equality*, artinya media mencerminkan pandangan-pandangan dan ketertarikan; (3). Pasar bersifat amoral; (4). Pasar tidak perlu memenuhi kebutuhan sosial; (5). Pasar hanya bersifat mitos.

Media massa merupakan elemen penting dalam masyarakat. Mereka membantu mendidik dan bersosialisasi dengan beragam populasi. Tapi media massa tidak saluran langsung menuju kesatuan sosial, meskipun banyak dari mereka terlihat atau terdengar sama dan mencakup topik dan sumber yang sama. Pada tahap awal, memahami bahwa ada dua definisi media akses. Salah satunya adalah kemampuan individu atau kelompok untuk menerima media.

Yang kedua adalah kemampuan dari setiap individu atau kelompok untuk memiliki kisahnya diceritakan oleh media massa. Media massa hanyalah salah satu bagian dari persamaan komunikasi, sehingga mereka tidak bertanggung jawab untuk menjaga informasi masyarakat, dan tidak ada media massa yang bisa berpretensi memiliki semacam kewajiban. Pada akhir dari persamaan adalah khalayak media, baik aktual maupun potensial, yang juga memikul tanggung jawab sebagai pencari informasi yang cerdas.

Menempatkan tanggung jawab etis untuk akses liputan media. Penelitian menunjukkan bahwa seseorang membuat keputusan berdasarkan informasi dari berbagai sumber dan media telah bervariasi dan efek terbatas pada individu dan kelompok. Ini tidak berarti bahwa individu harus pasif terhadap media massa, atau bahwa media massa dapat menjadi pasif dan tidak mencari penerimaan publik.

Tiga perspektif etika, yaitu etika deontologi, etika teleologi dan etika keutamaan. Berikut ini akan diuraikan mengenai kesetaraan akses informasi di media massa menurut masing-masing etika tersebut.

Etika Deontologi

Dalam pemahaman teori deontologi, memang terkesan berbeda dengan Utilitarisme. Jika dalam Utilitarisme menggantungkan moralitas perbuatan pada konsekuensi, maka dalam deontologi benar-benar melepaskan moralitas dari konsekuensi perbuatan. "Deontologi" (Deontology) berasal dari kata dalam Bahasa Yunani yaitu : *deon* yang artinya adalah kewajiban. Dalam suatu perbuatan terdapat sebuah konsekuensi, dalam hal ini konsekuensi perbuatan tidak boleh menjadi pertimbangan. Perbuatan menjadi baik bukan dilihat dari hasilnya melainkan karena perbuatan tersebut wajib dilakukan. Deontologi menekankan perbuatan tidak dihalalkan karena tujuannya. Tujuan yang baik tidak menjadikan perbuatan itu juga baik. Di sini kita tidak boleh melakukan suatu perbuatan jahat agar sesuatu yang dihasilkan itu baik, karena dalam teori Deontologi, kewajiban itu tidak bisa ditawar lagi karena merupakan suatu keharusan.

Mengapa perbuatan ini baik dan perbuatan itu harus ditolak sebagai buruk? deontologi menjawab : karena perbuatan pertama menjadi kewajiban kita dan karena perbuatan kedua dilarang. Yang menjadi dasar baik buruknya perbuatan adalah kewajiban. Pendekatan deontologi sudah diterima dalam konteks agama, dimana hal itu merupakan salah satu teori etika yang terpenting.

Ada tiga prinsip yang harus dipenuhi : (1). Supaya tindakan punya nilai moral, tindakan ini harus dijalankan berdasarkan kewajiban; (2). Nilai moral dari tindakan ini tidak tergantung pada tercapainya tujuan dari tindakan itu melainkan tergantung pada kemauan baik yang mendorong seseorang untuk melakukan tindakan itu, berarti bila tujuan tidak tercapai, tindakan itu sudah dinilai baik; (3). Sebagai konsekuensi dari kedua prinsip ini, kewajiban adalah hal yang niscaya dari tindakan yang dilakukan berdasarkan sikap hormat pada hukum moral universal

Bagi Kant, Hukum Moral ini dianggapnya sebagai perintah tak bersyarat (*imperatif kategoris*), yang berarti hukum moral ini berlaku bagi semua orang pada segala situasi dan tempat. Perintah Bersyarat adalah perintah yang dilaksanakan kalau orang menghendaki akibatnya, atau kalau akibat dari tindakan itu merupakan hal yang diinginkan dan dikehendaki oleh orang tersebut. Perintah Tak Bersyarat adalah perintah yg dilaksanakan begitu saja tanpa syarat apapun, yaitu tanpa mengharapkan akibatnya, atau tanpa mempedulikan apakah akibatnya tercapai dan berguna bagi orang tersebut atau tidak.

Berdasarkan uraian tentang etika deontologi diatas, apabila kita kaitkan dengan permasalahan yang ada, yaitu belum adanya kesetaraan dalam penyampaian informasi (akses informasi) melalui media massa bagi masyarakat miskin, maka kondisi tersebut merupakan tanggungjawab dan menjadi kewajiban bersama bagi pemerintah dan industry media massa untuk bisa memenuhi kebutuhan akan informasi tersebut. Pada kenyataannya, masih banyak masyarakat yang berada pada wilayah yang terpencil dengan kondisi perekonomian yang rendah atau kurang makmur (miskin), belum dapat mengakses berbagai informasi yang disampaikan oleh media massa maupun informasi-insformasi dari pemerintah. Berbeda bila kita berada di wilayah yang sudah terjangkau oleh akses media massa. Masyarakat dengan kondisi ekonomi yang bisa dikatakan "mampu" akan dengan bebas dan leluasa menikmati dan

mengakses informasi melalui media massa sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

Etika Teleologi

Teleologi berasal dari bahas kata Yunani “telos”, yang berarti akhir, tujuan, maksud, dan logos, artinya perkataan. Teleologi adalah ajaran yang menerangkan segala sesuatu dan segala kejadian menuju pada tujuan tertentu. Etika teleologi mengukur baik dan buruknya suatu tindakan berdasarkan tujuan yang ingin dicapai dengan tindakan itu atau berdasarkan akibat yang ditimbulkan oleh tindakan itu. Artinya, teleologi bisa diartikan sebagai pertimbangan moral akan baik buruknya suatu tindakan yang dilakukan. Teleologi mengerti benar, mana yang benar, dan mana yang salah, tetapi itu bukan ukuran yang terakhir. Yang lebih penting adalah tujuan dan akibat.

Meskipun sebuah tindakan dinilai salah menurut hukum, tetapi jika itu bertujuan dan berakibat baik, maka tindakan itu dinilai baik. Namun dengan demikian, tujuan yang baik tetap harus diikuti dengan tindakan yang benar menurut hukum. Menurut Kant, setiap norma dan kewajiban moral tidak bisa berlaku begitu saja dalam setiap situasi. Jadi, sejalan dengan pendapat Kant, etika teleologi lebih bersifat situasional karena tujuan dan akibat suatu tindakan bisa sangat tergantung pada situasi khusus tertentu

Berdasarkan pada kasus di atas, bila kita lihat dari perspektif etika teleologi, bahwa kesetaraan dalam pemenuhan informasi (ekuitas informasi), seharusnya menjadi tujuan bersama antara media massa dan pemerintah. Salah satu tujuan negara adalah untuk melindungi hak-hak asasi warganegaranya. Dimana, salah satu hak asasi tersebut adalah warganegara berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi, seperti tertuang dalam pasal 28 F UUD 1945. Tujuan atas ekuitas informasi, perlu menjadi pemahaman bersama, bahwa kesetaraan informasi bertujuan untuk kesejahteraan masyarakat luas.

Saat ini, Indonesia telah memasuki era masyarakat informasi, dimana informasi

(Sebuah Kajian Etika Media) merupakan sebuah kekuatan. Kekuatan (*power*) di sini tidak hanya di bidang politik saja tetapi harus mengaju disegala bidang kehidupan, baik ekonomi, sosial, dan budaya. Masyarakat mengakses informasi bertujuan untuk mendapatkan pengetahuan, memenuhi kebutuhan, dan untuk mengembangkan dirinya dalam rangka meningkatkan kesejahteraan hidup. Hal ini mustahil akan tercapai dengan baik apabila tidak ada sinergi antara pemerintah, media massa dan masyarakat dalam mencapai tujuan tersebut.

Perspektif etika teleologi, lebih menitikberatkan pada tujuan daripada tindakan manusia. Bagaimana bisa menjadi manusia yang baik, maka harus mempunyai tujuan hidup yang baik pula. Kehidupan manusia selalu berhubungan dan bersosialisasi dengan manusia lain di lingkup masyarakat di sebuah negara. Antara negara dan warganegara harus saling menghormati hak dan kewajibannya. Menjadi warganegara yang baik untuk mencapai tujuan hidup yang lebih sejahtera, akan menjadi impian setiap manusia.

Etika Keutamaan

Keutamaan adalah disposisi watak yang memungkinkan seseorang bisa bertingkah laku secara moral. Keutamaan berkaitan dengan kehendak, yaitu membuat kehendak cenderung ke arah tertentu. Keutamaan diperoleh dari hasil pembiasaan (hasil latihan), tidak dimiliki sejak lahir, terutama melalui pendidikan dan tindakan korektif, berlangsung “melawan arus”, dan dibedakan dengan sifat watak non-moral yang dimiliki secara “alamiah”. (Bertens, 2007:217)

Berkaitan dengan etika keutamaan, bahwa status sosial manusia tidak menentukan, apakah dengan status sosial yang lebih tinggi akan menjadikannya menjadi manusia yang baik, dan sebaliknya, dengan status sosial ekonomi yang lebih rendah (miskin) maka orang tersebut belum disebut sebagai orang yang baik. Keutamaan menjadi manusia yang baik bukan dilihat dari status ekonomi maupun status sosial seseorang, tetapi lebih pada bagaimana seseorang tersebut mampu

menerapkan etika-etika yang baik didalam kehidupannya. Mereka mengerti tujuan hidupnya dan mampu mencapai tujuan hidup tersebut tanpa mengganggu atau merugikan kepentingan orang lain.

Simpulan

Setiap warganegara berhak mendapatkan informasi sesuai dengan kebutuhannya. Informasi tersebut dapat diakses melalui berbagai media massa yang ada disekitarnya. Setiap warganegara mempunyai hak yang sama untuk memperoleh informasi dan berkomunikasi tanpa memandang derajat maupun kelas sosial ekonominya. Namun pada kenyataannya, hal tersebut belum terwujud sesuai dengan Undang-Undang Dasar yang telah ditetapkan dan menjadi pedoman dalam pelaksanaan pembangunan di Indonesia.

Kesenjangan dalam mengakses informasi masih menjadi salah satu permasalahan di Indonesia. Kemudahan akses informasi ternyata masih menjadi dominasi para pemilik modal atau mereka yang mampu membeli sarana dan prasarana teknologi komunikasi dan informasi tersebut. Masyarakat kelas bawah (miskin) tidak bisa dengan leluasa mengakses informasi tanpa adanya biaya yang memadai. Intinya adalah bahwa tidak akan ada ekuitas informasi. Kelompok tertentu dalam masyarakat akan mendominasi informasi dan kelompok *apartheid* tidak akan bisa mengakses informasi jika ia tidak mempunyai biaya untuk memiliki teknologi komunikasi, ataupun bila ia tidak berada pada wilayah jangkauan informasi.

Daftar Pustaka

- Bertens, K. (2007). *Etika*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Gordon, A.David, Kittross, John M, Reuss, Carol, and Merrill, Hohn C. (1996). *Controversies in Media Ethics*. USA: Longman Publishers
- Haryatmoko. (2007). *Etika komunikasi – Manipulasi Media, kekerasan dan pornografi*. Yogyakarta: Kanisius
- Morrison. (2010). *Teori Komunikasi massa*. Bogor : PT. Ghalia Indonesia

Online :

- Irfani, Yuliai. (2012). *Masih banyak desa blank signal*. <http://haluankepri.com/news/anambas/30445-masih-banyak-desa-blank-signal-.html> diakses 1 Juli 2012