

## HUKUM, PROFESI JURNALISTIK DAN ETIKA MEDIA MASSA

**Oleh: Prof. Dr. H. Abdul Choliq Dahlan, MA.**

Dosen Sekolah Tinggi Agama Islam (STAIN) Salatiga

### **Abtraks**

*Dalam kajian hukum dan media massa, moral dan etika tersebut dikaitkan pada kewajiban para jurnalistik antara lain seperti; pelaksanaan kode etik jurnalistik dalam setiap aktivitas jurnalistiknya, tunduk pada institusi dan peraturan hukum untuk melaksanakan dengan etiket baiknya sebagaimana ketentuan-ketentuan di dalam hukum tersebut yang merupakan perangkat prinsip-prinsip dan aturan-aturan yang pada umumnya sudah diterima dan disetujui oleh masyarakat. Sehubungan dengan hal itu, prinsip etika bagi profesi jurnalistik memberikan dasar hukum bagi pengelolaan pemberitaan di media secara tertib dalam hubungan antar subyek hukum.*

*Pada perkembangan di institusi media di Indonesia, aspek kepemilikan saham di media (kepemimpinan), ekonomi dan pemasaran media akan sangat menentukan ideologi yang diusung media, di mana ideologi tersebut jika mengarah pada pendekatan ekonomi politik media akan memunculkan pelaku media yang kurang akrab dengan etika komunikasi. Etika komunikasi di sini ditempatkan hanya sebagai instrumen belaka dan menjadi kurang bermakna dalam menentukan isi program, kualitas program serta penghormatan pelaku media terhadap hak asasi manusia yang direpresentasikan pada individu sebagai sumber informasi. Pilihan ini menimbulkan etika komunikasi pada pelaku media dianggap sudah mengalami reduksi. Pelaku media sebagai profesi telah mengambil jalan pintas dengan mengacu asas manfaat lebih mengutamakan asas manfaat dalam peliputan dan pemberitaannya, yang sekaligus paradoks dengan etika profesi yang diembannya. Diperparah lagi ketiadaan penghormatan atas asas praduga tak bersalah atas nama demi kepentingan publik untuk memperoleh informasi, akan semakin menjadikan media massa dan pelaku media sebagai pribadi-pribadi yang dominan dalam merekonstruksi dan memanipulasi realitas sosial.*

*Hingga di sini pilihan terhadap kecenderungan pemaknaan pendekatan ekonomi politik atau pendekatan etika, sebenarnya keduanya tidak memiliki implikasi hukum yang kentara, semuanya dikembalikan kepada masing-masing pribadi yang terlibat dalam aktivitas di institusi media massa..*

**Kata Kunci : deontologi, reduksi, profesi, etika komunikasi dan jurnalistik**

## A. PENDAHULUAN

Moral dan etika pada hakekatnya merupakan prinsip dan nilai-nilai yang menurut keyakinan seseorang atau masyarakat dapat diterima dan dilaksanakan secara benar dan layak. Dengan demikian, prinsip dan nilai-nilai tersebut berkaitan dengan sikap yang benar dan yang salah yang mereka yakini. Etika sendiri sebagai bagian dari falsafah merupakan sistem dari prinsip-prinsip moral termasuk aturan-aturan untuk melaksanakannya.

Dalam kajian hukum dan media massa, moral dan etika tersebut dikaitkan pada kewajiban para jurnalistik antara lain seperti; pelaksanaan kode etik jurnalistik dalam setiap aktivitas jurnalistiknya, tunduk pada institusi dan peraturan hukum untuk melaksanakan dengan etiket baiknya sebagaimana ketentuan-ketentuan di dalam hukum tersebut yang merupakan perangkat prinsip-prinsip dan aturan-aturan yang pada umumnya sudah diterima dan disetujui oleh masyarakat. Sehubungan dengan hal itu, prinsip etika bagi profesi jurnalistik memberikan dasar hukum bagi pengelolaan pemberitaan di media secara tertib dalam hubungan antar subyek hukum.

Etika berfungsi umumnya untuk melindungi kepentingan manusia, sehingga pelaksanaan jurnalistik wartawan dapat berlangsung dan dirasakan oleh manusia bahwa pemberitaan tersebut berfungsi dan berkenan bagi rasa tenteram dan damai. Dalam hal ini, maka peranan dari penegakan etika profesi jurnalisisme tersebut sangat dominan. Kemudian untuk mencapai tegaknya etika dan berfungsinya hukum, maka hukum dan penegakan etika itu harus berada atau dalam keberadaan yaitu berfungsi sebagai kontrol sehingga tercapai *tata tentram kerta raharja*.

Dewasa ini sering terjadi benturan antara fenomena keseragaman pemberitaan di media massa sebagai akibat acuan institusi media dan personil yang terlibat di dalamnya pada konsumsi

massa di satu sisi, dan pemaknaan etika jurnalisme pada institusi media dan wartawan sebagai sebuah profesi di sisi lain, yang seharusnya menuntut aktivitas jurnalismenya senantiasa diwarnai oleh kode etik jurnalistik yang mengungkungnya. Kepentingan ekonomi pemasaran institusi dan prinsip idealisme profesi jurnalistik di era konvergensi media akhir-akhir ini menjadi pertarungan penting yang akan menentukan keberlangsungan media di masa mendatang. Namun apa yang menjadi pilihan dan opsi tepat dari keduanya, itulah yang akan dibicarakan dalam makalah ini.

## **B. PEMBAHASAN**

Masalah etika banyak dipersoalkan, tidak hanya di negara kita saja. Akan tetapi pembicaraan tentang etika dan permasalahannya ini telah lama dan selalu diusahakan agar etika ini benar-benar dapat berkembang dan melekat pada setiap profesi. Bahkan pada jaman dahulu, Hippocrates telah menyatakan ilmu kedokteran hanya boleh diajarkan kepada orang-orang yang benar-benar *sacred person* (orang-orang yang suci). Oleh karena itu dalam riwayat perjalanan hidup *Hippocrates*, maka ia hanya mau menerima dan mengajar seorang murid jika murid tersebut itu betul-betul *sacred person*.

Hubungan antara ilmu, orang dan *sacred person* ini merupakan suatu aturan dan norma yang diharapkan oleh profesi, ilmu dan etik-nya, guna dapat menjalankan profesi dan disebut sebagai seorang yang profesional. Hal mana disebabkan karena kode etik dari suatu profesi adalah tuntutan dan sebuah keniscayaan untuk menjalankan profesi secara profesional atas nilai-nilai manusia yang luhur.

Terhadap aktivitas profesi jurnalistik dapat terjadi kemerosotan dalam kegiatan pengembangannya sebagai akibat dilanggarnya etika dan kode etik profesi oleh sebagian pengembangannya. Pertanyaan tentang etika dan kode etik profesi serta

mengapa profesi memerlukan etika dan kode etik, akan menghasilkan jawaban yang bergantung pada pengertian kata profesi. Dari statement tersebut melahirkan sebuah pertanyaan “mengapa profesi dan profesionalisme jurnalistik di Indonesia mengalami reduksi?”.

Secara etimologi, kata profesi dan profesional sesungguhnya memiliki beberapa pengertian. Profesi dalam percakapan sehari-hari dapat diartikan sebagai pekerjaan (tetap) untuk memperoleh nafkah, baik legal maupun ilegal. Profesi diartikan sebagai setiap pekerjaan untuk memperoleh uang. Dalam artian lebih teknis, profesi diartikan sebagai setiap aktivitas tertentu untuk memperoleh nafkah yang dilaksanakan secara berkeahlian yang berkaitan dengan cara berkarya dan hasil karya yang bermutu tinggi, dengan imbalan bayaran yang tinggi.

Keahlian diperoleh lewat proses pengalaman, dengan belajar di lembaga pendidikan tertentu, latihan intensif atau paduan dari ketiganya. Ditinjau dari pengertian ini, sering dibedakan pengertian profesional dengan profesionalisme sebagai lawan dari amatir dan amatirisme dalam paradoks skematik, juga sering dikatakan pekerjaan tetap lawan dari pekerjaan sampingan.

*Roscoe Pound*, seorang filsuf hukum tokoh aliran *Sociological Jurisprudence* yang terkenal dengan gagasannya tentang hukum sebagai “*a tool for social engineering*”, pandangannya dalam pengertian profesi pada dasarnya sejalan dengan *Parsons*. Menurut *Parsons* “profesional bukanlah kapitalis, pekerja (buruh), administrator pemerintah, birokrat, ataupun petani pemilik tanah. Batas lingkup profesi sebagai institusi tidak jelas dan tegas. Dalam kenyataannya terdapat kelompok-kelompok marginal yang status keprofesionalannya ekuivokal. Namun demikian, kriteria ini untuk mengkuifikasi suatu okupasi sebagai suatu profesi sudah cukup jelas, yakni bahwa profesi mensyaratkan pendidikan teknik yang

formal, dilengkapi dengan cara pengujian yang terinstitusionalisasikan adekuasi pendidikannya dan kompetensi orang-orang hasil didikannya.

Pengujian para calon pengemban profesi, **pertama**, sangat mengutamakan evaluasi rasionalitas kognitif yang diterapkan pada bidang khusus tertentu karenanya sangat menekankan unsur intelektual. **Kedua**, kriteria penguasaan tradisi kultural dalam menggunakan keahlian tertentu. Dalam lingkungan suatu profesi berlaku suatu sistem nilai yang berfungsi sebagai standar nomatif yang harus menjadi kerangka orientasi dalam pengembangan profesi yang bersangkutan. **Ketiga**, untuk menjamin bahwa kompetensi dari suatu kompleksitas okupasi (sistem sosial pekerjaan) akan digunakan dengan cara-cara yang secara sosial bertanggungjawab, maka haruslah memiliki sejumlah sarana institusional, berupa organisasi profesi, etika dan kode etik profesi dengan prosedur penegakannya, serta cara rekrutasi pengemban profesi.

Berdasarkan kriteria tersebut, secara umum dapat dikatakan bahwa profesi menunjuk pada kompleks okupasional yang disiplin-disiplin intelektual di sekitarnya meliputi humaniora, ilmu alam dan ilmu-ilmu sosial, terorganisasikan, serta sistem-sistem kultural (nilai-nilai) yang diolah oleh dan di dalam kompleks okupasi tersebut. Ciri-ciri khusus okupasi sebagai suatu sistem okupasional menurut *Parsons* adalah bahwa profesi tidak berorientasi pada *disinterestedness*.

Sektor okupasi di intitusi media, seharusnya memiliki perspektif tentang aktivitas sebagaimana dinyatakan oleh *Parsons* di atas, di mana seharusnya institusi media memiliki idealisme, yaitu memberikan informasi yang benar. Dengan idealisme semacam itu, media ingin berperan sebagai sarana pendidikan. Pemirsa, pembaca dan pendengar akan semakin memiliki sikap kritis, kemandirian dan kedalaman berpikir. Hanya saja, realitas sering mempunyai arah yang

berlawanan. Derap langkah realitas sering diwarnai oleh struktur pemaknaan ekonomi yang dirasakan menghambat idealisme itu. Dinamisme komersial seakan menjadi kekuatan dominan penentu makna pesan dan keindahan (estetika). Logika pasar mengarahkan pengorganisasian sistem informasi. Banyak pimpinan media yang berasal dari dunia perusahaan mau membenarkan logika pasar itu. Seakan kompetensi jurnalisisme hanya merupakan faktor produksi yang fungsi pertamanya adalah menopang kepentingan pasar.

Realitas pasar ini menggambarkan betapa media massa berada di bawah tekanan ekonomi persaingan yang keras dan ketat. Hukum persaingan menuntut media massa bisa menampilkan informasi terbaru, tidak didahului oleh media lain. “*Slow news, no news*” yang menjadi slogan CNN adalah ilustrasi kerasnya tuntutan persaingan antara media. Hanya dengan mempertahankan aktualitas, keuntungan ekonomi bisa diperoleh. Keuntungan ini yang akan menjamin keberlangsungan sebuah media. Aktual, cepat dan ringkas mendefinisikan logika waktu pendek. Pragmatisme ekonomi memaksa media mengadopsi mentah-mentah logika waktu pendek (memburu *deadline*). Logika ini menuntut pengorganisasian kerja harus tepat waktu, ringkas dan menguntungkan. Logika yang sama juga menciptakan anggapan bahwa informasi yang baik adalah bila didapatkan secara langsung, peliputan langsung, siaran langsung, reportase ke tempat kejadian dan informasi dari sumber pertama.

Kecepatan memperoleh berita belum cukup untuk menjamin posisi keberlangsungan suatu media. Agar tidak ditinggal oleh konsumen, maka media harus selalu mampu mempertegas kekhasannya dan memberi presentasi yang menarik. Tuntutan ini menyeret masuk kepada kecenderungan menampilkan yang spektakuler dan sensasional. Penampilan seperti ini biasanya cenderung superfisial, karena ingin menyentuh banyak orang dan

tidak merugikan, maka dicari yang menyenangkan semua pihak, lalu yang ditampilkan mirip dengan acara serba-serbi.

Dalam media televisi, tingginya *rating* adalah ukuran keberhasilan. Sedangkan untuk surat kabar dan majalah, kriteria yang berlaku adalah jumlah pelanggan, yang pada gilirannya akan sangat menentukan daya tarik bagi pemasang iklan. Kekhasan yang seharusnya membentuk citra suatu media (*media identity*) ironisnya justru menyeret masuk ke suatu jebakan. Lebih tragisnya adalah yang sering tidak disadari adalah jebakan *mimetisme*. Keinginan media untuk memiliki tampilan yang khas yang tidak jarang justru menjerumuskan ke dalam keseragaman. *Mimetisme* media menunjukkan bagaimana penting/tidaknya pemberitaan sering ditentukan oleh sejauh mana media-media lain dipacu untuk meliputnya. Penentuan nilai pentingnya suatu pemberitaan seolah terletak pada sejauh mana diinginkan oleh media yang lain. Lingkup manuver yang seharusnya dibuka untuk mengolah kekhasannya (jati diri media), akhirnya jati diri itu tidak tercipta karena justru harus menyesuaikan diri (adaptasi) dengan gairah media-media lain. Bila tidak memberitakan apa yang diberitakan oleh media lain, ada semacam ketakutan ditinggalkan oleh pemirsa atau pembaca, selanjutnya yang dipertaruhkan adalah keuntungan ekonomi. Demikian dalamnya pengaruh determinisme ekonomi dalam dunia media di Indonesia, sehingga hirarkisasi nilai ditentukan oleh konsumsi massa, sedangkan etika dan profesionalisme jurnalis seringkali dikalahkan.

Wartawan sebagai sebuah profesi pada hakekatnya adalah suatu lapangan pekerjaan (okupasi) yang berkualifikasi yang menuntut syarat keahlian tinggi kepada para pengemban dan pelaksananya. Seorang wartawan dituntut untuk memiliki kepekaan sosial yang tinggi, dengan memberikan kontribusi positif dari peliputan dan pemberitaannya. Hal ini sudah barang tentu tidak dapat

dilepaskan dari fungsi media massa sebagai institusi di mana wartawan sebagai fungsi pendidikan, penyebar informasi dan menghibur.

Pada dasarnya ada 3 (tiga) kriteria utama untuk mengkualifikasi apakah suatu okupasi itu boleh dibilang suatu profesi atau tidak. Adapun yang *pertama*, ialah bahwa profesi itu berbeda dengan okupasi biasa, akan dilaksanakan atas dasar keahlian yang tinggi, dan karena itu hanya dapat dimasuki oleh mereka yang telah menjalani pendidikan dan pelatihan teknis yang amat lanjut. Sehubungan dengan hal itu, setiap profesi pun selalu mengembangkan pranata dan lembaga untuk menetapkan standar keahlian yang diperlukan untuk mengefektifkan jasa profesi, dan sekaligus juga menilai kemampuan individu-individu yang menjalani profesi itu (untuk menjaga agar standar keahlian tetap terjaga).

*Kedua*, ialah bahwa profesi itu mensyaratkan agar keahlian yang dipakainya selalu berkembang secara nalar dan dikembangkan dengan teratur seiring dengan kebutuhan masyarakat yang minta dilayani oleh profesi yang menguasai keahlian profesional itu. Dengan demikian standar keahlian yang dituntut oleh profesi tidaklah akan statis dan konservatif, melainkan selalu dinamis dan progresif, sejalan dengan perkembangan masyarakat yang harus dilayani oleh profesi tersebut.

*Ketiga*, profesi itu selalu mengembangkan pranata dan lembaga untuk mengontrol agar keahlian-keahlian profesional didayagunakan secara bertanggungjawab, bertolak dari iktikad pengabdian yang tulus dan tak berpamrih dan semua itu dipikirkan untuk kepentingan dan kemaslahatan sesama.

Dari penegasan tentang pengertian profesi sebagaimana disebutkan di atas maka terlihat bahwa apa yang disebut profesi itu sesungguhnya bertumpu kuat-kuat pada suatu paham atau ideologi



profesionalisme, yang selalu dapat kita simak berkomponen 2 (dua); komponen teknik (teknologi) dan komponen etika.

Kedua komponen itu sebenarnya merupakan unsur *sine qua non* di dalam keseluruhan ide dan ideologi profesionalisme, sekalipun dalam praktik (lebih-lebih pada masa akhir-akhir ini) matra tekniknya seringkali cenderung untuk lebih ditonjolkan dan lebih dipentingkan ketimbang matra etikanya. Padahal menurut konsepnya, tanpa komponen etika apa yang dinamakan profesi itu akan gampang terperosok ke dalam praktek-praktek penyalahgunaan keahlian-keahlian yang tinggi itu. Ahli-ahli bekerja untuk merealisasi kebijakan-kebijakan yang dinilai tinggi oleh masyarakat (dengan imbalan status dan kehormatan yang khusus), dan akan beroperasi dengan mendayagunakan keahlian-keahlian teknik tanpa terkontrol apa pun untuk kepuasan-kepuasan pribadi kaum profesional yang elite itu saja.

Apabila komponen etika profesi sampai mengalami erosi yang parah, maka apa yang dinamakan profesi dan profesionalisme itu sesungguhnya boleh dituduh telah mengingkari ikrarnya sendiri yang telah tercatat dalam sejarah di Eropa Barat, di mana ide dan konsep profesionalisme lahir dan berkembang. Sampai di sini pemaknaan aktivitas profesi dapat dikatakan telah mengalami suatu reduksi, karena adanya desakan, tekanan dan kepentingan lain yang mampu menggerus idealisme pengemban profesi. Dalam banyak kasus di Indonesia, profesi yang telah mengalami reduksi umumnya dikarenakan tekanan ekonomi, desakan politik, tekanan sosial di samping menjamurnya sikap pragmatisme individu dalam menyikapi dinamika sosial ekonomi yang berkembang sangat cepat dan pesat. Reduksi pada profesi jurnalistik itu pun secara sosiologis dapat dikategorikan sebagai gejala patologis, di mana lingkungan sosial yang berkembang sudah tidak menganggap bahwa makna profesi adalah sesuatu luhur dan mulia serta memiliki tanggung jawab sosial

yang melekat pada profesi yang diembannya. Dikategorikan sebagai gejala patologis dikarenakan arus konsumerisme, sikap hedonis, pragmatis dan mentalitas instan yang berkembang di masyarakat sudah dianggap sebagai sebuah “kebenaran” dan sesuai dengan tuntutan jaman, sehingga sikap fleksibel terhadap gejala sosial sudah dianggap sebagai sebuah keharusan. Profesi yang telah mengalami reduksi dengan demikian sudah tidak mengedepankan etika keutamaan sebagaimana yang seharusnya dijadikan acuan dalam melakukan aktivitas jurnalistiknya.

Perkembangan yang keliru dan tak terkoreksi seperti ini tentunya akan berpengaruh sekali pada perkembangan profesionalisme dan juga khususnya dalam kehidupan jurnalistik di Indonesia. Pengajaran etika di Indonesia di satu pihak masih amat menekankan materi-materi teknis atas bahan-bahan hukum, dan tetap tak merisaukan hal mensosialisasikan makna profesionalisme melalui pengajaran etika. Sedangkan di pihak lain, perkembangan profesionalisme menurut konsep etika di masyarakat industri yang konsumtif dan hedonis, tidak lagi tertunjang. Akibatnya, pengelolaan hukum sebagaimana di institusi media beserta personil yang terlibat di dalamnya, amat mementingkan segi-segi teknisnya, serta kurang mengacuhkan segi-segi etika profesi yang bersanksi (kecuali untuk maksud-maksud *lip service* semata-mata) dan terancam jatuh menjadi okupasi biasa semata.

Terhambatnya proses penghormatan atas etika pada profesi jurnalistik dan institusi media sebagai akibat desakralisasi terhadap pemaknaan profesi dan profesionalisme tersebut justru akan semakin menjauhkan cita-cita suatu negara untuk mewujudkan *tata tentram kerta raharja*.

Banyak dari aspek-aspek terpenting dari aturan masyarakat untuk sebagian besar bergantung pada berfungsinya profesi-profesi dengan baik. Kegiatan jurnalistik dan pemberian informasi secara

jujur kepada masyarakat luas dilaksanakan dalam suatu konteks profesional. Dalam aturan dan tatanan masyarakat modern, terjalin erat hasil dari berfungsinya profesi-profesi. Profesi-profesi dalam sistem sosial okupasi (pekerjaan) menempati kedudukan yang sangat strategis. Profesi-profesi dan profesionalisme banyak dibicarakan orang tidak hanya terbatas pada soal pengertiannya, melainkan juga telah meliputi soal fungsinya dalam perkembangan masyarakat industrial yang modern.

Dari hasil-hasil pengamatan para peneliti yang menekuni ihwal perubahan sosial dapatlah disimpulkan bahwa dalam sejarah rupanya tidak pernah ada proses industrialisasi yang sukses tanpa diiringi oleh proses profesionalisme berbagai jenis lapangan pekerjaan (okupasi) tertentu. Kemahiran-kemahiran tinggi dan kemampuan-kemampuan yang mumpuni untuk menguasai teknologi canggih yang sesungguhnya merupakan ciri sejati seseorang yang berkualifikasi profesional, tak pelak menjadi syarat mutlak untuk memungkinkan perkembangan industri. Hal ini dikarenakan kemampuan-kemampuan dan keahlian khusus seperti itu memang disyaratkan bagi hampir setiap jabatan yang ada dalam sistem kerja industrial, sehingga tak ayal proses profesionalisasi pun akan terpacu sepanjang proses industrialisasi suatu masyarakat. Ketika proses industrialisasi di akhir abad ke-20 ini tak lagi hanya terjadi di lingkungan peradaban ekonomi Barat saja, melainkan juga telah menjadi fenomena global yang penting, tak hanya untuk dipahami akan tetapi juga untuk dijalani.

Ranah jurnalisme memang mempunyai kekhasannya sebagai suatu profesi dibandingkan dengan bentuk produksi budaya yang lain. Menurut Bourdieu dalam Haryatmoko (2007) ada 3 (tiga) hal yang menandai kekhasan jurnalisme yang terkait langsung dengan etika komunikasi. **Pertama**, jurnalisme sangat tergantung pada tekanan dari luar, yaitu hukum permintaan, sehingga sangat

ditentukan oleh sanksi pasar dan plebisit pemirsa. **Kedua**, perbedaan kutub dengan orientasi komersial atau tidak terasa sangat kuat sehingga keuntungan lebih dinikmati oleh orientasi komersial, bahkan kualitas sering diukur dari kekuatan finansialnya; kecenderungannya lalu menganggap kemampuan membentuk opini publik disamakan dengan kekuatan finansial. **Ketiga**, suasana profesi sangat diwarnai oleh berlakunya keadilan imanen (semacam *hukum karma*). Prinsip ini mau meyakinkan bahwa mereka yang melanggar larangan tertentu akan terkena *tulah* dengan sendirinya, sedangkan yang menyesuaikan diri dengan aturan main sangat dipuji dan dihargai.

Ketiga warna kekhasan jurnalisme ini kuat terkait dengan etika komunikasi karena bila terlalu menekankan pasar, plebisit akan mendatangkan sanksi. Interaksi di antara wartawan dan rekan seprofesi yang memperhitungkan secara serius berlakunya keadilan imanen akan makin memperkuat deontologi profesi. Menurut Sunarto (2009) untuk menjelaskan bagaimana interaksi sosial semacam itu berlangsung digunakan konteks komunikasi massa dengan berbasiskan pada teori ekonomi politik kritis sebagai kerangka pemikirannya yang memberi perhatian pada relasi antara isi ideologis media, dinamika organisasi media, dan struktur ekonomi politik. Menurut Sunarto (2009) teori menekankan pada struktur kepemilikan media, kontrol media, dan cara bekerjanya kekuatan pasar media. Dalam pandangan teori ini, institusi media dilihat sebagai bagian dari sistem ekonomi yang berhubungan dekat dengan sistem politik.

Dalam ekonomi politik media varian instrumentalisme (sebagaimana etika profesi) menjadi tidak terasa sekali. Hal ini dikarenakan pengaruh perspektif tindakan sosial yang menekankan pada aspek determinisme individual yang melihat perilaku manusia bukan dipengaruhi oleh masyarakat, tetapi masyarakat merupakan produk dari aktivitas manusia melalui tindakan-tindakan individual dan

kelompok. Dalam konteks industri televisi, interaksi antar agen dipandang berperan penting dalam menentukan isi program televisi untuk memenuhi tujuan-tujuan personal para agen tersebut. Secara praktis, tujuan personal itu direpresentasikan melalui kekuasaan pemilik saham untuk melindungi kepentingan personalnya. Selanjutnya masih menurut Sunarto (2009) dalam upayanya untuk melindungi kepentingan personal itu, pemilik media menjalin kerjasama dengan agen lain di ranah politik, sosial dan kultural untuk bersama-sama melindungi kepentingan personal (komunal) mereka. Tampaknya, kepentingan personal (komunal) itu seolah-olah lepas dari pengaruh struktur ekonomi, politik, sosial, kultural serta etika yang ada. Determinisme individual semacam ini merupakan kelemahan utama pendekatan instrumentalisme.

Mengacu pendapat Sunarto di atas, maka penulis menilai urgensi tentang pengajaran etika komunikasi, yang bukan hanya pada wartawan saja, akan tetapi pada pemilik saham institusi media masa, sehingga terbangun suatu sinergi pencapaian kebutuhan dan kepentingan yang berkeadilan dengan hak-hak rakyat untuk mendapatkan informasi yang berkualitas dan jujur. Menurut Frans Magnis Suseno (2001) etika dalam konteks ini adalah berorientasi pada masyarakat sebagai keseluruhan. Sebuah tindakan disebut etis apabila menyangkut dan sesuai dengan pandangan moral masyarakat. Dengan demikian, dimensi profesi jurnalistik insan pers dapat ditentukan sebagai dimensi di mana manusia menyadari diri sebagai anggota masyarakat sebagai keseluruhan yang menentukan kerangka kehidupannya dan ditentukan kembali oleh tindak-tanduknya. Di negara-negara yang sudah sangat maju demokrasinya, persoalan moralitas dan etika merupakan hal yang sangat menentukan karier seorang dalam menekuni profesinya.

Dalam hal ini, maka persaingan yang keras dan tuntutan pasar sering membuat para pelaku media mengabaikan deontologi

profesi. Bukan hanya karena masalah pengeroposan semangat profesi atau ketiadaan disiplin, tetapi masalahnya lebih mendasar lagi, yaitu masalah struktur pemaknaan. Dewasa ini struktur pemaknaan sangat menekankan pada aspek ekonomi. Struktur pemaknaan seperti ini mempunyai kecenderungan hanya menerima pendekatan etika utilitarian. Etika semacam ini karena terlalu menekankan asas manfaat, bisa menjadi tidak peka terhadap tuntutan etis dalam masalah prosedur atau pilihan sarana. Penyalahgunaan yang mungkin dilakukan cukup sering karena mengadopsi perspektif utilitarian ini. Dalam praktek jurnalistik misalnya; pelanggaran kehidupan privat (*privacy*) seseorang, atau tidak dihormatinya asas praduga tak bersalah sering dibenarkan atas nama hak publik akan informasi. Jadi perspektif utilitarian (teleologis) terfokus pada tujuan yang bermanfaat. Akibatnya apa pun atau siapa pun yang tidak memberi manfaat akan dengan mudah diabaikan, termasuk hak dasariah pihak lain.

Dalam praktek jurnalistik, pendekatan teleologis seringkali mengarahkan pelaku media menjadi kurang peka terhadap gejala sosial yang seharusnya diinformasikan, sehingga dalam hal ini perlu diwacanakan secara kritis terhadap penggunaan tradisi moral deontologi. Moral deontologi lekat mengarahkan para pelaku komunikasi. Kehendak baik terwujud dalam pelaksanaan kewajiban yang tanpa pamrih. Perspektif deontologi ini akan sangat memperhatikan syarat dan proses yang memungkinkan untuk mencari kebaikan atau keutamaan. Nilai moral suatu tindakan atau aktivitas mendasarkan pada suatu prinsip yang mengkondisikan tanpa mempedulikan apa pun konsekuensinya. Jadi, nilai moral itu intrinsik dan universal.

### C. PENUTUP

Pendekatan teleologis sering juga dipakai untuk memecahkan masalah tindakan yang memiliki efek ganda. Ketika seorang wartawan mendapat informasi dari sumber berita yang harus dirahasiakan bahwa telah terjadi korupsi besar-besaran, padahal dana itu seharusnya dianggarkan untuk mengatasi wabah penyakit menular. Bila informasi itu diberitakan, koruptor dengan mudah akan mengetahui siapa pemberi informasi. Keselamatan informan dan keluarganya dalam bahaya dan hampir tidak mungkin meninggalkan daerahnya. Apalagi koruptor itu adalah penguasa yang memiliki dukungan dan jaringan kuat. Tetapi, bila tidak diberitakan akan membahayakan nasib banyak orang. Pendekatan proporsionalisme (teleologi) akan memberi pembenaran terhadap pemberitaan kasus korupsi itu dengan catatan.

Dari uraian dan ilustrasi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa aspek kepemilikan saham di media (kepemimpinan), ekonomi dan pemasaran media akan sangat menentukan ideologi yang diusung media, di mana ideologi tersebut jika mengarah pada pendekatan ekonomi politik media akan memunculkan pelaku media yang kurang akrab dengan etika komunikasi. Etika komunikasi di sini ditempatkan hanya sebagai instrumen belaka dan menjadi kurang bermakna dalam menentukan isi program, kualitas program serta penghormatan pelaku media terhadap hak asasi manusia yang direpresentasikan pada individu sebagai sumber informasi. Pilihan ini menimbulkan etika komunikasi pada pelaku media dianggap sudah mengalami reduksi. Pelaku media sebagai profesi telah mengambil jalan pintas dengan mengacu asas manfaat lebih mengutamakan asas manfaat dalam peliputan dan pemberitaannya, yang sekaligus paradoks dengan etika profesi yang diembannya. Diperparah lagi ketiadaan penghormatan atas asas praduga tak bersalah atas nama demi kepentingan publik untuk memperoleh informasi, akan semakin

menjadikan media massa dan pelaku media sebagai pribadi-pribadi yang dominan dalam merekonstruksi dan memanipulasi realitas sosial.

Hingga di sini pilihan terhadap kecenderungan pemaknaan pendekatan ekonomi politik atau pendekatan etika, sebenarnya keduanya tidak memiliki implikasi hukum yang kentara, semuanya dikembalikan kepada masing-masing pribadi yang terlibat dalam aktivitas di institusi media massa.



## DAFTAR PUSTAKA

- Frans Magnis Suseno. 2001. *Etika Dasar; Masalah-Masalah Pokok Filsafat Moral*. Kanisius. Yogyakarta.
- Haryatmoko. 2007. *Etika Komunikasi: Manipulasi Media, Kekerasan, dan Pornografi*. Kanisius. Yogyakarta.
- Koentjaraningrat. 1998. *Kebudayaan dan Mentalitas*. Gramedia. Jakarta.
- Mustopadidjaja. 2003. *Reformasi Birokrasi sebagai Syarat Pemberantasan KKN*, dalam Seminar *Pembangunan Hukum Nasional VIII*. Buku 3. Badan Pembinaan Hukum Nasional Departemen Kehakiman dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia. Perum Percetakan Negara Republik Indonesia.
- Soetandyo Wignjosoebroto. 2002. *Hukum: Paradigma, Metode dan Dinamika Masalahnya*. Huma. Jakarta.
- Sunarto. 2009. *Televisi, Kekerasan dan Perempuan*. Kompas Media Nusantara. Jakarta.