



Etika dalam Penyiaran dan aturannya

Winda Kustiawan, Zulfah Hannum Bahri, Aqilah Anisah Parkha Siregar, Sabna Sabilla, Syahraini Puspa Daulay, Nursadimah Brutu, Emyah Kampina, Elsa Jeynita Agustias, Lukman Hakim, Abdulrahman Pais Nasution,

windakustiawan@gmail.com, zulfahhannumbahri@gmail.com,
parkhaaqilahanisah@gmail.com, emyakampina036@gmail.com,
sabnasabilla22@gmail.com, faiznasbers123@gmail.com, syahrainipuspa@gmail.com,
nursadimahbrutuh@gmail.com, lukmansgans@gmail.com, elsaaaagustiasss@gmail.com

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Program Studi Strata Satu (S1) Komunikasi Dan
 Penyiaran Islam

Abstrak

Menuju era digital yang semakin canggih, sudah sepatutnya ada aturan yang jelas dalam era informasi digital seperti sekarang ini. Jika tidak maka masyarakat yang akan terkena imbasnya. Masyarakat akan semakin sulit memilih mana berita yang benar-benar objektif dalam memberikan pemberitaan dan mana media yang dalam pemberitaannya memihak pada suatu golongan tertentu. Proses demokratisasi di Indonesia menempatkan masyarakat sebagai pemilik dan pengendali utama ranah penyiaran. Oleh karena frekuensi adalah milik masyarakat dan sifatnya terbatas, maka penggunaannya harus sebesar-besarnya bagi kepentingan masyarakat. Sebesar-besarnya bagi kepentingan masyarakat artinya adalah media penyiaran harus menjalankan fungsi pelayanan masyarakat yang sehat. Penyiaran berfungsi sebagai media informasi, pendidikan, kebudayaan, hiburan, kontrol sosial, perekat sosial, ekonomi, wahana pencerahan, dan pemberdayaan masyarakat. Penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang urgensi hukum dan etika dalam penyiaran serta UU penyiaran dan korelasinya dengan konten siaran yang ada saat ini.

Kata Kunci : Etika, Penyiaran, Masyarakat, Informasi.

Abstract

Towards an increasingly sophisticated digital era, there should be clear rules in the digital information era as it is today. If not, society will be affected. It will be increasingly difficult for the public to choose which news is truly objective in providing coverage and which media are biased in reporting on a particular group. The process of democratization in Indonesia places the community as the main owner and controller of broadcasting. Because the frequency belongs to the community and is limited in nature, its use must be for the greatest benefit of the community. As much as possible for the benefit of the community, it means that the broadcasting media must carry out a healthy public service function. Broadcasting functions as a medium of information, education, culture, entertainment, social control, social adhesive, economy, vehicle for enlightenment, and community empowerment. The author is interested in further researching the urgency of law and ethics in broadcasting and broadcasting laws and their correlation with current broadcast content.

Keywords: Ethics, Broadcasting, Society, Information

A. Pendahuluan

1. Latar Belakang

Reformasi tahun 1998

menjadi tonggak perubahan industri media di Indonesia. Sejak saat itu, media mengalami perkembangan yang luar biasa. Hal ini ditandai dengan kebebasan pers

yang diikuti dengan diterbitkannya Undang-Undang Remasyarakat Indonesia Nomor 32 tahun 2002 tentang Penyiaran. Kebebasan pers menyebabkan terbukanya arus informasi di media dan terbukanya peluang bisnis media yang mendorong para pemilik modal untuk memilih media sebagai ajang investasi

Menuju era digital yang semakin canggih, sudah sepatutnya ada aturan yang jelas dalam era informasi digital seperti sekarang ini. Jika tidak maka masyarakat yang akan terkena imbasnya. Masyarakat akan semakin sulit memilih mana berita yang benar-benar objektif dalam memberikan pemberitaan dan mana media yang dalam pemberitaannya memihak pada suatu golongan tertentu.

Proses demokratisasi di Indonesia menempatkan masyarakat sebagai pemilik dan pengendali utama ranah penyiaran. Oleh karena frekuensi adalah milik masyarakat dan sifatnya terbatas, maka penggunaannya harus sebesar-besarnya bagi kepentingan masyarakat. Sebesar-besarnya bagi kepentingan masyarakat artinya adalah media penyiaran harus menjalankan fungsi pelayanan masyarakat yang sehat. Penyiaran berfungsi sebagai media informasi, pendidikan, kebudayaan, hiburan, kontrol sosial, perekat sosial, ekonomi, wahana pencerahan, dan pemberdayaan masyarakat.

Penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang urgensi hukum dan etika dalam penyiaran serta UU penyiaran dan korelasinya dengan konten siaran yang ada saat ini.

2. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan secara umum untuk mengetahui seperti apa etika dalam penyiaran dan aturannya, serta mengetahui sejarah dan pengembangannya.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode tinjauan literatur (*library research*) yaitu serangkaian kegiatan yang

berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka (Mahmud 2011:31). Kutipan-kutipan dalam tulisan ini didasarkan pada pendapat-pendapat ahli dan hasil-hasil penelitian terdahulu, penelitian kepustakaan (*library research*) ialah penelitian yang menggunakan cara untuk mendapatkan data informasi dengan menempatkan fasilitas yang ada di perpustakaan, seperti buku, majalah, dokumen, catatan menghasilkan kajian atas suatu fenomena yang lebih komprehensif.

B. Pembahasan

1. ETIKA DALAM PENYIARAN

1.1 Etika dan Etika Terapan

ETIKA

Istilah “etika” berasal dari bahasa Yunani kuno yaitu *ethos* dalam bentuk tunggal dan *te etha* dalam bentuk jamak. Kata *ethos* mempunyai banyak arti: tempat tinggal yang biasa, padang rumput, kandang; kebiasaan, adat; akhlak, watak; perasaan, sikap dan cara berpikir. Kata *ta etha* memiliki arti adat kebiasaan, pengertian *ta etha* inilah yang kemudian melatarbelakangi terbentuknya kata “etika” yang oleh filsuf besar Yunani Aristoteles (384 – 322 s.M.) sudah dipakai untuk menunjukkan filsafat moral. Jika kita membatasi pengertian berdasarkan asal usul maka “etika” adalah: ilmu tentang apa yang biasa dilakukan atau ilmu tentang adat kebiasaan.

Kata yang cukup dekat dengan “etika” adalah “moral”. Kata “moral” berasal dari bahasa Latin *mos* (jamak: *mores*) yang berarti juga: kebiasaan, adat. Etimologi kata “etika” sama dengan kata “moral”, karena keduanya berasal dari kata yang berarti adat kebiasaan. Hanya bahasa asalnya yang berbeda, etika berasal dari bahasa Yunani Kuno sedangkan moral berasal dari bahasa Latin.

Mengenai kata “etika” ada perbedaan yang mencolok jika kita membandingkan apa yang dikatakan dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (KBBI) lama dengan

KBBI baru. Dalam KBBI yang lama (Poewadarminta, sejak 1953) “etika dijelaskan sebagai: “ilmu pengetahuan tentang asas-asas akhlak (moral)”. Jika kita melihat KBBI yang baru (Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1988), di situ “etika” dijelaskan dengan membedakan tiga arti: 1.) Ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak); 2.) kumpulan asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak; 3.) nilai mengenai benar dan salah yang dianut suatu golongan atau masyarakat.

Etika dalam arti “nilai-nilai dan norma-norma yang menjadi pegangan bagi seseorang atau suatu kelompok dalam mengatur tingkah lakunya” berbicara mengenai nilai atau norma yang dianut oleh kelompok, misalnya “etika Protestan”, “etika suku Indian”, “etika agama Budha”, dll.

ETIKA TERAPAN

Dalam beberapa dasawarsa terakhir, etika moral telah mengalami perubahan yang sangat drastis. Hal itu terutama tampak pada penampilannya sebagai etika terapan (*applied ethics*), terkadang juga disebut sebagai filsafat terapan (*applied philosophy*). Jika etika membahas masalah-masalah yang praktis, namun sebelumnya justru segan untuk menyinggung persoalan konkret dan aktual.

Pada tahun 1960-an terlihat suatu tendensi lain. Sekitar saat itu, etika mulai menaruh minat terhadap masalah-masalah etis yang konkret. Dilihat secara retrospektif, dapat dikatakan bahwa perubahan ini disebabkan oleh beberapa faktor yang timbul secara bersamaan. Namun, terdapat dua faktor yang benar-benar mempengaruhi perubahan tersebut. Faktor pertama yaitu adanya perkembangan pesat di bidang ilmu dan teknologi yang menimbulkan banyak persoalan etis yang besar. Faktor kedua yaitu, adanya semacam “iklim moral” yang tercipta dalam masyarakat pada tahun 1960-an yang seolah mengundang minat baru terhadap etika.

Etika terapan merupakan istilah baru, namun etika terapan bukan merupakan sesuatu yang baru dalam sejarah filsafat moral. Sejak Plato dan Aristoteles sudah ditekankan bahwa etika merupakan filsafat praktis. Pada abad pertengahan, Thomas Aquinas melanjutkan tradisi filsafat praktis tersebut kemudian menerapkannya di bidang teologi moral. Pada awal zaman modern muncul etika khusus (*specialist ethics*) yang membahas tentang masalah etis di bidang tertentu. Istilah “etika khusus” sekarang masih digunakan dalam artian yang sama dengan etika terapan,

Terdapat pengaruh timbal balik antara etika teoritis dan etika terapan. Pertemuan dengan praktek akan memberikan masukan yang dapat dimanfaatkan oleh etika teoritis. Sebaliknya, etika terapan juga membutuhkan bantuan dari etika teoritis. Etika terapan menerapkan prinsip-prinsip dan teori moral yang diharapkan mempunyai dasar yang kukuh. Etika tidak dapat diandalkan jika tidak memiliki teori etika yang bermutu. Kesimpulannya adalah, kualitas dari etika terapan ditentukan oleh teori etika yang mendukung etika terapan tersebut.

Etika terapan mempunyai dua wilayah besar pokok bahasan, yaitu menyoroti suatu profesi atau menyoroti suatu masalah. Di zaman modern sekarang ini, cabang etika yang paling banyak mendapat perhatian adalah empat cabang, dua diantaranya menyangkut profesi dan dua lagi menyangkut masalah; etika kedokteran, etika bisnis, etika tentang perang dan damai, etika lingkungan hidup.

Cara lain untuk membagi etika terapan adalah dengan membaginya melalui makroetika dan mikroetika. Makroetika membahas mengenai masalah yang menyangkut sesuatu yang besar, seperti sebuah negara, atau bahkan seluruh umat manusia. Mikroetika membahas mengenai pertanyaan etis di mana individu terlibat, seperti kewajiban seorang dokter terhadap

pasiennya. Terkadang antara makroetika dan mikroetika diselipkan etika terapan ketiga yaitu mesoetika, mesoetika menyoroti masalah masalah etis yang berhubungan dengan suatu kelompok atau profesi, misalnya kelompok peneliti, profesi wartawan, dan sebagainya (K. Bertens, 2007).

1.2 Sejarah Etika Penyiaran AWAL PENYIARAN BERITA

Pada hakikatnya wartawan tidak dapat menulis berita secara murni objektif, karena biar bagaimanapun setiap orang mempunyai pendapatnya masing-masing (Luwi Ishwara, 2015). Entah itu dari sisi wartawan, ataupun sisi pembaca. Subjektivitas dalam menilai berita yang demikian itu, walaupun tidak dapat dihindarkan, akan tetapi akan selalu menghadirkan bahaya, terutama apabila wartawan (seringkali editor berita) seringkali meloloskan pendapat pribadi sebagai objektivitas.

Objektivitas yang dimaksud adalah berita yang disajikan adalah informasi apa adanya tanpa menyertakan sebab-akibat. Salah satu definisi reportase objektif adalah wartawan yang bertindak sebagai penonton dari berita yang diliput yang tidak kritis, dengan memberikan bobot yang sama pada semua yang terlibat dalam peristiwa (Luwi Ishwara, 2015). Prinsip dari objektivitas ini kemudian dimanfaatkan oleh pihak-pihak kalangan atas. Mengetahui perkataannya merupakan sebuah objektivitas dalam berita, pihak-pihak tersebut menyebarkan pernyataan tak berdasar yang tidak diketahui kebenarannya.

Sejak saat itu, objektif dalam pengertian yang lama kemudian ditinggalkan banyak wartawan yang kemudian lebih melihat unsur adil (*fairness*) sebagai prinsip yang penting. Daripada sekadar “membawakan berita”, media lebih berkembang ke arah “menjelaskan berita”.

Pada tahun-tahun awal penyiaran berita, mayoritas radio tidak memedulikan hal-hal yang berhubungan dengan jurnalistik. Untuk tahun-tahun pertama, banyak “penyiar berita” radio yang hanya membaca berita dari laporan wartawan yang sejak pagi berada di lapangan memburu berita. Pada saat itu, tahun 1930-an penerbit surat kabar membujuk layanan kabel berita untuk membatasi radio. Pembatasan tersebut dijabarkan sebagai berikut:

- A. Radio tidak diizinkan menyiarkan berita sampai berita tersebut muncul dalam bentuk cetakan di surat kabar.
- B. Waktu penyiaran berita tidak lebih dari sepuluh menit perharinya
- C. Berita harus bebas dari iklan

Tahap akhir dari seluruh tahapan disebut juga sebagai lapisan inti. Terdapat pada bagian paling dalam. Memasuki fase sangat intim, Pertukaran informasi terjadi secara intim seperti nilai, kepercayaan, cara pandang terhadap sesuatu. Tahap ini kita telah mengenal individu dengan sangat dekat hingga memungkinkan para individu untuk memprediksi tindakan-tindakan atau respon masing-masing dengan baik. Contoh: Ketika individu akan membahas sesuatu, individu telah memprediksi respon yang dikeluarkan individu lain (rekan atau pasangan).

Beberapa penerbit bahkan mendorong kongres untuk mengesahkan pembatasan-pembatasan yang intinya melarang radio untuk menyiarkan berita, Karena kemampuan radio untuk menyampaikan berita begitu cepat, jika dibanding dengan dunia penerbitan, ini menjadi bencana finansial bagi dunia penerbitan itu sendiri. Ancaman yang sesungguhnya bagi para penerbit adalah adanya persaingan yang sangat ketat, di mana radio dapat menyiarkan berita lebih cepat dalam setting di mana kecepatan (“the scoop”) merupakan unsur kunci pers dapat

menyampaikan semua yang ia inginkan tentang hak-hak Amandemen Pertama.

Pada saat itu, benturan antara arus informasi dan ekonomi terjadi karena adanya permasalahan antara pragmatisme dan idealisme. Para wartawan telah berjuang untuk mempertahankan amandemen pertama dan kebebasan persnya. Akan tetapi pada tahun 1930-an kebebasan filosofis ini nampaknya hanya menjadi kehampaan ideal yang abstrak dari setiap realita jika pers tidak dapat bertahan secara ekonomi.

dilaporkan melalui gelombang pendek secara dramatis oleh Edward R. Murrow yang dilakukan dengan *Columbia Broadcast System* (CBS). Saat itu merupakan awal dari radio sebagai media pemberitaan yang sah. Edward R. Murrow merupakan wartawan penyiaran yang pertama kali diakui oleh media elektronik. Selama masa peperangan ini radio menjadi sesuatu yang bernilai berupa medium berita yang penting. Dengan ini pula CBS menguji kemampuan dirinya untuk melakukan layanan berita yang penting juga memberikannya peluang untuk memperoleh

Amandemen I Konstitusi AS

Kongres tidak akan membuat undang-undang yang menghormati penyelenggaraan keagamaan, atau melarang tindakan bebas di kemudian hari; atau menjembatani kebebasan berbicara, atau kebebasan pers; atau hak orang-orang berkumpul dengan damai dan mengajukan permohonan kepada pemerintah untuk menyampaikan protes-protes.

Sumber: [Id.wikisource.org/wiki](http://id.wikisource.org/wiki)

Ini mungkin menjadi sesuatu yang paling mendasar dari semua konflik yang terjadi di media; yaitu kebebasan pers dan arus informasi bebas berhadapan dengan pendapatan keuntungan (insentif laba). Hal ini kemudian menjadi dilemma tersendiri antara media cetak dan media radio sebelum kemudian ada sejumlah episode dalam sejarah radio dan televisi.

CITA-CITA PENYIARAN BERITA AWAL

Pada awal tahun 1940-an di London, laporan-laporan mengenai perang dunia II

uang.

Namun, selang beberapa waktu setelah perang usai pada akhir tahun 1940-an atau awal 1950-an, berita radio berubah dari layanan pemberi informasi bagi pendengarnya menjadi suatu komoditas yang dapat dijual. Sebenarnya meskipun dibidang menjadi sebuah komoditas yang dapat dijual, namun bagi pemasang iklan atau sponsor selama berita disiarkan dan pendengar yang mendengarkan siaran berita ada keuntungan bersama. Pemasang iklan mendapat keuntungan dari sisi bisnis industri radio, sedangkan bagi pendengar

mendapat informasi tentang produk atau jasa yang ada di pasaran. Hal tersebut terjadi sampai pada tahun 1958 setelah radio semakin banyak dan populer.

Sejauh yang Murrow ketahui, radio yang merupakan sarana yang dapat menyenangkan dan menguntungkan harus melihat kebelakang ketika iklan nyanyian tidak dapat disiarkan pada laporan berita, ketika tidak ada iklan sisipan 15 menit pada reportase berita, maka ketika itu pula radio agak bangga dengan kesiapan dan siagaannya. Murrow merasa bahwa persoalan public sudah tidak berupa sesuatu yang penting untuk dibahas, malah siaran radio penuh dengan iklan-iklan dari orang yang berkepentingan.

Ketika televisi hadir Murrow kembali mengisinya dengan program yang membahas persoalan public. Apabila sebelumnya di siaran radionya *Hear It Now*, maka di televisi *See It Now*. Meskipun Murrow juga melihat medium yang disalahgunakan oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab (orang yang suka mengambil keuntungan), Murrow mengingatkan tidak adanya perhatian kita yang sungguh-sungguh menyangkut potensi besar TV.

Dalam bukunya yang berjudul *Electronic Media Ethics* (2008), Val E. Limburg mengatakan bahwa sejumlah kesimpulan telah dilakukan yaitu bahwa pengaruh radio dan televisi sangat besar sehingga perlu dikontrol. Kontrol ini telah dimanifestasikan *Federal Communication Commission* (FCC) sebagai berikut:

- A. Pemilik stasiun, pemegang lisensi, atau korporasi dibatasi kepemilikan jumlah stasiun yang diperbolehkan beroperasi dibawah kepemilikan tunggal.
- B. Pemilik stasiun harus berkewarganegaraan AS, tanpa rekor kejahatan serius, kemampuan dan reputasi keuangan yang memadai.

C. Dalam masalah kontroversi public, pada waktu lampau, stasiun telah bertanggung jawab mencari dan menyajikan seluruh bidang tersebut untuk menjamin adanya keseimbangan – kejujuran. Kebijakan FCC ini dikenal sebagai *the Fairness Doctrine* (Doktrin Kejujuran).

D. Pasal 315 dari Undang-undang komunikasi memandatkan bahwa stasiun harus memberikan masalah “politik pada waktu yang sama”

Doktrin Kejujuran (*Fairness Doctrine*) merupakan kebijakan pemerintah yang memengaruhi penyiaran berita yaitu bagaimana seorang wartawan penyiaran seharusnya bekerja – dalam sebuah kata untuk mencapai “keseimbangan”. Ketika doktrin tersebut berhasil, doktrin kejujuran mengharuskan apa yang disebut seimbang, dengan meminta semua sisi perspektif dari isu-isu yang disiarkan.

Wartawan yang baik secara alami akan menyeimbangkan tulisan-tulisannya, karena hal tersebut merupakan bagian dari etika jurnalisisme (Val E. Limburg, 2008). Kode Etik Berita Penyiaran dari Asosiasi Berita Radio dan Televisi menjelaskan bahwa tujuan wartawan adalah “memberikan informasi ke publik dengan cara yang benar dan komprehensif (oleh karena itu) harus mengesampingkan tujuan-tujuan lain” (artikel I, Radio News Directors Association dalam Etika Media Elektronik. Limburg, Val E.).

Dua puluh tahun sejak broadcast memperkarakan doktrin kejujuran ke pengadilan, tepatnya pada tahun 1987, FCC mengesampingkan doktrin kejujuran dan tidak lagi menggunakannya. Meskipun FCC tidak lagi menggunakan doktrin kejujuran, namun beberapa staff menyadari bahwa doktrin kejujuran merupakan bagian dari jurnalisisme yang benar. Akan tetapi, mereka tidak lagi perlu untuk menjelaskan kepada

FCC bagaimana mereka melaksanakan doktrin tersebut.

2. Aturan dalam Penyiaran

Dalam hal penyiaran, peran dari wartawan tidak dapat dipungkiri. Dalam penulisan berita wartawan menjadi faktor yang sangat penting sehingga berita yang dihasilkan dapat sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Etika wartawan dalam menulis berita tersebut terdapat dalam “Kode Etik Jurnalistik Wartawan Indonesia” yang merupakan keputusan dari Kongres XXI PWI (Persatuan Wartawan Indonesia) di Kalimantan Tengah, 2 – 5 Oktober 2003. Kode etik penulisan berita tersebut terdapat pada pasal 3 – 8 Kode Etik Jurnalis Wartawan Indonesia (dalam buku Jurnalistik Teori dan Praktik, Hikmat Kusumaningrat. Purnama Kusumaningrat, 2014) . Berikut adalah pemaparannya:

Pasal 3

Wartawan tidak boleh menyiarkan karya Jurnalistik (tulisan, gambar, suara, atau suara dan gambar) yang menyesatkan, memutarbalikkan fakta, bersifat fitnah, cabul, sadis, serta sensasional.

Pasal 4

Wartawan tidak menerima imbalan untuk menyiarkan atau tidak menyiarkan tulisan, gambar, suara, atau suara dan gambar, yang dapat menguntungkan atau merugikan seseorang atau suatu pihak.

BAB II

CARA PEMBERITAAN

Pasal 5

Wartawan menyajikan berita secara berimbang dan adil, mengutamakan kecermatan, dari kecepatan serta tidak mencampuradukkan fakta dan opini. Tulisan yang berisikan interpretasi dan opini, disajikan dengan menggunakan nama jelas penulisnya.

Pasal 6

Wartawan menghormati dan menjunjung tinggi kehidupan pribadi dengan tidak

menyiarkan karya jurnalistik (tulisan, gambar, suara, serta suara dan gambar) yang merugikan nama baik seseorang, kecuali menyangkut kepentingan umum.

Pasal 7

Wartawan dalam memberitakan peristiwa yang diduga menyangkut pelanggaran hukum atau proses peradilan harus menghormati asas praduga tidak bersalah, prinsip adil, jujur, dan penyajian yang berimbang.

Pasal 8

Wartawan dalam memberitakan kejahatan susila tidak merugikan pihak korban.

Selain faktor dari wartawan, faktor dari media penyiaran berita juga perlu diperhatikan dalam hal etika penyiaran berita. Di Indonesia aturan mengenai penyiaran diatur oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). KPI juga bertugas mengawasi seluruh siaran di Indonesia, bukan hanya penyiaran berita saja. Selain dari peraturan KPI, Indonesia juga mengatur penyiaran melalui UU no 32 tahun 2002 yang berisikan mengenai ketentuan umum penyiaran; asas, tujuan, dan rah penyiaran; penyelenggaraan penyiaran; pelaksanaan penyiaran; pedoman perilaku penyiaran; samapai peran serta masyarakat dalam penyiaran. Namun untuk lebih lengkap mengenai penyelenggaraan Penyiaran ada pada Peraturan Komisi Penyiaran Indonesia, Nomor 01/P/KPI/03/2012 tentang “Pedoman Perilaku Penyiaran” dan Peraturan Komisi Penyiaran Indonesia, Nomor 02/P/KPI/03/2012 tentang “Standar Program Siaran”.

1.3 Faktor Pengaruh Etika Penyiaran Berita

FAKTOR EKONOMI

Faktor Ekonomi merupakan faktor yang paling berpengaruh dalam membentuk arah penyiaran berita. Media saat ini

semakin banyak dan saling berkompetisi, semakin banyaknya media yang ada maka akan semakin sedikit uang yang masuk melalui iklan dari masing-masing medium. Pendapatan biasanya akan atur untuk Radio dan Televisi semacam itu. Saat krisis tersebut terjadi yang dapat dilakukan oleh stasiun-stasiun tersebut adalah memotong anggaran mereka dan hal ini dapat berujung pada hasil yang tidak memuaskan.

Berikut ini merupakan hal-hal yang dilakukan oleh broadcast sebagai bentuk pengurangan anggaran dalam pembuatan atau penyiaran berita (Limburg, Val. E, 2008) :

- a. Mengurangi staf reportase
- b. *Me-relay* siaran berita sehingga menghilangkan banyak berita lokal yang disiarkan
- c. Hanya mengutip kata-kata yang ada pada koran lokal, sehingga dapat mengurangi jumlah wartawan lapangan.
- d. Sering meninggalkan staf pemberitaan untuk mengutip berita dari agen-agen hubungan masyarakat (*public relations*).
- e. Mempekerjakan wartawan untuk menulis mengenai perusahaan tertentu yang mensponsori mereka
- f. Lebih “menginvestasi” terhadap karyawan *part time* daripada *full time* seperti mahasiswa karena dapat dipekerjakan tanpa dibayar.
- g. Siaran berita 30 atau 60 menit lebih banyak menampilkan banyak iklan, promosi, cuaca, obrolan, dan lebih banyak pengumuman berita yang dilengkapi dengan video daripada sebelumnya. Hal ini dilakukan untuk mengurangi pengeluaran untuk pembuatan reportase yang rumit.

PRESS RELEASE DAN VNR

Pada tahun 1999 McDonald membuka cabang baru di Moskow, Rusia. Lebih dari 20 juta orang mengetahui akan peristiwa tersebut melalui siaran berita, baik dari televisi maupun radio. Berita tersebut diciptakan bukan oleh wartawan yang meliput ibukota dari Rusia tersebut, melainkan dibuat oleh perusahaan Humas yang bekerja atas nama McDonald. Berita tersebut sudah dirancang seolah-olah berita tersebut adalah bagian dari peristiwa hubungan masyarakat (*Public Relations*).

Saat ini kita telah memasuki era *Video News Release* (VNR). Tanpa disadari, adanya VNR mengurangi jatah dari berita TV Reguler. Pada awalnya *editor* tidak menyetujui adanya *Press release* yang dikeluarkan oleh agen kehumasan (*public relations*). Para *editor* berpendapat bahwa agen kehumasan hanya berupa “pekerja bayaran” yang mempromosikan satu sudut pandang daripada presentasi objektif yang selama ini dipegang oleh wartawan berita. Meskipun awalnya *press release* yang diajukan langsung dibuang, namun setelah adanya pengurangan *broadcaster* karena faktor ekonomi, *Press release* justru yang sering digunakan daripada berita dari wartawan dan menjadi informasi.

ISU PRIVASI

Aturan mengenai hak privasi sudah diatur jelas dalam Peraturan Komisi Penyiaran Indonesia tentang Standard Penyiaran pasal 13 dan 14 yaitu sebagai berikut:

Pasal 13

1. Program siaran wajib menghormati hak privasi dalam kehidupan pribadi objek isi siaran.
2. Program siaran tentang permasalahan kehidupan pribadi tidak boleh menjadi materi yang ditampilkan dan/atau disajikan dalam seluruh isi mata acara, kecuali demi kepentingan publik.

3. Kepentingan publik sebagaimana dimaksud pada ayat (2) di atas terkait dengan penggunaan anggaran negara, keamanan negara, dan/atau permasalahan hukum pidana.

Pasal 14

Masalah kehidupan pribadi sebagaimana dimaksud pada Pasal 13 dapat disiarkan dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. tidak berniat merusak reputasi objek yang disiarkan;
- b. tidak memperburuk keadaan objek yang disiarkan;
- c. tidak mendorong berbagai pihak yang terlibat dalam konflik mengungkapkan secara terperinci aib dan/atau kerahasiaan masing-masing pihak yang berkonflik;
- d. tidak menimbulkan dampak buruk terhadap keluarga, terutama bagi anak-anak dan remaja;
- e. tidak dilakukan tanpa dasar fakta dan data yang akurat;
- f. menyatakan secara eksplisit jika bersifat rekayasa, reka-ulang atau diperankan oleh orang lain;
- g. tidak menjadikan kehidupan pribadi objek yang disiarkan sebagai bahan tertawaan dan/atau bahan cercaan; dan tidak boleh menghakimi objek yang disiarkan.

Meskipun aturan tersebut sudah jelas, akan tetapi nampaknya berbagai siaran berita masih tidak memedulikan privasi tersebut. Hal ini sering terjadi apabila menyangkut orang yang menjadi subjek kesenangan publik seperti bintang film, artis musik, pelatih sepak bola, milyuner, juga termasuk gubernur, calon presiden, dan anggota DPR. Ketika *public figure* tidak menjadi laporan berita TV, privasi *public figure* yang berbalik menjadi subjek berita. Banyak contoh lainnya, misalnya bukan merupakan hal yang aneh jika tiba-tiba gambar jasad atau korban luka-luka ditayangkan di seluruh negeri, tanpa mempertimbangkan apakah penonton menginginkan hal tersebut.

Seperti banyaknya setting profesional lain dalam media massa, orang harus mengambil keputusan dari pertanyaan yang terus menerus muncul: sampai pada tingkat apakah nilai atau cita-cita seseorang mendikte fungsi dari media? Apakah seseorang akan tetap setia dengan satu cita-cita, tanpa mempertimbangkan lingkungan profesional? Atau apakah kebutuhan praktis suatu situasi dapat mendikte nilai-nilai? Pertanyaan ini akan terus berulang kepada praktisi media untuk kembali diuji.

Sementara menjawab pertanyaan di atas mengenai prioritas nilai-nilai dalam setting berita yang tidak akan habis-habisnya, ada dilemma etika yang berhubungan dengan penyiaran berita (Val. E. Lamburg, 2008):

- a. haruskah ada arus control informasi yang bebas dan tidak terbatas di media untuk meyakinkan suatu persaingan yang jujur dan adil?
- b. Apakah wartawan broadcast memiliki tanggung jawab sosial? Jika seperti itu, bagaimana cara menghitung pengaruh dari iklan dalam berita TV?
- c. Apakah kewajiban wartawan untuk menyeimbangkan beritanya mematenkan kebebasannya?
- d. Apakah peran pemerintah yang mengatur wartawan yang bertanggung jawab, bahkan etis?
- e. Apakah sensasional dalam laporan itu tidak etis?
- f. Sampai pada tingkat apakah tuntutan-tuntutan bisnis membentuk berita, khususnya pada saat krisis anggaran dan pemotongan pengeluaran?
- g. Dapatkah jurnalisme yang *legitimate* bergantung kepada kepentingan bisnis (*vested business*) atau kepentingan *public relations*?
- h. Bagaimana broadcasting dapat merefleksikan jurnalisme secara sosial bertanggung jawab, akan tetapi secara ekonomi juga berhasil?
- i. Apakah orang dapat tetap setia dengan sebuah cita-cita, tetapi bekerja dalam setting

profesi yang praktis yang sering menantang cita-cita tersebut?

Perhatikan bagaimana pertanyaan diatas mempunyai “keharusan”, pertanyaan tersebut menanyakan apa yang harus dilakukan. Mungkin tidak ada jawaban yang tepat pada posisi yang berbeda tentang kebenaran, hanya akan ada refleksi dari nilai-nilai praktis media. Tetapi dengan mengetahui refleksi nilai-nilai dapat menjadi langkah awal dalam analisis kritis menyangkut dilemma etika.

C. Kesimpulan

Fungsi media penyiaran tidak berbeda dengan fungsi media massa yang lain. Fungsi media televisi yang paling dominan adalah fungsi hiburan. Hal ini disebabkan televisi memiliki karakteristik yang komplit yaitu tidak hanya mengirimkan pesan suara tetapi juga melalui gambar yang bergerak (moving image). Di Indonesia telah disebutkan bahwa fungsi penyiaran antara lain adalah (1) sebagai media informasi, (2) pendidikan, (3) hiburan yang sehat, (4) kontrol dan perekat sosial, dan (5) fungsi ekonomi dan kebudayaan. Dari sini dapat dipahami bahwa fungsi hiburan media bagi masyarakat adalah hal yang bisa diterima, tetapi hiburan yang ditampilkan harus merupakan hiburan yang sehat.

Sesuai dengan filosofi penyiaran bagi Bangsa Indonesia, maka konten penyiaran yang disampaikan oleh media televisi Indonesia juga harus mempertimbangkan bahwa televisi dalam penyiarannya menggunakan spektrum frekuensi radio yang merupakan sumber daya alam terbatas milik publik. Oleh karena itu penggunaannya juga harus dilaksanakan dengan cara yang bertanggung jawab.

Selain itu dampak penyiaran mempunyai kadar yang lebih tinggi dibandingkan dengan media massa yang lain karena sifat televisi sebagai teknologi yang dapat mengirimkan pesan yang komplit.

Sehingga penyiaran akan dapat memberikan dampak yang besar dalam pembentukan pendapat, sikap dan perilaku khalayak. Dengan demikian maka industri penyiaran wajib bertanggung jawab dalam menjaga nilai moral, tata susila, budaya, kepribadian dan kesatuan bangsa.

Daftar Pustaka

- Bertens, K. 2007. *Etika*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Ishwara, Luwi. 2015. *Jurnalisme Dasar*. Jakarta: Buku Kompas
- Jefkins, Frank. 2014. *Public Relations*. Jakarta: Erlangga
- Kusumaningrat, Hikmat dan Purnama Kusumaningrat. 2014. *Jurnalistik Teori dan Praktik*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Limburg, Val. E. 2008. *Etika Media Elektronik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Peraturan Komisi Penyiaran Indonesia Nomor 02/P/KPI/03/2012 tentang STANDAR PROGRAM SIARAN
- Stephen W. Littlejohn & Karen A. Fross, 2010. *Teori Komunikasi*. Salemba Komunka: Jakarta.
- Republik Indonesia. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2002 Nomor 139, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4252.
- Watson, M. A. (2004). Ethics in entertainment television. *Journal of Popular Film & Television*, 31(4), 146–148.
- Yanuar, E. R. (2014, 2 Januari). Ribuan Orang Minta YKS Dihentikan. Diakses dari <http://celebrity.okezone.com/read/2014/01/02/533/920685/ribuan-orang-minta-yks-trans-tvdihentikan>.

- Yudono, J. (2014, 16 Januari). Tamatnya Acara “Hitam Putih”. Diakses dari <http://entertainment.kompas.com/read/2014/01/16/2128476/Tamatnya.Acara.Hitam.Putih>.
- Syas, M. (2010). Political Economy, Television Industry, and Media Ethics: Case Commodification and Structurization in Infotainment Programs in Indonesian Television. *Indonesian Journal of Communication Studies*, vol. 3, no. 1, 2010
- Peng Kee, C., Suet Nie, K., Korff, R., & Helbardt, S. (2015). Malaysia’s contemporary broadcast media regulation through the eyes of regulators. *Journal of Asian Pacific Communication*. 25. 231-242. 10.1075/japc.25.2.06kee.
- Gee, S., Sam, M., & Jackson, S. (2017). Content analyses of alcohol-related images during television broadcasts of major sports events in New Zealand. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*. 18. 230-245. 10.1108/IJSMS-08-2017-094.