

Dampak Pemberitaan Infotainment di Televisi dalam Industrialisasi Media terhadap Perilaku Etika di Masyarakat

Luluk Karlina

Mahasiswa Program Studi Magister Ilmu Komunikasi FISIP UNDIP Angkatan V

Email: luluk_karlina@yahoo.co.id

Abstract

Impact of globalization to ownership of media one of them is the happening of emulation of free market where them owning big capital progressively easy to to buy small medias or local medias. Tendency of media to be more make account of business made by a reason of to owner for the shake of continuity of their business. On that account up to now event of infotainment still displayed by because still enthused by society and represent biggest production to media industry. The hoisterous of infotainment in the form of news concerning artist various media, representing requirement of media industry basically to get to inclusion to its company. Impact of infotainment in the reality have major effect in behavior of society. Life style of hedonis that hapened society represent one of the example of how society imitate artist. Behavioral negativity from artist become news materials of infotainment presented is possible to forward sensation without effect and ethics from Indonesian nation culture. Importance of media industry for the meraup of advantage leave for behind with journalist idealism to obey from code of ethics. Journalist claimed to look for to news of semenarik. Need control in the form of order arranging event of infotainment break the rules in order not to in reporting on gossip and ignominy. Coherent action to adhere code of etik law and require to be conducted for the benefit of take care of moral and ethics in society.

Keywords : *infotainment, hedonism, behavior of society*

Abstraksi

Dampak dari globalisasi terhadap kepemilikan media salah satunya adalah terjadinya persaingan pasar bebas dimana mereka yang memiliki modal besar semakin mudah untuk membeli media-media kecil atau media-media lokal. Kecenderungan media untuk lebih mementingkan bisnis dijadikan sebuah alasan bagi pemilik demi kelangsungan bisnis mereka. Oleh sebab itu hingga kini acara infotainment masih ditayangkan karena masih diminati masyarakat dan merupakan penghasilan terbesar bagi industri media. Maraknya infotainment berupa pemberitaan mengenai artis diberbagai media, merupakan kebutuhan industri media pada dasarnya untuk mendapatkan pemasukan bagi perusahaannya. Dampak dari infotainment ternyata mempunyai pengaruh besar dalam perilaku masyarakat. Gaya hidup hedonis yang terjadi dimasyarakat merupakan salah satu contoh bagaimana masyarakat meniru artis. Perilaku negatif dari artis menjadi bahan pemberitaan infotainment yang disajikan semenarik mungkin dengan mengedepankan sensasi tanpa memperdulikan nilai etika yang menjadi budaya bangsa Indonesia. Kepentingan industri media untuk meraup keuntungan bertolak belakang dengan idealisme wartawan untuk mematuhi kode etiknya. Wartawan dituntut untuk mencari berita semenarik. Diperlukan kontrol berupa aturan yang mengatur acara infotainment agar tidak kebablasan dalam meberitakan aib dan gosip. Tindakan tegas untuk mentaati kode etik dan hukum perlu dilakukan demi kepentingan menjaga etika dan moral dalam masyarakat.

Kata Kunci : *infotainment, hedonisme, perilaku masyarakat*

Pendahuluan

Kondisi pers di era reformasi ini memiliki kebebasan yang lebih dibandingkan masa-masa pemerintahan sebelumnya. Kebebasan pers merupakan sebuah bentuk demokratisnya sebuah negara. Fungsi pers sendiri menurut UU no 40 tahun 1999 tentang pers terdapat dalam pasal 3 ayat 1 yang berisi “pers berfungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan dan kontrol sosial.” Keempat fungsi pers akan menjadi timpang jika kenyataannya ke empat fungsi pers tersebut tidak dipenuhi seutuhnya.

Dampak dari globalisasi terhadap kepemilikan media salah satunya adalah terjadinya persaingan yang bebas (pasar bebas) dimana mereka yang memiliki modal besar semakin mudah untuk membeli media-media kecil atau media-media lokal. Oleh sebab itu kini muncullah konglomerasi kepemilikan media. Media menjadi sebuah mesin industri yang cukup menggairahkan dalam meraup keuntungan besar. Kecenderungan masyarakat yang lebih banyak menonton televisi inilah yang menyebabkan munculnya televisi-televisi swasta.

Konglomerasi adalah perusahaan-perusahaan televisi cenderung memperluas cakupan kepemilikan mereka guna memberi posisi yang lebih aman bagi mereka sendiri dalam sebuah kompetisi pasar. BBC bermitra dengan pelbagai perusahaan komersial seperti UK Arena (seni) bagian dari UKTV. Dengan bukti yang sama, di mana institusi dimiliki sendiri oleh para konglomerat (korporasi atau kelompok perusahaan yang lebih besar), institusi itu merupakan contoh perusahaan yang menemuk jalan penguatan melalui akuisisi. (Graeme Burton; 2000 : 64).

Munculnya acara infotainment yang menampilkan pemberitaan mengenai gosip, serta tingkah polah artis kini telah menjadi konsumsi masyarakat setiap harinya. Mulai dari pagi hari, siang, sore hingga larut malam selalu ada acara infotainment yang tidak pernah lepas dari kaca televisi. Hal ini menunjukkan bahwa acara infotainment sangat diminati oleh masyarakat. Secara keseluruhan, ruang publik penonton televisi dipenuhi acara gosip dan ngrumpi selebritis selama 67 jam 30 menit perminggu (Hedi Pudjo Santosa; 2011:108).

Jika media merupakan cerminan dari masyarakat maka apa yang disukai oleh masyarakat, media-pun akan menyajikannya. Dalam hukum ekonomi akan ada penawaran jika ada permintaan. Media dan

industri hiburan tidak pernah bisa terlepas, karena dunia hiburan merupakan bisnis yang paling menggiurkan karena keuntungannya. Televisi sebagai media industri, tentu lebih mengedepankan sisi bisnisnya. Kecenderungan media untuk lebih mementingkan bisnis dijadikan sebuah alasan bagi pemilik demi kelangsungan bisnis mereka. Oleh sebab itu hingga kini acara infotainment masih ditayangkan karena masih diminati masyarakat dan merupakan penghasilan terbesar bagi industri media.

Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Marx, dia menamakan ‘fetishisme komoditas’, dengan berargument bahwa hal tersebut berasal dari karakter ganda komoditas – benda-benda yang memiliki kegunaan bagi para pemiliknya (kegunaan nilai). Dimana ketika produksi untuk pertukaran mendominasi (yaitu kapitalisme), komoditaslah yang tampak seolah-olah berada dalam suatu hubungan melalui mekanisme pertukaran ini dan bukan produsennya (Howard Davis & Paul Walton; 2010:152).

Jadi etika disini lebih merupakan peraturan yang seharusnya dijalankan oleh pekerja media, yang biasanya disebut kode etik. Dalam kode etik ini media berperan untuk memberi batasan-batasan bagi pemilik, pekerja pers dalam melaksanakan pekerjaannya. Oleh sebab itu dalam melakukan penyiaran seharusnya media sesuai dengan kode etik yang telah diberlakukan.

Bagi masyarakat, kehadiran infotainment menjadi topik pembicaraan dalam komunikasi keseharian mereka. Membicarakan artis lebih aman dibandingkan membicarakan orang lain yang mereka kenal. Gosip dijadikan komoditas ekonomi bagi pemilik media, sedangkan bagi masyarakat merupakan hiburan. Hiburan ini melahirkan perubahan nilai etika yang dapat merusak tatanan budaya bangsa Indonesia sebagai masyarakat timur yang menjunjung tinggi sopan santun, dimana membicarakan aib merupakan hal yang menarik. Jika pemberitaan mengenai aib, skandal dan berita-berita negatif yang dilakukan oleh tokoh atau selebritis tidak dikontrol sehingga ruang pribadi mereka menjadi konsumsi publik, dikhawatirkan polah tingkah mereka yang negatif ini akan menjadi contoh yang ditiru oleh masyarakat dan menjadi hal yang biasa.

Alih-alih untuk meraup keuntungan, pemilik modal memuaskan masyarakat dengan memuat berita yang sensasional namun kebenarannya diragukan. Dinamika untuk menjaga etika jurnalistik

dari wartawan cenderung dihiraukan demi mencari keuntungan semata. Sebagai seorang jurnalis hal ini menjadi masalah dan dilema bagi profesinya, antara mendapatkan berita yang menarik dan idealisme dirinya untuk memegang teguh nilai-nilai etika. Jika tidak mendapatkan berita yang menarik maka jurnalis tersebut terancam pekerjaannya, namun berita yang menarik biasanya cenderung bombastis.

Dari latar belakang diatas maka timbul persoalan dari acara infotainment yaitu apakah dampak infotainment bagi perubahan nilai etika dalam masyarakat? Ketika pers mulai bebas maka apakah perlu adanya kontrol terhadap pemberitaan acara infotainment?

Pembahasan

Kondisi Pers dalam Era Reformasi

Runtuhnya rezim Orde baru memiliki dampak paling besar bagi kebebasan pers di Indonesia yaitu setelah dicabutnya SIUPP (Surat Izin Usaha Penerbitan Pers) dan ditutupnya Departemen Penerangan sebagai lembaga eksekutif pemerintah yang mengatur segala bentuk penyiaran.

Kebebasan pers di Indonesia di awal era reformasi disambut hangat oleh semua insan pers/media. Namun perkembangan selanjutnya harapan kebebasan yang mencerahkan publik cenderung kearah keablasan yang keablasan. Hal ini kemudian melahirkan istilah baru seperti “jurnalisme anarkis”, “jurnalisme provokasi”, “jurnalisme preman”, “jurnalisme terror”, dan berbagai istilah “mengerikan” lainnya. (Siregar; 2005 :32)

Kode etik sebenarnya menjadi rambu-rambu yang memberikan batasan kebebasan media, agar tetap berada dalam kerangka kebebasan media, agar tetap berada dalam kerangka normalitas dari berbagai unsur yang dapat membahayakan kepentingan publik. Setiap membicarakan etika selalu terdapat kontroversi, hal ini disebabkan adanya dua pandangan utama, yaitu: Pertama, pandangan yang menyatakan bahwa dengan adanya etika pers/media, kebebasan berekspresi yang merupakan hak asasi setiap individu itu dibatasi dan tidak lagi diperhatikan nuansa kebebasannya. Kedua, adanya pandangan yang beranggapan dengan adanya etika setidaknya menjadi acuan untuk melakukan tindakan dari para aktivis media sebagai salah satu bentuk tanggung jawab kepada masyarakat.

Berbagai tayangan maupun publikasi yang ditampilkan oleh media massa saat ini sudah banyak mengarah kepada aspek kepentingan ekonomi-politik semata. Semakin sedikit media yang mendasarkan program yang dipublikasikannya ditujukan untuk peningkatan kecerdasan masyarakat dan sarana pembinaan kepribadian guna melestarikan budaya bangsa.

Gaya hidup hedonis adalah gaya hidup yang mencari kesenangan semata. Dalam bahasa Yunani disebut hedone yang artinya apa yang menjadi hal yang terbaik bagi manusia para hedonis menjawab : kesenangan. Dalam filsafat Yunani hedonisme sudah ditemukan pada Aristippos dari Kyrene (sekitar 433-355s.M), seorang murid Sokrates. Aristippos menjawab : yang sungguh baik bagi manusia adalah kesenangan. Bagi Aristoppis kesenangan itu bersifat badani belaka, karena hakikatnya tidak lain daripada gerak dalam badan (K. Bertens;2007:235).

Umumnya media lebih tertarik menyuguhkan life style global yang menjanjikan semangat hedonis. Berbagai budaya tersebut belum tentu sesuai dengan jiwa dan kepribadian yang melekat pada masyarakat. Justru kehadiran budaya “asing” tersebut, mendominasi “watak” para generasi muda yang menjadi bagian terbesar dari penduduk sekaligus tumpuan harapan masa depan bangsa ini.

Etika sebagai acuan bertindak oleh media diperlukan untuk memberikan pencerahan kepada masyarakat dan menghindari kebebasan yang dapat merusak kepentingan umum. menurut Konfisius, unsur kunci dari pemikiran etis adalah kepantasan. Suatu praktek perbuatan adalah mulia atau tidak mulia tergantung dari nilai pantas yang melekat padanya. Edith Hamilton juga mengatakan bahwa salah satu dari warisan agung Yahudi adalah gagasan bahwa “orang yang dapat bebas hanyalah orang yang menempatkan dirinya di dalam batas-batas yang ia buat sendiri” (Rivers&Mathews, 1994:9-10)

Konsep kebebasan informasi (*freedom of information*) itu, tidak bisa diartikan sebagai kebebasan yang tanpa batas, tetapi ada beragam aturan dan etika yang tetap harus dijadikan pedoman, baik oleh wartawan maupun khalayak media. Berbagai batasan dan aturan normatif tersebut terkait dengan tanggung jawab media massa dalam memberikan pencerahan kepada masyarakat.

Batasan-batasan pemberitaan oleh media massa ini telah dilakukan oleh beberapa lembaga negara

seperti Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) dan lembaga keagamaan yaitu MUI. Terkait dengan kebebasan media, selain perhatian pemerintah dan berbagai gerakan civil society, secara substansial pada tahun 2002 Majelis Ulama Indonesia mengeluarkan Fatwa mengenai pornografi sedangkan KPI pada tahun 2004 telah mengeluarkan pedoman perilaku penyiaran dan program standar siaran yang biasa P3-SPS. Pedomean penyiaran yang harus dipatuhi oleh semua lembaga penyiaran yang harus dipatuhi oleh semua lembaga pentiaran ini dalam keputusan KPI Nomor 009/SK/KPI/8/2004 yang kemudian diubah menjadi peraturan 02/P/KPI/5/2006, khususnya pasal 6 di antaranya disebutkan bahwa: Pedoman Perilaku Penyiaran menentukan standar isi saran yang sekurang-kurangnya berisi:

- a. Rasa hormat terhadap pandangan keagamaan
- b. Rasa hormat terhadap hal pribadi
- c. Kesopanan dan kesusilaan
- d. Pelarangan dan pembatasan adegan seks, kekerasan dan sadisme
- e. Perlindungan terhadap anak-anak, remaja, dan perempuan (KPI, 2007:7)

Dari standar penyiaran di atas, jelas mengharap-kan para pemilik stasiun penyiaran memperhatikan berbagai aturan, khususnya terkait dengan masalah etika. Persoalannya kemudian adalah apakah berbagai aturan hanya “indah” di atas kertas dan “ hampa dari pelaksanaan oleh semua pihak”.

Perkembangan Televisi dalam Era Kebebasan Pers

Televisi merupakan salah satu media yang digunakan sebagai sarana mendapatkan informasi dan hiburan. Kini televisi bukanlah sebuah barang mewah lagi, karena hampir disetiap rumah sudah memiliki televisi, bahkan ada yang memiliki lebih dari satu televisi dirumahnya. Selain sebagai informasi dan hiburan, televisi sebagai fungsi sosial media memiliki fungsi sebagai berikut :

1. Informasi
 - Menyediakan informasi mengenai peristiwa dan kondisi dalam masyarakat dan dunia.
 - Menunjukkan adanya hubungan kekuatan.

- Memberikan sarana bagi inovasi, adaptasi, dan pertumbuhan.
2. Korelasi
 - Menjelaskan, menafsirkan dan memberikan komentar atas makna peristiwa dan informasi. (Denis Mc Quail; 2011:108).

Fungsi media dimasyarakat ini idealnya berjalan beriringan untuk dijadikan sebagai sebuah landasan bagi pemilik media dalam membuat sebuah program yang akan ditayangkan. Fungsi tersebut digunakan sebagai sebuah konsep untuk mengontrol dampak yang terjadi dalam pemberitaan infotainment. Jika kelima fungsi tersebut yang diterapkan tidak lengkap maka dampaknya akan terjadi ketimpangan dan dapat menimbulkan dampak negatif. Misalnya fungsi keberlanjutan tidak dipikirkan sebagai kontrol, maka yang terjadi adalah penyimpangan budaya yang melanggar etika dalam masyarakat.

Yang dimaksud dengan etika menurut filsuf Yunani aristoteles adalah ilmu tentang apa yang biasa dilakukan atau ilmu tentang adat kebiasaan (K. Bertens; 2007:4)

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi 1998 ada tiga:

1. etika dalam arti nilai-nilai dan norma-norma moral yang menjadi pegangan bagi seseorang atau kelompok.
2. Etika adalah kumpulan asas atau nilai moral yang dimaksud disini adalah kode etik
3. Sistem nilai yang berfungsi dalam hidup seseorang (K. Bertens ; 2007:6).

Karena etika lahir dari sebuah adat kebiasaan, sedangkan adat merupakan sebuah budaya yang berlangsung dalam suatu masyarakat, maka etika bersifat dinamis. Pemberitaan infotainment yang sering menggambar aib, menceritakan kejelekan orang lain apabila ditayangkan terus menerus akan menjadi sebuah kebiasaan yang mempengaruhi etika yang ada dalam masyarakat. inilah yang menjadi kekhawatiran kita semua dan perlu adanya kontrol yang harus dilakukan.

Televisi menjadi sumber umum utama dari sosialisasi dan informasi harian (biasanya dalam bentuk hiburan) kepada beragam khalayak. Televisi menye-

barkan budaya nasional, ritual religius harian masyarakat dan lainnya. Sebagaimana agama, fungsi televisi memberikan pengulangan cerita-cerita (mitos, fakta, pendidikan, dan sebagainya) untuk mendefinisikan dunia dan dilegitimasi sebagai bagian dari aturan sosial.

Televisi dalam perkembangannya telah menjadi sarana utama pemenuhan kebutuhan masyarakat akan hiburan (*entertainment*). Kalau dulu di Amerika Serikat televisi dijadikan sebagai Tuhan kedua manusia (*the second god*), maka saat ini sepertinya televisi telah berkembang menjadi Tuhan pertama manusia (*the first god*). (Rakhmat, 1997:26). Hal ini disebabkan seluruh gaya hidup (*life style*) masyarakat mayoritas “berkiblat” ke layar televisi. Berbagai keperluan harian masyarakat sepertinya sudah terpola dari beberapa produk yang ditawarkan oleh medium yang bernama televisi. Berbagai keperluan harian masyarakat sepertinya sudah terpola dari beberapa produk yang ditawarkan oleh medium bernama televisi. Saat ini, terdapat kecenderungan bahwa orang tua maupun anak-anak telah menjadikan televisi sebagai salah satu kebutuhan primer.

Dalam memperebutkan iklan ini maka televisi berupaya membuat program yang semenarik mungkin agar diminati masyarakat. Salah satunya adalah dengan cara menyajikan acara infotainment. Maraknya infotainment berupa pemberitaan mengenai artis diberbagai media, merupakan kebutuhan pemilik media pada dasarnya untuk mendapatkan pemasukan bagi perusahaannya. Namun demikian hal ini berbanding lurus dengan minat masyarakat pada tayangan pemberitaan infotainment. Dalam dunia industri media berusaha menyajikan apa yang menjadi minat masyarakat agar media tersebut mampu menjalankan roda bisnisnya.

Sparks & Tulloch (2000:160) dalam Hedi Pudjo Santoso istilah infotainment dikenal pada akhir tahun 1980, istilah ini merupakan perkawinan antara informasi dan hiburan dalam suatu program berita. Persaingan program acara televisi dan pertumbuhan televisi swasta yang sangat cepat merupakan pemicu munculnya *infotainment*. Asumsinya semakin menghibur suatu program acara televisi maka akan semakin digemari stasiun yang bersangkutan. Dalam khasanah global, munculnya infotainment merupakan buah dari komodifikasi antara berita dan hiburan yang merupakan salah satu aspek dari tabloidisasi. Salah satu ciri khas utama dari jurnalisme tabloid adalah

kuatnya unsur hiburan, gampang dikonsumsi publik, menonjolkan dramatisasi, sensasi dan cenderung lebih-lebihkan. (Hedi Pudjo; 2011 : 93)

Apabila pemberitaan hanya menampilkan informasi dan hiburan semata, seperti kehidupan selebritis yang hedonis, maka hal ini akan mempengaruhi juga kehidupan di masyarakat dengan meniru kehidupan artis yang hedonis tersebut di dalam kehidupan mereka. Padahal gaya hidup hedonis tersebut tidak sebanding dengan kenyataan mereka secara finansial. Dampaknya masyarakat ingin hidup mewah dan cepat kaya, mereka menghalalkan segala cara untuk menikmati kehidupan mewah tersebut. Langkah-langkah mendapatkan kehidupan mewah secara instan dilakukan dengan cara yang negatif seperti menjadi istri simpanan, seperti pemberitaan yang akhir-akhir ini sering digunakan oleh para artis. Bahkan mereka tanpa rasa malu mengaku telah menjadi istri siri dari pejabat.

Dampak Pemberitaan Infotainment dalam Kehidupan Masyarakat

Kehidupan selebritis selalu menjadi sorotan dan sajian menarik bagi masyarakat umum yang kemudian dimanfaatkan oleh pemilik media untuk dijadikan komoditas menjadi sebuah berita. Berita mengenai para selebritis ini dinamakan infotainment merupakan kepanjangan dari informasi entertainment. Informasi pemberitaan para selebritis ini bertujuan sebagai hiburan.

Berita yang menarik biasanya berita yang bombastis dan penuh sensasi. Pemberitaan sengaja dikemas dengan penuh sensasional agar menarik minat publik supaya nilai rating menjadi tinggi, namun mengindahkan nilai-nilai moral yang ada. Kecenderungan berita-berita yang mengumbar aib seperti perselingkuhan, kasus narkoba, dan skandal-skandal yang dilakukan oleh para selebritis merupakan sesuatu yang sangat menarik. Semakin hebohnya kasus yang ada maka pemberitaan tersebut semakin laku karena memiliki rating yang tinggi.

Materi sensasional ini seringkali mengorbankan akal dan pemahaman, dalam menyebarkan informasi yang penting bagi masyarakat. Menurut Daniel Boortins & Ken Auletta, Audiens di Amerika menginginkan kesenangan dan drama dalam liputan berita dan program informasi. Hal ini mengakibatkan terkikisnya garis batas antara berita dan hiburan

(Auletta;1991:459). Pemberitaan menjadi bias pada kenyataan yang ada, dan penilaian selanjutnya tergantung pada masing-masing audiens dalam menanggapi pemberitaan tersebut.

Dalam dunia pertelevisian, sistem teknologi telah menguasai jalan pikiran masyarakat, yang diistilahkan dengan *theatre of mind* (Burhan Bungin: 133). Disadari atau tidak siaran televisi telah meninggalkan kesan dalam pikiran penonton, ketika pesawat televisi dimatikan kesan tersebut masih terasa dan terkadang membentuk panggung-panggung realitas baru. Teknologi televisi secara fungsional dianggap telah menguasai masyarakat, bahkan secara substansial mampu mengatur beberapa sistem norma seperti sistem lalu lintas jalan raya, sistem komunikasi, seni pertunjukkan bahkan perilaku keseharian dan gaya hidup masyarakat (Hedi Pudjo S; 2011: 172).

Norma, nilai, dan gaya hidup konsumerisme, individualisme, dan budaya materialistis sebagai salah satu budaya dominan Amerika (Samovar, 1981 : 27), dan menjadi bagian tak terpisahkan kehidupan bangsa-bangsa di dunia, sehingga menghilangkan karakteristik budaya Timur yang kolektivistik dan kekeluargaan.

Tokoh publik ataupun selebritis merupakan panutan bagi para fansnya, apabila idola mereka melakukan kesalahan dan kesalahan tersebut menjadi aib yang dikonsumsi masyarakat secara terus menerus tentu aib yang negatif ini akan mempunyai pengaruh negatif pula dimasyarakat. Karena perilaku tokoh masyarakat atau artis tersebut adalah sebagai contoh atau panutan bagi para fansya. Misal pemberitaan mengenai perceraian karena adanya orang ketiga yang sering ditayangkan maka lama-kelamaan akan menjadi hal yang biasa jika artis bercerai karena selingkuh dan perilaku ini diterapkan dalam kehidupan nyata oleh masyarakat maka terjadilah pergeseran nilai moral bahwa bercerai karena selingkuh adalah hal yang wajar terjadi.

Inilah yang menjadi kekhawatiran beberapa pihak salah satunya Majelis Ulama Indonesia (MUI) untuk melakukan kontrol terhadap pemberitaan infotainment dengan mengeluarkan fatwa larangan pemberitaan infotainment membicarakan aib. Melalui MUI, pemerintah mengeluarkan larangan untuk menonton infotainment yang menceritakan aib atau kejelekan gosip. (<http://media.kompasiana.com/mainstream-media/2013/02/18/>).

Namun fatwa MUI ini dianggap menghalangi ke-

bebasan pers dan sistem demokrasi yang berlangsung. Menurut M. Solly Lubis, kebebasan adalah syarat untuk mencapai hak. Dalam hal ini, untuk mewujudkan jaminan terhadap pelaksanaan hak asasi harus dilaksanakan sesuai dengan asas demokrasi yang berlaku dan mendasari sistem politik dan kekuasaan yang sedang berjalan (M. Solly Lubis;1984:323). Jadi kebebasan pun mengikuti aturan dari Undang-Undang dan kondisi politik yang sedang terjadi.

Sikap etis dapat menjadi penting dalam mempertahankan suatu khalayak. Undang-undang media menekankan sikap yang mendukung kredibilitas. Reporter dengan sungguh-sungguh mempertahankan berlakunya obyektivitas. Kebanyakan wartawan memang membahas berbagai masalah etika, keadilan, keseimbangan, dan obyektivitas, sebagaimana ditemukan oleh Philip Meyer dalam telaah ditahun 1983 yang dilakukan untuk Perhimpunan Redaktur Surat Kabar Amerika (William L Rivers & Cleve Mathews;1994:29).

Menjunjung tinggi dengan mematuhi kode etik jurnalistik dan mentaati UU Hukum Pers yang berlaku merupakan kewajiban bagi wartawan untuk menjaga profesionalismenya. Mematuhi kode etik jurnalistik telah diatur dalam pasal 1 ayat 14 UU tentang Pers No 40 tahun 1999: "Kode Etik Jurnalistik adalah himpunan etika kewartawanan".

Namun kenyataannya kepentingan industri media dan idealisme wartawan untuk mematuhi kode etik menjadi dilema bagi wartawan. Dari sisi bisnis, pemilik media lebih mengedepankan sisi keuntungan dari acara infotainment karena acara tersebut mampu meraup untung yang besar. Dan pemilik media mengharapkan wartawan dapat memperoleh berita-berita bombastis dengan segala macam cara dengan mengorek wilayah pribadi artis tanpa mempedulikan etika dari budaya timur bangsa Indonesia.

Tanpa pernah kita sadari, dampak media dalam merubah perilaku masyarakat ini begitu besar. Oleh sebab itu maka acara infotainment ini perlu diberi batas-batas yang diatur secara jelas dalam sebuah peraturan hukum bukan sekedar hanya fatwa saja. Karena fatwa dianggap sebagai sebuah himbauan bukan larangan. Dengan adanya peraturan yang mengontrol etika dalam menayangkan pemberitaan bukan untuk mengekang kebebasan pers. Kebebasan itu pun perlu adanya kontrol, kebebasan tidak semata-mata bebas melakukan apapun. Kebebasan yang kebablasan justru akan merusak nilai-nilai moral yang telah ada.

Jika tidak ada kontrol maka dikhawatirkan dampak infotainment ini akan mengubah perilaku masyarakat menjadi masyarakat hedonis, tidak memperdulikan sopan santun, yang semuanya itu akan melunturkan nilai budaya ketimuran yang telah menjadi nilai luhur bangsa.

Simpulan

Kebebasan pers pasca orde baru, sejalan dengan munculnya era globalisasi semakin mendukung pers untuk bebas menyampaikan pemberitaan. Kontrol langsung dari pemerintah terhenti semenjak ditutupnya Departemen Penerangan selaku kaki tangan dari pemerintah untuk melakukan kontrol yang sangat ketat di masa era orde baru. Di era reformasi, media mendapat kesempatan seluas-luasnya untuk bebas menyampaikan berita dibandingkan masa kepemimpinan presiden Soeharto.

Salah satu dampak positif yang diberikan oleh kebebasan pers/ media adalah terpenuhinya hak masyarakat untuk mengetahui sebuah informasi dengan cepat dan mudah. Masyarakat yang dulunya di era Orde baru amat sulit memperoleh transparansi informasi, sedangkan di era reformasi sekarang, masyarakat Indonesia telah mulai bergeser dari masyarakat yang buta media ke masyarakat yang melek akses informasi.

Namun kebebasan yang kurang terkontrol justru memiliki beberapa dampak negatif, salah satunya pemberitaan yang tidak mengikuti norma-norma yang ada. Budaya-budaya barat yang jauh berbeda dengan budaya timur disebarluaskan oleh media terutama televisi. Kotak ajaib ini lebih banyak menampilkan fungsi media sebagai hiburan. Hiburan-hiburan yang dihadirkan lebih ke arah budaya barat.

Terjadinya pergeseran budaya di masyarakat saat ini sangat dipengaruhi oleh dampak media. Mudah akses untuk mendapatkan informasi karena perkembangan teknologi, kini bukan menjadi sebuah kendala atau batasan bagi masing-masing individu. Informasi apapun dapat diperoleh tanpa ada kontrol. Misal budaya barat yang cenderung menampilkan seks bebas. Ini akan mengubah pola dan perilaku masyarakat Indonesia untuk melakukan hal yang sama apabila hal tersebut sudah dianggap hal yang wajar. Tentu ini akan mengubah budaya masyarakat Indonesia yang ketimuran menjadi kebarat-baratan.

Budaya lahir dari sebuah etika yang telah men-

jadi kebiasaan kemudian disebut adat. Bangsa yang besar adalah bangsa yang menjaga budaya leluhurnya. Kemajuan teknologi melahirkan media-media baru salah satunya televisi.

Televisi telah berkembang menjadi industri yang menggiurkan untuk meraup keuntungan bagi para pemilik media untuk meraup keuntungan. Globalisasi menciptakan pasar bebas semakin memberi ruang luas kapitalisme dengan menciptakan konglomerasi bagi pemilik modal yang besar. Semakin besar modal yang dimilikinya maka semakin mudah untuk meraup keuntungan yang besar pula. Dan acara infotainment telah memberi keuntungan besar bagi pemilik media untuk meraup keuntungan. Acara infotainment selalu diminati masyarakat bahkan menjadi candu bagi masyarakat. Neil Postman bahkan secara tegas mengatakan bahwa, ancaman kehidupan masyarakat sekarang ini justru ada pada industri hiburan terutama televisi (Hedi Pudjo S: 185).

Dampak dari infotainment ternyata mempunyai pengaruh besar dalam perilaku masyarakat. Gaya hidup hedonis yang terjadi di masyarakat merupakan salah satu contoh aplikasi masyarakat yang meniru artis. Sebagai artis mereka memiliki gaya hidup konsumtif karena dituntut berpenampilan menarik. Sedangkan artis mempunyai fans dan menjadi contoh bagi fansnya. Perilaku negatif dari artis menjadi bahan pemberitaan infotainment yang disajikan semenarik mungkin dengan mengedepankan sensasi tanpa memperdulikan nilai etika yang menjadi budaya bangsa Indonesia.

Kepentingan pemilik media untuk meraup keuntungan bertolak belakang dengan idealisme wartawan untuk mematuhi kode etikanya. Wartawan dituntut untuk mencari berita bombastis semenarik mungkin agar mendatangkan keuntungan. Industrialisasi akibat dampak dari globalisasi telah menciptakan kapitalisme baru yang lebih mengedepankan kepentingan pemilik modal. Padahal frekuensi dari tayangan televisi adalah milik rakyat bukan milik pemilik media.

Diperlukan kontrol berupa aturan yang mengatur acara infotainment agar tidak kebablasan dalam memberitakan aib dan gosip. Tindakan tegas untuk mentaati kode etik dan hukum perlu dilakukan demi kepentingan menjaga etika dan moral bangsa.

Acara-acara infotainment yang memberitakan hal-hal atau perilaku negatif para artis sebaiknya dikurangi karena bukan merupakan sebuah contoh yang baik untuk ditampilkan. Mengontrol dan mengawasi

pemberitaan adalah tugas dan kewajiban pemerintah yang diwakilkan melalui lembaga negara yang telah ditunjuk seperti KPI (Komite Penyiaran Indonesia). Sebagai lembaga perwakilan dari pemerintah KPI memiliki kekuatan hukum untuk melakukan kontrol dalam penyiaran. Sedangkan MUI belum memiliki kekuatan hukum yang kuat karena fatwa yang dikeluarkan MUI hanya sebatas himbauan.

Untuk kasus di Indonesia, tidak sepantasnya bila media massa melepaskan diri dari ikatan kapitalis dan komersialisasi media. Tetapi sebagai industri, media massa perlu memperhatikan “nasib” rakyat yang menjadi sasaran program informasinya. Usaha mengejar keuntungan tidak selamanya harus relevan dengan penghancuran moralitas bangsa

Daftar Pustaka

- Bertens, K. *Etika*, 2007, Gramedia, Jakarta.
- Burton, Graeme. *Membincangkan Televisi Sebuah Pengantar kajian Televisi*, 2011, Jalasutra, Yogyakarta.
- Davis, Howard & Paul Walton, *Bahasa Citra Media*, 2010, Jalasutra, Yogyakarta.
- Larry, Samovar A., *Komunikasi Lintas Budaya*, 1981, Salemba, Jakarta.
- Quail, Dennis Mc., *Teori Komunikasi Massa*, 2011, Salemba Humanika, Jakarta.
- Rivers, William L. & Cleve Mathews, *Etika Media Massa*, 1994, Gramedia Pustaka, Jakarta.
- Santosa, Hedi Pudjo., 2011. *Menelisik Lika-Liku Infotainment di Media Televisi*, Gapai Asa Media Prima, Yogyakarta.
- Siregar, Ashadi. *Etika Komunikasi*. 2008. Pustaka. Yogyakarta Wahidin, Samsul, *Hukum Pers*, 2006, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Sylvie, George and Jan Leblanc Wicks., C. Ann Hollifield, Stephen Lacy., Ardyth Broaddick Sohn., *Media Management*, 2008, Roudledge Taylor & Francis Group, New York.
- Jurnal Ilmu Komunikasi, ISSN1829-6564, 2004. Universitas Atmajaya
- <http://media.kompasiana.com/mainstream-media>
diakses pada 18 Februari 2013 jam 23.00 WIB