

NASIONALISME SEBAGAI KONSTRUKSI POLITIK DALAM TEKS MEDIA DI INDONESIA KAITAN DENGAN ETIKA MEDIA

Prinisia Nurul Ikasari

Mahasiswa Program Studi Magister Ilmu Komunikasi FISIP UNDIP Angkatan VI

Email : prinisia.nurul@rocketmail.com

Abstract :

Political imagery in the media is closely related to the media construction. Two of the television media Metro TV and Tv One whose owner is affiliated with political world emerged as of partisan one presidential candidate. Many Ways That is done in the political construction news, one as feared Injurious independence day celebrations in Indonesia. This research aimed to expose the construction of the text by the two media during the celebration of Independence Day of the Republic of Indonesia to 69 and linking with existing media ethics in Indonesia. This study uses a semiotic analysis of Roland Barthes. Results showed that there was an attempt constructs images taken by both media Metro TV and Tv One, to the procession of Indonesian Independence Day celebrations, which indicated the existence of abuse of power in the media and media ethics violations.

Keywords : *Political Economy Media, Media Contruction, Semiotics, Media Ethic.*

Abstrak :

Politik pencitraan di media erat kaitannya dengan konstruksi dia atas sesuatu. Dua media televisi yakni Metro TV dan Tv One yang pemiliknya berafiliasi dengan dunia perpolitikan bersaing menjelma sebagai partisan salah satu kandidat calon presiden. Banyak cara yang dilakukan dalam konstruksi politik pemberitaan, salah satunya bahkan seolah dikhawatirkan mencederai perayaan Hari Kemerdekaan Negara di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk membongkar konstruksi teks yang dilakukan kedua media tersebut saat perayaan Hari Kemerdekaan Republik Indonesia yang ke 69 dan mengaitkannya dengan etika media yang ada di Indonesia. Penelitian ini menggunakan analisis semiotika Roland Barthes. Hasil penelitian ini menunjukkan ada upaya konstruksi citra yang dilakukan kedua media yakni Metro TV dan Tv One pada prosesi perayaan Hari Kemerdekaan Republik Indonesia yang berindikasi pada adanya abuse of power di media dan pelanggaran etika media.

Kata Kunci : *Politik ekonomi media, Konstruksi Media, Semiotika, Etika Media.*

Pendahuluan

“The media's the most powerful entity on earth.

They have the power to make the innocent guilty and to make the guilty innocent, and that's power. Because they control the minds of the masses.”

- Malcolm X –

Ada hal menarik ketika kita melihat geliat Pemilihan Presiden beberapa waktu lalu di Indonesia. Hingar bingar pemilihan kali ini menjadikan media sebagai salah satu bagian terpenting dalam perayaan Pemilu 2014. Sehingga tidak dapat dipungkiri jika beberapa

konglomerat media saat ini pun ikut ambil bagian menjadi aktor dalam Pemilu 2014.

Sebut saja media ternama Indonesia seperti Metro TV dan TV One yang pada kenyataannya berada di bawah kepemilikan yang secara terang – terangan mendukung salah satu Calon Pasangan Presiden dan Wakil Presiden yang bertarung kala itu. Surya Paloh, Pemilik MetroTV yang juga dikenal sebagai ketua umum Partai NasDem (Nasional Demokrat) mendukung pasangan Calon Presiden Jokowi-Jusuf Kalla. Sementara pemilik Tv One, Aburizal Bakrie yang juga ketua umum Partai Golkar (Golongan Karya)

memberikan dukungan kepada Prabowo-Hatta Rajasa. Bahkan tidak tanggung-tanggung pasangan Calon Presiden Prabowo-Hatta Rajasa juga didukung pemilik media MNC Grup Hary Tanoesoedibjo, yang juga menguasai tiga televisi RCTI, GlobalTV, dan MNC TV (Sulistyo, Merdeka.com, Selasa 20 Mei 2014). Dari laporan KPI (Komisi Penyiaran Indonesia), keberpihakan inipun semakin menguat setelah masing-masing Calon Presiden mendeklarasikan diri pada awal Mei 2014 lalu.

Sementara dari data yang dikutip pada Remotivi yakni komunitas yang lahir dari sebuah inisiatif warga untuk kerja pemantauan tayangan televisi di Indonesia, pada penelitian yang dilakukan tanggal 1-7 November 2013 ketika koalisi antara NasDem (Nasional Demokrat) dan PDIP (Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan) belum terbentuk, pemberitaan atas Jokowi di Metro TV tidak lebih dari 12%. Sedangkan pasca koalisi PDIP dan NasDem terbentuk, Jokowi diberikan porsi kemunculan yang tinggi di Metro TV yakni secara frekuensi 74,4%, secara durasi 73,9% dengan nada yang positif 31,3%. Bandingkan dengan rivalnya, yakni Prabowo, yang hanya mendapat 12% frekuensi dan 12,2% durasi, dan dengan 16,7% berita bernada negatif. Ini menunjukkan bahwa media massa hari ini hanya menjadi medium pertemuan antar syahwat kekuasaan (remotivi.or.id, 27 Juni 2014).

Hal ini seperti sudah menjadi rahasia umum karena ketika pemilik media memiliki kepentingan maka yang terjadi secara otomatis konten yang ditayangkan sering kali memberikan ruang dimana kesempatan dalam menampilkan salah satu partai atau sosok yang didukung jauh lebih besar. Media berubah menjadi sebuah agen politik tertentu, dan ketika sebuah media sudah menjadi agen politik tertentu maka persoalan objektivitas dalam pemberitaan menjadi hal yang krusial (Suwardi dalam Hamad, 2004 : xvii). Karena pada dasarnya media merupakan organisasi yang kompleks, institusi sosial yang penting dalam masyarakat. Media memiliki kemampuan untuk membentuk opini publik. Ketika media berada posisi dikuasai oleh sepenuhnya oleh *swasta* tanpa penggunaan aturan yang sesuai maka akan memicu potensi

penyalahgunaan kekuasaan (*abuse of power*) oleh para pemilik media.

Fungsi media sebagai ruang publik sebagai pendidikan politik yang baik justru akan mengalami peralihan, bergeser menjadi obsesi media dimana pencitraan mendiskulifikasi kebenaran itu sendiri, sehingga tidak dapat lagi dibedakan antara realitas, representasi, simulasi, kepalsuan, dan hiperealitas (J. Braudillard dalam Haryatmoko, 2007 : 33). Media membentuk pencitraan atas pemimpin dimana simulasi ini seolah-olah menjadi nyata, sedangkan realitas hilang begitu saja disinilah apa yang disebut sebagai *abuse of power* terjadi oleh media. *Abuse of power* pada media berpotensi terjadi karena begitu besarnya kewenangan media terhadap masyarakat. Sehingga jika pelanggaran ini terjadi maka merugikan kepentingan umum (publik).

Dalam perkembangannya media hanya menjadi sebuah citra dari kepentingan tertentu. Ada empat fase pencitraan yang dibentuk pada sebuah realita menurut J. Baudrillard yakni pertama, representasi menjadi sebuah citra yang merupakan cermin realitas; kedua, ideologi dimana citra itu ada mampu menyembunyikan dan memberikan gambar yang salah akan realitas; ketiga, citra mampu menyembunyikan dimana bahwa sesungguhnya tidak ada realitas dan citra bermain menjadi penampakannya; serta keempat, tidak ada hubungan sama sekali dengan realitas apapun, realitas hanya menjadi yang menyerupai dirinya (J. Braudillard dalam Haryatmoko 2007 : 33).

Hal ini terlihat nyata dan terjadi pada saat Perayaan Hari Ulang Tahun Replubik Indonesia (HUT RI) yang ke-69 tahun beberapa waktu lalu. Hak publik terhadap netralitas perayaan HUT RI tersebut sempat terkotori dengan adanya proses pencitraan oleh kedua belah pihak Calon Presiden RI yang pada dasarnya telah selesai bertarung di ajang pilpres 2014 beberapa waktu sebelumnya.

Dua stasiun televisi berita yakni TV One dan Metro TV berlomba – lomba menampilkan perayaan Hari Kemerdekaan Indonesia dengan sudut pandang yang berbeda. TV One dengan tokoh tangguh Prabowo-nya dan Metro TV dengan Jokowi-nya yang pro rakyat. Disiarkan di dua lokasi

yang berbeda yakni dua tokoh ini seolah mencoba membentuk sebuah pencitraan dengan pendekatan yang berbeda. Jokowi melaksanakan upacara peringatan HUT ke-69 RI di Lapangan Monas Selatan, Jakarta Pusat, sedangkan Prabowo di Ciriung, Cibinong, Bogor berserta Hatta Rajasa dan Abdul Rizal Bakrie. Bahkan tidak tanggung – tanggung sebagai televisi yang mendukung pencalonan Prabowo sebagai calon presiden, TV One ikut menyiarkan langsung upacara HUT RI ke – 69 sejak upacara dimulai sekitar pukul 08.30 WIB. Dengan suasana yang berbeda kedua stasiun televisi tersebut mencoba mendorong konstruksi ingatan publik atas citra ketokohan kedua kandidat calon presiden tersebut.

Permasalahan

Televisi di Indonesia mengalami fase kepemilikan “bebas”, hal ini tidak serta merta menjadikan Televisi sebagai media massa mampu menjalankan fungsinya dengan baik. Fase “bebas” yang dialami oleh media khususnya Televisi justru mengindikasikan pada kemungkinan terjadinya *abuse of power* terhadap informasi publik.

Hak publik yang diamanahkan kepada media massa kini mengalami dilema etika. Hal ini menjadi persoalan ketika televisi sebagai media yang frekuensinya menggunakan frekuensi publik melakukan penyalahgunaan dalam penyiaran.

Seperti pada geliat pilpres 2014 yang melibatkan para pemilik media yang menjadi agen politik bagi calon presiden yang diusung. Sebut saja pemilik stasiun TV Metro TV, Surya Paloh yang juga ketua umum Partai NasDem yang mendukung Jokowi-Jusuf Kalla. Serta ketua umum Golkar Aburizal Bakrie yang menjadi pemilik Tv One, dan memberikan dukungan kepada Prabowo-Hatta Rajasa. Tidak hanya itu Prabowo-Hatta Rajasa juga didukung oleh pemilik salah satu Grup Media terbesar di Indonesia dimana menguasai tiga televisi RCTI, GlobalTV, dan MNC TV yakni Hary Tanoesoedibjo.

Adanya *abuse of power* yang dilakukan beberapa media massa yakni Metro TV dan TV One dalam perayaan Hari Kemerdekaan menjadi cerminan dari fase kepemilikan bebas media di Indonesia yang mengalami dilema etika. Perayaan peringatan Hari Kemerdekaan

merupakan bagian terpenting bagi sebuah Negara, dimana momentum ini bagian dari pembelajaran sejarah bagi warganya. Karenanya ruang perayaan ini merupakan milik publik yang sejatinya menjadi wadah publik yang netral terhadap Perayaan Hari Kemerdekaan. Seperti prinsip media massa yang frekuensinya menjadi hak publik. Dimana publik dengan bebas dan netral mengakses dan mendapatkan informasi yang bebas tanpa kepentingan tertentu. Lalu ketika dilemma etika ini hadir, kemana ruang publik bagi pemilik frekuensi sesungguhnya?

Menarik ketika bahasan ini mencoba mengangkat bagianmana isi konten dan kajian etika didalamnya. Sehingga permasalahan dalam bahasan kali ini mengangkat bagaimana teks dua media televisi yakni Metro TV dan Tv One ditampilkan dalam rangka peringatan Ulang Tahun Replubik Indonesia yang ke-69 serta kaitannya dengan etika media.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis semiotika. Semiotika digunakan sebagai analisis, karena semiotika menggunakan komponen utama dalam penelitian yakni, teks media. Semiotika berusaha menggali sistem tanda dan mencoba keluar dari ranah tata bahasa. Tanda merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari suatu realita, dengan tanda manusia mampu merepresentasi lingkungannya. Seperti yang diungkapkan oleh Charles Sanders Peirce bahwa kehidupan manusia dicirikan oleh “percampuran tanda”, dan tugas semiotika adalah untuk mengidentifikasi, mendokumentasi, dan mengklasifikasi tanda dan cara penggunaannya dalam aktivitas yang bersifat representatif (Danesi, 2004: 33).

Penelitian ini menggunakan teknik analisa data pada sistem pemaknaan tanda semiotika Roland Barthes yang menjabarkan pada proses pemaknaan dua tahap, yakni denotasi (pemaknaan harfiah atau sesungguhnya) dan konotasi (operasi ideologi atau yang disebut dengan mitos). Roland Barthes menyatakan bahwa mitos memiliki cara kerja yang mampu memberikan gambaran realita atau menaturalisasi sejarah sehingga memiliki dimensi sosial dan politik (Fiske, 2005 : 121 - 222). Pembongkaran mitos

berfungsi sebagai pengungkapan pembenaran terhadap nilai dominan pada masa tertentu.

Hasil Penelitian

Pada tanggal 17 Agustus 2014 adalah hari dimana bangsa Indonesia merayakan kemerdekaannya yang ke -69. Ada hal yang menarik, ketika dua stasiun televisi besar di Indonesia yakni Tv One dan Metro TV yang jelas pemiliknya memiliki relasi dengan salah satu calon Presiden melakukan politik pencitraan dengan memanfaatkan momentum hari kemerdekaan Republik Indonesia.

Tv One secara *live* menayangkan detik – detik momentum upacara bendera yang dilakukan oleh salah satu kandidat pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden yakni Prabowo Subiakto dan Hatta Rajasa. Bahkan Tv One memulainya sejak pagi pada pukul 8.30 WIB. Dalam prosesi tersebut Tv One mencoba memberikan konstruksi citra pemimpin yang gagah dan berani melalui beberapa moment saat upacara berlangsung.

Acara diawali dengan diperlihatkannya pasukan upacara yang sudah rapih berjajar mirip seperti pasukan tentara Indonesia pada prosesi upacara di Istana Negara. Semua pasukan berseragam Safari putih dan juga baret merah. Baret merah ini tersemat di kepala seluruh pasukan upacara saat itu.



Gambar 1

Sumber : TV One, 17 Agustus 2014
(<https://www.youtube.com/watch?v=no0x883zyhk>)

Pemaknaan secara konotasi hal ini dapat diartikan secara umum bahwa untuk baret merah adalah memunculkan pemaknaan atas simbol khusus bagi anggota Kopassus yang lolos dari ujian yang berat. Hal ini juga memiliki keterkaitan khusus dengan sang pemimpin yakni Prabowo yang juga bagian

dari anggota kopasus yang dahulu pernah berjaya dan dianggap sebagai simbol yang pemberani.

Hanya saja dalam prosesi ini untuk membedakannya, pasukan yang berbaris dalam upacara peringatan HUT RI di Cibinong tersebut dipasang logo partai di bagian kirinya. Seluruh pasukan yang berdiri pun mengenakan atribut partai, yakni kemeja putih, celana krem dan dasi merah (merdeka.com, 18 Agustus 2014). Sedangkan jika dipadukan dengan baju safari akan timbul kombinasi warna yang identik dengan warna lambang bendera negara Indonesia yakni merah putih yang juga kepada pemaknaan bahwa pasukan upacara ini mencerminkan rasa cinta tanah air.

Kemudian konstruksi pencitraan gagah juga berlanjut ketika Tv One menayangkan prosesi peninjauan lapangan sebelum upacara berlangsung oleh Prabowo sebagai pemimpin upacara dan beberapa kroninya yakni Hatta Rajasa serta para tokoh partai dalam koalisi merah putih (koalisi partai pendukung Prabowo-Hatta). Sebelum membacakan teks proklamasi, Prabowo sempat pawai mengelilingi lapangan Nusantara Polo menggunakan dua mobil jeep Rubicon berwarna putih dengan asesoris bendera merah putih di depan kap mobilnya.

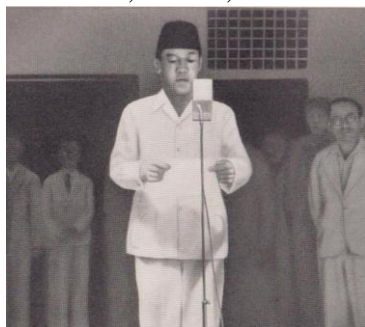


Gambar 2

Sumber : TV One, 17 Agustus 2014
(<https://www.youtube.com/watch?v=no0x883zyhk>)

Prabowo, Hatta dan sejumlah pimpinan partai koalisi Merah Putih berdiri diatas mobil jip menginspeksi pasukan yang sudah mengambil sikap sempurna. Tak lupa Prabowo sesekali melambaikan tangan kearah pasukan. Sembari mengelilingi seluruh lapangan golf, kegiatan tersebut juga sempat diiringi dengan musik lagu-lagu perjuangan yang diramaikan oleh kelompok marching band.

Adegan ini seolah memberikan pemaknaan yang berindikasi pada pencitraan pemimpin yang gagah, yang beribawa yang dapat mengayomi semua pengikutnya, serta memiliki rasa nasionalisme yang tinggi. Satu paket pemaknaan itu ada pada simbol – simbol yang digunakan. Mobil jeep, dalam sejarahnya didesain untuk dapat melewati medan yang sulit. Jeep memang diciptakan sebagai kendaraan perang yang tangguh, yang menjadi andalan saat perang dunia berlangsung. Sedangkan Robicon merupakan model terbaru dari jeep yang diciptakan sebagai kendaraan tangguh, yang mampu melibas berbagai medan berat *off-road* mulai dari bebatuan, berlumpur hingga menerabas banjir sekalipun (Septian, news.okezone.com, Selasa, 16 Juli 2013).



Gambar 3



Gambar 4

Membaca gambar 4 melalui perbandingan gambar 3

Sumber : Masshar2000.com dan TV One, 17

Agustus 2014

(Gambar 3 :

<http://masshar2000.com/2014/08/16/siapa-fotografer-paling-berjasa-di-negri-ini/>, Gambar 4:

<https://www.youtube.com/watch?v=no0x883zyhk>)

Pencitraan kepemimpinan pun berlanjut dengan dibacakannya naskah proklamasi sebelum upacara di mulai. Pada pembacaan proklamasi kali ini dalam pembacaan pemaknaan secara denotatif

Prabowo terlihat seperti pemimpin upacara pada umumnya, dengan berdiri didepan peserta upacara membacakan teks proklamasi dengan pakaian rapih dengan model Safari, berwarna putih, berpeci hitam. Sedangkan pada pemaknaan tahap konotatif, Prabowo mencoba memberikan simbol penggambaran adegan seperti ketika naskah proklamasi dibacakan pada tahun 1945 oleh Ir. Sukarno. Prabowo memberikan simbolisasi dari penggunaan jenis pakaian (sama – sama menggunakan pakaian dengan model Safari, berwarna putih, berpeci hitam) hingga beberapa asesoris tambahan menunjang pencitraan yang seolah di miripkan atau disamakan dengan gaya Ir.Sukarno pada saat peristiwa itu. Sehingga seperti tidak dapat dipungkiri bahwa pada pembacaan pemaknaan di tahap mitos, Prabowo seolah ingin diidentifikasi dalam pemaknaan sebagai tokoh pahlawan Ir. Sukarno, yang gagah, berani, cerdas, berwibawa, dan sangat cinta tanah air. Mitos ini seolah mendukung bahwa sifat dan ciri seorang pemimpin itu ada pada diri Prabowo. Bahkan tidak tanggung-tanggung citra itupun di gambarkan secara nyata dan jelas dalam pemberitaan Tv One usai upacara kemerdekaan dengan *tagline* berita “Presiden Terpilih Prabowo Subianto: Prabowo Usai Upacara Kemerdekaan”. Padahal didalam kenyataannya Prabowo bukanlah Pemenang dalam Pemilihan Presiden saat itu.



Gambar 5

Sumber: Apa Kabar Indonesia, 17 Agustus 2014 Pukul 09:58 WIB

Kemudian hal yang hampir serupa juga dilakukan oleh Metro TV, media yang pemiliknya menjadi pendukung pasangan calon presiden Jokowi dan Jusuf Kalla. Sepanjang hari 17 Agustus 2014 kemarin terkonsentrasi pada apa yang mereka sebut

sebagai ‘Pesta Rakyat’ yang menempatkan Jokowi sebagai figur penting di dalamnya.

Dalam acara itu, konstruksi realitas politik diperkuat dengan narasi yang dibacakan presenter Metro TV yang mengatakan ; “...Gubernur DKI, yang juga menjadi presiden terpilih Joko Widodo merayakan peringatan kemerdekaan Indonesia ke 69, langsung dengan rakyat Indonesia, Jokowi turun dalam keriaan dalam perayaan kemerdekaan di Waduk Pluit Jakarta”.



Gambar 6

Sumber: Metro Tv, 17 Agustus 2014

(<https://www.youtube.com/watch?v=tJYNpZzoyEM>)



Gambar 7

Sumber: Metro Tv, 17 Agustus 2014

(<https://www.youtube.com/watch?v=XGMpHNG5-So>)

Dalam tataran konotasi pemaknaan itu muncul melalui keterkaitan antara pakaian dan istilah “Pesta Rakyat”. Jokowi yang menggunakan kemeja putih yang memiliki pemaknaan orang yang berada pada tataran atas (kaum boujuis / kaum bangsawan), dalam buku *Men’s Wardrobe seri Chic Simple* (1998) disebutkan bahwa kebiasaan menggunakan kemeja putih sudah dilakukan oleh bangsawan Eropa abad ke-17, dan hal ini mengindikasikan bahwa pakaian jenis ini merupakan kelas Bangsawan.

Sedangkan “Pesta Rakyat” merupakan bentuk indikasi pada model kerakyatan, dimana diperuntukan oleh rakyat, dan dihadirkan dari rakyat. Seperti sistem kekuasaan yang dianut Indonesia yakni demokrasi yang dilahirkan oleh rakyat, dari rakyat, dan untuk rakyat, Jokowi seolah ingin memperlihatkan bagaimana dirinya merupakan sosok pemimpin atau penguasa yang dekat dengan rakyat, yang mampu turun bersama rakyatnya. Hal ini terlihat dari bagaimana Jokowi mencoba menjadi bagian dari peserta lomba yang diselenggarakan. Dengan masih mengenakan kemeja Jokowi turun ikut bergabung bersama masyarakat lain. Bahkan seperti artis atau tokoh papan atas yang ramah bersedia menyempatkan waktu dengan para pendukungnya untuk melakukan sesi foto bersama berulang-ulang kali.

Pemberitaan Jokowi juga terlihat begitu istimewa karena pemberitaan Jokowi memiliki tempat dan waktu tersendiri. Bahkan proses mengambil gambar pun dilakukan dengan penuh persiapan dan teratur. Hal ini terlihat dari digunakannya alat bantu merekam seperti jimijip yang mampu mengambil gambar dengan jelas dari ketinggian tertentu di atas kerumunan warga.

Pembahasan

Dilema Media : *Abuse Of Power* (Penyalahgunaan Kekuasaan) oleh Media dan Etika.

Relasi media (pers) dan partai politik dalam sejarah Indonesia pada dasarnya sudah lama terjadi, dimulai sejak era kebangkitan Indonesia masa pra Kemerdekaan sampai pasca Kemerdekaan Indonesia. Tidak semua pers menjadi corong bagi partai politik, tetapi pada kenyataannya juga sebagian dari pers tersebut juga menjadi bagian dari partai politik. Sebut saja surat kabar Pikiran rakyat di masa Sukarno menjadi corong pemikiran Sukarno atas Partai Indonesia. Kemudian Daulat Ra’jat yang menjadi tempat menulis Mohammad Hatta yang merupakan organ Club Pendidikan Nasional (Hamad, 2004: 71).

Kiprah pers dan partai politik berlanjut hingga orde baru, seperti suara karya yang

maenjadi corong partai GOLKAR, partai yang berkuasa dimasa itu. Penggulingan Suharto pada periode selanjutnya atau disebut masa reformasi yang ikut meruntuhkan keterkengangan pers dalam kebebasan berekpresi nyatanya tidak sepenuhnya terlaksana. Kebebasan pers memang mungkin terbuka namun kebebasan informasi atas kepentingan public masa saja tergadaikan.

Sikap partisan media terhadap sebuah parpol memang dinyatakan secara terang – terangan bahkan ada pula yang menolak asumsi tersebut. Namun kenyataannya pada pemilu pasca tergulingnya presiden Suharto di era reformasi tepatnya di pemilu 1999, media walaupun menyatakan diri bukan partisan terhadap salah salah satu partai politik tetapi nyatanya setiap hari isi dari konten di beberapa media memberikan tempat luas bagi parpol untuk menghiasi isi konten media tersebut. Seperti Rakyat merdeka yang berelasi dengan PDIP kemudian Republika yang berelasi dengan parpol Islam dan Golkar selama pemilu 1999 (Hamad, 2004 : 75).

Hal tersebut pula dalam perkembangan media selanjutnya menjadi sebuah paradoks, dimana seharusnya media mampu menjadi ruang bagi publik yang haus informasi kini berubah menjadi corong kepentingan tertentu. Dilemma ini kian terasa mana kala pemilihan umum 2014 berlangsung media berlomba – lomba menjadi corong atas kekuasaan yang diperebutkan. Partai politik menggebu – gebu mencitrakan diri dalam wadah media yang dikuasanya. Relasi atas media dan partai politik kali ini kian nyata dengan adanya keterlibatan tokoh media khususnya televisi di Indonesia yang juga menjadi tokoh partai politik. Sebut saja kepemilikan media televisi Metro TV oleh Surya Paloh yang juga dikenal sebagai ketua umum Partai NasDem mendukung Jokowi-Jusuf Kalla. Serta pemilik Tv One, Aburizal Bakrie yang menjadi ketua umum partai GOLKAR dan Hary Tanoesoedibjo (politisi partai Hanura) yang dikenal menguasai tiga televisi RCTI, GlobalTV, dan MNC TV yang memberikan dukungan kepada Prabowo-Hatta Rajasa.

Keterlibatan tokoh-tokoh ini mengindikasikan pada kecenderungan atas ketimpangan informasi bagi publik. Ketimpangan informasi seolah-olah menjadi

makanan sehari – hari rakyat Indonesia saat ini. Bahkan ketimpangan inipun ikut mengganggu kesakralan peringatan perayaan Hari Ulang Tahun Republik Indonesia. Masyarakat pada perayaan Hari Ulang Tahun Republik Indonesia yang ke-69 ditahun 2014 disuguhi tontonan pencitraan para calon pemimpin Indonesia yang berlomba mendapatkan simpati publik. Masyarakat menjadi korban pengotoran televisi sebagai ranah ruang publik.

Hal ini seolah memperlihatkan bahwa pada dasarnya keterlibatan media di dalam politik tidak semata-mata mencerminkan perhatian media terhadap politik, melainkan menyiratkan pula adanya keterikatan atas dasar suatu kepentingan Antara sebuah media dan kekuatan politik yang diberitakannya entah kepentingan ekonomi, politik, ataupun ideologis (Herman, Edward, dan Naom Chomsky dalam Hamad, 2004 : 75).

Untuk itu dimana moral dan etika yang digunakan media dalam melaksanakan tugasnya? Sehingga melihat kasus ini dapat dikatakan etika media pun pada dasarnya dilanggar dan dikesampingkan akibat adanya *abuse of power* yang dilakukan media itu sendiri dalam fungsinya terhadap masyarakat. Karena ketika berbicara etika adalah berbicara mengenai benar atau salah. Pada ranah ini media telah salah etika. Media seharusnya dapat menjadi ruang publik yang netral sesuai dengan etika media. Memberikan pandangan yang netral yang benar dan mencerdaskan.

Moral dan Etika pada hakekatnya menurut Prof. Dr. Abdul Choliq Dahlan (2011) merupakan prinsip nilai-nilai yang menurut keyakinan seseorang atau masyarakat dapat diterima dan dilaksanakan dengan benar dan layak. Dengan demikian, prinsip dan nilai – nilai tersebut terkait dengan sikap benar dan salah yang mereka yakini (Dahlan, 2011: 396). Dalam etika didalamnya juga terdapat beberapa elemen yang terdiri dari sistem nilai yang mengacu pada aturan yang disepakati, kemudian filsafat moral, dan kode etik.

Senada dengan itu etika pada media didalamnya juga terdapat elemen dasar seperti sistem nilai dan filsafat moral, serta kode etik yang dikenal dengan aturan perundangan dan kode etik media seperti kode etik jurnalistik. Selain itu etika media juga mempertimbangkan

hak individual yang lain, masalah pelayanan publik seperti ruang public dan hak publik. Karena betapaun prioritas pada orientasi pada keunagan, suatu media masih tetap membutuhkan legitimasi yang hanya bisa didapat bila ada manfaat publik (2004 : 73). Disinilah Negara (Pemerintah) hadir sebagai pengatur etika. Etika dibuat dalam bentuk aturan seperti Undang – Undang No. 40 Tahun 1999 tentang pers, kemudian juga Undang – undang No.32 tahun 2002 tentang penyiaran, serta kode etik jurnalistik yang menjadi pegangan moral dan etika bagi aktor media. Dan dalam menelaah kasus peringatan hari raya kemerdekaan republik Indonesia yang tadi sudah dijabarkan, hal ini termasuk pada adanya pelanggaran etika dalam elemen kode etik penyiaran atas undang – undang no. 32 tahun 2002. Dimana yang di dalamnya jelas menyatakan bahwa pada bab VII, pasal 11 mengenai Perlindungan Kepentingan Publik pada ayat :

- (1) Program siaran wajib dimanfaatkan untuk kepentingan publik dan tidak untuk kepentingan kelompok tertentu.
- (2) Program siaran dilarang dimanfaatkan untuk kepentingan pribadi pemilik lembaga penyiaran bersangkutan dan/atau kelompoknya.

Kemudian pada kode etik jurnalistik yang juga dijelaskan oleh undang – undang penyiaran memberikan pengarahan dan batasan yang jelas pada Bab XVIII pasal 22, mengenai prinsip-prinsip jurnalistik yakni pada ayat:

- (1) Lembaga penyiaran wajib menjalankan dan menjunjung tinggi idealisme jurnalistik yang menyajikan informasi untuk kepentingan publik dan pemberdayaan masyarakat, membangun dan menegakkan demokrasi, mencari kebenaran, melakukan koreksi dan kontrol sosial, dan bersikap independen.
- (2) Lembaga penyiaran wajib menjunjung tinggi prinsip-prinsip jurnalistik, antara lain: akurat, berimbang, adil, tidak beritikad buruk, tidak menghasut dan menyesatkan, tidak mencampuradukkan fakta dan opini pribadi, tidak menonjolkan unsur sadistis, tidak mempertentangkan suku, agama, ras dan

antargolongan, serta tidak membuat berita bohong, fitnah, dan cabul.

- (3) Lembaga penyiaran dalam melaksanakan kegiatan jurnalistik wajib tunduk pada peraturan perundang-undangan yang berlaku serta Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3 dan SPS).
- (4) Lembaga penyiaran wajib menjaga independensi dalam proses produksi program siaran jurnalistik untuk tidak dipengaruhi oleh pihak eksternal maupun internal termasuk pemodal atau pemilik lembaga penyiaran.

Yang kemudian dalam pemilihan umum pun dalam undang – undang penyiaran cukup jelas dinyatakan batasan mana yang harus dilakukan yakni pada bab XXIX pasal 50, pada Ayat 3 yang berbunyi bahwa lembaga penyiaran tidak boleh bersikap partisan terhadap salah satu peserta Pemilihan Umum dan atau Pemilihan Umum Kepala Daerah.

Sehingga jelas jika media penyiaran berpegang pada etika media yang diatur dalam batas undang – undang penyiaran maka pada tayangan hari kemerdekaan yang dilakukan beberapa waktu lalu media mencoba melakukan *abuse of power* atas kekuasaan frekuensi yang di berikan publik.

Ini dapat berimplikasi pada dua hal, yakni jika masyarakat yang menggunakan media ini sudah berada pada level “melek” media (sudah sadar literasi media) maka krisis kepercayaan terhadap media akan muncul. Masyarakat yang “melek” ini tidak lagi menggunakan media sebagai refrensi informasinya, sehingga fungsi media sebagai pemberi informasi dan pendidikan tidaklah menjadi penting. Kemudian jika masyarakat yang menggunakan media belum “melek” media maka yang terjadi adalah kemungkinan konflik kepentingan akan terus berlangsung dan memicu tindak kekerasan yang nyata misalnya terhadap masyarakat pendukung calon dalam pemilihan.

Hal ini juga berdampak pada ketidakstabilan situasi seperti yang terjadi ketika massa dari salah satu calon pendukung marah seperti dikutip dalam tribunnnews.com massa yang berada di luar gedung MK melakukan orasi dan menurut salah seorang orator di mobil komando aksi di depan

Gedung MK, pihaknya merasa kecewa terhadap pemberitaan yang ditayangkan Metro TV, lantaran mencoba mendzolimi Prabowo Subianto - Hatta Rajasa selama kampanye dan pilpres 2014 (tribunnews.com, Jumat, 15 Agustus 2014).

Kemudian hal yang sama pun muncul pada stasiun televisi tandingan Metro TV yakni TV One. Dalam berita yang dikutip pada ANTARA, terjadi aksi pengrusakan pada kantor perwakilan TV one di Yogyakarta dimana aksi pengrusakan tersebut dilakukan lebih dari 20 orang yang merupakan reaksi dari kelompok simpatisan karena tayangan televisi swasta itu (Antara, Kamis, 3 Juli 2014).

Penutup Kesimpulan

Kebebasan informasi yang diterima Indonesia pasca reformasi pada dasarnya memberikan dampak baik dan buruk atas kebebasan pendapat. Kurang dipahaminya kebebasan pers terhadap fungsi ruang publik memungkinkan terjadinya *abuse of power* media. Hal ini semakain terlihat manakala Pemilihan Presiden Indonesia 9 Juli 2015 lalu. Dua media televisi yang bersaing menjelma sebagai partisan salah satu kandidat calon presiden. Banyak cara yang dilakukan dalam konstruksi politik pemberitaan, justru mencederai perayaan hari ulang tahun Negara yang seharusnya menjadi sakra. Perayaan Hari Ulang Tahun Indonesia yang merupakan ajang pemersatu bangsa dalam nasionalisme justru menjadi ajang pencitraan. Etika media dalam bentuk kode etik dan undang – undang pun turut dilanggar, pelanggaran ini memungkinkan terjadinya beberapa hal yang mengarah kepada tidakstabilan yang akhirnya mencederai media itu sendiri.

Saran

Kebebasan pers harus dipahami sebagai fungsi publik, sehingga mekanisme kontrol terhadap media berjalan dengan maksimal. Keikutsertaan harus dilakukan dengan semakin nyata melalui legitimasi pemerintah pada organisasi perwakilan masyarakat media, seperti asosiasi pemirsas televisi. Karena pada dasarnya keikutsertaan publik dalam fungsi kontrol merupakan bagian

dari kepemilikan televisi sebagai ruang publik bagi masyarakat.

Daftar Rujukan

Buku

- Barthes, Roland. 1991. *Mithologies*. New York : The Noonday Press.
- Dahlan, Abdul Choliq. (2011). *Hukum, Profesi Jurnalistik dan Etika Media Massa*. Jurnal Hukum, Vol XXV, No. 1 April 2011.
- Danesi, Marcel (2004). *Pesan, Tanda, dan Makna : Buku Teks Dasar Mengenal Semiotika dan Teori Komunikasi (pent: Evi Setyarini dan Lusi Lian)*. Yogyakarta : Jalasutra.
- Fiske, John. (2005). *Cultural and Communication Studies: Sebuah Pengantar Paling Komperhensif*. Bandung : Jalasutra.
- Gross, Kim Johnson. (1998). *Mens Wardrobe (Chic Simple)*. Knopf Publishing Group.
- Hamad, Ibnu (2004). *Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa : Sebuah Studi Critical Discourse Analysis terhadap Berita-Berita Politik*. Jakarta : Granit.
- Haryatmoko (2007). *Etika Komunikasi : Manipulasi Media, Kekerasan, dan Pornografi*. Yogyakarta : Kanisius.
- Undang-Undang Penyiaran No. 32 Tahun 2002

Online

- Antarnews.com (2014). Kantor TV One Dirusak
<http://www.antarnews.com/foto/68322/kantor-tv-one-dirusak> di akses pada November 2014
- Merdeka.com (2014). Pemilik Metro TV di sisi Jokowi TV One MNC Grup di sisi Prabowo.
[http://www.merdeka.com/politik/pemilik-metrotv-di-sisi-jokowi-Tv One-mnc-grup-di-sisi-prabowo.html](http://www.merdeka.com/politik/pemilik-metrotv-di-sisi-jokowi-Tv-One-mnc-grup-di-sisi-prabowo.html) di akses pada November 2014
- Remotivi.or.id (2014). (Siaran Pers) Eskalasi Politik dalam Bingkai Konglomerasi Media.
diakses pada November 2014
- Tribunnews.com (2014). Ribuan Massa Kubu Prabowo Ancam Bakar Kantor Metro TV.

<http://www.tribunnews.com/pemilu-2014/2014/08/15/ribuan-massa-kubu-prabowo-ancam-bakar-kantor-metro-tv>

di akses pada November 2014

TV One. 17 Agustus 2014. Siaran Langsung Upacara Bendera Peringatan HUT RI ke-69.

Metro TV. 17 Agustus 2014. Liputan Perayaan HUT RI, Jokowi Ikut Lomba Balap Karung.

Septian (2013). Menguak Asal Usul Nama Jeep Rubicon.

<http://news.okezone.com/read/2013/07/16/424/837560/menguak-asal-usul-nama-jeep-rubicon>

di akses pada November 2014