

BERBAGAI KELEMAHAN DAN KELEBIHAN KODE ETIK SEBAGAI PANDUAN MORAL PEKERJA MEDIA

Oleh : Rekno Sulandjari

Abstract

Most professions – and fields with pretensions to professionalism – have a code of ethics. Indeed, one of the hallmarks of a profession as distinct from an occupation or a trade is that it has an ethical code, often with teeth to enforce it. Some of these codes are primarily for the benefit of practitioners in the professions. Its focus on such things as economics and control over entrance to the fields and its practice. Codes may also be public relations exercise, intended to make customers or the general public look more favorable on the professions. Finally, codes can also form a useful set of guidelines for practitioners, with the best interest of the public – the professions's customers – at heart.

Key words: occupation, trade and guidelines

BAB I

PENDAHULUAN

Semua profesi-dan cabang pekerjaan yang menginginkan profesionalisme – memiliki kode etik. Beberapa kode ini utamanya memberikan keuntungan bagi individu sebagai anggota masyarakat dan beraktivitas di bidang pekerjaan tertentu juga bagi praktisi yang profesional di bidangnya, yang memberikan sebuah bentuk aturan yang gunanya memandu para praktisi yang banyak menghubungkan dengan publik. Bagi beberapa orang, aturan-aturan formal sangat diperlukan sebagai tanda bagi profesi yang diakui keberadaannya, bagi yang lain aturan-aturan bernilai membatasi hubungan yang saling menakutkan atau mengalahkan, penyimpangan dan kecurangan. Bentuk aturan-aturan lain yang diikuti oleh pelaksanaan profesi lainnya. Salah satunya adalah dalam kode etik jurnalistik. Sebelum membahas etika jurnalistik lebih lanjut, alangkah baiknya jika mengetahui tentang konsep dari etika jurnalistik itu sendiri. Sebelumnya terdapat 3 makna etika yaitu:

1. Nilai-nilai dan norma-norma moral yang menjadi pegangan bagi seseorang atau suatu kelompok dalam mengatur tingkah lakunya (sistem nilai)
2. Kumpulan azas/norma moral (kode etik)
3. Ilmu tentang yang baik/buruk (filsafat moral)

Sehingga dapat disimpulkan bahwa etika yang kita gunakan pada kajian permasalahan kali ini adalah konseptualitas etika yang kedua yaitu kumpulan azas atau norma moral atau seringkali disebut sebagai kode etik.

Wartawan adalah orang yang secara teratur melaksanakan kegiatan jurnalistik, dan juga memiliki kebebasan untuk memilih organisasi wartawan bagi dirinya. Bersamaan dengan itu wartawan juga bebas memilih untuk tidak menjadi anggota organisasi wartawan. Namun kaitannya sebagai seorang yang profesional, ia tak bisa menolak untuk menjunjung tinggi moral, etika dan hukum. Dan sudah selayaknyalah wartawan memiliki dan mentaati kode etik jurnalistik, yaitu berupa himpunan etika profesi kewartawanan yang disepakati oleh organisasi wartawan dan ditetapkan oleh Dewan Pers. Sejak tanggal 6 Agustus 1999, Dewan Pers mengeluarkan Keputusan Dewan Pers No.I/SK-DP/2000 tentang Kode Etik Wartawan Indonesia (KEWI), yang merupakan bagian yang utuh dan tidak bisa dipisahkan dari UU Pers. Artinya, mekanisme kerja jurnalistik dan penegakkan Etika Jurnalistik, UU Pers menunjuk kepada KEWI sebagai panduan yang dipakai secara nasional (Hinca IP Pandjaitan, 2004) .

FILISOFI JURNALISTIK DAN FUNGSI MEDIA

Jurnalisme mulai muncul pada awal abad ke-17 dan betul-betul lahir dari perbincangan terutama di tempat publik seperti kafe di Inggris, Pub dan kedai minuman di USA. Pemilik bar menjadi tuan rumah dari perbincangan yang seru dari para pengelana di kedainya. Para pengelana juga seringkali mencatat apa yang mereka lihat dan dengar dalam sebuah buku yang disimpan di ujung bar.

Pers bebas di era elektronik medium abad ke-21 memiliki relefansi informasi yang begitu bebas, sehingga pengertian jurnalisme sebagai entitas yang homogen bisa jadi malah ganjil. Yang pasti, pengertian pers sebagai penjaga gerbang informasi – memutuskan informasi apa yang seharusnya diketahui atau tidak diketahui publik – tak lagi dengan tegas mendefinisikan peranan jurnalisme. Wartawan era baru tak lagi memutuskan apa yang seharusnya diketahui publik tapi bahkan harus mau membantu khalayaknya mengerti secara runtut, apa yang seharusnya mereka ketahui. Hal ini secara tak langsung berarti menambah interpretasi analisis pada sebuah laporan berita. Lebih tepat jika disebut tugas pertama wartawan era baru adalah memverifikasi apakah informasinya bisa dipercaya, lantas meruntutkannya sehingga khalayak bisa memahaminya secara efisien. Menurut Seeley Brown (Bill Kovach, 1996:21) dalam sebuah era ketika siapa saja bisa menjadi reporter atau

komentator, maka media bergerak pada jurnalisme dua arah dimana bisa saja wartawan menjadi pemimpin diskusi atau mediator daripada menjadi guru atau pengajar semata. Khalayak tidak hanya menjadi konsumen melainkan “prosumen” yaitu sebuah persilangan antara konsumen dan produsen.

Mc Quail (1996:70) menggraisbawahi bahwa fungsi media tak bisa dilepaskan dari beberapa peranan berikut:

1. Fungsi informasi, di sini diartikan pers merupakan diseminasi informasi mengenai peristiwa dan fenomena-fenomena serta kondisi sosial yang terjadi di lingkungan di mana khalayaknya berada.
2. Fungsi korelasi, pers di sini menjelaskan, menafsirkan, mengomentari suatu peristiwa dan informasi yang berkembang membentuk konsensus. Tentunya memiliki justifikasi yang bisa positif atau sebaliknya negatif
3. Fungsi Sustainability, yaitu fungsi pers dalam mengekspresikan budaya dominan, mengakui eksistensi pihak lain, dan melestarikan nilai-nilai yang menjadi tradisi suatu masyarakat tertentu
4. Fungsi Mobilisasi, yaitu dimana peranan pers di sini mengkampanyekan tujuan masyarakat dalam bidang hukum, politik, perang, pembangunan, ekonomi dan sebagainya.

Namun demikian, saat ini tak ada media yang benar-benar netral dan independent, banyak sekali media yang sajian informasinya sudah dikemas sedemikian rupa sehingga memenuhi konstruksi yang diinginkan elite politik atau bahkan awner dari perusahaan media cetak itu sendiri. Hal ini sesuai sekali dengan pendekatan yang diutarakan oleh Brian Mc. Nair (1994:58) tentang isi media bahwa media memiliki :

1. Pendekatan ekonomi politik. Hal ini bisa dijelaskan bahwa isi media lebih ditentukan oleh kekuatan-kekuatan ekonomi dan politik dri luar media. Faktor pemilik media, modal dan pendapatan media dianggap menentukan wujud isi media.
2. Pendekatan organisasi. Dalam pendekatan yang kedua ini menjelaskan bahwa isi media adalah hasil mekanisme di dalam ruang redaksi. Seringkali terjadi intrik di antara kepentingan para manajemen di departemen iklan dan defisi pemberitaan atau keredaksiannya. Mekanisme bersifat internal dan tidak ditentukan oleh kekuatan-kekuatan di luar media. Media lebih otonom menentukan konten sesuai kepentingan ekonomi yang dialami saat itu.

3. Pendekatan kulturalis. Pada pendekatan jenis ini merupakan kombinasi antara pendekatan kedua hal di atas. Bahwa isi media dilihat sebagai mekanisme rumit yang melibatkan rutinitas internal sekaligus faktor eksternal media. Sangat sering terjadi perdebatan sengit dan lebih kompleks di banding kedua pendekatan di atas.

BAB II

PERMASALAHAN

Di Indonesia sendiri era kebebasan pers kembali lahir setelah lebih dari 40 tahun menghilang dan terjadi manakala pemerintah Orde Baru tumbang tahun 1998 dan digantikan dengan Orde reformasi. Dengan kemudahan mendapatkan SIUPP, maka masyarakat beramai-ramai mendapatkan surat kabar, majalah dan tabloid. Jumlah SIUPP yang dikeluarkan Departemen Penerangan pada waktu membanggakan, namun tak semua penerbit yang mendapat SIUPP dapat terbit dengan teratur pada tahun 1999 SIUPP yang dikeluarkan sejumlah 1.687 sedangkan media yang terbit hanya sekitar 81% nya saja yaitu sejumlah 1.381 buah itupun berkurang tinggi sekitar 551 saja yang eksis hingga akhir tahun semester 2000/2001 SIUPP yang terbit 1.051 dengan 566 saja yang terbit hingga akhir tahun. Semikian penjelasan Dewan Pers atas pertanyaan DPR R\$1, 21 Maret 2002 dalam Buku Hari Wiryawan (2007:117)

Dengan adanya deregulasi pers hingga akhir dihapuskannya SIUPP dan adanya jaminan kebebasan pers, kemudian muncullah persoalan baru dimana terdapat berbagai tuduhan yang gencar dari berbagai kalangan yang mengatakan bahwa pers Indonesia telah kebablasan. Pers telah dinilai bertindak tidak etis dan tak dianggap tidak memihak hati nurani serta mengumbar sarkasme yaitu dalam pemilihan gambar pendukung dan kebrutalan penyajian foto pendukung nilai berita yang pada awalnya dimaksudkan demi menambah nilai dari isi berita tersebut. Namun pada akhirnya justru menimbulkan ketidaketisannya dan menoyak rasa kemanusiaan pembacanya sebagai makhluk sosial.

Pemberitaan berbagai kerusuhan mulai Situbondo 1996, Ambon Januari 1999, dan yang terakhir tragedi berdarah yang konon direkayasa menurut Bambang Soesatyo, anggota Komisi III DPR Fraksi Partai Golkar (SM, 17 Februari 2011) di Cekeusik Pandeglang Banten dan penyerangan pondok pesantren di Pasuruan Jatim. Dan kerusuhan di Temanggung miris siapapun penontonnya dari latar belakang

apapun khalayaknya, manakala menyaksikan paparan, gambaran, sajian korban yang penuh luka, senjata yang di layar tampak jelek ketajamannya akan sangat miris terutama jika yang menyaksikan berita tersebut dari kalangan anak-anak. Namun anehnya, di layar kaca, utamanya TV-TV swasta Nasional khususnya justru mengulang-ulang lagi berita tersebut, berikut gambarnya secara kontinyu dan berkesinambungan. Seringkali bahkan korban kerusuhan tersebut terpampang rupanya dengan sangat jelas tanpa di'blur' sehingga tampak jelas ketragsisan luka bacokan dan lain-lainnya. Gambar gosongnya kendaraan dibakar massa, baik milik aparat maupun milik golongan yang ditindas jelas dan bahkan diungkapkan kepemilikannya sekaligus sungguh mengkhawatirkan jika hal ini dibiarkan secara terus-menerus karena keberpihakan bagi khalayak yang menonton pada golongan yang sedang bersegera dan akan terpengaruh terhadap sensitifitas rasa manusiawi individu. Karena beberapa penelitian yang dilakukan pada dekade 90-an baik di luar negeri maupun di Indonesia sendiri menyatakan ada tingkat signifikansi yang tinggi antara tayangan kekerasan di TV yang berdampak terhadap agresivitas seseorang khususnya anak-anak sudah banyak yang melakukan dan membuktikannya. Dari latar belakang dan perumusan masalah di atas dapat ditarik beberapa permasalahan yaitu :

1. Mampukah Kode Etik Jurnalistik menjadi panduan moral bagi para pekerja media?
2. Apa sajakah kelemahan dan kekurangan Kode Etik Jurnalistik dalam menjadi Panduan Moral ini?
3. Bilamana Kode Etik Jurnalistik jika dikaitkan dengan perspektif etika deontologi, etika teologi dan etika keutamaan?

BAB III

PEMBAHASAN

Teori keterkaitan Publik Dave Burgin menjelaskan bahwa setiap orang mempunyai minat dan bahkan menjadi pakar terhadap sesuatu. Oleh karenanya sangatlah memungkinkan jika seseorang wartawan ikut serta mewujudkan kemerdekaan pers demi terpenuhinya hak asasi manusia untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi yang juga memahami sikap yang menjadi /publik/khalayaknya selama ini. Argumentasi bahwa orang sebenarnya tak ambil peduli atau sebaliknya bahwa orang tertarik pada semua hal adalah mitos belaka saat mereka mendengarkan wartawan maupun warga berbicara, ia menyadari tentang deskripsi yang lebih

realistis mengenai bagaimana orang-orang berinteraksi dengan berita . bergantung pada discourse yang disampaikan media khalayak terbagi menjadi 3 bagian besar yaitu :

1. Publik yang terlibat, dengan taruhan pribadi dalam sebuah persoalan dan punya pemahaman kuat
2. Publik yang berminat, yang tak punya peran langsung dalam persoalan itu tapi terpengaruh olehnya dan menanggapi dengan pengalaman tangan pertama
3. Publik yang tak berminat yang menaruh perhatian kecil saja dan akan bergabung, jika memang akhirnya ia memutuskan untuk begitu, setelah semua garis-garis wacana ditata oleh orang lain.

Sehingga setelah mengetahui jenis khalayaknya, dalam mewujudkan kemerdekaan pers, wartawan Indonesia menyadari tanggung jawab sosial serta keberagaman masyarakat dan memahami salah satu fungsi media khususnya yaitu sebagai sustainability. Guna menjamin tegaknya kebebasan pers serta terpenuhinya hak-hak masyarakat diperlukan suatu landasan moral/etika profesi yang bisa menjadi pedoman operasional dalam menegakkan integritas dan profesionalitas wartawan. Atas dasar itu wartawan Indonesia menetapkan Kode Etik yang terangkum melalui 7 butir (Hinca Pandjaitan,2004) sebagai berikut :

1. Wartawan Indonesia menghormati hak masyarakat untuk memperoleh Informasi yang benar, **penafsirannya**, wartawan Indonesia yang beriman dan bertaqwa kepada Tuhan YME melaporkan dan menyiarkan informasi secara faktual dan jelas sumbernya, tidak menyembunyikan fakta serta pendapat yang penting dan menarik yang perlu diketahui publik sebagai hak masyarakat untuk memperoleh informasi yang benar dan akurat. **Contoh kasus :**

Tuntutan pembubaran Ahmadiyah di Indonesia dengan dasar UU Penodaan Agama (UU No.1/PNPS/1965) dan SKB 3 Menteri. Juga desakan agar ahmadiyah keluar dari Islam, karena mengakui adanya Nabi setelah Nabi Muhammad. Maka sudah seyakinya wartawan mengungkap juga cover both side melalui opinion leader yang mengemuka saat ini yang bersifat mengayomi, sehingga kesenjangan antar golongan tak semakin memanas.

2. Wartawan Indonesia menempuh tata cara yang etis untuk memperoleh dan menyiarkan informasi serta memberikan identitas kepada sumber informasi, **penafsirannya**, wartawan Indonesia dalam memperoleh informasi dari sumber berita/narasumber, termasuk dokumen dan memotret, dilakukan dengan cara-cara

yang dapat dipertanggungjawabkan menurut hukum, kaidah-kaidah kewartawanan, kecuali dalam hal investigative reporting. **Contoh kasus :**

Pemberitaan korban kerusuhan yang penuh luka selayaknya dibuat 'blur' sesuai dengan kaidah-kaidah kewartawanan yang mengacu pada sisi manusiawi dan hati nurani. Kecuali jika memang sayatan luka tersebut akan membuka sebuah rahasia yang berkaitan dengan investigative reporting. Namun jika hanya upaya gambar pendukung adanya korban, tak perlu tampak jelas bentuk dan ketragisan luka yang terjadi disajikan dengan gamblang. Dan khusus pasal inilah yang menjadi kajian topik permasalahan kali ini.

3. Wartawan Indonesia menghormati asas praduga tak bersalah, tidak mencampurkan fakta dengan opini, berimbang, dan selalu meneliti kebenaran informasi, serta tidak melakukan plagiat. **Penafsirannya**, wartawan Indonesia dalam melaporkan dan menyiarkan informasi, tidak menghakimi atau membuat kesimpulan kesalahan seseorang, terlebih lagi untuk kasus-kasus yang masih dalam proses peradilan. Wartawan tidak memasukkan opini pribadinya. Wartawan, sebaliknya dalam melaporkan dan menyiarkan informasi perlu meneliti kembali kebenaran informasi. Dalam pemberitaan kasus permasalahan dan perbedaan pendapat, masing-masing pihak harus diberikan ruang/waktu pemberitaan secara berimbang.
4. Wartawan Indonesia tidak menyiarkan informasi yang bersifat dusta, fitnah, sadis dan cabul, serta tidak menyebut identitas korban kejahatan susila. **Penafsirannya**, Wartawan Indonesia tidak melaporkan dan menyiarkan informasi yang tidak jelas sumber dan kebenarannya, rumor atau tuduhan tanpa dasar yang bersifat sepihak. Informasi yang secara gamblang memperlihatkan aurat yang bisa menimbulkan nafsu birahi atau yang mengundang kontroversi publik. Untuk kasus tindak perkosaan/pelecehan seksual, tidak menyebutkan identitas korban, untuk menjaga dan melindungi kehormatan korban.
5. Wartawan Indonesia tidak menerima suap, dan tidak menyalahgunakan profesi. **Penafsirannya**, Wartawan Indonesia selalu menjaga kehormatan profesi dengan tidak menerima imbalan dalam bentuk apapun dari sumber berita/nara sumber, yang berkaitan dengan tugas-tugas kewarganegaraannya, dan tidak menyalahgunakan profesi untuk kepentingan pribadi atau kelompok.
6. Wartawan Indonesia memiliki Hak Tolak, menghargai ketentuan embargo, informasi latar belakang dan off the record sesuai kesepakatan. **Penafsirannya**, Wartawan Indonesia Melindungi nara sumber yang tidak bersedia disebut nama dan identitasnya.

Berdasarkan kesepakatan, jika nara sumber meminta informasi yang diberikan untuk ditunda pemuatannya, harus dihargai. Hal ini berlaku juga untuk informasi latar belakang.

7. Wartawan Indonesia segera mencabut dan meralat kekeliruan dalam pemberitaan serta melayani Hak Jawab. **Penafsirannya**, Wartawan Indonesia segera mencabut dan meralat pemberitaan dan penyiaran yang keliru dan tidak akurat dengan disertai permintaan maaf. Ralat ditempatkan pada halaman yang sama dengan informasi yang salah atau tidak akurat. Dalam hal pemberitaan yang merugikan seseorang atau kelompok, pihak yang dirugikan harus memberikan kesempatan untuk melakukan klarifikasi.

Adapun pengawasan dan penetapan sanksi atas pelanggaran kode etik ini sepenuhnya diserahkan kepada jajaran pers dan dilaksanakan oleh organisasi yang dibentuk untuk itu. Jikalau seorang wartawan melakukan pemberitaan yang dianggap melakukan pencemaran nama baik karena tak terbukti, jajaran dewan pers pun tak dapat membelanya jika yang bersangkutan diajukan ke meja hijau karena dianggap melanggar pasal KUHP.

Kelebihan dan Kekurangan Kode Etik Jurnalistik

Makin bertambahnya informasi mendasar bagi khalayak membuat makin dibutuhkannya keseimbangan jalan masuk informasi merupakan hal yang krusial, kecuali jika kepentingan-kepentingan tertentu menunjukkan bahwa kelompok merasa tak diuntungkan dari tak didapatnya akses informasi itu sendiri. Ditinjau dari kemajuan sistem transformasi informasi yang merujuk pada teknologi serat optik atau transmisi satelit yang membawa kesinambungan signal TV, suara dan cetakan – dan apapun yang termasuk jaringan komunikasi akan bisa diakses bagi khalayak sehingga mendapatkan keuntungan secara fisik, ekonomi, linguistik, atau bahkan penambahan pengetahuan dalam hal pendidikan. Yang menjadi bahan perdebatan di sini adalah, para produsen di bidang difusi inovasi informasi memiliki tanggung jawab yang sama dengan para produsen makanan dan jasa pelayanan yang lainnya, yang memiliki jaminan tertentu bagi produk-produknya tersebut. Secara etis memang demikian. Media massa tak hanya memiliki kewajiban etis dalam membantu memberikan jaminan menghadirkan “informasi yang seimbang” kepada khalayaknya, tetapi juga harus memiliki beberapa alasan praktis melakukannya.

Beberapa alasan praktis ditinjau dari sisi ekonomi antara lain yaitu jika kelompok masyarakat telah dicabut dari akses informasi, menyebabkan media kehilangan konsumen

potensial, dan kemudian kehilangan target potensial para pemasang iklan. Alasan lainnya adalah khalayak menjadi lebih waspada akan nilai kepentingan dari akses berbagai macam sumber informasi, seperti misalnya menjadi lebih memahami akan tindakan atau langkah-langkah apa yang bisa ditempuh pemerintah ketika media tak mampu dan mau lagi memberikan jaminan bagi khalayaknya dalam mendapatkan pencerahan dan kemajuan melalui informasi yang disampaikannya. Namun demikian, alasan terpenting yang menjadi perhatian bagi media tentang keseimbangan informasi adalah point perhatian dari sisi utilitarian dimana akan dianggap baik bagi masyarakat manakalabaik sesuai pandangan media. Konsekuensi etik dari informasi yang ‘terpinggirkan’ merupakan sesuatu yang sederhana untuk perlu diseriusi praktisi media dalam memberikan pelayanan dalam informasi bagi khalayaknya. Karena, yang lebih membutuhkan perhatian adalah keseimbangan pada akses informasi dimana berbagai macam gate keeping diberlakukan pada operasionalisasi keredaksian media. Tujuannya adalah memberikan keuntungan dalam hal keetisan media bagi pertambahan ketergantungan khalayak akan informasi.

Majalah, koran dan TV (baik TV kabel maupun reguler lainnya) memiliki tujuan akhir dengan memproyeksikan segmen pasar media mereka dengan memiliki spesialisasi khalayak. Seringkali justru lebih banyak dari mereka dari golongan yang tidak sejahtera merupakan daya tarik bagi sasaran iklan. Di sinilah bisnis itu dimainkan. Ditambah dengan berbagai masalah tentang print out hasil dari media tradisional keuntungan secara finansial tidaklah sebanding dengan media siar TV kabel yang memiliki segmen pasar kaum sejahtera misalnya. Produsen media lebih menyetujui tindakan untuk mengurangi oplah surat kabarnya di daerah yang rawan kriminalitas dan menggali lebih besar oplah di kawasan perkantoran demi mengejar target pasar pemasang iklan potensial. Hal ini selaras dengan fungsi para praktisi media yang merupakan partisipan-partisipan penting bagi khalayak media. Mereka merupakan penolong orang dalam mendapatkan informasi dan hiburan. Menolong dalam membentuk opini dalam issue-isue yang pendek, pengawas lingkungan, transformasi budaya dan membantu secara ekonomi dalam mempromosikan produk-produk dan bidang-bidang layanan lainnya. Mereka juga membantu di bidang pendidikan dan mensosialisasikan berbagai populasi dan ideologi yang bersifat membangun dan memberikan inovasi bagi kemajuan dan kesejahteraan kehidupan. Sehingga dari sisi luar dapat dibedakan pemahaman akses media bahwa, pertama, ketidakmampuan individu/orang atau kelompok untuk menerima media, dikarenakan adanya kondisi ekonominya yang sangat minim. Kedua, ketidakmampuan individu/orang/kelompok untuk memahami cerita/informasi/inovasi yang

disampaikan oleh media. Banyak khalayak memberikan akses yang menguntungkan bagi mediana terutama dalam hal memberikan kontribusinya secara ekonomis, baik dari tindakan menyaksikan iklan komersial, melakukan/membeli layanan/produk yang diiklankan atau menjadi konsumen setia pada layanan/produk yang sedang disiarkan oleh media massa tersebut. Namun sebaliknya, hanya sedikit media yang mampu berkontribusi secara etis dalam pelayanan memberikan informasi dan pencerahan bagi khalayaknya.

Dari penjabaran di atas secara garis besar dapat ditarik suatu kesimpulan tentang kelebihan-kelebihan kode etik tersebut dalam menjadi panduan bagi kalangan pekerja media yaitu antara lain :

1. Secara moral bertanggung jawab menjaga terakomodirnya hak masyarakat untuk memperoleh informasi yang terang dan jelas.
2. Bertanggung jawab terhadap proses pemerolehan sumber informasi yang aktual dan dapat dipertanggungjawabkan keobyektivitasannya.
3. Tak mencampuradukkan fakta dengan subyektivitas pemikiran wartawan itu sendiri.
4. Selalu melakukan hak jawab, hak tolak dan menghargai ketentuan embargo dan informasi latar belakang berita off the record sebagai penyeimbang atau alternatif berita yang memiliki nilai-nilai two both side.

Sehingga kepentingan dari tiga sisi dapat diakomodir oleh kode etik jurnalistik tersebut yaitu, kepentingan dari sisi media itu sendiri, kepentingan dari sisi khalayak/audience untuk mendapatkan informasi, dan dari sisi industri media untuk mendapatkan keuntungan melalui sirkulasi oplah atau pemasang iklan. Karena jika secara de facto dan de jure sudah selaras maka media yang bersangkutan akan pula terhindar dari pembreidelan dan dapat dijamin usianyapun akan panjang.

Namun demikian, jika ditinjau dari sisi kekurangan kode etik jurnalistik itu sendiri dapat disimpulkan bahwa :

1. Sangat kurang pasal-pasal yang memuat tentang kepentingan bagi masyarakat/khalayak, karena lebih banyak menekankan pada pasal-pasal bagi tindakan individu pekerja media yang bersangkutan.
2. Kurang memuat sisi jaminan tujuan ketentraman bagi banyak orang demi sebuah proses penyajian berita.

3. Tak ada konsekuensi secara materiil bagi pelaku/praktisi jurnalistik yang tak menjalankan kode etik jurnalistik tersebut sehingga banyak yang tak melakukan dalam kegiatan profesional kerjanya sehari-hari. Karena pengawasan dan penetapan sanksi atas pelanggaran kode etik sepenuhnya diserahkan pada jajaran pers dan dilaksanakan oleh organisasi yang dibentuk untuk itu.
4. Tak ada jaminan secara hukum yang bisa melindungi pekerja pers jika terdapat aduan mengenai pemberitaan yang dianggap melakukan pencemaran nama baik, sehingga ia harus benar-benar mempertahankan dan melindungi siapa yang menjadi sumber beritanya, sehingga bisa membantunya sebagai saksi kunci dari permasalahan yang sedang terjadi.

Korelasi Kode Etik Jurnalistik dan Fungsi Ideal Media

Merujuk pada fungsi ideal sebuah media berikut pendekatan organisatoris dan peran sebuah etika media dalam hal ini kode etik jurnalistik maka dapat disimpulkan bahwa kode etik jurnalistik seharusnya memang mampu mengarahkan para pekerja media dalam memberikan pencerahan bagi khalayaknya dengan gambar-gambar yang etis penuh manusiawi humanistik, dan tak mengumbar kabrutalan dan ketragisan luka yang ada pada korban-korban, kerusuhan pada khususnya. Asalkan makna yang akan disampaikan sudah dapat dicapai, yaitu pesan bahwa telah terjadi kerusuhan yang sangat besar dengan banyaknya korban jiwa dan bentrok dasyat yang terjadi, maka tak perlu lagi mengumbar korban dengan penuh luka menganga, jika memang maksudnya ingin mencapai belas kasih dari sesama atau bahkan mendramatisir sebuah fenomena yang sedang berlangsung. Menurut Dilsnof, S.Sos, MAP pimpinan pemberitaan TVRI Jateng, dalam setiap penayangan kerusuhan tak pernah menayangkan akibat kerutalan korban kerusuhan seperti halnya apa yang dilakukan dengan TV swasta di Jakarta yang selalu dan bahkan terus-menerus mengulang-ulang apa yang menjadi topik menarik saat itu. Walaupun TVRI Jateng juga memiliki rekaman gambar tersebut, atau bahkan gambar yang dimilikinya justru lebih bersifat mendramatisir suasana kerusuhan. Jika TV swasta memilih mengulang-ulang pemberitaannya tersebut dimungkinkan karena slot iklan pada berita jenis ini banyak dan pemirsa juga sangat meminatinya. "Padahal mereka tak sadar, jika hal tersebut diulang-ulang justru akan menumpulkan rasa manusiawi kita dan menganggap korban yang demikian itu merupakan korban yang biasa saja, tak perlu perhatian khusus", ungkapnya lebih lanjut pada wawancara dengan penulis tanggal 14 Februari 2011 yang lalu di ruangannya di Pucang Gading Mranggen Demak. Sehingga

media yang memiliki tingkat kedisiplinan tinggi dengan tunduk akan kode etik jurnalistik salah satunya adalah Lembaga Penyiaran Publik TVRI Jawa Tengah. Hal ini ditempuh guna mencapai suasana kondusif di tengah-tengah masyarakat yang sangat heterogen, sehingga meminimalisir pertikaian yang lebih luas lagi.

Etika Kewajiban dan Etika Keutamaan

Terdapat dua pendekatan moral yang dapat ditemukan dalam kehidupan sehari-hari dalam tradisi pemikiran filsafat moral tampak sebagai dua tipe teori etika yang berbeda yaitu :

1. Etika Kewajiban, mempelajari prinsip-prinsip dan aturan-aturan moral yang berlaku untuk perbuatan kita dan berfokus pada 'doing'. Jika terjadi konflik antara dua prinsip moral yang tidak bisa dipenuhi sekaligus, etika jenis inilah yang menentukan yang mana yang harus diberi prioritas.
2. Etika Keutamaan, mempunyai orientasi yang lain dimana mengarahkan fokus perhatian pada 'being' manusia. Tidak menyoroti perbuatan satu demi satu, apakah sesuai atau tidak dengan norma moral, tapi lebih memfokuskan pada manusianya itu sendiri.

Frankena berpendapat bahwa etika kewajiban dan etika keutamaan melengkapi satu sama lain. Namun demikian dalam kehidupan moral yang rutin keutamaan sangat dibutuhkan. Hanya dalam keadaan eksepsional, seperti dilema moral, kita mendasarkan kelakuan kita secara eksplisit atas suatu prinsip moral. Di sisi lain etika keutamaan membutuhkan juga etika kewajiban. Etika keutamaan saja adalah buta, jika tidak dipimpin oleh norma atau prinsip. Keutamaan sendiri diartikan sebagai disposisi watak yang telah diperoleh seseorang yang memiliki kecenderungan tetap dan memungkinkan dia untuk berbuat/bertingkah laku baik secara moral, contohnya adalah kemurahan hati. Keutamaan berkaitan dengan kehendak sehingga cenderung ke arah yang tertentu, contohnya adalah kerendahan hati. Keutamaan diperoleh melalui jalan membiasakan diri dan karena itu merupakan hasil latihan, dan tidak dimiliki manusia sejak lahir karena yang dibawa sejak lahir disebut sifat watak non moral. Keutamaan berbeda dengan ketrampilan, karena ketrampilan hanya memungkinkan orang untuk melakukan jenis perbuatan tertentu sedangkan keutamaan mempunyai lingkup kemungkinan jauh lebih luas, contoh : keberanian, kemurahan hati, kesabaran dan keutamaan apa saja tak pernah terarah pada jenis perbuatan tertentu saja. Pada ketrampilan kesulitan terletak pada teknis, sedangkan

keutamaan pada kehendak. Kesulitan pada ketrampilan diperoleh melalui membaca, kursus atau melatih diri. Sementara keutamaan tidak bisa hanya membaca buku atau berlatih saja. Ketrampilan tak akan hilang jika yang bersangkutan membuat kesalahan, namun bagi keutamaan jika sengaja berbuat jahat kepada orang lain tidak lagi mempunyai keutamaan kebaikan hati. Keutamaan membuat manusia menjadi baik secara pribadi, bukan anak-anaknya, orang tuanya, temannya kecuali mereka sendiri memiliki keutamaan juga. Namun jika kelompok menjadi baik secara moral justru sebagai kelompok disebut ethos, yang menunjukkan ciri-ciri, pandangan dan nilai, yang menandai sebagai kelompok.

Mutu moral perbuatan dibedakan menjadi 3 oleh teori-teori etika yaitu :

1. Ada perbuatan yang merupakan kewajiban begitu saja dan harus dilakukan, contoh : mengatakan yang benar, menghormati privasi
2. Ada perbuatan yang dilarang secara moral dan tidak boleh dilakukan, contoh : tidak boleh berbohong, ingkar janji dan membunuh
3. Ada perbuatan yang diijinkan dari sudut moral, dalam arti tidak dilarang dan tidak diwajibkan, contoh : main catur di waktu senggang, menonton TV di luar jam kerja, yang disebut amoral yaitu kegiatan yang netral, tidak baik juga tidak buruk

Sedangkan menurut sejarahnya filsafatnya terdapat banyak sistem etika, artinya banyak uraian sistematis yang berbeda-beda tentang hakekat moralitas dan peranannya dalam hidup manusia :

1. Hedonisme, adalah sesuatu yang baik menurut apa yang memuaskan keinginan kita, apa yang meningkatkan kuantitas kesenangan atau kenikmatan dalam diri kita, dimana di sini terdapat 4 tinjauan kritis yaitu : a) Di dalamnya terkandung kebenaran yang mendalam. Manusia menurut kodratnya mencari kesenangan dan berupaya menghindari ketidaksesenangan. Padahal belum tentu tindakan manusia memiliki motivasi terakhir dengan meraih kesenangan, karena banyak diantaranya membaktikan hidupnya kepada sesama demi niatan murni tanpa pamrih. b) Di dalamnya terkandung loncatan yang tidak dipertanggungjawabkan, karena menyetarakan kesenangan dengan moralitas yang baik c) Di dalamnya mempunyai konsepsi yang salah tentang kesenangan dimana memandang sesuatu adalah baik karena disenangi, padahal sebenarnya kesenangan adalah pantulan subyektif dari

sesuatu yang obyektif d) Mengandung egoisme karena hanya memperlihatkan kepentingan dirinya sendiri saja.

2. Eudemonisme, diartikan sebagai kebahagiaan. Dalam setiap keinginan manusia mengejar suatu tujuan dimana makna terakhir hidup manusia adalah kebahagiaan (eudaimonia). Terdapat 3 tinjauan kritis yaitu : a) Keutamaan yang disebutkan di sini tidak merupakan hasil pemikiran Aristoteles sendiri tapi mencerminkan pandangan etis masyarakat Yunani pada waktu itu dan lebih khusus lagi mencerminkan golongan borjuis masyarakat Athena b) Belum memahami hak manusia, apalagi persamaan hak semua manusia c) Tidak begitu berguna untuk memecahkan dilema moral yang besar perikehidupan manusia, contoh : penggunaan tenaga nuklir, kloning, dan sebagainya.
3. Utilitarisme, terbagi menjadi dua Utilitarisme Klasik dan Utilitarisme Aturan, merupakan dasar etis untuk memperbaharui hukum khususnya pidana, dimana hukum adalah memajukan kepentingan para warga negara dan bukan memaksakan perintah-perintah ilahi atau melindungi hak-hak yang disebut kodrati. Bentham meninggalkan hedonisme individualistis dan egoistis dengan menekankan bahwa kebahagiaan itu menyangkut seluruh umat manusia. Terdapat 3 tinjauan kritis yaitu : a) Mempertanyakan pertanggungjawaban sifat kebahagiaan secara umum, padahal dasar yang dipakai adalah psikologis yang semata-mata bersifat individualistis b) Prinsip bahwa kegunaan suatu perbuatan adalah baik jika menghasilkan kebahagiaan terbesar untuk jumlah orang terbesar, tidak selamanya benar, contoh : penyiksaan yang dilakukan oleh banyak orang c) Prinsip kegunaan tidak memberi jaminan apapun bahwa kebahagiaan dibagi juga dengan adil, contoh : banyaknya rakyat sejahtera, ingkar pada janji.
4. Deontologi, merupakan sistem etika yang tidak mengukur baik tidaknya suatu perbuatan berdasarkan hasilnya, namun semata-mata berdasarkan maksud pelaku dalam melakukan perbuatan tersebut, tidak menyoroti tujuan yang dipilih bagi perbuatan/keputusan melainkan semata-mata wajib tidaknya perbuatan dan keputusan kita. Deontologi menurut I. Kant, yang bisa disebut baik dalam arti yang sesungguhnya yaitu hanyalah kehendak yang baik, contoh : kesehatan, kekayaan, kepandaian adalah baik jika digunakan dengan baik oleh kehendak manusia, tapi jika dipakai oleh kehendak yang jahat semua hal akan menjadi jelek. Terdapat 2 pandangan yang disampaikan oleh Kant yaitu : a) Imperatif (perintah) kategoris, yang mewajibkan begitu saja tanpa syarat, contoh : janji harus ditepati, pinjam harus mengembalikan b) Imperatif Hipotesis, selalu diikutsertakan dengan syarat Contoh :

jika ingin lulus harus rajin belajar. Sementara itu, deontologi W.D.Ross menjelaskan bahwa kewajiban itu selalu merupakan kewajiban prima facie (pada pandangan pertama), artinya suatu kewajiban untuk sementara dan hanya berlaku sampai timbul kewajiban lebih penting lagi yang mengalahkan kewajiban pertama tadi. Daftar prima facie diantaranya adalah : kewajiban kesetiaan, ganti rugi, terima kasih, keadilan, berbuat baik, mengembangkan diri dan tidak dirugikan. Terdapat dua tinjauan kritis di sini yaitu : a) Sistem moral Kant merupakan suatu etika yang suram dan kaku, mel;awan kecenderungan spontan kita b) sulit diterima jika konsekuensi bisa diabaikan saja dalam menilai moralitas perbuatan kita, sehingga Ross menambahkannya seperti yang dijelaskan pada pandangan di atas.

Kaitannya dengan media, dalam hal kebijakan untuk pengambilan keputusan dalam menyajikan kemasan berita yang santun dengan gambar disamakan juga bisa diambil keputusan tersebut dikarenakan alasan bahwa sebenarnya tiap-tiap pribadi dari kita telah dikaruniai sifat baik/keutamaan yang kita bawa sejak kita lahir. Dimana hal tersebut juga dimiliki oleh wartawan dan para pekerja media yang lainnya, masing-masing telah dikaruniaiNya memiliki etika keutamaan (virtue) atau seringkali disebut sifat kebajikan orang. Mereka bisa memilih mana yang baik dan buruk berdasarkan bisikan hati nuraninya. Etika keutamaan mempunyai orientasi tidak menyoroti satu demi satu, apakah sesuai atau tidak dengan nilai moral, tetapi lebih memfokuskan pada manusianya itu sendiri. Etika ini mempelajari keutamaan (virtue) artinya sifat watak yang dimiliki manusia. Bukan menyelidiki apakah perbuatan kita baik atau buruk, melainkan apakah kita sendiri orang baik atau buruk, dan mengarahkan pada fokus perhatiannya pada being manusia yang menjawab pertanyaan seperti, saya harus menjadi orang yang bagaimana ? Keutamaan adalah disposisi watak yang telah diperoleh seseorang dan memungkinkannya untuk bertingkah laku baik secara moral. Disposisi artinya suatu kecenderungan tetap, bukan berarti tidak bisa hilang, namun tak mudah terjadi/timbul pada seseorang. Sehingga keutamaan merupakan sifat watak yang ditandai dengan stabilitas, yang mendarah daging pada seseorang, namun bukan semua sifat baik merupakan keutamaan juga. Keutamaan berkaitan dengan kehendak yang diperoleh melalui jalan membiasakan diri dan merupakan hasil latihan yang mana proses perolehannya tersebut disertai suatu upaya korektif, dan proses memperoleh keutamaan melawan arus, dengan mengatasi kesulitan yang dihadapi dalam keadaan biasa. Sehingga keutamaan membuat manusia menjadi baik secara pribadi dan menjadi ciri individual. Berkaitan dengan permasalahan yang sedang dibahas yaitu gambar-gambar penuh luka yang tragis, berdarah-

darah dan terlalu mendramatisir sebuah fenomena maka selayaknyalah wartawan memiliki sifat keutamaan seperti belas kasih dan ughari misalnya. Sehingga suasana kondusif masyarakat masih bisa tercipta dengan meminimalisir pertikaian yang sudah terjadi, tidak justru menimbulkan suasana semakin panas dan membuat kerusuhan justru tak mereda.

Etika Teleologi dan Deontologi Pada Kode Etik Jurnalistik

Dalam etika Teleologi yang terarah pada tujuan terdapat tiga kajian yang perlu mendapat perhatian di sini yaitu hedonisme, eudemonisme, utilitarisme klasik dan atau utilitarisme aturan. Dalam hedonisme segala perbuatan dan tindakan kita bertujuan mendapatkan kesenangan, sehingga gambar-gambar yang penuh luka korban kerusuhan diharapkan menumbuhkan kesenangan bagi yang menontonnya dalam hal ini khalayak sasaran, terbukti acara tentang ini memiliki banyak iklan. Ditinjau dari Eudemonisme penayangan gambar-gambar yang berdarah-darah penuh luka tersebut dalam rangka memanjakan pemilik media yang memegang tampuk kekuasaan terbesar dalam tinjauan secara ekonomi proses tayang sebuah berita. Apa yang menjadi keinginan pemilik diejawantahkan oleh wartawan dan para pekerja di bidang pers untuk mencapai kebahagiaan dari masing-masing pekerja pers tersebut. Dengan harapan dengan melakukan apa yang menjadi kesenangan pimpinannya/pemilik media, akan mendapatkan kebahagiaan bagi mereka untuk tidak dipecat misalnya. Dari sisi Utilitarisme maka dapat dikatakan seharusnya apa yang dilakukan oleh pekerja media melakukan aturan-aturan sesuai dengan kode etik jurnalistik, sehingga ia mampu melakukan panduan kerja sesuai dengan kewajiban yang dibebankannya melalui kope etik tersebut. Misalnya ia benar-benar melakukan setiap pasal yang ada dalam kode etik jurnalistik tersebut, maka gugurlah kewajiban di luar kode etik jurnalistik yang telah dilakukannya.

Jika membandingkan lebih utama manakah etika keutamaan dengan etika kewajiban (perspektif teleologi) yang cenderung mengarah pada tujuan maka sesuai pendapat William K. Frankena dalam bukunya *Ethics* (Bertens, 2007:213) antara keduanya sangat berkaitan dan saling melengkapi satu dengan yang lainnya. Di bidang moral, usaha untuk mengikuti prinsip dan aturan tertentu kurang efisien, jika tidak disertai dengan suatu sikap tetap manusia untuk hidup menurut prinsip dan aturan moral itu. Sehingga etika teleologi yang dalam hal ini diartikan sebagai etika kewajiban yang diejawantahkan melalui Kode Etik Jurnalistik, dimana mempelajari prinsip-prinsip dan aturan-aturan moral yang berlaku untuk perbuatan kita khususnya perbuatan para praktisi jurnalistik. Tujuan utama

dari perspektif yang diperkenalkan oleh filsuf Inggris Jeremy Bentham (1748-1832) ini berasumsi bahwa menurut kodratnya tingkah laku manusia terarah pada kebahagiaan, maka suatu perbuatan dapat dinilai baik atau buruk, sejauh dapat meningkatkan atau mengurangi kebahagiaan sebanyak mungkin orang sehingga ia lebih dikenal dengan the principle of utility yang berbunyi yang berbunyi the greatest happiness of the greatest number, “kebahagiaan terbesar dari jumlah orang terbesar”. Prinsip kegunaan ini menjadi norma untuk tindakan-tindakan kita pribadi maupun untuk kebijaksanaan pemerintah. Aplikasinya dalam permasalahan kali ini adalah dengan menciptakan suasana kondusif yang dicapai dengan salah satunya tanpa menyertakan gambar-gambar yang merangsang kelompok lain melakukan pertikaian lebih lanjut, maka akan meminimalisir kerusuhan yang berkelanjutan. Sehingga masyarakat yang tenteram, damai dan dilandasi dengan sikap saling menghargai dan menghormatipun dapat dicapai.

Etika jenis ini menunjukkan norma-norma dan prinsip-prinsip mana yang perlu diterapkan dalam hidup moral kita, sekaligus urutan pentingnya yang berlaku diantaranya yang seringkali disebut sebagai Etika Deontologi. Dalam perspektif Deontologi William David Ross (1877-1971) menambahkan nuansa yang penting yaitu kewajiban selalu merupakan kewajiban prima facie (pada pandangan pertama), dan suatu kewajiban yang utama akan gugur jika ada kewajiban lain. Teleologi dan Deontologi lebih menekankan pada ‘perbuatan’ bukan pada orangnya. Jika terjadi konflik antara dua prinsip moral yang tidak dapat dipenuhi sekaligus, etika jenis ini menentukan mana yang lebih dulu diberi prioritas untuk dilakukan. Contoh kongkritnya misalnya, sang wartawan menerima imbalan berupa parcel atau voucher dari jemaah Ahmadiyah dengan harapan ia memuat kerusuhan yang disimulasikan serta dikonstruksikan sedemikian rupa sehingga penayangannya nantinya memungkinkan kelompok tertentu mendapatkan simpati dari rakyat dan pemerintah. Maka, jika ditinjau dari sisi perspektif deontologi, wartawan tersebut harusnya mengutamakan menggugurkan tidak menolak suap terlebih dahulu, baru menggugurkan kewajiban lain yaitu tidak melakukan konstruksi berita. Sehingga hak masyarakat yang seharusnya mendapatkan berita yang berimbang dapat terpenuhi dengan maksimal.

Alasan yang lainnya mengapa etika kewajiban membutuhkan etika keutamaan adalah ketika wartawan mentaati prinsip dan norma moral dalam hal ini kode etik jurnalistik, belum tentu ia menjadi manusia yang sungguh-sungguh baik secara moral. Karena ia akan dikatakan baik secara moral selain menjalankan kode etik jurnalistik dalam waktu

yang relatif sama ia juga bisa melakukan prinsip-prinsip kemanusiaan lainnya dalam semua tindakannya sebagai seorang jurnalis seperti misalnya baik hati, kesatria, belas kasih, sadar, suka kerja sama, berani, santun, tunduk, terus-terang, bersahabat, murah hati, jujur, terampil, adil, setia, ughari, benar, percaya diri, disiplin diri, penguasaan diri, mandiri, bijaksana, berkepedulian, toleransi dan lain sebagainya.

BAB IV

PENUTUP

Kode etik jurnalistik sangatlah penting dan diharapkan para pekerja media mengikuti kode etik yang berlaku. Namun ada kalanya, pada kondisi-kondisi tertentu memaksa mereka untuk mengabaikan kode etik jurnalistik tersebut. Biasanya adanya berita yang fenomenal dimana waktu deadline yang sangat terbatas membuat mereka tak terlalu selektif untuk melakukan kode etik jurnalistik secara maksimal.

Peraturan-peraturan atau kode etik ini dilakukan terkadang sebagai porsi diri atas perlindungan terhadap nilai kebenaran dan tenggang rasa terhadap yang lain. Dimana setiap dari kita masing-masing, khususnya para pekerja media memiliki nilai-nilai moral sendiri yang sudah kita bawa semenjak kita kecil hingga dewasa yang seringkali disebut sebagai etika keutamaan. Etika keutamaan satu dan lain praktisi jurnalistik saling berkumpul dan saling mempengaruhi, saling berkontribusi di meda redaksi sebelum tayangan atau berita sampai di hadapan pemirsanya dan khalayak pembacanya. Mereka saling berkontribusi mengambil seminimal mungkin gambar atau berita yang menimbulkan keresahan dalam masyarakat. Utamanya Lembaga Penyiaran Publik lebih mengutamakan kemaslahatan, kondusifitas dan ketentraman berbangsa dan bernegara, sehingga para pucuk pimpinan di lembaga-lembaga ini sangat besar andil dan perannya dalam memutuskan sebuah berita yang layak tayang atau tidak.

Kode etik mengesankan seringkali inspirasional sangat terbatas nilai-nilainya. Kode etik tertulis menganjurkan media massa dan pra praktisi yang bekerja di dalamnya tak memandang lelaki atau perempuan yang memproduksinya memiliki moral yang berbudi luhur dalam melayani masyarakat. Apa yang mereka sampaikan secara tidak langsung menyatukan kesetiaan pada tampilan standar profesional dalam bisnis secara ekonomis, informatif, edukasi dan entertainment. Sehingga media membutuhkan panduan dan pedoman guna mengarahkan tugas-tugas yang mereka tangani yang begitu sangat bervariasi dan

peraturan-peraturan dapat menggambarkan apa yang bisa mereka lakukan atau bahkan justru melarang aktivitas-aktivitas mereka. Kode etik jurnalistik mendukung pemberitaan, interpretasi, hiburan dan fungsi iklan pada media massa. Kekurangan pada kode etik jurnalistik ini adalah tak adanya konsekuensi secara riil atau materiil dari pelaksanaan yang terabaikan. Kelemahan dari kode etik jurnalistik yang lainnya adalahn juga sangat terbatasnya pasal-pasal yang memuat tentang kemaslahatan kehidupan bermasyarakat. Pasal tentang kebahagiaan atau kepentingan banyak orang yang merupakan salah satu unsur utama dari etika kewajiban atau perspektif teleologi juga tak nampak banyak terealisasikan pada kode etik jurnalistik.

Terdapat perhatian bahwa aturan-aturan yang dimuat terjadi kemenduaan arti – tak jelas; antara kata-kata yang tepat/teliti dan pernyataan yang dimaksudkan pada pasal dalam kode etik jurnalistik. Sehingga praktisi pemula yang berkecimpung dalam industri media tak memiliki kemandirian dalam bersikap dan menyikapi kode etik jurnalistik tersebut sehingga kekuatan pemilik/penguasa industri media memaksa pekerja/praktisi tak bisa menolak untuk mengikuti keinginannya dalam mengkonstruksi sebuah berita demi kepentingan ekonomi semata. Akhirnya kecenderungan mereka mengikuti aturan/kewajiban instansi lebih dulu diutamakan daripada mendahulukan kode etik jurnalistik. Dalam media aturan menyediakan beberapa harapan, dan kode etik atau aturan-aturan dapat bertindak sebagai kata hati dari para profesional dalam sebuah organisasi atau perusahaan/firma industri media. Pada masyarakat dunia, aturan memungkinkan memberikan standar kelayakan dan sebagai panduan yang membantu dalam diskusi publik, debat dan ukuran tampilan sebuah media.

Kode etik lebih berfungsi sebagai bantuan dalam melindungi masyarakat dari ketidaketisan tampilan media dan ketidaklayakan media dalam menyediakan pelayanannya terhadap permintaan dari khalayaknya. Kode etik juga menyediakan poin referensi dimana dapat diminta untuk melindungi pekerja media dari tekanan internal yang dapat menekan mereka yang melanggar kesadaran moral mereka sendiri. Aturan tertulis juga membantu memperkenalkan kepada orang baru beberapa kunci issue etika dan prinsip-prinsip mereka sebagai seorang praktisi dan dapat menambah pemahaman mereka akan nilai-nilai seorang profesional. Kekhususan dapat membantu kode etik ditulis lebih berguna khususnya dikarenakan bahasa secara umum mempermudahnya menyebarluaskan persetujuan pada makna aturan-aturan. Demikian pula, jika aturan-aturan demikian keras dan kaku dimana tak satupun realistik dilaksanakan, mereka dapat menjadi obyek cemoohan dan bahkan menjadi kontraproduktif. Karen Lebacqz menulis kode etik profesi, pada akhirnya memberikan

petunjuk bagi aturan-aturan bertindak. Mereka seharusnya menggambarkan ‘karakter moral’ yang diharapkan –dan dibutuhkan- praktisi pada ladang pekerjaannya. Kode etik sebuah perusahaan atau perilaku dalam menyelenggarakannya, membuat aturan demikian jelasnya, dan bukanlah tak berguna. Bagaimanapun juga persetujuan secara umum pada pelanggaran serius pada etika seperti plagiat, mengambil keuntungan dari informasi internal, dan menerima diskon dari bisnis cerita yang ditulis atau diedit, membantu pengusaha di bidang ini membangun konteks etika yang berarti. Ketika kode etik bekerja dengan baik, mereka dapat memfokuskan perhatian kepada isue-isue dan membantu memperhatikan proses pengambilan keputusan pada perusahaan media. Terdapat tiga tujuan umum bagi banyak kode etik yang diberlakukan selama ini yaitu: 1.) Melindungi khalayak dari komunikasi massa yang diarahkan dari banyak ketidakbertanggungjawaban, anti sosial dan propaganda yang digunakan media. 2.) Melindungi khalayak pekerja media “dari kekuatan tindakan yang tak bertanggung jawab, tak berperikemanusiaan dan etika kontradiksi yang memaksa kesadaran moral mereka.3.) Memelihara semua saluran yang terbuka dari komunikasi, dari atas maupun bawah untuk membuat kepastian dimana khalayak mendapatkan informasi yang dibutuhkannya, pemerintahan, dan kepastian khalayak umum bisa selalu ikut serta berkontribusi memberikan opini mereka kepada media.

DAFTAR PUSTAKA

- Bertens, K.(2007). *ETIKA*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- David A. Gordon. Kittross. Reuss.(1996) *Controversies in Media Ethics*. New York:
 - o Longman Publishers
- Kovach, Bill. Tom. Rosenstiel. (2006). *Sembilan Elemen Jurnalisme*. Jakarta :
 - o Yayasan Pantau
- Panjaitan, IP Hinca. (2004). *Undang-undang Pers Lex Specialis*. Jakarta : Badan
 - o Bantuan Hukum dan Advokasi Kemerdekaan Pers
- Sukardi, Wina Armada.(2008). *Jejak Hukum di Pers*. Jakarta:Dewan Pers