

**ANALISA FRAMING PEMBERITAAN MEDIA
TERHADAP PEREMPUAN KORUPTOR
(ANALISA PEMBINGKAIAN KASUS KORUPSI ANGELINA SONDAKH
PADA SAMPUL MAJALAH TEMPO)**

Sinung Utami Hasri Habsari*)

Abstrak

Isu tentang perempuan sebagai pelaku korupsi memiliki banyak realitas sehingga setiap media memiliki kepentingan tertentu dalam mengkonstruksi isu-isu yang dianggap menarik dan mewakili realitas tersebut.

Artikel ini mencoba mengamati pembingkai majalah Tempo terhadap kasus korupsi yang melibatkan seorang perempuan, pelanggaran privasi individu yang terjadi, dan kaitannya dengan etika dan regulasi media. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode analisa framing yaitu analisis yang dipakai untuk melihat bagaimana media mengkonstruksi realitas, membingkai pesan tertentu.

Hasil analisa menunjukkan bahwa majalah Tempo mendefinisikan korupsi sebagai masalah serius yang dihadapi masyarakat Indonesia saat ini. Budaya korupsi dan sulitnya pemberantasan korupsi tidak bisa dilepaskan dari pengaruh Negara dan kekuasaan.

Pada persoalan moral, Majalah Tempo merepresentasikan Angelina Sondakh dengan gaya metaphor sebagaimana sosok Catherine Tramell di film “Basic Instinct 1” yang digambarkan sebagai perempuan cantik dan pintar dalam artian sebenarnya, juga pintar berbohong.

Praktik korupsi telah masuk ke berbagai tingkatan di pemerintahan, melibatkan berbagai kalangan, dan membentuk jaringan yang luas. Penanganan yang panjang dan bertele-tele mengakibatkan upaya pemberantasan korupsi menjadi mandeg dan tidak bergairah. Media harus menyajikan alur utuh proses penanganan korupsi yang semestinya dimulai dari terbongkarnya suatu kasus, penyelidikan, pengadilan, dan ditutup dengan langkah-langkah memperbaiki sistem untuk mencegah praktik serupa terulang dikemudian hari.

Kata Kunci : Perempuan, Majalah Tempo, Pembingkai, Korupsi

PENDAHULUAN

* Dosen Jurusan Hubungan Masyarakat FISIP Universitas Pandanaran

Media massa merupakan institusi yang memiliki kekuatan untuk mengkonstruksi realita termasuk realitas tentang perempuan. Perubahan sosial yang diakibatkan oleh globalisasi ekonomi berimbas pula pada pola berpikir tentang feminitas. Perempuan mulai mendapatkan tempat dan posisi di ruang publik. Media pun mulai menyajikan realita peran perempuan di ruang publik.

Meskipun peran perempuan di ruang publik mulai meluas, tetap saja sebagian besar realita media massa menempatkan perempuan disubordinasikan pada peran laki-laki. Demi kepentingan bisnis, media memungkinkan perempuan untuk menjadi ajang *display* yang dimanfaatkan untuk mengejar keuntungan besar meraih pangsa pasar. Ketika media massa ramai memberitakan kasus korupsi yang melibatkan perempuan, terjadi pula visualisasi perempuan dengan stereotype dan komodifikasi untuk menarik pembaca.

”Pesona Angelina Sondakh tidak pernah memudar, meski disebut-sebut terlibat dalam korupsi kasus Muhammad Nazarudin, rekan sesama partainya. Bahkan lagi-lagi pesonanya memikat pria penyidik, yang tengah menangani kasusnya” kalimat ini pernah dimuat pada sebuah media massa ketika memberitakan tentang sebuah kasus korupsi yang melibatkan seorang perempuan bernama Angelina Sondakh.”(*sumber* :<http://www.kapanLagi.com>/diunduh 28 Agustus 2012 pukul 10.54).

Sebuah tabloid wanita pun turut memberitakan hubungan pribadi ini “Mesra dengan Brotoseno, Angelina Lupakan Janjinya pada Adjie Massaid . Bahkan dalam salah satu foto tampak Brotoseno merangkul mesra Angie. Mengenakan busana merah, Angie menyandarkan tubuhnya ke arah Brotoseno.”

Inilah contoh *over-exposed* media terhadap publik figur yang terkadang tidak menghiraukan ranah *privacy* . Hal ini sering terjadi pada tokoh masyarakat (*public figure*) seperti artis, pejabat pemerintah, dan orang terkenal. Ada hal yang menarik kita temukan disini, bahwa media mengarahkan perbincangan masalah korupsi yang disangkakan dilakukan oleh wanita menjadi perbincangan kehidupan pribadi dan gaya hidup perempuan-perempuan yang korup, sehingga meninggalkan kasus korupsi itu sendiri

Kasus korupsi Wisma Atlet Palembang yang menyeret nama Angelina Sondakh menjadi topik laporan utama Majalah Tempo 12-19 Februari 2012 dengan visualisasi sosok Angelina Sondakh pada sampulnya dengan *coverline* : “***Apel’ Angie, Brankas Nazar***”. Dimana pada sampul ini menampilkan Angelina Sondakh disamakan dengan adegan vulgar dalam sebuah film, yaitu adegan interogasi aktris Sharon Stone dalam film Basic Instinct 1. Aktiing Sharon Stone dalam peran tersebut sebagai Catherine Tramell yaitu perempuan digambarkan sebagai seorang perpaduan perempuan yang psychokiller dan *la femme fatale*.

Satu hal penting dalam tugas media menyangkut masalah pemberitaan Pada proses produksinya, pemberitaan seringkali dipengaruhi oleh dua faktor, diantaranya adalah factor internal yang meliputi kebijakan redaksional, kepentingan pengelola media dan factor eksternal yang meliputi kepentingan pasar (pembaca) dan kepentingan-kepentingan elite yang menggunakan media sebagai salurannya (Morissan, 2010:48). Sebagai sebuah pemberitaan, tentunya informasi yang disuguhkan harus sesuai dengan fakta yang terjadi, karena berita adalah cerminan realitas (mirror of reality). Akan tetapi, ada kalanya berita disampaikan didalamnya, tidak sesuai dengan realitas yang terjadinya, sehingga berita yang di konsumsi masyarakat menjadi keliru dan menggiring pemahaman masyarakat pada opini-opini yang tidak sesuai dengan fakta yang sesungguhnya atau tidak objektif. Sehingga menjadi penting kiranya untuk memisahkan antara yang opini dan yang fakta untuk menghindari pandangan emosional dalam melihat suatu peristiwa dan memperhatikan prinsip keseimbangan serta keadilan dengan melihat peristiwa dari dua sisi, dalam hal ini adalah pada saat proses produksi berita tersebut.

Media yang juga tidak terlepas dari konstruksi sosial, dimana pesan atau informasi yang disampaikan sudah melewati proses produksi yang sudah di setting sedemikian rupa sehingga pesan atau informasi yang disampaikannya meninggalkan objektifitas dan mengangkat informasi yang tidak sesuai dengan faktanya atau manipulasi fakta yang sesuai dengan agenda kepentingannya. Sehingga selalu ada

perbedaan dari informasi walau pun topik pemberitaannya sama. Hal ini tergantung dari kepentingan orang-orang yang terlibat pada proses produksinya.

Dengan demikian maka, sebuah media informasi dapat dikatakan sebagai agen konstruksi realitas yang ada dimasyarakat melalui pemberitaannya. Secara sederhana bahwa berita yang dikonsumsi oleh masyarakat tidak sekedar menjelaskan suatu informasi dari sebuah peristiwa yang sedang terjadi melainkan pendapat orang yang terlibat pada proses produksi berita itu sendiri, yang pada akhirnya akan mempengaruhi keyakinan para pembacanya dan memunculkan apa yang disebut dengan opini publik. Padahal, media massa yang demokratis bertumpu pada kewajiban memberikan kesempatan yang sama kepada setiap warga negara untuk memperoleh akses informasi. Dalam arti, bahwa terpenuhinya kepentingan publik melalui media massa perlu menjadi prioritas pertama.

Dari beberapa kasus korupsi yang melibatkan perempuan, media massa menciptakan stereotipe. Masalah stereotipe yang terbentuk dalam kasus tersebut akan dibahas dalam makalah ini dengan mengkaitkan pada etika yang berkaitan dengan tanggung jawab dalam pemberitaan media massa.

PERUMUSAN MASALAH

Setiap realita yang menarik perhatian publik akan menjadi agenda media dengan menempatkannya sebagai *headline media*. Pandangan ini didasarkan anggapan bahwa masyarakat akan membeli media karena melihat *headline* yang terdapat di halaman muka. Media mempunyai pengaruh yang sangat kuat dalam membentuk kognisi masyarakat. Kekuatan media antara lain disebabkan oleh proses pembingkaihan (*framing*), teknik pengemasan fakta, penggambaran fakta, pemilihan sudut pandang (*angle*), penambahan atau pengurangan foto atau gambar, dan lain-lain.

Isu tentang perempuan sebagai pelaku korupsi memiliki banyak realitas sehingga setiap media memiliki kepentingan tertentu dalam mengkonstruksi isu-isu yang dianggap menarik dan mewakili realitas tersebut. Dalam pemberitaan beberapa kasus korupsi yang melibatkan perempuan oleh media massa, terdapat proses *framing*. Goffman (dalam

Sobur, 2009:162) mendefinisikan *framing* sebagai seleksi dari berbagai aspek realitas yang diterima dan membuat peristiwa itu lebih menonjol dalam suatu teks komunikasi. *Framing* menjauhkan khalayak untuk mendapatkan obyektivitas pemberitaan. *Framing* dapat terjadi melalui cara pengambilan gambar atau sudut pandang berita, penyuntingan, dan penyajian berita. Dalam proses *framing* terdapat berbagai kepentingan yang menempel dengannya, bisa berasal dari pemilik/pemegang saham terbesar media, pengiklan, atau dari institusi penekan lain.

Framing dapat mengarahkan pandangan atau persepsi orang mengenai sesuatu. Ketika *framing* dilakukan berulang-ulang oleh media massa dan khalayak menerimanya, maka akan terjadi stereotiping atau pengategorian dari suatu hal dalam kehidupannya dan khalayak akan berlaku sesuai dengan stereotipe yang dipahaminya.

Perumusan masalah yang diangkat dalam paper ini adalah Sejauh mana media membingkai beberapa kasus korupsi yang melibatkan perempuan? Bagaimana pelanggaran privasi individu dan perlindungan terhadap kepentingan publik oleh media massa pada kasus korupsi yang dilakukan oleh perempuan? Dan bagaimana pelanggaran tersebut berdasarkan etika dan regulasi media?

METODOLOGI

Metode penelitian ini menggunakan metode analisis framing Robert N. Entman yang bersifat kualitatif dengan paradigma konstruksionis. Metode analisis framing Robert N. Entman relevan digunakan karena menekankan seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari sebuah realitas. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode analisa framing yaitu analisis yang dipakai untuk melihat bagaimana media mengkonstruksi realitas, membingkai pesan tertentu.. Analisis ini juga digunakan untuk melihat bagaimana peristiwa dipahami dan dibingkai oleh media. Isi teks komunikasi secara eksplisit maupun implisit mempunyai perangkat frame tertentu. Hal ini ditandai dengan pemakaian label dan metafora tertentu dalam pesan. (Eriyanto, 2009:292).pusat perhatian analisis framing adalah pembentukan pesan/makna dari teks. Framing melihat bagaimana teks/pesan

dikonstruksi oleh wartawan dan media serta bagaimana menyajikannya kepada khalayak.

Robert N Entman menyatakan, bingkai media terjadi melalui proses :*Define problems* menekankan bagaimana peristiwa dipahami oleh media ; *Diagnose causes* merupakan elemen framing untuk membingkai siapa yang dianggap sebagai aktor utama suatu peristiwa. Penyebab disini bisa berarti apa (*what*), tetapi bisa juga berarti siapa (*who*).*Make moral judgement* adalah elemen framing yang dipakai untuk membenarkan argumentasi pada pendefinisian masalah yang sudah dibuat. Gagasan yang dikutip berhubungan dengan sesuatu yang familiar dan dikenal oleh khalayak.*Treatment recommendation* merujuk pada jalan apa yang dipilih untuk menyelesaikan masalah. Penyelesaian itu tentu saja sangat tergantung pada bagaimana peristiwa itu dilihat dan siapa yang dipandang sebagai penyebab masalah (Sobur,2009:172).

Penelitian ini mengambil subyek *Majalah Tempo*.Unit observasi adalah sampul yang diterbitkan media tersebut edisi 12 Februari 2012.



Angelina Sondakh pada sampul Majalah Tempo edisi 12-19 Pebruari 2012

PEMBAHASAN

Banyak sekali kasus korupsi yang terjadi di Indonesia baik yang menyangkut penyalahgunaan kekuasaan yang melampaui batas kewajaran hukum atau, mengutamakan kepentingan pribadi atau golongan di atas kepentingan public. Pemberitaan media terhadap perempuan yang terlibat kasus korupsi banyak mengeksploitasi ruang privat individu, yang sangat menonjolkan sisi tidak etis dari seseorang untuk dikomodifikasikan menjadi bahan tayangan. Pemberitaan korupsi yang melibatkan beberapa perempuan, pada awalnya objektif di mana menyoroti adanya penyalahgunaan wewenang dan pengkhianatan terhadap kepentingan Negara dan public. Uang Negara yang dikorupsi merupakan hak masyarakat dan masyarakat berkepentingan untuk tahu akan penanganan hukum kasus tersebut. Akan tetapi ketika kasus tersebut mulai menyedot perhatian public, media pun menjadikannya sebagai komoditas untuk mendapatkan keuntungan dari pengiklan dengan mencoba memberikan informasi lebih kepada khalayak bahkan menjadi overdosis yang tidak hanya melaporkan kasus korupsi itu sendiri tetapi juga sisi-sisi lain pelaku korupsi.

Berikut adalah hasil dan analisis representasi Angelina Sondakh pada sampul majalah Tempo berdasarkan metode framing Robert N. Entman.

Define Problems (Pendefinsian masalah)	Kasus Korupsi
Diagnose Causes (Memperkirakan Masalah atau Sumber Masalah)	Peran Angelina Sondakh sebagai anggota Badan Anggaran DPR untu melancarkan pemenangan perusahaan Nazaruddin pada sejumlah proyek di beberapa Kemetrian.
Make Moral Judgment (Membuat Keputusan moral)	Sosok manipulator jahat yang membuat kebijakan yang menguntungkan dirinya sendiri dan menggunakan daya tarik seksualnya sebagai alat untuk menutupi kelicikan dan kejahatannya.
Treatment Recommendation (Menekankan Penyelesaian)	Pengungkapan kasus tersebut secara

	tuntas dengan membuka penerima aliran dana yang diminta oleh Angelina sebagai fee
--	---

Tempo mendefinisikan kasus korupsi sebagai masalah serius yang dihadapi masyarakat Indonesia saat ini. Kasus korupsi yang melibatkan beberapa tokoh politik kadang melemahkan institusi dan nilai-nilai demokrasi dan keadilan, serta membahayakan penegakan hukum. Pemberantasan korupsi menjadi agenda yang paling sering didengung-dengungkan dan disoroti masyarakat. Berita tentang perburuan, penangkapan, penyidikan, dan pengadilan para koruptor hampir setiap hari dimuat di media massa. Keseriusan pemerintah dalam memberantas korupsi bisa ditelusuri dari bagaimana intensitas media memberitakannya.

Korupsi di Indonesia memiliki akar yang dalam dan praktik yang luas. Praktik korupsi telah masuk ke berbagai tingkatan di pemerintahan, melibatkan berbagai kalangan, dan membentuk jaringan yang luas. Penanganan yang panjang dan bertele-tele mengakibatkan upaya pemberantasan korupsi menjadi mandeg dan tidak bergairah. Karena itu dapat diasumsikan bahwa perhatian masyarakat dan pers yang berkesinambungan terhadap isu korupsi amat dibutuhkan.

Sebagai sebuah isu penting, isu pemberantasan korupsi semestinya di *back up* terus menerus oleh pers. Sebagaimana dikatakan Sukarna (dalam Sobur, 2001:149) salah satu tujuan pers sesuai fungsinya sebagai kontrol sosial adalah melindungi kepentingan-kepentingan masyarakat, baik kepentingan politik, sosial, ekonomi dan budaya. Media massa pun menempatkan korupsi sebagai salah satu prioritas paling utama dalam agenda pemberitaan.

Pers atau media, punya peranan penting dalam upaya pemberantasan korupsi. Di negara-negara demokratis, media bersama kelompok masyarakat madani memiliki peranan penting untuk memfasilitasi diskusi public tentang apa yang patut dan tidak patut untuk dilakukan, serta untuk melancarkan kritik terhadap pemerintah dalam menangani korupsi. Selain itu, media diyakini punya kemampuan untuk menekan

pemerintah supaya mengambil tindakan selaras dengan kepentingan publik untuk melakukan reformasi sistem berlandaskan tata kelola pemerintahan yang baik (*good governance*) (Wijayanto & Zachrie, 2009:696)

Media sebagai agen penyampai informasi haruslah menempatkan kepentingan publik sebagai prioritas utama dalam menjalankan kegiatan komunikasi massa. Sebagai entitas yang berfungsi memenuhi kebutuhan publik, suatu media harus menjaga kepercayaan publik sekaligus dapat mempertanggungjawabkan akibat yang ditimbulkan oleh informasi yang dipublikasikan (Gordon, 1999:36).

Majalah Tempo dalam memvisualisasikan sosok Angelina Sondakh yang menduduki jabatan sebagai anggota Badan Anggaran DPR RI seolah menunjukkan bahwa fenomena korupsi yang dilakukan perempuan merupakan efek dari keterbukaan publik bagi perempuan. Akses sosial dan politik telah membuka keterlibatan perempuan di ranah politik melahirkan korupsi. Perempuan yang korup pun sangat dekat dengan instansi pemerintahan karena berhubungan dengan kekuasaan. Mereka terlibat dalam pengambilan keputusan dan pembuat kebijakan. Karena korupsi bersamaan dengan kekuasaan, perempuan yang terlibat dalam ranah kekuasaan berpotensi besar untuk korupsi. Sebagaimana Klitgaard dan Ramirez Torres (2005:14) mengemukakan bahwa korupsi mengikuti kekuasaan. Adanya monopoli kekuatan dan tingginya kekuasaan diikuti dengan pengawasan yang minim, akan membuka peluang besar terhadap tindakan korupsi. Korupsi tidak hanya didasarkan pada keinginan. Namun juga karena telah memperkirakan bahwa hasil yang didapatkan akan lebih besar dari hukuman dan kecilnya kemungkinan untuk tertangkap.

Mansyur Semma, dalam bukunya *Negara dan Korupsi*, menganggap meluasnya budaya korupsi dan sulitnya pemberantasan korupsi tidak bisa dilepaskan dari pengaruh Negara dan kekuasaan. Adanya ketidakteraturan dalam tata laksana birokrasi dan perebutan kursi kekuasaan yang berjalan terus menerus dituding Semma sebagai salah satu pemicu merebaknya korupsi dan sifat-sifat korup di Indonesia (Semma 2008: 38).

Teori Klitgaard dan Ramirez Torres menjelaskan bahwa korupsi mengikuti kekuasaan. Adanya monopoli kekuatan dan tingginya kekuasaan diikuti dengan pengawasan yang minim akan membuka peluang yang besar terhadap tindakan korupsi. Klitgaard dan Torres juga menjelaskan bahwa korupsi tidak hanya didasarkan pada keinginan, namun juga karena telah memperkirakan bahwa hasil yang didapatkan akan lebih besar dari hukuman dan kecilnya kemungkinan untuk tertangkap. Hal ini diperkuat dengan teori Jack Bologne (GONE) yang menyatakan bahwa korupsi dapat disebabkan oleh Greed, yang terkait dengan keserakahan dan kerakusan para pelaku korupsi. Opportunity, adanya peluang untuk melakukan korupsi. Need, adanya mental tidak pernah puas dengan apa yang ada. Exposes, hukuman yang dijatuhkan kepada para pelaku korupsi tidak memberi efek jera pelaku maupun orang lain (www.kpk.go.id).

Keterlibatan perempuan dalam skandal korupsi akan menimbulkan citra negatif seorang perempuan. Perempuan akan menerima “stigma” dan “stereotype” yang tidak nyaman di lingkungan sosialnya. Perempuan terancam didiskriminasikan di ruang publik (*publicsphere*). Prabasmoro (2007:321), perempuan tidak saja menjadi obyek dari komodifikasi sensualitas lewat maraknya iklan-iklan komersial yang menonjolkan konstruk tubuhnya, namun juga telah dimanfaatkan sebagai salah satu mekanisme industry politik untuk memanipulasi dan menyamarkan cara-cara kerja yang menyimpang.

Pada persoalan moral, Majalah Tempo merepresentasikan Angelina Sondakh dengan gayametafor menyamakan Angie dengan Catherine Tramell di film “*Basic Instinct 1*” yang diperankan oleh Sharon Stone. Visualisasi sampul Majalah Tempo edisi ini mengambil adegan interogasi dalam film “*Basic Instinct 1*” sebuah film *over sexually thriller* yang menjadi sebuah sensasi karena mengandalkan adegan-adegan erotisme dan sensualitas. Karakter Catherine Tramell yang menampilkan aura sensualitas dan misterius dan beberapa adegan yang *memorable* seperti adegan interogasi di kantor polisi dan adegan pembunuhan dengan *ice pick*. *Sex scenes* yang berlebihan dalam film ini membentuk suatu karakter perempuan yang stereotipikal pada

Catherine Tramell. Sosok Catherine Tramell digambarkan sebagai perempuan dengan karakter *la femme fatale dan phsyco killer*.

Kesaksian dan tingkah laku Angelina Sondakh dalam kasus korupsi yang melibatkan dirinya dikisahkan sama dengan Catherine Tramell di film "Basic Instinct". Catherine dalam film film *Basic Instinct I* digambarkan sebagai perempuan cantik dan pintar dalam artian sebenarnya, juga pintar berbohong dan mengelabui Detektif Nick Curran yang menyelidiki kasus pembunuhan sadis yang melibatkan Catherine. Begitu lihaihnya kebohongan Catherine, mesin pendeteksi kebohongan pun tak mampu mendeteksi kebohongannya saat Nick Curran (diperankan oleh Michael Douglas) menginterogasinya di sebuah ruang interogasi. Bahkan, Nick Curran selaku penyidik utama (yang diperankan Michael Douglas) akhirnya terlibat *affair* dengan Catherine

Tempo merepresentasikan sosok manipulator jahat (*evil manipulators*) yang menggunakan daya tarik seksualnya sebagai alat untuk menutupi kelicikan dan kejahatannya. Konsep *la femme fatale* pun juga dimunculkan yaitu dengan menghubungkan pelaku dengan bentuk fisik mereka menarik, namun kemudian diikuti dengan fakta lain yang berseberangan dalam hal ini sosok Angelina Sondakh digambarkan sebagai sosok perempuan yang cantik, pintar, tetapi tidak bermoral atas perilaku koruptif dan kebohongan dalam kesaksian di pengadilan.

Sosok Angelina Sondakh di-*metaphor*-kan sama dengan Catherine Tramell karena ada korelasi yang sepadan karena Angie merupakan mantan Putri Indonesia yang digambarkan sebagai sosok yang cantik, pintar, dan cerdas. Angelina Sondakh pernah meraih beberapa penghargaan di beberapa bidang yaitu pada tahun 1993, penghargaan "Outstanding effort in maths, textile & design and scripture" Presbyterian Ladies Collage, Sydney, tahun 1994 "Certificate of merit in chemistry" Armidale public High School Armidale, NSW. Pada tahun 1995 Juara III Puteri Ayu Manado, Juara I dan Juara Favorit Puteri Pixy Manado; Juara I dan Favorit Cewek Keren Manado; Juara I dan Puteri Intelegensia, Puteri Kencana Manado; Juara I Puteri Pantai Manado; Juara I dan Puteri Intelegensia sebagai Puteri Simpatik Manado; Juara I Wulan Minahasa; dan Juara I, Favorit & Busana Terbaik, Puteri Cempaka Manado.

Pada 1996, dia meraih Juara I Noni Propinsi Sulawesi Utara, Juara I lomba Pidato Bahasa Inggris se- Propinsi Sulawesi Utara, Juara I Lomba Debat Ilmiah se- Propinsi Sulawesi Utara, dan Juara I Penataran P-4 Unika Atmajaya serta Juara I Lomba Pemandu Wisata Sulawesi Utara (1997). Pada tahun 1999, dia meraih gelar Miss Novotel Manado dan Miss Novotel Indonesia (2000) serta Puteri Indonesia tingkat Sulawesi Utara (2001) dan akhirnya terpilih menjadi pemenang Puteri Indonesia 2001.

Kesaksian Angelina Sondakh di Pengadilan Tindak Pidana Korupsi tanggal 15 Februari 2012 dalam kasus M. Nazaruddin membantah bukti percakapannya dengan Mindo Rosalina Manulang via BlackBerry Messenger (BBM). Angelina menyangkal dengan mengatakan bahwa tidak pernah berkomunikasi dengan Rosa menggunakan Blackberry dan dirinya baru memiliki Blackberry pada akhir 2010. Bukti-bukti lain selain BBM telah menguatkan keterlibatan hubungan yang dekat dan akrab antara Angelina Sondakh dan Mindo Rosalina. Karena bantahan ini, Angelina Sondakh dianggap melakukan upaya pembohongan sama dengan adegan penginterogasian dalam film *Basic Instinct 1* di mana kesaksian Catherin Tramell jugadiragukan. Tatapan mata Angelina Sondakh yang tajam ke depan dengan senyuman tersungging di bibirnya seolah mengkonotasikan seseorang yang tidak malu dan percaya diri atas kebohongan yang dilakukannya.

Hubungan asmara Angelina dengan salah seorang penyidik Komisi Pemberantasan Korupsi, Komisaris Polisi Brotoseno, yang mengakibatkan proses penyidikan Angelina Sondakh berjalan lambat, dan hilangnya transkrip percakapan BBM antara Angelina dan Mindo Rosalina dari Berita Acara Pemeriksaan (BAP) di-*metaphor*-kan dengan sosok Catherine yang terlibat affair dengan Nick Currant, anggota FBI yang menjadi penyidik dalam kasusnya. Angelina Sondakh dan Catherine Tramell juga dianggap memiliki kesamaan dalam hal *style* penampilan dengan gaya busana yang *simple* namun masih terlihat *high class*.

Dalam hal ini terjadi personalisasi berita korupsi, yaitu kecenderungan media untuk memfokuskan liputan dan pemberitaan pada individu pelaku dan mengabaikan persoalan-persoalan yang bersifat sistemik.

Alasan demi kepentingan publik untuk memuaskan hasrat rasa keingintahuan khalayak dikemas sedemikian rupa sehingga pemirsa memiliki rasa ketergantungan terhadap informasi berita yang disampaikan. Pemberitaan tersebut bagai sebuah komoditas yang seolah terus dieksploitasi melalui pemberitaan yang terus diulang-ulang atau sekedar latah memberitakan. Media memberi penekanan pada figure tersangka yang ditampilkan serta frekuensi penayangan informasi tersebut. Terlepas dari unsur pentingnya informasi, hal yang demikian juga telah melanggar ruang privasi individu. Pelanggaran terjadi ketika sesuatu yang seharusnya berada pada ruang privat diangkat oleh wartawan dan tersebar ke ruang publik.

Gejala tersebut disebut mimetisme di mana informasi pemberitaan terhadap perempuan yang terlibat dalam kasus korupsi tidak hanya menyangkut tindak pidana yang disangkakan kepadanya tetapi media memberikan informasi yang overdosis, hingga merembet ke penampilan dan masalah-masalah pribadi. Eksklusivitas atau monopoli berita menjadi hal yang didambakan oleh media tanpa memikirkan nilai dari suatu peristiwa. Dengan demikian, berita tidak sepenuhnya bisa objektif atau bebas dari bias.

Batasan antara ruang privasi dan ruang publik seringkali dikaburkan oleh media massa. Mereka kerap menjadikan isu-isu pribadi seseorang menjadi isu kontemporer untuk dibincangkan oleh masyarakat luas. Padahal tiap-tiap individu memiliki hak kerahasiaan pribadi atau privasi yang juga dilindungi oleh Negara. Pasal 29 ayat 1 undang-undang nomor 39 tahun 1999 tentang hak asasi manusia menyebutkan bahwa "setiap orang berhak atas perlindungan diri pribadi, keluarga, kehormatan, martabat dan hak miliknya.

Media massa juga telah melakukan pemberitaan yang melanggar etika jurnalisme yaitu azas praduga tak bersalah dan objektivitas. Pelanggaran tersebut dilakukan demi memberantas korupsi. Dalam pandangan Etika Deontologi Immanuel Kant, tindakan pelanggaran terhadap etika jurnalistik tersebut adalah tindakan yang Imoral. Kasus di atas merupakan contoh dilematis dari kebebasan media massa dalam melakukan pemberitaan demi memberantas korupsi di Indonesia.

Persaingan yang keras dan tuntutan pasar sering membuat para pelaku media mengabaikan deontology profesi. Etika semacam ini karena terlalu menekankan asas manfaat, bisa menjadi tidak peka terhadap tuntutan etis dalam masalah prosedur atau pilihan sarana. Penyalahgunaan yang mungkin dilakukan cukup sering karena mengadopsi perspektif utilitarian ini. Dalam praktek jurnalistik misalnya; pelanggaran kehidupan privat (*privacy*) seseorang, atau tidak dihormatinya asas praduga tak bersalah sering dibenarkan atas nama hak publik akan informasi. Jadi perspektif utilitarian (teleologis) terfokus pada tujuan yang bermanfaat. Akibatnya apa pun atau siapa pun yang tidak memberi manfaat akan dengan mudah diabaikan, termasuk hak dasar pihak lain. (Haryatmoko,2007:50-51). Media massa mengabaikan perasaan objek pemberitaan dengan akibat sanksi sosial setelah pemberitaan. Padahal, UU Nomor 40 tahun 1999 tentang Pers Pasal 5 ayat 1 menjelaskan tentang kewajiban memberitakan peristiwa dan opini dengan menghormati norma-norma agama dan rasa kesusilaan serta azas praduga tak bersalah. Kebebasan pers memiliki batas saat menyentuh kebebasan orang lain sebagaimana tercantun dalam pasal 28 Undang-Undang Dasar 1945. Media seharusnya mengedepankan rasa tanggung jawaban sosial untuk melakukan pemberitaan yang objektif dan bermartabat. Namun kondisi yang seringkali terjadi pada sebagian media massa di Indonesia sering kali melupakan tanggung jawab moral sebagai sebuah sarana informasi. Karena, persaingan antar media yang kian ketat dengan dalih mengejar ‘akurasi’ berita, mereka cenderung memberitakan sebuah permasalahan hanya secara garis besar yang sekiranya laku untuk dijual.

Pelanggaran *privacy* individu oleh media massa bukan fenomena yang baru. Dalam kondisi persaingan media yang semakin ketat, proses invasi tersebut merupakan hal yang tidak dapat dihindari. Namun demikian, tetap saja hal tersebut menimbulkan dilema antara media dan audiens.

Privacy ialah kemampuan satu atau sekelompok individu untuk mempertahankan kehidupan dan urusan personalnya dari publik, atau untuk mengontrol arus informasi mengenai diri mereka. Privasi dapat dianggap sebagai suatu

aspek dari keamanan (Gordon,1996:163). Adapun bentuk-bentuk pelanggaran privasi adalah sebagai berikut:

1. *Intrusion*, yaitu tindakan mendatangi atau mengintervensi wilayah personal seseorang tanpa diundang atau tanpa ijin yang bersangkutan. Tindakan mendatangi dimaksud dapat berlangsung baik di properti pribadi maupun di luarnya.
2. *Public disclosure of embarrassing private facts*, yaitu penyebarluasan informasi atau fakta-fakta yang memalukan tentang diri seseorang. Penyebarluasan ini dapat dilakukan dengan tulisan atau narasi maupun gambar.
3. *Publicity which places someone false light in the public eye*, yaitu publikasi yang mengelirukan pandangan orang banyak terhadap seseorang.
4. *Appropriation of name or likeness*, yaitu penyalahgunaan nama atau kemiripan seseorang untuk kepentingan tertentu. Peristiwa ini lebih terkait pada tindakan pengambilan keuntungan sepihak atas ketenaran seorang selebritis. Nama atau kemiripan si selebritis dipublikasikan tanpa izin.

Kekuasaan dan kesempatan merupakan latar belakang utama dari praktik korupsi. Praktik korupsi telah masuk ke berbagai tingkatan di pemerintahan, melibatkan berbagai kalangan, dan membentuk jaringan yang luas. Penanganan yang panjang dan bertele-tele mengakibatkan upaya pemberantasan korupsi menjadi mandeg dan tidak bergairah.

Pers Indonesia memprioritaskan liputan tentang unsur penindakan ketimbang pencegahan korupsi. Topik penanganan suatu kasus korupsi cenderung lebih disukai, sementara aspek pembenahan sistem biasanya tak begitu diminati (Darmasaputra dalam Wijayanto & Zachrie, 2009:716). Gunnar Myrdal, menyebut kondisi seperti ini sebagai *folklore of corruption* (folklor korupsi). Gencarnya pemberitaan media terhadap gegap-gempitanya perang melawan korupsi justru bisa menjadi boomerang, karena bisa menimbulkan sinisme. Masyarakat akan cenderung menganggap bahwa korupsi di negara mereka telah menjadi sedemikian parah merajalela, berakar dalam, dan tak mungkin lagi diberantas (Darmasaputra dalam Wijayanto & Zachrie, 2009:713).

Tingkat kepercayaan masyarakat tentang koruptabilitas yang tinggi dapat mengakibatkan rendahnya dukungan masyarakat sendiri terhadap pemberantasan korupsi. Lebih jauh lagi, berita-berita tentang penanganan korupsi yang terkontaminasi isu-isu politik, mengakibatkan masyarakat cenderung menaruh curiga pada setiap penanganan kasus korupsi. (Darmasaputra dalam Wijayanto & Zachrie, 2009:714).

Media harus menyajikan alur utuh proses penanganan korupsi yang semestinya dimulai dari terbongkarnya suatu kasus, penyelidikan, pengadilan, dan ditutup dengan langkah-langkah memperbaiki sistem untuk mencegah praktik serupa terulang dikemudian hari. Media di Indonesia seringkali melupakan perlahan-lahan kasus korupsi yang telah terbongkar sehingga hilang dari wacana public, karena tertelan oleh gegap-gempita pemberitaan mengenai kasus lain.

Perspektif Etika Media Massa

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

Dalam teori etika terdapat tiga kategori. Pertama, deontologis (etika kewajiban). Di sini seorang pekerja media menjalankan etika sebagaimana yang seharusnya dilakukan olehnya. Apa yang baik dan benar telah ditentukan masyarakat atau institusi dan diwajibkan pada pekerja media tersebut. Kebenaran atau kebaikan bersifat absolut di sini. Kedua, teleologis (etika konsekuensi). Seseorang bertindak dengan memprediksi konsekuensi yang diterimanya kelak. Di sini etika menjadi relatif. Pertimbangan konsekuensi dalam kelas ini ada tiga, bisa untuk diri sendiri (*egoism*), banyak orang (*utilitarianism*), dan untuk satu atau beberapa orang (*altruism*). Kelas ketiga dalam teori etika adalah subyektif (etika personal). Ada beberapa faktor yang mempengaruhi etika individu di sini: intuisi, emosi, spiritual, dan faktor moral

personal lainnya. Etika subyektif bersifat lebih spontan, berdasarkan pada insting atau kehendak yang termotivasi. Karena kelas ketiga ini bersifat subyektif, sulit untuk membuat generalisasi mana yang dianggap baik/buruk dan benar/salah dalam tataran komunikasi massa (Gordon,1996:7-11).Libois dalam Haryatmoko (2007:45) menyatakan tiga prinsip utama deontology jurnalisme :

- Pertama, hormat dan perlindungan atas hak warga Negara akan informasi dan sarana mendapatkannya. Masuk dalam kategori ini adalah pemberitaan informasi yang benar dan akurat, jujur dan tepat termasuk dalam metode mendapatkan informasi tersebut.
- Kedua, hormat dan perlindungan atas hak individual lain, termasuk hak akan martabat dan kehormatan, hak berekspresi dalam media, dan hak jawab.
- Ketiga, ajakan untuk menjaga harmoni masyarakat, di mana melarang semua bentuk provokasi atau dorongan yang akan membangkitkan kebencian

Dalam kajian hukum dan media massa, moral dan etika tersebut dikaitkan pada kewajiban para pekerja media antara lain seperti; pelaksanaan kode etik jurnalistik dalam setiap aktivitas jurnalistik, tunduk pada peraturan hukum formal dan perangkat prinsip-prinsip dan aturan-aturan yang pada umumnya sudah diterima dan disetujui oleh masyarakat.

Dalam persaingan media yang semakin ketat, tidak sedikit menimbulkan kontra produktif dengan etika dan norma yang ada dalam masyarakat. Komersialisme seakan menjadi kekuatan dominan penentu makna pesan. Logika pasar mengarahkan pengorganisasian sistem informasi itu. Seakan kompetensi jurnalisme hanya merupakan faktor produksi yang fungsi utamanya adalah penopang kepentingan pasar. (Haryatmoko, 2007 : 9).

Saat ini informasi yang disajikan oleh media telah berubah menjadi komoditi dan mimetisme. Mimetisme adalah “Gairah yang tiba-tiba menghinggapi media dan mendorongnya seperti sangat urgen, bergegas untuk meliput kejadian, karena media lain menganggapnya penting”. Ikut-ikutan semacam ini pada akhirnya akan sampai pada keyakinan bahwa semakin banyak media memberitakan akan suatu hal secara

kolektif maka dianggap hal itu penting. Sementara media membiarkan diri untuk selalu membangkitkan keingintahuan pemirsanya dengan menawarkan untuk memberikan informasi secara lebih (Haryatmoko, 2007;22).

KESIMPULAN

Media massa Indonesia belum mampu menunjukkan profesionalisme peran dan tanggung jawabnya. Media seharusnya mengedepankan rasa pertanggungjawaban sosial untuk melakukan pemberitaan yang objektif dan bermartabat. Namun kondisi yang seringkali terjadi pada sebagian media massa di Indonesia sering kali melupakan tanggung jawab moral sebagai sebuah sarana informasi. Karena, persaingan antar media yang kian ketat, mereka cenderung memberitakan sebuah permasalahan yang sekiranya laku untuk dijual. Pendekatan teleologis seringkali mengarahkan pelaku media menjadi kurang peka terhadap gejala sosial yang seharusnya diinformasikan. Etika media mengalami reduksi dengan lebih mengutamakan asas manfaat dalam pemberitaan yang seringkali berlawanan dengan etika moral. Kurangnya penghargaan atas asas praduga tak bersalah atas nama kepentingan publik menjadikan media sebagai individu dominan dalam memanipulasi dan merekonstruksi realitas sosial.

REFERENSI

- Eriyanto, 2009, Analisis Framing, Konstruksi, Ideology dan Politik Media, LKiS, Yogyakarta
- Gordon D. et. al. , 1996, *Controversies in Media Ethics*, Longman Publisher, USA
- Haryatmoko, 2007, Etika Komunikasi, Kanisius, Yogyakarta
- Klitgaard, Robert (Ed.).2005. *Penuntun Pemberantasan Korupsi dalam Pemerintahan Daerah* , Yayasan Obor Indonesia, Jakarta
- Kovach & Rosenfiel. 2004. *The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*. Crown Publishers, New York
- Morissan, 2010, Teori Komunikasi Massa, Ghalia Indonesia, Yogyakarta

Prabasmoro, Aquarini Priyatna, (2007), *Kajian Budaya Feminis*, Jalasutra, Yogyakarta

Semma, Mansyur. 2008. *Media dan Perubahan Politik Represif*, Pemkot Makassar,
Makassar

Sobur, Alex, 2009, *Analisis Teks Media*, Remaja Rosdakarya, Bandung

Wijayanto & Ridwan Zachrie (Ed.). (2009). *Korupsi Mengorupsi Indonesia*. Kompas
Gramedia, Jakarta