

MEDIA JEJARING SOSIAL DAN PERSOALAN ETIKA DALAM MEDIA BARU

Oleh:

Puji Rianto

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Psikologi dan Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta
p.rianto1976@gmail.com

ABSTRAK

Kehadiran media jejaring sosial seperti *facebook*, *twitter*, dan juga aplikasi percakapan seperti *WhatsApp* telah mengubah secara signifikan pola-pola interaksi dan komunikasi individu. Sifatnya yang interaktif dan partisipatif telah memungkinkan komunikasi berlangsung secara lebih mendalam dan luas. Melalui media jejaring sosial media, seorang individu bisa menjadi penerima dan pemroduksi pesan dalam waktu yang hampir bersamaan. Sifat jangkauan media baru sangat luas, bahkan jauh lebih luas dibandingkan dengan media massa. Dampak yang ditimbulkannya juga demikian. Dalam situasi semacam ini, persoalan etis menjadi sangat penting, terutama karena pengguna media sosial semacam *facebook* mempunyai kebebasan yang hampir tanpa batas. Tulisan ini akan mengelaborasi lebih jauh persoalan-persoalan etis dalam komunikasi media baru. Bagaimanakah persoalan etis dalam komunikasi media baru atau secara lebih spesifik komunikasi dengan menggunakan media jejaring sosial semacam *facebook* ataupun *twitter*? Kemudian, sejauh mana, individu harus senantiasa menggunakan pertimbangan etis ketika berkomunikasi dengan menggunakan media baru tersebut? Kajian ini menemukan bahwa pertimbangan etis harus dilakukan dalam setiap tindakan komunikasi karena sifat otonomi dan kebebasan media baru serta jejaring sosial media tersebut. Dalam hal ini, tuntutan etika muncul bukan hanya prasyarat otonomi dan kebebasan, tapi juga sifat ‘sosial’ media baru. Tulisan ini menawarkan model Alvin Day dalam proses pengambilan keputusan, yang mencakup tiga tahap, yakni definisi situasi, analisis, dan pengambilan keputusan.

Kata Kunci: Etika, Komunikasi, Media Baru, Media Jejaring Sosial.

PENDAHULUAN

Pertanyaan tersisa dari demo umat Islam pada 4 November 2016 di Jakarta adalah seandainya pemilik akun *facebook*, Si Buni Yani, tidak menyebarkan transkrip yang keliru atau kurang tepat dari potongan video pidato Basuki Tjahaja Purnama, yang kemudian menjadi viral luas di media jejaring sosial, apakah demo besar-besaran umat Islam tersebut akan terjadi? Sebagaimana bisa dibaca dalam berita di koran, radio, televisi, dan juga media interaktif, ribuan umat Islam (kurang lebih 200 ribu) yang dimotori oleh Front Pembela Umat Islam (FPI) menuntut agar kepolisian serius menyelidiki dugaan penistaan agama dengan terlapor Gubernur Jakarta, Basuki Tjahaja Purnama alis Ahok.¹ Demo bergerak dari Masjid Istighlal dan berpusat di depan istana negara.

¹“Demi Persatuan, Enam Ormas Pemuda Tolak Ikut Demo 4 November”, artikel diunduh dari <http://www.bbc.com/indonesia/indonesia-37861742> pada 4 November 2016

Dalam sebuah wawancara yang dimuat di media *online*,² pemilik akun *facebook* Buni Yani bercerita bahwa video berdurasi 30 detik yang muncul di-*timeline*-nya itu kemudian diunduh dan mem-*playback*-nya berulang-ulang. Ini dilakukannya karena cuplikan pidato tersebut kontroversial dan sensitif. Ia lantas mentranskrip dan mengunggahnya di *facebook* dan kemudian menjadi viral dimana-mana. Sayangnya, transkrip itu sendiri keliru atau tidak sama persis dengan yang disampaikan di video. Dalam transkrip itu, dituliskan bahwa Basuki Tjahaja Purnama mengatakan, "...dibohongi surat Al Maidah..", sedangkan yang benar mestinya "...dibohongi pakai surat Al Maidah".³ Setelah menjadi viral, kontroversi pun terjadi. Kecaman dan pembelaanpun meluas dimana-mana hingga akhirnya berujung pada demonstrasi besar-besaran di Istana Negara Jakarta.

Jika ditelisik, ada dua isu utama yang bisa didiskusikan dalam transkrip Buni Yani yang menjadi viral di media jejaring sosial *facebook* tersebut. *Pertama*, pemotongan video dari durasi yang kurang lebih 1,5 jam menjadi hanya 30 detik. Pemotongan semacam itu jelas akan menghilangkan konteks. Padahal, suatu wacana atau tuturan hampir pasti terjadi dalam suatu konteks tertentu, entah ia terjadi dalam suatu organisasi atau institusi (konteks makro), ataupun dalam waktu, tempat, dan partisipan tertentu (konteks mikro). Oleh karena itu, wacana individu yang lengkap haruslah dilihat dalam konteks makro agar bisa ditangkap makna khusus dari rangkaian wacana atau tekstual khusus (dikutip dari Titscher, Mayer, Wodak, dan Vetter, 2009: 45). *Kedua*, penghilangan kata 'pakai' dalam transkrip itu sehingga maknanya menjadi sangat berbeda. Wacana tekstual adalah persoalan bagaimana para pelaku komunikasi menggunakan bahasa (Jorgensen dan Philips, 2007; Fairclough, 2003; Titscher, Mayer, Wodak, dan Vetter, 2009: 45) maka ketika ada satu atau lebih unsur kalimat dihilangkan maka akan menjadi sangat berbeda maknanya. Tentu saja, konteks pilkada turut memberikan kontribusi bagi meluasnya demo yang melibatkan ribuan umat Islam tersebut. Persaingan politik bagaimanapun akan memberikan kontribusi bagi meluasnya demonstrasi untuk menuntut pengusutan Ahok atas penistaan agama. Seperti ditulis *New York Times online*,⁴ dengan mengutip Bonar Tigor Naipospos dari Setara Institute, organisasi yang mempromosikan toleransi agama, bahwa bagaimanapun Ahok masih sangat kuat dan peluangnya masuk ke putaran kedua sangat terbuka dibandingkan dengan dua kandidat lainnya. Dengan demikian, menjadi lebih aman jika Ahok dikalahkan atau berharap Ahok bisa masuk penjara sehingga tidak bisa mengikuti Pilkada. Oleh karena itu, meskipun Ahok telah meminta maaf berkali-kali dan menjelaskan tidak ada maksud untuk menista Al Qur'an, tapi demonstrasi dalam skala besar atau yang terbesar setelah reformasi 1998 tetap dilangsungkan.

Tulisan paper ini tidak hendak memperpanjang kaitan politik Pilkada dengan demonstrasi besar-besaran umat Islam. Namun, akan fokus pada dimensi etis terkait komunikasi dalam media baru dengan mengambil kasus Buni Yani sebagai titik pijakan.

Kehadiran media baru bagaimanapun telah memberikan perubahan yang sifatnya radikal dalam komunikasi manusia. Seperti dikemukakan Hartley (2010: 300), kajian media baru telah mengalami perubahan yang signifikan sebagai akibat teknologi media baru. Dalam teknologi media baru, produksi media mungkin berasal dari komputer pribadi sehingga pembedaan antara mereka yang memproduksi pesan media dengan mereka yang

² "Kasus Video Ahok, Ini Hasil Wawancara Dengan Buni Yani"

<http://www.antarakalteng.com/berita/258007/kasus-video-ahok-ini-hasil-wawancara-dengan-buni-yani>, diunduh 5 November 2016

³"Buni Yani Bicara Soal Transkrip Video Ahok Kutip Al Maidah", artikel diunduh dari <http://metro.news.viva.co.id/news/read/833401-buni-yani-bicara-soal-transkrip-video-ahok-kutip-al-maidah>, diunduh 5 November 2016

⁴ "Islamist March in Jakarta, Demanding Christian Governor Be Jailed", artikel diunduh dari <http://www.nytimes.com/2016/11/05/world/asia/jakarta-protest-blasphemy-ahok-indonesia.html? r=0>, diunduh tanggal 5 November 2016

menganalisisnya menjadi semakin kabur. Informasi yang hadir dalam media baru dapat dibentuk dengan mudah, dispesifikkan, dimanipulasi, dan didistribusikan ke dalam banyak pengguna dalam waktu bersamaan. Dalam media baru, batas atau pemroduksi pesan dan penerima pesan tidak lagi bisa dibuat garis pembatas secara tegas.

Teknologi media baru yang hadir dalam bentuk media jejaring sosial seperti *facebook*, *twitter*, dan juga aplikasi percakapan seperti *WhatsApp* telah mengubah secara signifikan pola-pola interaksi dan komunikasi individu. Sifatnya yang interaktif dan partisipatif telah memungkinkan komunikasi berlangsung secara lebih mendalam dan luas. Melalui media jejaring sosial media, seorang individu bisa menjadi penerima dan pemroduksi pesan dalam waktu yang hampir bersamaan. Pola-pola komunikasi semacam itu jelas berbeda jika dibandingkan komunikasi massa dan interpersonal. Pada komunikasi massa, pesan yang disiarkan merupakan hasil kerja organisasi dimana 'gatekeeper' memegang peran yang sangat penting. Pertimbangan-pertimbangan profesional telah masuk ke dalam meja redaksi sehingga setiap pesan yang disiarkan dalam media massa merupakan hasil dari kerja berjenjang yang dipengaruhi oleh wartawan di lapangan, redaktur, dan kebijakan redaksional media yang bersangkutan. Khalayak juga tidak bisa memberikan umpan balik langsung sehingga khalayak lebih 'pasif' sifatnya dibandingkan dengan *feedback* dalam media jejaring sosial seperti *facebook*. Namun, berbeda dengan komunikasi interpersonal dan kelompok dimana komunikasi menjangkau khalayak terbatas, tidak demikian dengan komunikasi melalui media baru ini. Sifat jangkauan media baru sangat luas, bahkan jauh lebih luas dibandingkan dengan media massa. Dampak yang ditimbulkannya juga demikian. Dalam banyak kasus, dampak komunikasi melalui *facebook* dan *twitter* bisa jauh melampaui dampak-dampak media massa. Dalam situasi semacam ini, persoalan etis menjadi sangat penting untuk didiskusikan.

Makalah ini berupaya menjawab dua pertanyaan pokok terkait dengan etika komunikasi di media baru, yakni bagaimanakan persoalan etis dalam komunikasi media baru atau secara lebih spesifik komunikasi dengan menggunakan media jejaring sosial semacam *facebook* ataupun *twitter*? Kemudian, sejauh mana, individu harus senantiasa menggunakan pertimbangan etis ketika berkomunikasi dengan menggunakan media baru tersebut?

PEMBAHASAN

Perbincangan mengenai etika komunikasi atau secara lebih khusus etika komunikasi dalam media baru biasanya tidak bisa dilepaskan dari dua pertanyaan pokok, yakni mengapa etika itu penting dalam proses komunikasi, terlebih ketika komunikasi dilakukan dengan menggunakan media baru dan bagaimana seharusnya tindakan etis komunikasi dalam ruang media baru itu dilakukan?

1. Kebebasan dan Kewajiban Etis

Tuntutan etika profesi berangkat dari pemahaman bahwa otonomi merupakan prasyarat penting bagi suatu profesi. Oleh karena itu, kebebasan menjadi prasyarat bagi pengakuan atas tindakan profesi. Ini karena dengan kebebasan seseorang bisa mempertimbangkan tindakan-tindakan profesionalnya. Sebaliknya, dalam kondisi tertekan dan dipaksa, seorang profesional dengan keahlian yang sangat tinggi sekalipun tidak akan mampu menggunakan pengetahuan dan keahlian profesional untuk melakukan suatu tindakan. Oleh karena itu, dalam kondisi bebas dan otonom itulah, suatu tindakan profesi bisa dikenakan kewajiban-kewajiban etis. Seperti dikemukakan Magnis-Suseno (1987), manusia mempunyai kebebasan karena dengan kebebasan itu manusia bisa mengikuti suara hati. Ia mempunyai kehendak bebas. Ini berbeda dengan binatang karena perilaku binatang hanya mengikuti insting. Manusia tidak demikian. Manusia mempunyai pengertian (Magnis-Suseno, 1987) atau kesadaran (Bagus Takwin, 2005). Oleh karena manusia mempunyai

pengertian, ia dapat memilih alternatif-alternatif. Dalam kasus Buni Yani, misalnya, sebagai makhluk berpengertian, ia bisa memilih tindakan antara mengunggah video dan transkrip tersebut ataukah tidak. Dalam kaitan ini, Buni Yani mempunyai kehendak bebas. Meminjam ungkapan Franz Magnis-Suzeno, “Ia dapat memilih berbuat ini atau itu.” Oleh karena ia mempunyai kehendak bebas inilah, maka ia bisa dibebani kewajiban (1987: 22).

Manusia juga mempunyai kesadaran yang tidak dimiliki oleh binatang. Dengan merujuk pada gagasan Ned Block dan Rosenthal, Bagus Takwin membedakan kesadaran menjadi dua bentuk, yakni kesadaran fenomenal dan kesadaran aktif (Takwin, 2005: 73-74). Kedua bentuk kesadaran ini, menurut Takwin, dipahami sebagai fungsi yang menghasilkan tingkat kedalaman pemahaman terhadap objek yang berbeda yang tidak lepas dari pengaruh rasionalitas dan kehendak bebas. Menurut Bagus Takwin, kesadaran fenomenal mencakup *thick and thin phenomenology*, yang berfungsi memberi perhatian pada objek dan mengenalinya. Hasil pengenalan kesadaran fenomenal ini adalah pengetahuan pada objek tanpa mempunyai pemahaman lebih jauh seluk-beluk objek tersebut. Jadi, kesadaran fenomenal ini hanya bersifat permukaan. Ia mengenali akan keberadaan objek tanpa pemahaman lebih jauh.

Jika ditinjau dari latar belakang pengalaman subjek, objek yang dikenali tersebut bisa dibedakan menjadi dua macam, yakni objek yang sudah diketahui sebelumnya dan objek yang belum diketahui sebelumnya. Sementara itu, jika ditinjau dari asalnya, objek yang dikenali ini dibedakan menjadi dua macam juga, yakni objek yang berada di luar dirinya, dan objek yang berada di dalam dirinya (Takwin, 2005: 74). Menurut Bagus Takwin, perhatian terhadap objek dilakukan oleh kehendak bebas, sedangkan pengenalan terhadap objek dilakukan oleh rasionalitas.

Jika kesadaran fenomenal hanya memahami objek secara permukaan, maka kesadaran kritis mempunyai fungsi untuk mendalami objek kesadaran tersebut. Seperti dikemukakan oleh Bagus Takwin (2005: 74), “Fungsi pemahaman lebih jauh dipegang oleh kesadaran aktif yang akan mengolah informasi tentang objek sehingga informasi itu bisa disadari sepenuhnya dan dapat digunakan untuk pengambilan keputusan.” Dalam rangka mengolah dan memahami objek tersebut, subjek bisa menggunakan satu atau lebih perspektif. Tentu saja, semakin banyak perspektif yang digunakan dalam memahami objek, maka akan semakin dalam pemahaman subjek atas objek.

Seperti telah dikemukakan di awal, kebebasan merupakan prasyarat mutlak bagi munculnya tuntutan akan kewajiban etis komunikasi. Kebebasan ini bisa dibedakan atas kebebasan eksistensial dan kebebasan sosial (Magnis-Suzeno, 1987) atau kebebasan positif dan negatif (Berlin, 2004). Pada yang pertama, kebebasan menekankan diri pada otonomi individu untuk bertindak sesuai dengan tujuan-tujuannya sendiri. Kebebasan eksistensial pada hakikatnya menyangkut kemampuan manusia untuk menentukan dirinya sendiri (Magnis-Suzeno, 1987: 23). Sifatnya positif karena kebebasan eksistensial ini tidak menekankan segi kebebasan dari apa, melainkan bebas untuk apa. “Kebebasan itu mendapatkan wujudnya yang positif dalam tindakan kita yang disengaja” (Magnis-Suzeno, 1987: 23). Kebebasan dalam pengertian pertama ini bersumber pada keinginan yang ada dalam diri seorang individu untuk menjadi tuan bagi dirinya sendiri (Berlin, 2004: 244). Kebebasan positif mengandung pengertian bahwa saya ingin menjalani hidup dan mengambil keputusan berdasarkan pada diri sendiri; menjadi sarana bagi tindakan sendiri dan bukannya karena orang lain. Bebas berarti bahwa saya menjadi subjek, bukan objek; dikendalikan oleh akal sehat, oleh tujuan-tujuan sadar yang saya kehendaki sendiri, dan bukan oleh tindakan-tindakan dari luar yang menimpa diri saya.

Pada yang kedua, seorang individu dikatakan bebas jika ia tidak mendapatkan pengekangan. Ini karena pengekangan berarti bahwa seseorang tidak bisa secara leluasa mengejar tujuan-tujuannya. Menurut Berlin, apa yang dimaksud dengan menjadi bebas dalam

pengertian ini adalah tidak adanya campur-tangan orang lain. Semakin luas wilayah dimana tidak ada campur-tangan, maka kita akan semakin mempunyai kebebasan. Kebebasan negatif atau kebebasan sosial ini bersumber dari hubungan atau relasinya dengan pihak lain. Seperti dikemukakan Magnis-Suseno (1987: 27), “Manusia itu bebas apabila kemungkinan-kemungkinannya untuk bertindak tidak dibatasi oleh orang lain.” Oleh karena kebebasan itu secara hakiki dihayati dalam hubungannya dengan orang lain, maka kebebasan itu disebut sebagai kebebasan sosial.

Sejauh ini, kita telah mendiskusikan kebebasan dan hubungannya dengan etika. Kewajiban-kewajiban etis hanya bisa dibebankan pada individu-individu yang bebas, baik dalam pengertiannya yang positif dan negatif. Sebaliknya, individu-individu yang dikekang, individu yang tidak memiliki kebebasan dan otonomi, tidak bisa dimintai pertanggungjawaban. Ini karena tindakan-tindakan di bawah ancaman tidak bisa dikatakan sebagai tindakan yang didasari atas kesadaran dan rasionalitas dirinya sendiri sehingga tidak bisa dimintai pertanggungjawaban. Pertanyaannya kemudian sejauh mana kebebasan bisa dipertanggungjawabkan dalam komunikasi media baru? Dengan kata lain, sejauh mana individu memiliki otonomi dalam melakukan atau tidak melakukan komunikasi dengan menggunakan jejaring sosial yang ada? Untuk menjawab pertanyaan ini, terlebih dahulu, kita harus memahami karakteristik media baru dan khalayaknya.

Seperti dikemukakan di awal, ada dua sifat media baru yang saling berhubungan satu dengan lainnya, yakni interaktivitas dan khalayak aktif. Interaktivitas menandakan bahwa khalayak media baru adalah aktif karena jika pasif maka interaktivitas tidak akan berjalan. Dalam media baru, khalayak menentukan akses atas informasi yang disediakan media baru itu dalam tiga hal, yakni kapan informasi itu diakses, jenis informasi apa yang akan diakses, dan apakah khalayak itu akan membagikan (*sharing*) atas informasi yang mereka dapatkan ataukah tidak (dikutip dari Rianto, 2016).

Visi khalayak aktif berarti pula otonomi. Dalam media baru seperti media jejaring sosial *facebook*, khalayak memiliki otonomi yang jauh lebih besar dibandingkan dengan para khalayak media massa. Seperti dikemukakan oleh Ruggiero (Baran dan Davis, 2010: 296), sekali pesan terdigitalisasi, manipulasi media menjadi tidak dapat diukur, membuat individu memiliki lebih banyak kontrol daripada terhadap media tradisional. Ini mengandung pengertian bahwa khalayak media baru jauh lebih bebas dan otonom dibandingkan dengan media massa. Oleh karena itu, ketika tuntutan etis komunikasi massa dilandasi oleh profesi-setiap perilaku profesi harus disandarkan pada kaidah-kaidah etis demi menjamin kepentingan publik (Haryatmoko, 2007; Siregar, 2006)-maka etis dalam media baru merupakan konsekuensi atas otonomi dan kebebasan komunikasi itu sendiri. Maka, jika etika komunikasi hendak memecahkan dilema antara kebebasan berekspresi dan tanggung jawab media sebagai instansi pelayanan publik (Haryatmoko, 2007) maka dalam konteks media baru, tuntutan etis tentu saja bukan soal kebebasan dan tanggung jawab layanan publik, tapi bahwa kebebasan itu senantiasa membawa konsekuensi.

Etika merupakan pilihan nilai moral dalam menghadapi realitas, yang secara substansial dapat ditarik ke akarnya, yaitu bagaimana pelaku mendefinisikan alter dalam interaksi sosial (Siregar, 2006: 73). Kebutuhan akan etika hadir karena manusia adalah makhluk sosial. Sebagai makhluk sosial, keberadaannya tidak bisa dilepaskan dari interaksinya dengan pihak lain. Dalam interaksinya itu, dibutuhkan pedoman perilaku agar masing-masing mengetahui bagaimana seharusnya bertindak, menempatkan diri dalam keseluruhan interaksi dengan manusia lainnya sehingga tidak menimbulkan kegoncangan ataupun kekacauan sosial (Nasution, 2015). Oleh karena etika ditempatkan dalam interaksinya dengan orang lain, maka etika dapat dilihat sebagai filosofi tentang apa perilaku yang baik dan berterima (*right and acceptable behavior*), mempromosikan suatu *fair play* bahkan terhadap orang yang tidak

disukai sekalipun, dan merupakan kode personal berupa suatu pilihan pribadi untuk berperilaku etis (Nasution, 2015: 22).

Etika merupakan orientasi bagi manusia bagaimana seharusnya ia menjalani hidup dalam kehidupan sosial. Etika sebagai sarana orientasi bagi manusia untuk menjawab suatu pertanyaan yang fundamental, yakni bagaimana saya harus hidup dan bertindak? (Magnis-Suseno, 1987).

Etika berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik, baik pada dirinya sendiri maupun kepada masyarakat. Kebiasaan baik ini lantas disebarluaskan, disosialisasikan, dan diturunkan dari satu ke generasi ke generasi berikutnya. Kaidah-kaidah, norma, dan aturan menyangkut baik buruk perilaku manusia yang secara singkat kemudian dipahami sebagai kaidah yang menentukan apa yang baik harus dilakukan dan yang buruk harus ditinggalkan. Dalam konteks ini, etika disamakan dengan ajaran moral. Etika secara lebih luas dipahami sebagai pedoman bagaimana manusia harus hidup, dan bertindak sebagai orang baik. Etika memberi petunjuk, orientasi, dan arah bagaimana harus hidup secara baik sebagai manusia (Keraf, 2002: 3).

Etika, di sisi lain, bisa dipahami sebagai refleksi kritis tentang bagaimana manusia harus hidup dan bertindak dalam situasi konkret, situasi khusus tertentu (Keraf, 2002: 4). Etika dipahami sebagai filsafat moral, suatu ilmu yang membahas secara kritis persoalan benar dan salah secara benar, tentang bagaimana harus bertindak dalam situasi konkret (Keraf, 2002: 5). Menurut Nasution (2015: 23), “etik merupakan filosofi untuk berperilaku yang berterima di tengah orang lain. Etik mempertanyakan apa yang harus kita perbuat pada situasi tertentu (*what we should do in some circumstance*) atau apa yang harus kita lakukan selaku partisipan dalam berbagai aktivitas atau profesi.”

2. Tiga Teori Etika

Pemahaman etika sebagai orientasi bagi kehidupan manusia, menyangkut bagaimana seharusnya manusia hidup dan bertindak dalam kehidupan sosial, maka sumber orientasi itu bisa bermacam-macam. Beberapa ahli filsafat telah mengembangkan teori etika ini, dan diantaranya telah dianut oleh banyak orang ketika mereka berhadapan pada situasi yang menuntut tindakan etis. Ada tiga ajaran etika yang biasa dirujuk, yakni etika deontologi Kant, Teleologi John Stuart Mill, dan etika keutamaan/subjektif.

Etika deontologi mengemukakan bahwa perbuatan baik atau buruk tidak didasarkan pada dampak atau konsekuensi yang ditimbulkan, tapi bahwa tindakan itu harus diletakkan dalam kerangka kewajiban moral (*moral-duty base*) (Keraf, 2002: 9). Kant dalam hal ini menolak akibat suatu tindakan sebagai dasar untuk menilai tindakan tersebut karena akibat tadi tidak menjamin universalitas dan konsistensi kita dalam bertindak dan menilai suatu tindakan. Oleh karenanya, etika deontologi sangat menekankan motivasi, kemauan baik dan watak yang kuat untuk bertindak sesuai kewajiban. Kant menjelaskan bahwa kemauan baik adalah syarat mutlak untuk bertindak secara moral (Keraf, 2002: 10). Dalam etika deontologi, tindakan atau pilihan-pilihan moral didasarkan pada prinsip-prinsip menurut kewajiban moral universal tanpa menganggap apakah konsekuensi atas pilihan atau tindakan tersebut baik ataukah buruk.

Etika teleologi berkebalikan dengan etika deontologi. Etika teleologi justru melihat baik-buruk suatu tindakan didasarkan pada tujuan atau akibat suatu tindakan. Suatu tindakan dikatakan baik jika mempunyai tujuan dan akibat yang baik (Keraf, 2002: 15). Perhatian etika teleologi karenanya diberikan pada hasil tindakan etis. Menurut etika ini, suatu tindakan barangkali menyalahi moral tertentu, tapi sejauh bahwa tindakan itu memberikan manfaat maka tindakan etis bisa dilakukan. Untuk menilai apakah suatu tindakan itu memberikan manfaat terbesar ataukah tidak, maka ada tiga kriteria yang digunakan oleh etika utilitarianisme, yakni manfaat, manfaat terbesar, dan manfaat terbesar bagi sebanyak

mungkin orang (lihat Keraf, 2002: 16-17). Jadi, pertama-pertama, para penganut etika teleologi ini akan menanyakan apakah suatu tindakan etisnya memberikan manfaat. Jika iya, maka tindakan itu akan diambil. Kedua, diantara tindakan etis yang harus ia ambil, mana yang memberikan manfaat paling besar. Tindakan yang memberikan manfaat paling besar itulah yang harus diambil. Ketiga, jika tindakan memberikan manfaat yang paling besar, maka diantara tindakan yang harus diambil tersebut, maka yang memberikan manfaat terbesar bagi banyak orang. Kita mungkin ingin bisa membahagiakan semua orang. Namun, tindakan-tindakan semacam itu sering kali sulit dilakukan. Sebaliknya, suatu tindakan mungkin memberikan manfaat bagi orang lain, tapi pada saat yang sama merugikan orang lainnya. Dalam situasi semacam ini, etika utilitarianisme atau teleologi sangat berguna. Kita harus bisa menghitung diantara manfaat-manfaat yang ada, maka mana yang memberikan manfaat terbesar bagi sebagian besar orang. Persoalannya jika suatu tindakan sama-sama memberikan kerugian, maka apa yang harus dilakukan. Etika utilitarianisme memberikan pedoman dalam situasi dimana semua alternatif yang ada ternyata sama-sama mendatangkan kerugian, maka tindakan yang baik adalah tindakan yang membawa kerugian terkecil (Keraf, 2002: 17).

Jika etika deontologi dan teleologi lebih memberikan perhatian pada sesuatu 'di luar' diri individu, maka etika subjektif sebaliknya. Etika ini menyandarkan pada keyakinan bahwa setiap individu mempunyai kebajikan-kebajikan sendiri. Menurut etika keutamaan, suatu tindakan etis dipercayakan kepada individu karena setiap individu mempunyai apa yang sering sebagai *conscience, instinct or spiritual guidance*.

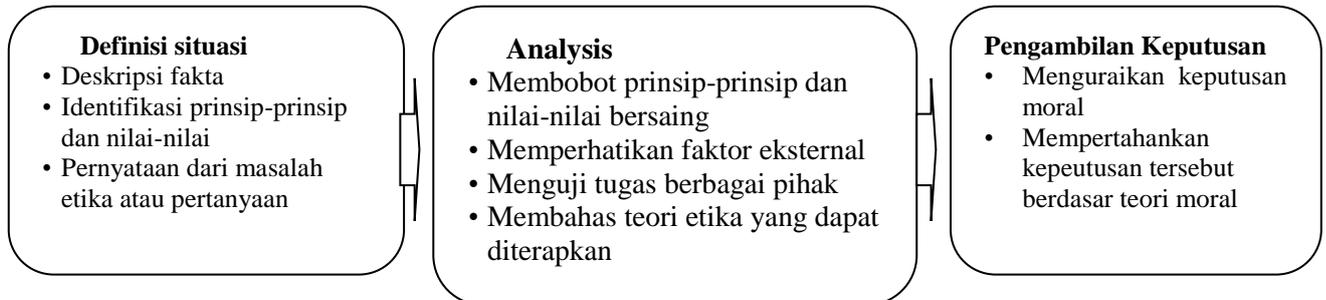
3. Etika (Komunikasi) dalam Media Baru

Pada bagian sebelumnya, telah dikemukakan bahwa dibandingkan khalayak media massa, khalayak media baru jauh lebih bebas dan otonom. Ia tidak hanya bisa membaca, tapi sekaligus memberikan respon segera atas apa yang dibacanya itu dalam waktu dan situasi yang dipilihnya. Selain itu, para pengguna media baru juga mempunyai kemampuan yang tidak dimiliki khalayak media massa karena bisa memproduksi pesan dan menyebarkannya. Seorang pengguna *facebook* tidak hanya bisa membaca dari tulisan atau berita yang di-*share* oleh teman-teman mereka, tapi sekaligus bisa memproduksi pesan media untuk didistribusikan. Dalam waktu bersamaan, ia bertindak sebagai penerima dan pemroduksi pesan sekaligus. Di sinilah, tindakan komunikasi itu harus benar-benar mempertimbangkan segi etis. Ini karena bukan hanya bahwa media baru seperti *facebook* mampu menjangkau khalayak luas karena bisa di-*share* dan menjadi viral, tapi bahwa media jejaring sosial itu sendiri mempunyai 'kehidupan sosial'. Oleh karenanya, setiap tindakan komunikasi terutama dalam memproduksi dan mendistribusikan pesan-pesan komunikasi harus selalu dilandasi oleh etis komunikasi.

Tindakan etis semacam itu bisa dilakukan dengan cara mempertanyakan secara kritis apakah tindakan-tindakan komunikasi yang ia lakukan sesuai dengan kewajiban universal sesuai ajaran etika deontologi atau memberikan manfaat terbesar bagi banyak orang sesuai ajaran etika utilitarianisme. Jika bukan karena pertimbangan kewajiban moral atau manfaat atas tindakan komunikasinya, maka ia bisa merujuk pada hati nuraninya, pada pengalaman-pengalaman pribadinya, apakah jika menulis sebuah pesan ataupun mendistribusikan sebuah pesan maka itu baik atas pertimbangan hati nurani dan pengalaman pribadinya. Dari perspektif ini, meskipun media jejaring sosial memberikan keleluasan dan otonomi yang lebih besar, tapi tidak ada kebebasan tanpa tanggung jawab. Begitu juga bahwa tidak ada kebebasan yang sifatnya mutlak. Setiap kebebasan dibatasi oleh hak-hak orang lain, dan etika hendak menjamin bahwa kebebasan itu tidak menuju pada keburukan dan kekacauan. Dengan mempertimbangkan segi-segi etis atas tindakan komunikasi-menulis atau mendistribusikan sebuah pesan komunikasi melalui media sosial-tidaklah sederhana. Ia harus senantiasa

melibatkan pertimbangan-pertimbangan etis, ajaran-ajaran dan nilai-nilai moral yang berkembang dalam masyarakat. Di sini, diperlukan semacam keterbukaan pikiran agar pertimbangan-pertimbangan etis bisa dilakukan dengan baik.

Model yang ditawarkan oleh Louis Alvin Day (2003) mengenai bagaimana mencapai suatu pertimbangan moral kiranya akan sangat membantu para pengguna media sosial dalam menentukan pertimbangan-pertimbangan etis komunikasi. Model Day ini dibagi ke dalam tiga tahap, yakni definisi situasi, analisis situasi, dan pengambilan keputusan. Gambaran model Day adalah sebagai berikut.



Sumber: Louis Alvin Day (2003). *Ethics in Media Communications Cases and Controversies*, fourth edition, United States Thompson dan Wadsworth, hal. 67

Model yang ditawarkan Day di atas bisa digunakan oleh para pengguna media jejaring sosial dalam beragam situasi. Dalam situasi komunikasi tertentu, para pengguna harus lebih dahulu mengidentifikasi isu-isu etis utama, dan mendata fakta-fakta, prinsip, nilai yang penting dalam proses pengambilan keputusan. Pada tahap awal, harus dideskripsikan dulu faktanya, dan mengidentifikasi nilai-nilai relevan yang saling bersaing. Berikutnya, membuat pernyataan yang jelas atas pertanyaan etis atau isu-isu yang terlibat. Langkah selanjutnya adalah menggunakan informasi yang tersedia untuk menjelaskan situasi dan alternatif-alternatif etika. Akhirnya, pengambilan keputusan etis. Dari model ini, menjadi sangat jelas bahwa menggunakan media jejaring sosial bukan hanya menulis dan mengirimkan pesan, tapi bahwa pesan yang ditulis dan dikirimkan itu harus mempertimbangkan dimensi-dimensi etis komunikasi. Kebaikan dan kemanfaatan bagi diri sendiri, pihak lain, dan secara umum kebaikan bagi umat manusia.

PENUTUP

Tulisan makalah ini dikembangkan bahwa para pengguna media baru mempunyai kebebasan dan otonomi, dan karenanya harus dituntut tanggung jawabnya. Pengalaman demonstrasi 4 November 2016 terkait tuduhan penistaan agama yang dilakukan Ahok memberikan pelajaran bahwa menggunakan media jejaring sosial tidak sekadar menulis dan membagi informasi, tapi bahwa tindakan tersebut harus disadari oleh pertimbangan-pertimbangan etis. Ada tiga teori etika yang bisa menjadi rujukan dalam pertimbangan etis tersebut, dan model Day kiranya bisa dijadikan rujukan dalam proses pengambilan keputusan etika moral.

DAFTAR REFERENSI

- Baran, Stanley J. dan Dennis K. Davis (2010). *Teori Komunikasi Massa: Dasar, Pergolakan, dan Masa Depan*, terjemahan oleh Afrianto Daud dan Putri Iva Izzati, Jakarta: Penerbit Salemba Humanika
- Berlin, Isaiah (2004). *Empat Esai Kebebasan*. Terjemahan A. Zaim Rofiqi, Jakarta: Freedom Institute, LP3ES

- Day, Louis Alvin (2003). *Ethics in Media Communications Cases and Controversies*, fourth edition, United States Thompson dan Wadsworth
- Fairclough, Norman (2003). *Language and Power: Relasi Bahasa, Kekuasaan, dan Ideologi*, terjemahan Indah Rohmani-Komunitas Ambarawa, Malang: Boyan Publishing
- Haryatmoko (2007). *Etika Komunikasi: Manipulasi Media, Kekerasan, dan Pornografi*, Yogyakarta: Kanisius
- Hartley, John (2010). *Communication, Cultural, dan Media Studies: Konsep Kunci*, terjemahan Kartika Wijayanti, Yogyakarta-Bandung: Penerbit Jalasutra
- Jorgensen, Marianne; Louise J. Phillips, 2007, *Analisis Wacana: Teori dan Metode*, edisi terjemahan oleh Imam Suyitno, Lilik Suyitno, dan Suwarna, Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Magnis-Suseno, Franz (1987). *Etika Dasar: Masalah-Masalah Pokok Filsafat Moral*. Yogyakarta: Kanisius
- Nasution, Zulkarimein (2015). *Etika Jurnalisme: Prinsip-Prinsip Dasar*, Jakarta: Rajawali Press
- Rianto, Puji (2016). “Media Baru, Visi Khalayak Aktif, dan Urgensi Literasi Media. Makalah dipersiapkan untuk *Konferensi Hari Komunikasi Nasional*, Makassar, 11-13 Oktober 2016
- Siregar, Ashadi (2006). “Dari Kode Etik Wartawan Indonesia ke Dewan Pers”. Dalam *Membangun Kebebasan Pers yang Beretika*. Jakarta: Dewan Pers dan Yayasan Tifa
- Takwin, Bagus (2005). *Kesadaran Plural: Sebuah Sintesis Rasionalitas dan Kehendak Bebas*, Yogyakarta: Penerbit Jalasutra
- Titscher, Stefan; Michael Mayer, Ruth Wodak, Eva Vetter (2009). *Metode Analisis Teks dan Wacana*, terjemahan Gazali dkk, Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- “Demi Persatuan, Enam Ormas Pemuda Tolak Ikut Demo 4 November”, artikel diunduh dari <http://www.bbc.com/indonesia/indonesia-37861742> pada [4 November 2016](#)
- “**Kasus Video Ahok, Ini Hasil Wawancara Dengan Buni Yani**”
<http://www.antarakalteng.com/berita/258007/kasus-video-ahok-ini-hasil-wawancara-dengan-buni-yani>, diunduh 5 November 2016
- “Buni Yani Bicara Soal Transkrip Video Ahok Kutip Al Maidah”, artikel diunduh dari <http://metro.news.viva.co.id/news/read/833401-buni-yani-bicara-soal-transkrip-video-ahok-kutip-al-maidah>, diunduh 5 November 2016
- Islamist March in Jakarta, Demanding Christian Governor Be Jailed”, artikel diunduh dari http://www.nytimes.com/2016/11/05/world/asia/jakarta-protest-blasphemy-ahok-indonesia.html?_r=0, diunduh tanggal 5 November 2016