

p-ISSN: 2775-0116 | e-ISSN: 2746-5276

MEDIA

Jurnal Filsafat dan Teologi

Volume 4, Nomor 2, September 2023

Memahami Fenomena Konten Sedekah dalam Perspektif Matius 6:1-4
Bonifasius Pradipta Putra Alam, Ireneus Yongki Artha Pieter

Pembahasan Injil Harian dalam Komunitas Virtual Awam
Tiro Angelo Daenuwy, Indra Tanureja

Kesatuan Liturgi dan Teologis Perayaan Trihari Suci
Stenly Vianny Pondaag, Checilia Cindy Jenifer Alida Pinedendi

Kebebasan Manusia dalam Predestinasi Ganda John Calvin berdasarkan
Institutes of the Christian Religion
Christian Arisandi Kiding Allo

Urgensi Etika bagi Komunikasi Politik
Michael Carlos Kodoati

Yesus Kristus Sang Gembala Penyembuh: Kristologi dalam Konteks
Safeguarding terhadap Anak
Antonius Bagas Prasetya Adi Nugraha



Diterbitkan oleh
Sekolah Tinggi Filsafat Seminari Pineleng



Urgensi Etika bagi Komunikasi Politik

Michael Carlos Kodoati ^{a,1}

^a Magister Filsafat STF Driyarkara Jakarta

¹ michael.carlosk@driyarkara.ac.id

ARTICLE INFO

ARTICLE HISTORY:

Submitted: 23 June 2023

Revised: 12 July 2023

Accepted: 14 July 2023

KEYWORDS:

Democracy, Ethics of
Political Communication,
Journalism, Mass Media,
Oxymoron, Public Sphere

KATA-KATA KUNCI:

Demokrasi, Etika
Komunikasi Politik,
Jurnalisme, Media Massa,
Oxymoron, Ruang Publik

DOI:

<https://doi.org/10.53396/media.v4i2.202>

ABSTRACT:

The writing aims to observe the urgency of ethics for political communication. Through literature research on Brian McNair's thought, one crucial question is revealed, is the increasing role of mass communication in the political process "good" or "bad" for democracy? McNair shows that political interaction in the public sphere is dirty and not by democratic ideals. In the end, it was found that political communication is a philosophical problem, in this case, ethics. However, bringing up the term political communication ethics ultimately fell on an oxymoron understanding. Even so, for the sake of democracy, there needs to be an understanding that the ethics of political communication is necessary after considering the dangers of political communication without ethics.

ABSTRAK:

Tulisan ini disusun untuk melihat urgensi etika bagi komunikasi politik. Melalui penelitian pustaka pada pemikiran Brian McNair terungkap satu pertanyaan penting, apakah meningkatnya peran komunikasi massa dalam proses politik itu "baik" ataukah "buruk" bagi demokrasi? McNair menunjukkan interaksi politik di ruang publik merupakan arena yang kotor dan tidak sesuai dengan cita-cita demokrasi. Pada akhirnya, ditemukan bahwa komunikasi politik merupakan problematika filosofis, dalam hal ini, etika. Namun memunculkan istilah etika komunikasi politik pada akhirnya jatuh pada pemahaman *oxymoron*. Meski begitu, demi demokrasi, perlu ada pelurusan pemahaman bahwa etika komunikasi politik justru perlu setelah menimbang berbahayanya komunikasi politik tanpa etika.

Copyright © 2023, Author



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

Pendahuluan

Indonesia sedang mempersiapkan diri melaksanakan pemilihan umum (Pemilu) untuk memilih pimpinan negara dan wakil rakyat periode 2024-2029. Dalam proses tersebut, terjadi komunikasi politik di antara pelaku politik dan khalayak warga. Menurut Denton dan Woodward dalam McNair, komunikasi politik adalah diskusi yang sungguh-sungguh mengenai alokasi sumber daya publik (pendapatan), wewenang pejabat (siapa yang diberikan kuasa membuat keputusan hukum, legislatif dan eksekutif) dan sanksi resmi

(tindakan apa yang mendapat penghargaan atau hukuman dari negara).¹ Dalam arti itu, komunikasi politik merupakan diskursus kehidupan bernegara berdasarkan konstitusi, sesuai tujuan bernegara mengenai alasan apa sebuah negara dibangun dan melandaskan diri pada demokrasi. Komunikasi politik di alam demokrasi terjadi di ruang-ruang publik. Filsuf Jerman, Jürgen Habermas, mencatat sejarah kelahiran demokrasi ruang publik kritis muncul bersamaan dengan media massa yang memicu dimensi rasional kritis sosial.² Pada konteks Pemilu, komunikasi politik dapat berarti interaksi antara para pelaku politik dengan warga dengan melibatkan media massa sebagai saluran pesan politik.

McNair mengidentifikasi interaksi politik kotor di ruang-ruang publik³ yang menegaskan identifikasi mengenai rusaknya ruang publik demokratis yang pernah dilakukan Habermas.⁴ Dalam konteks Pemilu 2024, menarik bagi penulis untuk memunculkan refleksi filosofis mengenai komunikasi politik Indonesia. Jika komunikasi politik merupakan diskursus mengenai kehidupan bernegara yang demokratis, proses-proses politik dalam Pemilu ini perlu mendapat panduan etis agar sesuai dengan koridor berdemokrasi. Apakah mungkin etika digunakan untuk memandu proses-proses politik bersih yang demokratis dalam realitas politik yang kotor? Pertanyaan ini memunculkan urgensi mengenai pentingnya etika komunikasi politik. Namun, Louis Alvin Day membuka perdebatan bahwa memunculkan istilah “etika komunikasi politik” merupakan *oxymoron*. Bagi Day, istilah ini bertentangan satu sama lain. Mana mungkin komunikasi politik dalam prosesnya menggunakan cara-cara propaganda negatif bahkan cenderung menghalalkan segala cara dapat berpadu dengan etika yang membahas soal moralitas?⁵ Pemikiran Day ini senada dengan Alois A. Nugroho yang dalam tulisannya bertanya: mengapa komunikasi politik perlu etika? Bukankah istilah "etika komunikasi politik" sendiri merupakan sebuah *oxymoron*? *Oxymoron* ialah ungkapan yang memuat pertentangan dalam dirinya sendiri. Nugroho menjelaskan, bahwa jika "etika komunikasi politik" merupakan sebuah *oxymoron*,

¹ Robert E. Denton (Jr.) dan Gary C. Woodward dalam *Political Communication in America* sebagaimana dikutip Brian McNair, *An Introduction to Political Communication* (London dan New York: Routledge, 2018), 3.

² Michael Carlos Kodoati, *Kritik Jürgen Habermas atas Media Massa: Prinsip, Debat, dan Relevansi* (Tesis Magister, Sekolah Tinggi Filsafat Driyarkara, 2022), 17-19. https://17813.rmwebopac.com/item/RHHHDHC_Q5EKujL.NyYit-Nw_zObg9AAQsU-A3O_CHG3a-A.

³ Kodoati, *Komunikasi Politik: Sebuah Kajian berdasarkan Pemikiran Brian McNair* (Skripsi Sarjana, Sekolah Tinggi Filsafat Driyarkara, 2020), i. https://17813.rmwebopac.com/item/RHHHDHC_Q5EKujL.NyYit-Nw_qV3tPZIEVko8bzdENL_Q.

⁴ Jürgen Habermas, *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*, trans. Thomas Burger & Frederick Lawrence (Cambridge, USA: The MIT Press, 1989), 159-238.

⁵ Louis Alvin Day, *Ethics In Media Communication: Cases And Controversies* (Belmont, CA: Thomson Wadsworth, 2006), vi.

terkandung prasangka bahwa komunikasi politik pada dasarnya ialah tidak etis.⁶ Istilah "etika komunikasi politik" mengandung kontradiksi dalam dirinya sendiri, karena komunikasi politik secara hakiki bertentangan dengan etika.⁷ Rasanya sulit untuk menghadirkan suatu "etika komunikasi politik" jika melihat realita komunikasi politik itu sendiri sebagai pertandingan tinju,⁸ duel maut,⁹ dan pertarungan kelas berat.¹⁰

Pada akhirnya dapat disimpulkan, baik Day maupun Nugroho¹¹, telah sepakat bahwa istilah etika komunikasi politik tidak lumrah. Tetapi ada suatu urgensi untuk tidak berhenti pada kesimpulan tersebut. Realita adanya praktik kotor dalam komunikasi politik kontemporer menunjukkan pentingnya etika komunikasi politik. Mengapa? Untuk tetap tegak, demokrasi membutuhkan ruang publik yang sehat sesuai cita-cita demokrasi, yakni suatu proses-proses komunikasi politik yang beretika dan sesuai cita-cita demokrasi itu sendiri. Penulis melihat bahwa etika komunikasi politik perlu dikembangkan. Dalam tulisan ini penulis mempertajam diskusi mengenai urgensi etika komunikasi politik; apakah komunikasi politik berdampak baik atau sebaliknya buruk bagi demokrasi? Untuk kebutuhan melihat urgensi etika bagi komunikasi politik, penulis mencoba menyodorkan pertanyaan untuk dijawab dalam analisa-analisa di dalam tulisan ini: bagaimana demokrasi tanpa etika komunikasi politik? Apa tepatnya jika komunikasi politik memerlukan etika? Penelitian ini menggunakan metode penelitian pustaka untuk menemukan alasan-alasan kuat secara filosofis bahwa etika komunikasi politik merupakan urgensi bagi proses-proses politik yang terjadi dalam demokrasi kontemporer.

Perspektif Demokratis Suatu Komunikasi Politik menurut McNair dan Habermas

McNair, seorang sosiolog yang fokus pada bidang komunikasi, dan Habermas, seorang filsuf aliran teori kritis (kadang-kadang disebut sosiolog) yang terkenal dengan konsepnya mengenai ruang publik dan demokrasi radikal (sering disebut demokrasi deliberatif, memiliki pendapat senada bahwa ruang publik perlu menjadi ruang diskursus

⁶ Alois A. Nugroho, *Etika Komunikasi Politik* (Jakarta: Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, 2011), viii.

⁷ Nugroho, *Etika Komunikasi Politik*, viii.

⁸ "Pengamat: Prabowo seperti Petinju Ngawur," Ken Girsang: JPNN, 2 November 2018, <https://www.jpnn.com/news/pengamat-prabowo-seperti-petinju-ngawur>.

⁹ "Untuk Apa Presiden Joko Widodo Berlatih Tinju," Kasihanto Anto: Pep News, 4 Maret 2018, <https://www.pepnews.com/2018/03/04/untuk-apa-presiden-joko-widodo-berlatih-tinju>.

¹⁰ "Sandiaga Uno: Ini Pertarungan Tinju Kelas Berat," Valdy Arief: Tribun News, 29 Maret 2016, <https://www.tribunnews.com/metropolitan/2016/03/29/sandiaga-uno-ini-pertarungan-tinju-kelas-berat>.

¹¹ Kodoati, *Komunikasi Politik*, 101.

yang kritis. McNair melihat, bahwa komunikasi politik ada dalam rangka mengangkat isu-isu ke ranah publik, agar diperdebatkan, dirundingkan dan diselesaikan.¹² Diskursus semacam ini dalam pemikiran Habermas ialah segala sesuatu mengenai kehidupan masyarakat untuk tujuan mengatur kehidupan bersama mereka.¹³

McNair sendiri melandaskan pemikirannya mengenai komunikasi politik pada Habermas, terutama dalam melihat perkembangan komunikasi politik seiring kelahiran demokrasi itu sendiri. McNair sepakat dengan pemikiran Habermas¹⁴ bahwa ruang publik harus bisa diakses oleh semua warga dan akses informasi haruslah tersedia. Bagi McNair, hal ini perlu. Keterbukaan terhadap partisipasi semua pihak merupakan alasan lahirnya demokrasi. Demokrasi mengasumsikan adanya "keadaan terbuka" di mana rakyat diperbolehkan berpartisipasi dalam pengambilan keputusan dan diberi akses menuju media dan jaringan informasi lain yang memungkinkan terjadinya advokasi. Bagi Habermas, kemungkinan advokasi karena akses kepada media sebagai saluran sangat penting. Habermas menunjukkan perkembangan ruang publik Inggris abad ke-18¹⁵ yang ditandai dengan bangkitnya surat kabar yang menyediakan informasi, opini, komentar, kritik, yang memfasilitasi debat antar golongan borjuasi dan terdidik. Kekuatan ruang publik ini pada akhirnya menggantikan sistem politik dari feodal kepada demokrasi yang sarat kritik di ruang-ruang publik. Menurut penulis, itulah komunikasi politik. Demokrasi mengandaikan adanya interaksi politik sesuai cita-cita demokratis.

Komunikasi politik dalam perspektif demokrasi sejatinya merupakan kebebasan yang setara bagi setiap individu untuk berbicara di ruang publik. Komunikasi politik demokratis bukan lagi arena era feodal yang menyajikan tontonan perayaan kemuliaan raja di ruang-ruang publik, di mana rakyat hanya pasif sebagai penonton, yang tidak memiliki ruang untuk berbicara dalam diskursus. Dalam demokrasi, setiap individu diberi kebebasan dari dominasi kekuasaan negara.¹⁶ Kebebasan itu melahirkan kondisi-kondisi demokratis dengan prinsip-prinsip berikut: (a) Kekuasaan negara dilegitimasi dari kehendak orang-orang secara kolektif.¹⁷ Singkatnya, kedaulatan rakyat melalui perwakilan. Demokrasi memberikan hak bagi setiap orang untuk menentukan dirinya sendiri dan ikut serta dalam

¹² McNair, *An Introduction to Political Communication*, 227.

¹³ F. Budi Hardiman, *Demokrasi Deliberatif: Menimbang 'Negara Hukum' dan 'Ruang Publik' dalam Teori Diskursus Jürgen Habermas* (Yogyakarta: Kanisius, 2009), 128-129; Gusti A. B. Menoh, *Agama dalam Ruang Publik* (Yogyakarta: Kanisius, 2015), 57.

¹⁴ Kodoati, *Komunikasi Politik*, 115-118.

¹⁵ McNair, *An Introduction to Political Communication*, 20.

¹⁶ McNair, 18.

¹⁷ Franz Magnis-Suseno, *Etika Politik: Prinsip Moral Dasar Kenegaraan Modern* (Jakarta: Gramedia, 1987), 369.

proses pengambilan keputusan yang menyangkut seluruh masyarakat. Artinya bahwa di luar persetujuan masyarakat tidak ada orang atau kelompok orang yang berhak menentukan apa yang harus dilakukan oleh orang lain atau bagaimana masyarakat harus ditata dan dikembangkan. Prinsip ini berkembang menjadi pemilihan umum untuk memilih siapa saja yang berhak membuat undang-undang dan melaksanakan fungsi penataan masyarakat. Kedaulatan rakyat melalui perwakilan ini membuahkan pilar demokrasi pertama dan kedua yaitu lembaga eksekutif dan legislatif sebagai produk dari pemilihan umum. (b) Kebebasan individu setiap manusia dalam bentuk kedaulatan rakyat bersifat terbatas.¹⁸ Keterbatasan ini menjelaskan bahwa kemerdekaan setiap orang dijamin, tetapi juga kemerdekaan yang bertanggung jawab, bebas tetapi tertib. Kedaulatan rakyat bukan berarti demokrasi langsung atau segala keputusan diambil oleh rakyat. Ada kontrol demokratis yang efektif melalui demokrasi representatif. Atas dasar ini pula kekuasaan legislatif dibentuk. Legislatif memiliki fungsi representatif sekaligus membuat hukum atau undang-undang yang digunakan untuk mengatur hak setiap orang. Lembaga yudikatif sebagai pilar ketiga dari demokrasi akan menjalankan tugasnya dalam memastikan hukum ditegakkan. (c) Demokrasi itu sarat keterbukaan.¹⁹ Tetapi keterbukaan dalam demokrasi bukan tanpa batas. Demokrasi menganut keterbukaan (*publicity*) dalam pengambilan keputusan, maka kekuasaan negara akan bertindak dengan kesadaran bahwa selalu ada yang memperhatikannya. Dalam kondisi ini, akan ada pendapat umum sebagai sarana untuk menyajikan kebijakan yang salah, suatu keteledoran atau penyalahgunaan wewenang. Singkatnya, kesalahan akan sulit disembunyikan di hadapan masyarakat. Dalam cita-cita demokrasi modern, tekanan pendapat umum itu luar biasa. Pemerintah tidak dapat bertindak seakan-akan masyarakat tidak ada. Keterbukaan itu bukan hanya suatu fakta, melainkan suatu tuntutan etis: karena pemerintah bertindak demi dan atas nama seluruh masyarakat, seluruh masyarakat berhak untuk mengetahui apa yang dilakukannya. Fungsi dari prinsip-prinsip ini dijalankan oleh media massa atau pers sebagai pilar keempat dalam demokrasi.

Bertumpu pada kondisi-kondisi demokratis dengan prinsip-prinsip tersebut, McNair mengemukakan beberapa ciri penentu sebuah rezim demokrasi.²⁰ *Pertama*, konstitusionalitas. Dalam ciri ini, harus ada sejumlah prosedur dan aturan yang disepakati untuk menetapkan tata cara pemilihan umum, perilaku pemenang dan kegiatan yang boleh dilakukan oleh pihak penantang. Prosedur dan aturan ini biasanya dituangkan dalam sebuah

¹⁸ Magnis-Suseno, *Etika Politik*, 369-370.

¹⁹ Magnis-Suseno, 370-373.

²⁰ McNair, *An Introduction to Political Communication*, 18.

undang-undang. *Kedua*, partisipasi. Rakyat yang berpartisipasi dalam proses demokrasi haruslah rakyat dalam proporsi yang substansial. Proporsi substansial ialah partisipasi rasional dari publik berpendidikan seperti yang disyaratkan oleh demokrasi. *Ketiga*, pilihan rasional. Kondisi ketiga dalam demokrasi ini yaitu tersedianya pilihan dan mensyaratkan kemampuan warga untuk menentukan pilihannya secara rasional. Demokrasi dalam hal ini mengandaikan bahwa tindakan "memilih secara rasional" mengasumsikan keberadaan warga yang telah berpendidikan dan terdidik. Dengan ciri-ciri demokratis semacam itu dapat ditarik kesimpulan bahwa komunikasi politik dalam perspektif demokratis berarti interaksi-interaksi politik yang mengandaikan adanya jaminan hukum, partisipasi yang berkualitas substantif dan yang terpenting yaitu rasionalitas warga terdidik dan kritis.

Realitas Komunikasi Politik Kontemporer

Kunci komunikasi politik kontemporer yakni interaksi politik antara pelaku politik dengan warga dengan media massa sebagai saluran. Hubungan antara pelaku politik terutama kekuasaan politik dengan warga harus mengandung dimensi demokratis jika yang dimaksud yaitu komunikasi politik dalam perspektif demokrasi. Komunikasi politik semacam ini tentu dipandang tidak perlu dalam sistem otoriter. Otoritarianisme merupakan antithesis demokrasi. Selain hilangnya kebebasan, hak dan keterbukaan, otoritarianisme tidak mengenal jaminan hukum, partisipasi yang berkualitas substantif dan dorongan untuk menjadikan warga sebagai individu yang cerdas dan kritis.

Dalam bentuk otoritarianisme itu, juga berarti bahwa fungsi saluran pesan komunikasi politik seperti media massa berbanding terbalik dengan keadaannya pada rezim demokrasi. Bagi Habermas, ruang publik berisi media massa kritis yang bertugas menegakkan prinsip keterbukaan publik dalam demokrasi. McNair menegaskan argumen Habermas itu. Media massa dalam ruang publik demokratis memiliki tugas untuk mengawasi, memantau: menginformasikan kepada warga apa yang terjadi di sekitar mereka, bertindak obyektif, netral, dengan itu mengutamakan fakta, menyediakan ruang publik untuk diskusi perbedaan wacana politik publik, sekaligus menjadi sarana publisitas yang netral bagi penguasa agar mendorong publik untuk menentukan pilihan yang rasional, dan menjadi saluran persuasi pada pemilu.²¹ Dalam sistem otoriter, tugas media massa sebagai saluran ruang publik semacam ini tidak ada. Otoritarianisme sebagaimana diidentifikasi Habermas yaitu²² bagaimana negara campur tangan ke dalam pembentukan pendapat di dalam ruang publik, mengontrol media massa secara ketat dengan alasan keamanan

²¹ McNair, *An Introduction to Political Communication*, 24 & 25.

²² Hardiman, *Demokrasi Deliberatif*, 138.

nasional, menstigma pihak-pihak yang berbeda pendapat sebagai subversif, menghalangi aspirasi-aspirasi spontan kelompok-kelompok dalam masyarakat dan tidak memiliki sensibilitas terhadap masalah-masalah politis yang sesungguhnya dan mengabaikan solidaritas sosial. Jelas bahwa otoritarianisme tidak menyediakan ruang komunikasi politik sebagaimana cita-cita demokrasi. Tetapi bagaimana dengan komunikasi politik demokratis yang bias dan terlihat sama saja dengan sistem otoriter?

Habermas mengidentifikasi komunikasi politik kontemporer sebagai “industri”.²³ Industri komunikasi politik menggambarkan "siapa mendapat apa" dan nilai-nilai moral yang dipegang teguh akan selalu berjumpa dengan kepentingan pribadi, loyalitas, atau pun pemodal. Dalam industri komunikasi politik, media massa justru bersekongkol menutupi kebijakan, keteledoran dan penyalahgunaan wewenang. Industri komunikasi politik menyediakan teknik persuasi paling canggih dan mutakhir untuk membangun citra politisi. Berbagai intrik politik antara media dan penguasa terjadi. Iklan politik memunculkan politik pencitraan²⁴ dengan mengutamakan mitos dan simbol,²⁵ membuat iklan dengan materi-materi keberhasilan suatu rezim kekuasaan.²⁶ Intensinya yaitu menyerang lawan politik, berusaha mencitrakan diri secara positif, sebaliknya membuat agar lawan politik menjadi buruk di mata publik.²⁷ Iklan politik membangun citra kampanye politik yang negatif dan kotor.²⁸ Iklan berarti menempatkan pesan organisasi di media berbayar.²⁹ Distingsi antara orang kaya dan orang miskin menciptakan diskriminasi bagi mereka yang tidak mampu bersuara karena kurangnya modal. Orang kaya akan mudah berkuasa, sementara yang kekurangan biaya semakin sulit mengakses kekuasaan. Iklan selalu berhubungan dengan uang, maka strategi membuat iklan yang berhasil berarti melibatkan beragam orang yang berurusan dengan kepentingan uang seperti kehumasan politik dan agen iklan umum yang kapitalistis. Seluruh kepentingan di dalam kehumasan maupun agen digerakkan oleh modal yang besar agar mampu membangun strategi jitu untuk memproduksi iklan yang berhasil. Untuk membangun citra politisi dalam sebuah iklan politik khususnya, sumber daya kehumasan menggunakan agenda palsu yang sudah diatur, misalnya: aksi sosial di tengah masyarakat, ketokohan politisi dalam partai, kehidupan keluarga politisi yang harmonis dan

²³ Habermas, *The Structural*, 2, 220, 236.

²⁴ McNair, *An Introduction to Political Communication*, 109.

²⁵ McNair, 111.

²⁶ McNair, 113.

²⁷ McNair, 109-115.

²⁸ McNair, 134.

²⁹ Bolland sebagaimana dikutip McNair, 103.

bahagia. Untuk membangun citra, kehumasan politik akan melakukan manipulasi peristiwa,³⁰ intrik-intrik politik internal partai,³¹ pengelolaan informasi yang memungkinkan publik tidak bisa mengakses informasi yang benar.³² Terakhir, media massa jatuh pada komersialisasi karena perannya sebagai saluran bagi penayangan iklan. Akibatnya, masyarakat tidak lagi kritis membuat keputusan politik. Masyarakat semacam ini terpengaruh kontrol industri yang memproduksi citra yang palsu.³³ Alienasi yang pernah diutarakan Herbert Marcuse³⁴ pun terkait di sini.

Dari perspektif praktis di mana penulis mengalaminya sebagai jurnalis,³⁵ komunikasi politik kontemporer sarat dominasi tidak terkontrol dari pemodal. Media massa berhadapan dengan kekuatan kapitalisme yang kuat. Kepemilikan mengandaikan kuasa terhadap media. Pemodal berkuasa menentukan siapa reporter yang pantas dipromosikan menjadi penyiar dan biasanya syarat yang digunakan menyangkut loyalitas terhadap pemodal. Pemodal juga bebas untuk condong kepada calon politik yang berpeluang menang menurut survei atau calon politik yang memiliki kepentingan langsung dengan pemodal. Pilihan ini memengaruhi bagaimana media fokus pada peliputan terhadap salah satu calon saja dan menolak peliputan calon lain. Pemodal yang memiliki ambisi politik atau juga sudah menjadi politisi menggunakan media miliknya untuk menayangkan agenda politiknya atau partainya, menayangkan iklan citra dirinya dan partainya, juga menayangkan lagu-lagu khas partainya, bahkan dalam jam tayang buletin pemberitaan agenda partai bisa menjadi berita utama.

Media massa juga terpengaruh kekuasaan politik. Posisi politik dan kekuasaan berpengaruh terhadap porsi penayangannya di media massa. Jika dekat dengan penguasa, media massa memiliki kesempatan eksklusif dan menjadi pertama atau juga bisa menjadi satu-satunya yang memiliki akses memberitakan informasi penting dari penguasa. Penguasa atau politisi dengan sumber daya yang besar kadang kala tidak bedanya dengan pemodal: ia mampu memengaruhi media dengan sejumlah uang, media akan menerima itu karena kebutuhannya akan uang dan modal. Konsekuensinya, politisi bisa mengatur pemberitaan untuk menayangkan peristiwa manipulatif dan pencitraan. Politisi hanya ingin diliput oleh

³⁰ McNair, *An Introduction to Political Communication*, 148-154.

³¹ McNair, 159-165.

³² McNair, 165-167.

³³ Michael Carlos Kodoati, "Epikureanisme dan Stoikisme: Etika Helenistik untuk Seni Hidup Modern," *Media: Jurnal Filsafat dan Teologi* 4, no. 1 (2023): 91-102, <https://doi.org/10.53396/media.v4i1.140>.

³⁴ Theguh Saumantri, "Konsumerisme Masyarakat Kontemporer menurut Herbert Marcuse," *Media: Jurnal Filsafat dan Teologi* 3, no. 2 (2022): 162-77, <https://doi.org/10.53396/media.v3i2.113>.

³⁵ Kodoati, *Komunikasi Politik*, 109-110.

media besar dan ternama, atau juga media yang memiliki afiliasi politik dengannya. Beberapa media massa akan condong mendekati tokoh, politisi, atau penguasa untuk kebutuhan memenuhi tiras.

Bercermin pada cita-cita komunikasi politik demokratis, realitas-realitas komunikasi politik kontemporer semakin menunjukkan wajahnya yang kotor. Apakah komunikasi politik berdampak baik atau sebaliknya buruk bagi demokrasi? Jawabannya jelas, komunikasi politik kontemporer menunjukkan perjalanan yang tidak searah dengan demokrasi. Tetapi demi demokrasi itu sendiri, refleksi yang diinginkan tulisan ini akhirnya tiba pada pertanyaan: bagaimana demokrasi tanpa etika komunikasi politik? Apa tepatnya jika komunikasi politik memerlukan etika?

Menentukan Etika Komunikasi Politik

Pemilu 2024 akan menjadi arena untuk mengukur sejauh mana komunikasi politik demokratis Indonesia berjalan. Apakah pimpinan negara dan perwakilan rakyat dipilih melalui cara-cara demokratis yang bersih, atau justru dengan demokrasi berbaju otoritarianisme. Konstelasi politik Indonesia menjelang Pemilu 2024 memunculkan kekhawatiran adanya otoritarianisme yang diformulasikan seakan-akan demokrasi oleh kekuasaan politik yang sedang memerintah. Misalnya, banyak pihak menyoroti *cawe-cawe*³⁶ Presiden Joko Widodo dalam urusan politik di akhir masa jabatannya yang telah memasuki periode kedua. Argumen politik penguasa menyebut bahwa Joko Widodo tengah mengamankan kebijakannya yang pro-rakyat agar tetap dijalankan oleh pemerintahan yang akan menggantinya.³⁷ Dalam hal ini penting untuk dilihat bahwa campur tangan penguasa dalam Pemilu terlepas dari baik atau tidaknya motivasi di baliknya tetap saja merupakan ciri-ciri sistem otoriter menurut Habermas. Kekuasaan demokratis bisa jatuh ke dalam kemungkinan menyalahgunakan kekuasaan politik jika demokrasi tidak bertumpu pada dimensi kritis publik. Bagi penulis, belajar dari argumen-argumen Habermas, demokrasi tanpa “papan pantul” bernama ruang publik kritis, alhasil hanyalah demokrasi berbaju otoritarianisme. Menurut Habermas, tidak dapat dibayangkan bahwa sebuah negara yang mengaku dirinya demokratis demi kesejahteraan umum atau kepentingan-kepentingan publik, pada akhirnya turut campur tangan ke dalam pembentukan pendapat di dalam ruang publik. Negara dalam cara itu, menurut Habermas, merupakan bentuk otoritarianisme.

³⁶ Ikut campur.

³⁷ “Bicara Keberlanjutan Pembangunan, Jokowi: Demi Negara Saya harus Cawe-cawe,” Raka Dwi Novianto: Sindo News, 29 Mei 2023, <https://nasional.sindonews.com/read/1112113/15/bicara-keberlanjutan-pembangunan-jokowi-demi-negara-saya-harus-cawe-cawe-1685369136>.

Penguasa negara tidak jarang merasa bahwa tindakan politiknya sudah pasti mewakili masalah masyarakat, padahal itu disusun secara subjektif dari sudut pandangnya sendiri.³⁸ Menurut Habermas, dalam ruang-ruang publik masyarakat secara setara memiliki kedaulatan untuk menentukan pilihan mengenai masalah-masalah yang ia miliki. Bagi Habermas, ruang publik itu “papan pantul untuk masalah-masalah” masyarakat itu sendiri.³⁹ Ruang publik semacam itu dapat terwujud jika ia transparan, otonom, tidak terkooptasi kekuasaan administratif negara dan kepentingan-kepentingan kapitalisme. Ciri otonom itu tidak lain merupakan hak-hak dasar yang secara konstitusional menjamin ruang tindakan (hak berserikat dan membentuk perkumpulan), keamanan infrastruktur-infrastruktur media massa (kebebasan pers, penyiaran, televisi dan kegiatan publikasi), hubungan dengan sistem politik (hak partai dalam berpartisipasi pada deliberasi-deliberasi publik), dan pluralism (proteksi terhadap keberagaman cara-cara hidup, subkultur-subkultur, orientasi kepercayaan dan hak utuh wilayah-wilayah privat).⁴⁰

Kecenderungan demokrasi tanpa kontrol akan jatuh pada model otoriter. Demokrasi berbaju otoriter hanya sebagian kecil dari problematika komunikasi politik kontemporer yang sudah diuraikan sebelumnya, tetapi secara umum disimpulkan pada bagian ini bahwa komunikasi politik tidak dapat sejalan dengan demokrasi jika ia tanpa etika. Lalu apa yang tepat jika komunikasi politik memerlukan etika? Etika komunikasi politik yang dimaksud oleh bagian bahasan ini yaitu komunikasi politik yang beretika: di mana demokrasi sehat, publik berhasil dididik menjadi pemilih rasional, dan fungsi demokrasi pada media berjalan. Pertanyaan penting terakhir yang perlu dijawab: jika etika komunikasi politik perlu, pertama-tama apakah komunikasi politik merupakan persoalan filosofis, dalam hal ini etika? Atas pertanyaan ini penulis menyatakan bahwa komunikasi politik merupakan persoalan filsafat, terlebih khusus etika. Ada 4 argumen untuk menegaskan ini.

Pertama, komunikasi dan politik sebagai objek material dan formal ilmu etika. Cara-cara berkomunikasi, dinamika politik, arena yang disediakan oleh komunikasi dan politik itu, khalayak atau publik dalam zaman demokrasi terus berubah, namun jika pertanyaan Brian McNair apakah meningkatnya peran komunikasi massa dalam proses politik itu "baik" atautkah "buruk" bagi demokrasi⁴¹ muncul maka otomatis terkandung suatu

³⁸ Hardiman, *Demokrasi Deliberatif*, 138.

³⁹ Hardiman, *Demokrasi Deliberatif*, 138.

⁴⁰ Hardiman, 139.

⁴¹ McNair, *An Introduction to Political Communication*, xii. "A short conclusion makes a tentative effort to answer the question: is the increasing role of mass communication in the political process a "good" or a "bad" thing for democracy?".

kebutuhan penilaian etis bagi suatu proses dalam sistem nilai. Menyelidiki peran komunikasi massa dalam proses politik berdampak baik ataukah buruk bagi demokrasi merupakan pertanyaan yang mengandung penilaian moral yang menggunakan prinsip-prinsip moral yang terkandung dalam cabang utama filsafat, yaitu etika. Jika komunikasi massa dan proses-proses politik sebagai produk aktivitas manusia, dilakukan secara sadar dan bebas dan dapat ditentukan segi baik buruk di dalamnya, maka dalam kerangka ini sangat jelas bahwa komunikasi politik merupakan persoalan etika. Menentukan komunikasi politik sebagai persoalan etis tentu harus memenuhi ketentuan-ketentuan ilmu etika itu sendiri. J. Sudarminta mengatakan bahwa menentukan segi baik ataukah buruk disebut sebagai objek formal ilmu etika, sedangkan objek materialnya yaitu tindakan manusia atau tindakan yang khas manusia yang dilakukan secara sadar dan bebas.⁴²

Kedua, komunikasi politik merupakan persoalan dasar dari pengertian etika. Jika komunikasi politik merupakan diskusi yang sungguh-sungguh mengenai alokasi sumber daya publik (terkait pendapatan), wewenang pejabat (siapa yang diberikan kuasa untuk membuat keputusan hukum, legislatif dan eksekutif), dan sanksi resmi (tindakan apa yang mendapat penghargaan atau hukuman dari negara), maka terdapat 2 unsur penting dalam konsep ini, yakni diskusi (komunikasi), lalu dinamika dalam nilai-nilai politik (terkait alokasi sumber daya publik, wewenang dan sanksi). Dalam cara-cara berdiskusi, terkandung kelakuan manusia dan di dalam politik sebagai dinamika dari nilai-nilai terkandung suatu sistem nilai. Komunikasi politik sebagai diskusi mendalam mengenai politik dan dinamikanya merupakan persoalan dasar dari pengertian etika. Etika secara etimologis berasal dari kata Yunani "*ethos*" yang harfiah berarti kelakuan manusia. Lebih dari soal kelakuan manusia, etika disebut sebagai sistem nilai atau juga bisa diartikan sebagai refleksi kritis dan sistematis tentang moralitas manusia.⁴³

Ketiga, penilaian dilema-dilema komunikasi politik berdasarkan prinsip-prinsip moral. Dalam etika, ada 5 (lima) Prinsip Moral Dasar⁴⁴ yang merupakan pedoman umum dan mendasar untuk melakukan penilaian moral: (1) Prinsip Sikap Baik (*the principle of benevolence*), yaitu prinsip moral dasar yang pertama dan yang paling dasariah yaitu prinsip sikap baik atau prinsip kehendak baik, memiliki kewajiban prima facie, menghendaki yang baik, berupaya melakukan yang baik dan menghindarkan yang jahat. (2) Prinsip Tidak Melakukan Yang Jahat/ Merusak/ Merugikan (*the principle of non maleficence*), yaitu sikap baik

⁴² J. Sudarminta, *Etika Umum: Kajian tentang Beberapa Masalah Pokok dan Teori Etika Normatif* (Yogyakarta: Kanisius, 2013), 4.

⁴³ Sudarminta, *Etika Umum*, 3 & 4.

⁴⁴ Sudarminta, 170-176.

terhadap segala sesuatu yang ada dan khususnya terhadap orang lain yang kita jumpai atau hadapi, minimal menuntut kita untuk tidak melakukan yang jahat, merugikan atau merusak kebaikan yang ada. (3) Prinsip Melakukan Yang Baik (*the principle of beneficence*), yaitu perwujudan secara lebih maksimal untuk mengusahakan perbuatan yang baik, memilih tindakan yang membawa manfaat bagi semua pihak yang tersangkut dan memilih tindakan yang akan membawa akibat baik yang lebih besar daripada akibat buruknya. (4) Prinsip Keadilan (*the principle of justice*), yaitu memberikan kepada setiap orang apa yang menjadi haknya, juga menuntut agar setiap orang dalam situasi yang sama diperlakukan secara sama, sebanding dan agar padanya diberikan apa yang menjadi haknya, dan (5) Prinsip Otonomi (*the principle of autonomy*), yaitu menghormati kebebasan manusia untuk memilih, menentukan diri dan bertindak tanpa paksaan dari luar dirinya. Prinsip-prinsip ini bagi penulis dapat menjadi dasar teoritis untuk mengidentifikasi, apakah suatu tindakan tertentu dapat dinilai secara etis. Dengan cara ini, dilema-dilema yang memenuhi penilaian moral dapat disimpulkan sebagai persoalan etika. Misalnya, kelahiran iklan politik, bangkitnya politik pencitraan dan membuat agar iklan berhasil menyerang lawan politik (menghancurkan karakter pribadi seseorang). Berdasarkan prinsip moral, kehendak tidak baik untuk menyerang orang lain dan membuat orang lain terlihat buruk, bertentangan dengan prinsip sikap baik, prinsip tidak melakukan yang jahat/ merusak/ merugikan, dan prinsip melakukan yang baik. Lalu manipulasi peristiwa, intrik-intrik politik internal partai, pengelolaan informasi yang memungkinkan publik tidak bisa mengakses informasi yang benar, permainan uang dalam hubungan antara media massa dan politisi secara etis merupakan tindakan buruk, merugikan kehidupan sosial, dan bertentangan dengan semua prinsip moral dasar yang ada. Kemunculan kelompok-kelompok pejuang isu dan munculnya aliansi-aliansi yang melahirkan perang dengan memanfaatkan sarana saluran media massa. Media massa menjadi ruang yang akomodatif kehadiran kelompok-kelompok ini. Dilema ini menjadi persoalan etika ketika ditemukan adanya media yang pilih kasih terhadap pejuang isu tertentu, lebih mengutamakan isu yang menghasilkan uang yang lebih banyak bagi institusinya. Suatu perjuangan isu yang mementingkan perubahan secara positif dalam masyarakat dengan cara-cara yang baik tentu akan berhasil membawa perubahan yang baik. Proses yang mendukung itu tentu cara-cara tanpa kekerasan, demonstrasi damai yang tidak merusak dan tidak merugikan, media berpartisipasi tanpa dibayar karena terpanggil untuk melakukan perubahan, tetapi juga penguasa diajak berdialog secara rasional agar perubahan bisa dilakukan bersama. Menjadi tidak etis ketika dalam proses itu hadir tindakan kudeta berdarah, demonstrasi merusak dan mengganggu fasilitas publik, media terlibat untuk membingkai isu yang menguntungkan institusinya. Dalam penilaian moral, dilema-dilema ini bertentangan dengan seluruh prinsip moral dasar. Dalam era

digital, muncul iklan politik berupa plesetan-plesetan dan reka-bentuk gambar digital. Laman situs berita nasional www.liputan6.com mencatat, kampanye terbuka Pemilihan Umum 2019 Indonesia membukukan belanja iklan sebesar Rp 602,98 miliar dengan total 14.234 iklan televisi. Belanja iklan tersebut berlangsung selama 21 hari dari 24 Maret-13 April 2019 di 13 stasiun TV nasional.⁴⁵ Iklan politik berarti penempatan pesan organisasi di media berbayar. Fungsinya menginformasikan pesan politik politisi agar ia unggul di hati rakyat. Media secara organisatoris adalah industri komersial yang memungkinkan menerima uang dari iklan, tetapi media massa juga harus patuh aturan hukum, ketentuan-ketentuan iklan politik yang ditetapkan lembaga pemilihan umum dan batasan-batasan moral layanan periklanan. Terbaru dalam konteks Pemilu 2024,⁴⁶ publik berhadapan dengan keputusan KPU yang dianggap mencederai etika politik karena menghapus aturan mengenai sumbangan kampanye. Secara etis, aturan-aturan yang mengatur periklanan dimungkinkan dan bisa dijalankan dengan baik, tetapi ia berpeluang menyimpang ketika media tidak sadar aturan dan substansi demokrasi dalam penilaian moral, dilema-dilema ini berpeluang dipertentangkan dengan semua prinsip moral dasar.

Keempat, pernyataan paradigmatis Laswell. Alois A. Nugroho mengutip Harold Laswell menganalisa komunikasi sebagai gejala sosial yang berkaitan dengan propaganda atau persuasi politik pada masa perang Sekutu melawan rezim Nazi-Hitler. Laswell melakukan penelitian yang mengkristalkan paradigma politik dalam komunikasi. Bagi Laswell, politik adalah persoalan siapa mendapatkan apa, kapan dan dengan cara bagaimana, sedangkan komunikasi ialah urusan mengenai siapa mengatakan apa, kepada siapa, melalui saluran apa dan dengan efek apa.⁴⁷ Pemikiran Laswell tersebut bagi penulis menjadi panduan untuk menyimpulkan bahwa komunikasi politik ialah bagaimana politisi berusaha membujuk khalayak melalui kampanye di lapangan terbuka yang disiarkan televisi atau radio agar ia dapat berkuasa dan mengalahkan kandidat yang lain, pada saat yang tepat dan dengan cara yang efisien. Nugroho menunjukkan bahwa "cara-cara paling efisien dan efektif dan tepat dalam mencapai tujuan" memunculkan problematika etis.⁴⁸ Bahkan menurut Nugroho, pertanyaan etis lebih perlu lagi diajukan ketika kita memunculkan

⁴⁵ "Belanja Iklan Kampanye Pemilu 2019 Tembus Rp602 Miliar," Nurmayanti: Liputan 6, 22 April 2019, <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3947202/belanja-iklan-kampanye-pemilu-2019-tembus-rp-602-miliar>.

⁴⁶ "Sumbangan Dana Kampanye Tak Wajib Dilaporkan, KPU Pro Korupsi?" Redaksi: Tinjau, 2 Juni 2023, <https://tinjau.id/sumbangan-dana-kampanye-tak-wajib-dilaporkan-kpu-pro-korupsi/>.

⁴⁷ Nugroho, *Etika Komunikasi Politik*, vii.

⁴⁸ Nugroho, viii.

pertanyaan "dengan cara bagaimana" dan "tujuan apa yang ingin dicapai" oleh komunikasi politik.⁴⁹

Singkatnya, komunikasi politik merupakan persoalan etika karena secara mendasar memenuhi ketentuan-ketentuan dasar etika di mana terletak aktivitas perilaku manusia yang sarat berbagai cara demi mencapai tujuan yang diinginkannya. Menentukan komunikasi politik sebagai persoalan etika sebenarnya berdasarkan anggapan umum dapat dilakukan dengan mudah karena komunikasi politik dalam dirinya sendiri menunjukkan proses-proses yang tidak *fair* dan tidak beretika. Pernyataan ini membuka sebuah diskusi menarik mengenai istilah "etika komunikasi politik" itu sendiri. Komunikasi politik menunjukkan proses-proses yang tidak *fair* dan tidak beretika. Rasanya banyak pihak akan berpendapat bahwa memunculkan istilah "etika komunikasi politik" merupakan tindakan keliru, terdengar aneh dan janggal. Anggapan umum mengenai "sisi hitam" komunikasi politik sudah menjadi bagian dari sejarah komunikasi politik itu sendiri. Sebagai jurnalis, penulis merasa bukan saja banyak tantangan yang muncul antara jurnalis dengan pemodal atau pun penguasa tetapi juga bahwa teks etika dalam pekerjaan jurnalisme hampir tidak pernah dibahas. Kalau pun ada, satu tahun satu kali pada peringatan hari pers, atau pada saat bekerja di hari pertama. Etika dalam industri komunikasi massa ini, bagi penulis, sering dibenturkan dengan kebijakan redaksi terhadap pilihan politik atau kepentingan pemodal terhadap publik. Jurnalis Indonesia seperti penulis, bisa memiliki idealisme atas nama kode etik jurnalistik tahun 2006 yang mengatur tanggung jawab moral dari setiap kegiatan jurnalistik, meski tanggung jawab moral itu dalam kenyataan di ruang redaksi atau di lapangan tempat peliputan akan sangat berbenturan dengan prinsip loyalitas dan sebagainya.

Cara-cara yang tidak *fair* dari upaya-upaya persuasi politik mengidentifikasi adanya ketidakcocokan pemunculan istilah "etika komunikasi politik". Istilah ini bertentangan satu sama lain. Mana mungkin komunikasi politik dalam prosesnya menggunakan cara-cara propaganda negatif bahkan cenderung menghalalkan segala cara dapat berpadu dengan etika yang membahas soal moralitas? Tetapi jika komunikasi politik dalam dirinya sendiri menunjukkan proses-proses yang tidak *fair* dan tidak beretika, bukankah itu suatu pernyataan yang menegaskan kandungan kebutuhan etika dalam diri komunikasi politik itu sendiri? Day mengatakan pertentangan ini sebagai *oxymoron*. Day menyebut bahwa setiap kali istilah "etika media" diperkenalkan ke dalam percakapan yang sopan, seseorang pasti mencemooh referensi tersebut sebagai sebuah *oxymoron*.⁵⁰ Day mengutip komentar sinis

⁴⁹ Nugroho, viii.

⁵⁰ Day, *Ethics In Media Communication*, xv. "Whenever the term "media ethics" is introduced into polite conversation, someone is sure to ridicule the reference as an oxymoron."

dari Howard Good, koordinator program jurnalisme di Universitas Negeri New York: "Anda harus merasa kasihan pada saya. Saya mengajar kuliah etika jurnalistik di saat etika tampaknya semakin tidak penting dalam perilaku jurnalis profesional".⁵¹ Anggapan umum seperti ini juga disinggung Nugroho yang dalam tulisannya, bertanya: mengapa komunikasi politik perlu etika? Bukankah istilah "etika komunikasi politik" sendiri merupakan sebuah *oxymoron*? *Oxymoron* ialah ungkapan yang memuat pertentangan dalam dirinya sendiri. Nugroho menjelaskan, bahwa jika "etika komunikasi politik" merupakan sebuah *oxymoron* maka terkandung prasangka bahwa komunikasi politik pada dasarnya tidak etis.⁵²

Mengutip David Hume, Nugroho mengatakan, bahwa sesuatu dari premis-premis tentang yang faktual semata, tidak dapat ditarik sebuah kesimpulan tentang "yang wajib" (*ought proposition*). Dalam etika, prinsip ini dikenal sebagai prinsip akan pentingnya pembedaan antara "*is-ought*". Dari sebuah pernyataan tentang kenyataan belaka (*is statement*), tidak boleh disimpulkan sebuah pernyataan tentang kewajiban moral (*ought statement*).⁵³ Memang realitas komunikasi politik kini menyimpang, menunjukkan sebuah "pertandingan berdarah", tetapi berdasarkan prinsip "*is-ought*", tentu "pertandingan berdarah" itu belum pasti sama dengan apa yang sesungguhnya terjadi. Nugroho mengatakan harus dibedakan apa yang faktual dengan yang ideal. Ideal itulah sebagaimana dikutip Nugroho dari Christopher Lyle Johnstone sebagai "persoalan etika".⁵⁴ Pernyataan ini memunculkan optimisme mengenai pentingnya etika komunikasi politik. Jika yang faktual (teknik-teknik komunikasi politik) masih dilakukan dengan salah, yang ideal (demokrasi dan nilai-nilai moral di dalamnya) seharusnya tetap menjadi pedoman. Teknik-teknik komunikasi politik pada dasarnya berpedoman pada nilai-nilai moral demokrasi. Dalam prosesnya masih terdapat penyimpangan maka ia harus didorong menjadi semakin ideal. Sebagaimana dikatakan McNair bahwa hak pilih universal sesuai kemajuan teknologi dalam cara-cara

⁵¹ Day, xv. "Teachers of media ethics are painfully familiar with the looks of amusement or even disbelief when they acknowledge their complicity in what appears to be a frivolous academic pursuit. A sense of purpose can easily be replaced with a feeling of futility, as reflected in this cynical remark from Howard Good, the coordinator of the journalism program at the State University of New York: "You ought to feel sorry dergraduate course in journalism ethics at a time when ethics seems to matter less and less in the conduct of professional journalists.""

⁵² Nugroho, *Etika Komunikasi Politik*, viii. "(...) bukankah istilah "etika komunikasi politik" sendiri adalah sebuah *oxymoron*? Pertanyaan semacam ini mengandung prasangka bahwa komunikasi politik sendiri pada dasarnya adalah tidak etis, Jadi, istilah "etika komunikasi politik" mengandung kontradiksi dalam dirinya sendiri, karena "komunikasi politik" secara hakiki bertentangan dengan "etika". (...) *oxymoron*, yakni ungkapan yang memuat pertentangan dalam dirinya sendiri, semisal "udang jumbo", "fotokopi (atau salinan) asli", "keluarga-berencana alamiah", "pasukan penjaga perdamaian", (...)." Berdasarkan contoh yang ditulis Nugroho tersebut, penulis menangkap *oxymoron* sebagai ungkapan yang dari dalam dirinya sendiri bertentangan dengan kenyataan. Misalnya Nugroho menyebut "udang jumbo", bukankah udang itu pada kenyataannya berukuran kecil? Kenapa disebut "jumbo", jika "jumbo" berarti "besar", maka ungkapan "udang jumbo" bertentangan dari kenyataan.

⁵³ Nugroho, ix.

⁵⁴ Nugroho, *Etika Komunikasi Politik*, ix & x.

persuasi yang dipengaruhi oleh beragam konteks, apa pun itu, harus dipandang positif, demi mewujudkan peradaban manusia yang mendekati demokrasi yang sesungguhnya. Sekali lagi, McNair mengutamakan demokrasi. Jika demokrasi merupakan pandangan hidup yang terkandung dalam nilai-nilai moral, mewujudkan demokrasi yang ideal dengan sendirinya akan diikuti dengan terwujudnya konsekuensi-konsekuensi yang ideal yang muncul dari dirinya, termasuk komunikasi politik yang bermoral. Henri Bergson, sebagaimana dikutip Nugroho mengatakan, hidup perlu diarahkan kepada suatu tujuan ideal, sebuah makna, sesuatu yang kita anggap sebagai "yang baik".⁵⁵

Kesimpulan

Dalam terang demokrasi etika komunikasi politik harus kembali ditegaskan sebagai diskusi yang sungguh-sungguh mengenai alokasi sumber daya publik (terkait pendapatan), wewenang pejabat (siapa yang diberikan kuasa untuk membuat keputusan hukum, legislatif dan eksekutif), dan sanksi resmi (tindakan apa yang mendapat penghargaan atau hukuman dari negara). Bagi penulis, perhatian kepada "kesungguhan diskusi" itu sendiri sangat menentukan kualitas etis dari komunikasi politik itu sendiri. Komunikasi politik yang beretika dengan sendirinya akan membangun sebuah komunitas masyarakat yang rasional, sejahtera, dalam dunia yang damai dan adil. Publik masih memiliki harapan terhadap komunikasi politik. Kualitas etis harus terus diupayakan. Jika kualitas etika komunikasi politik ditentukan oleh "kesungguhan diskusi", atau bisa dibalik "diskusi yang sungguh-sungguh/diskusi yang sebenarnya/diskusi yang mendalam", maka seharusnya komunikasi politik yang demokratis mengandaikan peran komunikasi massa dalam memberi ruang yang maksimal antara para pelaku politik, warga dan jurnalis dalam pengembangan jurnalisme publik.

Pengembangan jurnalisme publik sebetulnya menjadi rekomendasi penulis untuk sekedar menunjukkan solusi tentang bagaimana etika komunikasi politik dapat dipraktikkan. Media massa dapat dikatakan sumbu penting di antara interaksi kekuasaan politik dengan warga. Demokrasi sedang bertugas mengupayakan agar warga semakin cerdas dan kritis. Demokrasi juga memberi batas-batas etika politik bagi politisi agar bertindak demokratis. Sebagai jurnalis, penulis melihat penting bagi media massa secara demokratis untuk berfungsi demokratis pula. Caranya yaitu menjadi independen, sesuai tuntutan Habermas.⁵⁶ Independensi juga dapat diterjemahkan dalam maksud Jeremy Iggers

⁵⁵ Nugroho, *Etika Komunikasi Politik*, ix & x.

⁵⁶ Kodoati, *Kritis Jürgen Habermas atas Media Massa*, 3.

yang menyarankan media massa untuk memiliki "pendekatan"⁵⁷ atau *approach* untuk menyapa orang sebagai warga negara potensial yang memiliki partisipasi dalam urusan publik dan tidak hanya ditempatkan sebagai korban dan penonton. Pendekatan ini merupakan upaya membantu komunitas politik dalam memecahkan masalah dan bukan hanya mengetahui apa yang menjadi masalah publik.⁵⁸ Dalam hal ini, Iggers tampak sependapat dengan McNair, bahwa partisipasi masyarakat atau khalayak harus berada pada proporsi yang substansial.⁵⁹ Dalam pandangan Anthony J. Eksterowicz, sebagaimana dikutip Day, disebutkan bahwa jurnalisme publik berkaitan dengan pengembangan hubungan yang produktif dengan komunitas yang dilayani jurnalis, jurnalis bukan hanya pengamat tetapi partisipan dan fasilitator dalam hubungan tersebut.⁶⁰ Jurnalisme publik merupakan pendekatan partisipasi khalayak untuk tahu persoalan publik tempat ia hidup, terlibat dalam memecahkan masalah, tidak hanya menjadi penonton, dan memiliki daya juang dalam opini-opini yang mengubah komunitasnya. Sekedar rekomendasi, namun penting untuk melihat tugas media massa dalam komunikasi politik demokratis telah jelas sebagai saluran kritis, bukannya saluran pasif sarat komersialisasi dan dominasi kapitalisme dan kekuasaan politik.

Pada bagian akhir tulisan ini, meski apa yang penulis kemukakan ini merupakan telaah yang sangat tidak memadai untuk memberi rekomendasi moral dalam konteks komunikasi politik, namun ada sebuah harapan agar kita tetap berada di jalur demokrasi, dalam tantangan kemajuan teknologi yang semakin pesat, dan olehnya cita-cita demokrasi tetap menjadi dasar yang tepat bagi dunia. Etika komunikasi politik bukanlah *oxymoron*, ia relevan. Sebagaimana pemikir etika yang penulis pikir memadai untuk dikutip, yakni Franz Magnis-Suseno dan J. Sudarminta, yang masing-masing mengatakan: bagi semua negara, cita-cita partisipasi demokratis masyarakat seharusnya menjadi titik-titik acuan orientasi moral.⁶¹ Bahwa pengetahuan tentang adanya prinsip moral tidak dengan sendirinya menjamin orang untuk menjadi baik, tidak berarti bahwa prinsip moral itu tidak diperlukan dalam komunikasi politik.⁶² Bagi penulis, prinsip-prinsip moral dapat menjadi penuntun bagi semua yang terlibat dalam komunikasi politik dan selalu mengingat bahwa dunia terus berkembang, tetapi kita tidak akan salah arah. Teknologi akan terus mutakhir, tetapi etika

⁵⁷ Jeremy Iggers, *Good News, Bad News: Journalism Ethics And The Public Interest*, (UK: Routledge, 1999), 143.

⁵⁸ Iggers, *Good News, Bad News*, 143.

⁵⁹ McNair, *An Introduction to Political Communication*, 19.

⁶⁰ Day, *Ethics In Media Communication*, 222.

⁶¹ Magnis-Suseno, *Etika Politik*, 493.

⁶² Sudarminta, *Etika Ummu*, 182.

dalam komunikasi politik dapat menjadi cara bagi banyak bangsa dalam strategi-strategi meraih persetujuan warga.

Daftar Pustaka

- Day, Louis Alvin. *Ethics in Media Communication: Cases and Controversies*. Belmont, CA: Thomson Wadsworth, 2006.
- Habermas, Jürgen. *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Cambridge, USA: The MIT Press, 1989.
- Hardiman, F. Budi. *Demokrasi Deliberatif: Menimbang 'Negara Hukum' dan 'Ruang Publik' dalam Teori Diskursus Jürgen Habermas*. Yogyakarta: Kanisius, 2009.
- Iggers, Jeremy. *Good News, Bad News: Journalism Ethics and The Public Interest*. UK: Routledge, 1999.
- jpnn.com, Ken Girsang. “Pengamat: Prabowo seperti Petinju Ngawur,” 2 November 2018. <https://www.jpnn.com/news/pengamat-prabowo-seperti-petinju-ngawur>.
- Kodoati, Michael Carlos. *Komunikasi Politik: Sebuah Kajian berdasarkan Pemikiran Brian McNair*. Skripsi Sarjana, Sekolah Tinggi Filsafat Driyarkara, 2020. https://17813.rmwebopac.com/item/RHHDHC_Q5EKujLNyYit-Nw_qV3tPZIEVkJ0lo8bzdeNL_Q
- _____. *Kritik Jürgen Habermas atas Media Massa: Prinsip, Debat, dan Relevansi*. Tesis Magister, Sekolah Tinggi Filsafat Driyarkara, 2022. https://17813.rmwebopac.com/item/RHHDHC_Q5EKujLNyYit-Nw_zObg9AAQsU-A3O_CHg3a-A.
- _____. 2023. “Epikureanisme dan Stoikisme: Etika Helenistik untuk Seni Hidup Modern,” *Media: Jurnal Filsafat dan Teologi* 4 (1):91-102. <https://doi.org/10.53396/media.v4i1.140>.
- liputan6.com, Nurmayanti. “Belanja Iklan Kampanye Pemilu 2019 Tembus Rp 602 Miliar,” 22 April 2019. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3947202/belanja-iklan-kampanye-pemilu-2019-tembus-rp-602-miliar>.
- Magnis-Suseno, Franz. *Etika Politik: Prinsip Moral Dasar Kenegaraan Modern*. Jakarta: Gramedia, 1987.
- McNair, Brian. *An Introduction to Political Communication*. London dan New York: Routledge, 2018.
- Nugroho, Alois. A. *Etika Komunikasi Politik*. Jakarta: Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, 2011.
- pepnews.com, Kasihanto Anto. “Untuk Apa Presiden Joko Widodo Berlatih Tinju,” 4 Maret 2018. <https://www.pepnews.com/2018/03/04/untuk-apa-presiden-joko-widodo-berlatih-tinju>.
- sindonews.com, Raka Dwi Novianto. “Bicara Keberlanjutan Pembangunan, Jokowi: Demi Negara Saya harus Cawe-cawe,” 29 Mei 2023. <https://nasional.sindonews.com/read/1112113/15/bicara-keberlanjutan-pembangunan-jokowi-demi-negara-saya-harus-cawe-cawe-1685369136>.
- Saumantri, Theguh. “Konsumerisme Masyarakat Kontemporer menurut Herbert Marcuse”. *Media: Jurnal Filsafat dan Teologi* 3, no. 2 (2022): 162-77. <https://doi.org/10.53396/media.v3i2.113>.

- Sudarminta, J. *Etika Umum: Kajian tentang Beberapa Masalah Pokok dan Teori Etika Normatif*. Yogyakarta: Kanisius, 2013.
- tribunnews.com, Valdy Arief. “Sandiaga Uno: Ini Pertarungan Tinju Kelas Berat,” 29 Maret 2016. <https://www.tribunnews.com/metropolitan/2016/03/29/sandiaga-uno-ini-pertarungan-tinju-kelas-berat>.
- tinjau.id, Redaksi. “Sumbangan Dana Kampanye Tak Wajib Dilaporkan, KPU Pro Korupsi?” 2 Juni 2023. <https://tinjau.id/sumbangan-dana-kampanye-tak-wajib-dilaporkan-kpu-pro-korupsi/>.