

**Etika Komunikasi *Citizen Journalism*
Di Media Internet Perspektif Islam:
Analisis Konten Topik Pilihan Demo 4 November 2016
pada Blog kompasiana.com**

Fitri

Staf Pengajar Yayasan An-Nur Mijen Semarang
Email: fitrichan9@gmail.com

Abstract

Citizen journalism is a journalistic activities undertaken by the citizens. *Citizen journalism* can be accessed via internet anywhere and anytime. Application of communication ethics in reporting by citizens is one of the issues that need to be highlighted. Moreover, citizens are not professional journalists who received special training in journalism. Citizens prefer the ability and experience alone in covering and disseminating information on the internet. In this research reveal how communication ethics of *citizen journalism* in "Topik Pilihan Demo 4 November blog kompasiana.com" according to the Islamic perspective. Data obtained by observation with a qualitative approach, as well as critical discourse analysis. As the result of this reseach, *citizen journalism* has the ability of fairness, free and responsible,also constructive criticism. Nevertheless *citizen journalism* still has weaknesses in accuracy andIslamic ccommunication ethics.

Citizen journalism (jurnalisme warga) merupakan kegiatan jurnalistik yang dilakukan oleh warga. *Citizen journalism* dapat diakses melalui internet di mana saja dan kapan saja. Penerapan etika komunikasi dalam pemberitaan oleh warga menjadi salah satu masalah yang perlu disoroti. Terlebih warga bukanlah jurnalis profesional yang mendapat pelatihan khusus jurnalisme. Penelitian ini mengungkap bagaimana etika komunikasi *citizen journalism* pada "Topik Pilihan Demo 4 November blog kompasiana.com" dalam perspektif Islam. Data diperoleh dengan dokumentasi dengan pendekatan kualitatif, serta analisis wacana kritis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *citizen journalism* memiliki kemampuan *fairness*, bebas bertanggungjawab dan kritik konstruktif. Meski demikian *citizen journalism* masih mempunyai kelemahan dalam akurasi dan etika komunikasi islami.

Keyword: Citizen Journalism, Netiquette, Islamic Communication, Internet.

A. Pendahuluan

Citizen journalism atau jurnalisme warga merupakan kegiatan warga biasa yang bukan wartawan profesional mengumpulkan fakta di lapangan atas sebuah peristiwa, menyusun, menulis dan melaporkan berita liputannya di media sosial. Pada perkembangannya, warga tidak hanya melaporkan berita suatu peristiwa, tetapi juga memberikan opini, menanggapi sebuah peristiwa maupun menyampaikan ide-ide. *Citizen journalism* merupakan sebuah konsep berdasarkan pada kegiatan orang biasa dalam memproduksi berita dan informasi. Rappaport dan Leith menegaskan bahwa *citizen journalism* memberikan kesempatan besar pada siapapun untuk dapat terlibat dalam proses pengumpulan berita dan penyiaran berita.¹

Pewartawarga (*citizen journalist*) saling berhadapan dengan jurnalis profesional yang dibayar karena pekerjaannya. Media massa tempat di mana jurnalis profesional bekerja berhadapan dengan media sosial di mana pewartawarga menayangkan beritanya. Baik jurnalis warga dan jurnalis profesional sama-sama melakukan kegiatan jurnalistik, yaitu kegiatan yang bersangkutan-paut dengan kewartawanan.² Keduanya mempunyai latar yang berbeda, yaitu jurnalis dari pihak media arus utama dan warga dari media sosial memiliki latar belakang yang non profesional.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong lahirnya *citizen journalism* atau jurnalisme warga. Sebagai sebuah fenomena baru, jurnalisme warga telah menyebar di seluruh dunia. Kehadiran *citizen journalism* di internet tidak hanya sebagai penanda bagaimana teknologi mentransformasi pola konsumsi informasi dari media tradisional ke media siber, tetapi juga bagaimana internet mempengaruhi mekanisme produksi, penyebaran, pertukaran nilai, dan konsumsi informasi yang selama ini terpusat pada media tradisional atau media arus utama. Aliran baru jurnalisme ini berkembang setelah mewabahnya blog, dan media sosial seperti twitter, facebook, serta instagram.

Semula, kegiatan warga yang menjadi pewartawarga sering diremehkan, akan tetapi dalam beberapa kasus ternyata warga biasa dapat memberikan andil pada jalannya suatu peristiwa. Bahkan, dalam beberapa kasus, seringnya laporan warga jauh lebih dramatis meski pada awalnya merupakan *blessing in disguise*. Sebagai contoh fenomenal, warga yang

¹ Syifa Syarifah Alamiyah, "Peluang dan Tantangan Citizen Journalism di Indonesia," *Jurnal Ilmu Komunikasi* 7, no. 2 (Oktober 2015): 27-38.

² Pepih Nugraha, *Citizen Journalism: Pandangan, Pemahaman, dan Pengalaman* (Jakarta: Kompas, 2012). Hlm. xii

melaporkan berita yang dialaminya dalam peristiwa bom London tahun 2005. Pada kasus bom London, seorang warga merekam gambar bergerak (video) dengan kamera miliknya. Kamera itu merekam kepanikan massa beberapa detik setelah bom meledak di stasiun bawah tanah. Stasiun televisi BBC menayangkan momen itu setelah mengambil dari sebuah blog warga.

Begitu pula yang terjadi pada peristiwa serangan teroris paling berdarah di Mumbai. Beberapa warga yang tersandera teroris melaporkan detik demi detik peristiwa mencekam yang dialaminya melalui twitter. Stasiun CNN kemudian menangkap momen ini sebagai peristiwa langsung tanpa melibatkan jurnalis profesional. Di Indonesia, saat bencana tsunami melanda Aceh, gambar bergerak yang paling hidup adalah hasil rekaman Cut Putri, seorang warga menggunakan *handycam*. Stasiun televisi Metro mengambil momen ini dengan menayangkan berulang-ulang hasil rekaman Cut Putri.³

Fenomena *citizen journalism* dengan mengunggah gambar dan pemberitaan baru-baru ini mewabah ketika aksi demo 4 November 2016 di Jakarta. Aksi demo yang dilakukan oleh beberapa elemen umat Islam menuntut penegakkan hukum terhadap Gubernur DKI Jakarta, Basuki Tjahaja Purnama atau lebih dikenal dengan Ahok. Ahok diduga melakukan penistaan agama. Kasus itu bermula ketika Ahok melakukan kunjungan kerja di Kepulauan Seribu pada bulan September 2016. Ahok menyinggung salah satu surah al-Quran, yaitu al-Maidah ayat 51, saat ramah tamah dengan warga.

Video kunjungan kerja Gubernur DKI Jakarta tersebut menjadi viral ketika seorang warga mengunggah di media sosial dengan transkrip videonya. Warga atau netizen (*internet user*) yang lain membagikan video tersebut ke beberapa akun serta memberi tanggapan, sehingga dalam sekejap video tersebut menjadi *trending* topik. Dalam hal ini, sebagian elemen umat Islam merasa tersinggung atas pernyataan Ahok yang diklaim melecehkan al-Quran.

Dalam keterangan pers, Gubernur DKI Jakarta Basuki Tjahaja Purnama mengatakan bahwa dirinya tidak bermaksud menistakan al-Quran, Surat al-Maidah ayat 51 dalam pidatonya di Kepulauan Seribu. Kalaupun ada yang merasa tersinggung dengan perkataannya, Ahok mengatakan bahwa dia telah memohon maaf (Tempo.co, 24/10/2016). Meskipun demikian, sebagian elemen umat Islam melakukan aksi demo menuntut keadilan agar Ahok mendapat hukuman atas tindakan penistaan

³ Ibid. hlm. xiv

agama. Puncaknya, pada tanggal 4 November 2016, massa datang dari berbagai daerah dengan misi membela al-Quran.

Pemberitaan mengenai aksi demo tersebut menjadi pusat perhatian berbagai media massa. Tidak hanya di Indonesia, bahkan juga media internasional. Reporter dari media asing ikut meliput peristiwa demo 4 November 2016 di Jakarta. Tidak terkecuali, baik sebagian massa demo maupun warga, mendokumentasikan gambar dan video saat aksi demo berlangsung. Salah satu media sosial yang digunakan oleh warga adalah blog. Blog merupakan media sosial yang memungkinkan penggunaannya untuk mengunggah aktivitas keseharian, saling mengomentari dan berbagi, baik tautan web lain, informasi, dan sebagainya.⁴

Di tengah berkembangnya jurnalisme warga, ada sejumlah permasalahan berupa kritik terhadap operasional, hal ini dianggap menjadi masalah dalam jurnalisme warga, antara lain fakta informasi, akurasi data, pertanggungjawaban pembuat berita dan etika media. Masalah yang dihadapi *citizen journalist* dalam melaporkan berita di media online menyangkut kaidah jurnalistik pemberitaan, seperti unsur kelengkapan berita, etika penulisan berita serta akurasi pemberitaan. Persoalan tersebut hendaknya tidak menjadikan masalah dalam melaporkan peristiwa penting, apalagi peristiwa yang memiliki nilai penting, lagipula belum tentu media massa dapat meliput berita penting tersebut.⁵

Selama ini, penelitian-penelitian yang dilakukan terhadap fenomena *citizen journalism* secara umum berfokus pada konsep *citizen journalism* itu sendiri, serta permasalahan kredibilitas. Sebagaimana penelitian Rully Nasrullah, Irwan Abdullah dan G.R Lono Lastoro Simatupang. Hasil penemuan dalam penelitian tersebut menyebutkan bahwa warga dalam melakukan jurnalisme di blog Kompasiana di media online dapat melakukan komodifikasi. Selain itu, Rully dkk membantah definisi *citizen journalism* menurut Curt Chandler dan Jesse Hicks dari Penn State University yang menyatakan bahwa *citizen journalism* merupakan aktivitas warga dalam mempublikasikan konten karena ketertarikan terhadap sebuah kasus tanpa adanya motif ekonomi ataupun keuntungan pribadi.

Sementara tujuan penulisan artikel ini adalah untuk mengetahui bagaimana etika komunikasi *citizen journalism* terkait pemberitaan penistaan agama pada Topik Pilihan Demo 4 November 2016 di blog Kompasiana.com.

⁴ Nasrullah, Rully, *Media Sosial Prosedur, Tren, dan Etika* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, n.d.). hlm. 41

⁵ Apriadi Tamburaka, *Literasi Media; Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa* (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2016). hlm. 247

B. Fenomena Citizen Journalism

Citizen journalism atau dikenal dengan jurnalisme warga mulai berkembang pada tahun 1988 pada saat pemilihan Presiden Amerika Serikat. Jay Rossen, dosen Universitas New York, memperkenalkan *genre* jurnalistik kepada warga Amerika Serikat. Padahal saat itu internet masih merupakan barang langka. Media jurnalisme warga yang paling fenomenal adalah OhmyNews yang berpusat di Korea Selatan, yang setiap hari memuat sedikitnya 300 berita dari seluruh dunia. Sekarang, OhmyNews memiliki edisi bahasa Inggris dengan kontributor tetap sekitar 1000 orang dari sekitar 100 negara.⁶

Pakar komunikasi Universitas Indonesia, Dedy Nur Hidayat, menyebutkan bahwa blog atau *mailing list* hanya efektif di lingkungan terbatas. Masalah kredibilitas dari para blogger juga patut dipertanyakan, sehingga untuk informasi penting yang dapat dipertanggungjawabkan orang tetap mengandalkan media massa konvensional. Meski demikian, tanpa pelatihan jurnalistik pun orang atau warga dapat merekam dan menyiarkan peristiwa yang dialami atau dilihatnya lewat blog.⁷

Cikal bakal *citizen journalism* di Indonesia dimulai ketika peristiwa tsunami melanda kota Banda Aceh seorang warga yang berhasil merekamnya melalui video amatir. Rekaman tersebut kemudian dipublikasikan di berbagai media di dalam dan luar negeri. Dapat dikatakan bahwa rekaman tersebut merupakan liputan dari seorang warga yang bukan seorang jurnalis media massa. Apa yang dilakukan warga tersebut merupakan jurnalisme warga, yaitu aktivitas peliputan berita yang dilakukan oleh warga dari tempat kejadian.

Menurut Jay Rosen, *citizen journalist* adalah:

"The people formerly known as the audience, who were on the receiving end of a media system that ran one way, in a broadcasting pattern, with high entry fees and a few firms competing to speak very loudly while the rest of the population listened in isolation from one another-and who today are not in a situation like that all, the people formerly known as the audience are simply the public made realer, less fictional, more able less predictable."

⁶ Engkus Kuswarno, *Komunikasi Kontekstual: Teori dan Praktik Komunikasi Kontemporer* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2011). hlm. 469

⁷ Nugraha, *Citizen journalism.*, hlm. 15

Pada dasarnya *citizen journalism* (jurnalisme warga) dikenal juga khalayak atau audien sebagai bagian dari rantai berita media yang mampu menyuarakan secara jelas aspirasinya secara sederhana.⁸

Artikel dan berita yang disiarkan dalam media konvensional merupakan hasil tulisan para jurnalis profesional yang sebelumnya telah mendapatkan pendidikan jurnalistik dan memiliki keterampilan serta pengetahuan berkaitan dengan kepenulisan dan etika penulisan. Sebelumnya, informasi hanya dapat disiarkan melalui saluran media formal yang melembaga, tetapi dalam *citizen journalism*, warga biasa, yang sebelumnya hanya pemirsa pasif yang menerima informasi dari media, dapat memproduksi sendiri berita dan artikel.⁹ Meskipun demikian, kapabilitas dan peran warga dalam media massa tetap berbeda.

Warga yang terlibat di dalam *citizen journalism* tidak hanya sebagai konsumen dari produk, tetapi juga sudah menjadi produsen, pengembang, sekaligus kreator. Fenomena yang berbeda jika melihat posisi warga di dalam media tradisional/konvensional seperti koran, televisi, maupun radio. Dalam hal ini warga menjadi audien atau sebagai konsumen pasif, karena media merupakan milik produsen. Warga hanya bisa menerima apa yang telah diberikan oleh media massa.

Lebih lanjut, Carpenter dalam Sakifah mengungkapkan bahwa:

*"Points out the differences between citizen and traditional journalists in the way of gathering information from any sources. The citizen journalists use more unofficial sources such as opinion while the traditional journalists are more rely on external sources. She also exposes criticism over the tendency of citizen journalists to write more entertaining stories with less research particularly in the terms of objectivity, thoroughness, fairness and accuracy due to their lack of journalism skill such professional journalists."*¹⁰

Media yang berbeda-beda mewakili pesan yang berbeda-beda. Media juga menciptakan dan mempengaruhi cakupan serta bentuk hubungan-hubungan dan kegiatan-kegiatan manusia. Pengaruh media telah

⁸ Tamburaka, *Literasi Media*. hlm. 244

⁹ Syifa Syarifah Alamiyah, "Peluang dan Tantangan Citizen Journalism di Indonesia," *Jurnal Ilmu Komunikasi* 7, no. 2 (2015): 27-38. hlm. 30

¹⁰ Andi Akifah, "Citizen Journalism: A Study of New Form of News Media Reporting," *Academica* 4, no. 1 (2014). Hlm. 777

berkembang dari individu kepada masyarakat. Dengan media, setiap bagian dunia dapat dihubungkan menjadi desa global. Marshall McLuhan mengemukakan bahwa teknologi komunikasi memainkan peran penting dalam tatanan sosial, dan budaya baru membawa perubahan dari media cetak ke media elektronik.

Fenomena keberadaan internet dewasa ini yakni, bahwa sejak ditemukannya internet telah terjadi perubahan besar dalam komunikasi massa. Media massa lama/konvensional (surat kabar, radio, televisi) bukan lagi satu-satunya sumber daya informasi. Kehadiran internet bagi pengguna merupakan sebuah media baru yang menawarkan keberagaman dan kebebasan akan akses informasi bagi pengguna tanpa harus terikat pembatasan dan sensor. Banyaknya dan beragamnya informasi di internet menjadi sumber baru yang menarik khalayak media massa untuk berpindah dari media massa lama ke media baru/ internet. Pergeseran teknologi tradisional ke teknologi digital juga membawa perubahan besar dalam cara manusia berkomunikasi.¹¹

Terbukanya akses terhadap informasi yang disediakan oleh *citizen journalism* diyakini akan dapat memberikan manfaat besar bagi masyarakat. Bagaimanapun, karena orang-orang yang melakukan aktivitas *citizen journalism* bukan merupakan jurnalis terlatih, terdapat kemungkinan bahwa informasi yang disiarkan menggunakan bahasa polos dan tanpa melalui proses *editing*.¹²

C. Etika Berinternet

Kata etika secara etimologi (bahasa) berasal dari kata *ethos* (bahasa Yunani). Bentuk tunggal kata *ethos* memiliki arti tempat tinggal yang biasa, padang rumput, kandang, kebiasaan, adat, akhlak, perasaan, dan cara berpikir. Dalam bentuk jamak, *ta etha* berarti adat kebiasaan. Dalam istilah filsafat, etika berarti ilmu tentang apa yang biasa dilakukan atau ilmu tentang adat kebiasaan.¹³

Etika sering juga disebut dengan etik. Etik merupakan pencerminan dari pandangan masyarakat mengenai apa yang baik dan yang buruk, serta membedakan perilaku atau sikap yang dapat diterima dengan apa yang ditolak guna mencapai kebaikan dalam kehidupan bersama. Etik

¹¹ Tamburaka, *Literasi Media*. hlm.72

¹² Alamiyah, "Peluang dan Tantangan." hlm. 28

¹³ Muhammad Mufid, *Etika dan filsafat komunikasi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009). hlm.173

menyangkut nilai-nilai sosial dan budaya yang telah disepakati masyarakat sebagai norma yang dipatuhi bersama. Banyak prinsip etik yang bersifat universal, namun perlu kehati-hatian dalam mempelajari norma etik yang datang dari luar.¹⁴

Tindakan manusia ditentukan oleh macam-macam norma. Etika menyelidiki dasar semua norma moral. Dalam etika biasanya dibedakan antara etika deskriptif dan etika normatif. Etika deskriptif memberi gambaran dari gejala kesadaran moral, dari norma dan konsep-konsep etis. Etika normatif tidak berbicara lagi tentang gejala, melainkan tentang apa yang sebenarnya harus merupakan tindakan manusia.¹⁵

Dalam kegiatan *citizen journalism*, warga tidak dibekali *code of conduct* dari organisasi profesi sebagaimana jurnalis profesional. Namun, beberapa pelaku jurnalisme warga telah merumuskan etika berinternet - meski tidak khusus menjadi pegangan jurnalis warga - yang disebut *netiquette* atau netiket. Semula, netiket hadir untuk pengguna internet pada umumnya. Netiket, yang erasal dari dua kata yaitu *networks* dan *etiquette*; maka jadilah *netiquette*, diartikan sebagai etika berinternet. Prinsipnya sama seperti etiket atau sopan santun pada umumnya, ranahnya di dunia maya.¹⁶

Etiquette dapat diartikan sebagai tiket yang harus dimiliki seseorang untuk masuk ke dalam suatu komunitas. Dalam konteks ini, merupakan standar aturan yang harus dimiliki untuk masuk ke dalam suatu jaringan atau masyarakat di dunia virtual. Pada intinya, *netiquette* merupakan etika berinternet sekaligus perilaku sosial yang berlaku di dunia online.¹⁷ Etika berinternet diperlukan oleh warga/netizen (*internet user*), karena pengguna media internet beragam. Keragaman latar belakang bahkan kultural dapat menimbulkan perdebatan, konflik bahkan permusuhan.

Sopan santun di internet atau netiket sangat diperlukan dalam interaksi warga, di sini netizen harus menghindari *trolling* dan *flaming*. *Trolling* diartikan sebagai seseorang yang memposting tulisan atau pesan menghasut dan tidak relevan dengan topik yang dibicarakan, yang tujuannya memprovokasi dan memancing emosi para pengguna internet agar jalannya diskusi yang tengah berlangsung menjadi kacau. Pelaku *trolling* ini disebut *troller*.

¹⁴ H. Mafri Amir, *Etika Komunikasi Massa dalam Pandangan Islam* (Jakarta: PT. Logos Wacana Ilmu, 1999). hlm. 34

¹⁵ Mufid, *Etika dan filsafat komunikasi*, hlm. 175

¹⁶ Nugraha, *Citizen journalism*. hlm. 117

¹⁷ Rulli Nasrullah, *Teori dan Riset Media Siber (cybermedia)* (Jakarta: Kencana, 2014). hlm. 122

Upaya yang mirip dengan *trolling* adalah *flaming*. *Flaming* dikenal juga sebagai *bashing*, diartikan sebagai interaksi yang saling bermusuhan dan saling menghina antara pengguna internet. Sebagaimana *trolling*, *flaming* sering menggunakan kata-kata kotor dan tidak senonoh saat menggunakan aktivitas forum. *Flaming* bisa terjadi untuk diskusi apa saja, baik itu isu di dunia nyata soal politik, agama, ataupun filsafat, yang dibawa ke media internet.¹⁸

Etika berinternet diperlukan agar setiap netizen ketika berada di dunia virtual memahami hak dan kewajibannya sebagai warga negara dunia virtual. Dalam suatu komunitas, contoh dalam grup yang ada di media sosial facebook, ada ketentuan yang harus disepakati pengguna ketika bergabung dalam grup ini. Contoh lainnya, saat pengguna membuat akun di fasilitas yang disediakan, misalnya akun di media sosial, akun e-mail, dan akun blog. Sebelum pengguna bisa menggunakan fasilitas akun tersebut, ada ketentuan yang semestinya dipahami oleh pengguna terkait apa saja yang diperkenankan, apa yang tidak, sampai pada ketentuan hukum jika melanggar¹⁹.

Wacana etika melibatkan perilaku dan sistem nilai etis yang dimiliki oleh setiap individu atau kolektif masyarakat. Oleh sebab itu, wacana etika mempunyai unsur-unsur pokok. Unsur-unsur pokok itu merupakan kebebasan, tanggungjawab, hati nurani, dan prinsip-prinsip moral dasar. Moralitas yaitu sifat moral atau keseluruhan atas dan nilai yang berkenaan dengan baik buruk. Dua kaidah dasar moral adalah kaidah sikap baik dan kaidah keadilan.²⁰

D. Komunikasi dalam Pandangan Islam

Komunikasi yang baik bagi umat Islam adalah komunikasi yang sesuai dengan kaidah agama, nilai-nilai yang terkandung dalam Al Quran dan Hadits. Kaitan antara nilai etis dengan norma yang berlaku sangat erat. Selain agama sebagai asas kepercayaan atau keyakinan masyarakat, ideologi juga menjadi tolok ukur norma yang berlaku. Dalam Pancasila, sebagai ideologi dalam bernegara, berbangsa dan bermasyarakat di Indonesia, terdapat tolok ukur komunikasi.²¹

¹⁸ Nugraha, *Citizen journalism*. hlm. 140

¹⁹ Nasrullah, *Teori dan Riset*. hlm. 124

²⁰ Mufid, *Etika dan Komunikasi*. hlm. 180-181

²¹ Amir, *Etika Komunikasi*. hlm. 36

Tosihiko Izutsu melihat konsep etika sebagaimana yang ia temui dalam al-Quran. Menurutnya, konsep etik dan moral dapat dibagi menjadi dua kelompok utama. Pertama, terdiri dari istilah-istilah yang berkenaan dengan kehidupan etik orang-orang Islam pada masyarakat islami (*ummah*). Kedua, kelompok tentang istilah-istilah yang bersifat etika religius. Penilaian etika menurut Johannsesen lebih terfokus pada tingkat-tingkat kebenaran dan kesalahan dalam perilaku manusia. Dalam mengecam seseorang karena tidak efisien, konformis, boros, malas atau lamban, kita tidak serta-merta menyebutnya tidak etis. Namun, standar-standar seperti kejujuran, menepati janji dapat dipercaya, adil, dan manusiawi biasanya digunakan untuk membuat penilaian etika tentang kebenaran dan kesalahan dalam perilaku manusia.²²

Pada prinsipnya, komunikasi Islam tidak hanya sekedar menyampaikan pesan, merubah sikap dan perilaku komunikan. Lebih dari itu, komunikasi Islam menyampaikan kemaslahatan dan kemuliaan antara komunikator dan komunikan. Oleh sebab itu, komunikasi Islam menjadi lebih unggul apabila dibandingkan dengan komunikasi Barat. Komunikasi sangat berpengaruh terhadap kelanjutan hidup manusia, komunikasi juga berpengaruh terhadap kualitas berhubungan dengan sesama. Komunikasi yang dimaksud adalah komunikasi yang islami, yaitu komunikasi yang berakhlak karimah atau beretika.²³

Etika mendukung keberadaan agama, di mana etika sanggup membantu manusia dalam menggunakan akal pikiran untuk memecahkan masalah. Perbedaan antara etika dan ajaran moral agama yaitu etika mendasarkan diri pada argumentasi rasional. Sedangkan agama menuntut seseorang untuk mendasarkan diri pada wahyu Tuhan dan ajaran agama. Ada etika dalam agama dan sebaliknya agama merupakan salah satu norma dalam etika. Keduanya berkaitan, namun terpisahkan secara teoritis.

Pelanggaran terhadap etika yang berlaku, bukan hanya akan merugikan seseorang yang melakukan perbuatan, tetapi juga akan membahayakan atau merugikan orang lain, baik individu maupun secara kolektif. Dalam bidang komunikasi, pelakunya harus juga tunduk terhadap norma atau etika yang berlaku di masyarakat lingkungannya. Selaku warga negara Indonesia, ia harus bertumpu kepada nilai-nilai Pancasila sebagai sumber nilai utama yang dijadikan acuan etis. Sebagai penganut agama

²² Ibid. hlm. 38

²³ Musyafak, Najahan, *Islam dan Ilmu Komunikasi* (Semarang: CV. Karya Abadi Jaya, 2015), hlm. 11-12

Islam, tentu juga harus mendasarkan kepada norma etika yang terdapat dalam ajaran Islam.²⁴

Panduan agar komunikasi berjalan dengan baik dan efektif terdapat dalam Al Quran dan Hadits. Salah satu term dalam Al Quran yang digunakan untuk mengungkap bahasa komunikasi adalah dengan menggunakan kata *al qaul*. Enam model bahasanya yaitu pertama *qaulan sadida* dapat diartikan dengan bahasa yang benar dan tegas, kedua *qaulan baligha* adalah perkataan yang fasih dan efektif, ketiga *qaulan maisura* adalah bahasa yang mudah dipahami, keempat *qaulan layyina* adalah bahasa yang lembut dan halus, kelima *qaulan kariman* berarti perkataan yang mudah dan disukai, dan keenam *qaulan ma'rufa* adalah bahasa yang baik sesuai yang dipahami audien.²⁵

Khusus di bidang komunikasi massa, kepatuhan terhadap etika terasa sangat penting, karena pembaca, pendengar, dan penontonnya melibatkan banyak orang. Orang banyak tersebut terdiri dari berbagai lapis, mulai anak kecil sampai orangtua, orang awam sampai orang pintar. Pertimbangan etis dalam komunikasi massa, jika mengikuti paradigma Carl Wellman adalah bagaimana mengarahkan perhatian kepada pertimbangan yang relevan dan bertumpu kepada alasan kebenaran. Komunikasi massa melalui media cetak atau media elektronik harus menjadikan pertimbangan etis tersebut sebagai pedoman dalam menjalankan missinya.²⁶

Landasan etis dalam praktik komunikasi massa juga dikemukakan oleh pakar lain, yaitu Karl Wallace. Karl Wallace dalam Amir mengemukakan basis etis bagi komunikasi. Ia memberi empat garis besar pedoman etika. *Pertama*, keharusan mengembangkan kebiasaan meneliti (*habit of research*) yang tumbuh dari pengenalan bahwa selama melakukan komunikasi, pelaku adalah sebagai sumber primer. *Kedua*, menumbuhkan kebiasaan bersikap adil (*habit of justice*) dengan memilih dan menampilkan fakta dan pendapat secara terbuka. *Ketiga*, komunikator harus terbiasa mengutamakan motivasi umum daripada motivasi pribadi. Komunikator publik yang bertanggungjawab harus secara merata mengungkapkan sumber-sumber informasi dan pendapatnya. *Keempat*, menanamkan kebiasaan menghormati perbedaan pendapat dengan memperlihatkan dan mendorong berbagai ragam argumen dan pendapat.²⁷

²⁴ Amir, *Etika Komunikasi*, hlm. 43

²⁵ Musyafak, Najahan, *Islam dan Ilmu Komunikasi*. hlm. 17-22

²⁶ Amir, *Etika Komunikasi*, hlm. 44-45

²⁷ Ibid., hlm. 55

Mengacu pada empat kerangka moralitas yang digariskan Karl Wallace sebagai garis pedoman etika, dapat disimpulkan bahwa pokok-pokok dalam etika komunikasi massa yang terdiri dari *fairness*, *accuracy*, bebas dan bertanggungjawab serta kritik konstruktif. Unsur *fairness* adalah bersikap wajar atau patut. Unsur objektif, yaitu kejujuran menyampaikan fakta yang sebenarnya. Akurasi sebagai unsur pokok dalam etika komunikasi adalah ketepatan data atau informasi yang disiarkan kepada khalayak. Dalam jurnalistik lazim berlaku prinsip *check and recheck*, yaitu pekerjaan meneliti ulang data dan informasi.

Prinsip bebas dan bertanggungjawab berlaku dalam etika komunikasi massa. Yang dimaksud dengan kebebasan dalam komunikasi massa yakni jurnalis mempunyai kemerdekaan dan kebebasan untuk mencari dan mengumpulkan serta menyampaikan pada khalayak. Aspek lainnya yaitu adanya rasa tanggungjawab komunikator. Perilaku etis merupakan perilaku yang bertanggungjawab. Kritik konstruktif merupakan salah satu pokok etika dalam bidang komunikasi massa. Mengkritik atau mengoreksi atas kekeliruan yang terjadi, artinya apabila diketahui terjadi penyimpangan oleh seseorang atau sekelompok orang, maka adalah tugas tanggungjawab etis untuk melakukan perbaikan. Tergolong tidak etis, apabila membiarkan saja penyimpangan itu terjadi. Komunikator haruslah mempunyai kepedulian dan kepekaan demi keselamatan orang banyak.²⁸

Dengan melakukan kritik yang membangun, maka komunikator tidak bisa dinilai sebagai pembeber aib orang lain, karena dibalik penulisan tersebut terselip niat dan motivasi mulia demi kebaikan masyarakat banyak. Hal ini berbeda dengan *trolling* maupun *flaming*, yang dapat menyudutkan orang lain serta memiliki motivasi dan niat tidak baik. Aspek bahasa dalam komunikasi juga harus diperhatikan, mengingat ada di ranah publik dan memungkinkan berdampak luas.

Hak untuk berkomunikasi di ruang publik merupakan hak yang paling mendasar. Etika komunikasi tidak hanya berhenti pada masalah perilaku aktor komunikasi (wartawan, editor, agen iklan, dan pengelola rumah produksi). Etika komunikasi berhubungan juga dengan praktek institusi, hukum, komunitas, struktur sosial, politik dan ekonomi. Maka, aspek sarana atau etika strategi dalam bentuk regulasi sangat perlu. Etika komunikasi selalu dihadapkan pada dilema antara kebebasan berekspresi dan tanggung jawab terhadap pelayanan publik. Tiga dimensi dalam etika komunikasi yaitu tujuan, sarana, dan aksi komunikasi itu sendiri.²⁹

²⁸ Ibid., hlm. 60-63

²⁹ Haryatmoko, *Etika Komunikasi* (Yogyakarta: Kanisius, 2007), hlm. 44

E. Perkembangan Media Komunikasi

Media adalah pusat kendali, tidak hanya kemampuan teknologinya yang melampaui ruang dan waktu, melainkan juga karena kesalingterhubungannya yang melekat dengan komunikasi, khususnya kapasitasnya untuk memberi individu akses pada jaringan global (*global networks*). Sebagai bagian dari perkembangan teknologi informasi yang pesat, kehadiran internet beserta berbagai situs atau konten yang ada di dalamnya tidak hanya merubah perilaku individu, melainkan juga pada tingkat kelompok bahkan dalam skala yang semakin mengglobal.³⁰

Teknologi pada dasarnya memiliki kontribusi dalam menciptakan keberagaman media, inilah salah satu ciri dalam menciptakan keberagaman media. Dari sisi industri, biaya produksi media dan alat produksi yang semakin murah dan canggih menyebabkan kemunculan media secara massal. Teknologi memungkinkan industri media untuk memproduksi media lebih beragam, kondisi ini bisa dilihat dari konvergensi media yang tidak hanya berada dalam bentuk cetak semata, tetapi juga khalayak bisa menemukan media yang sama dalam bentuk elektronik. Tidak hanya dari sisi jumlah, tetapi juga khalayak diberikan pilihan untuk mengonsumsi melalui jenis medianya, mulai dari cetak, audio, visual, audio-visual, hingga online.³¹

Thomas L. Friedman mengungkapkan bahwa *the world is flat*, dunia semakin rata dan setiap orang bisa mengakses apapun dari sumber mana pun. Kehadiran media baru (*new media/ cybermedia/ internet*) menjadikan informasi sebagai sesuatu yang mudah dicari dan terbuka. Jika selama ini institusi media sebagai lembaga yang mendominasi pemberitaan, maka kehadiran internet dan media sosial memberikan keleluasaan bagi khalayak untuk ikut dalam berkompetisi menyebarkan informasi atau peristiwa yang terjadi di sekitar mereka.³²

Fase perkembangan komunikasi yang dipaparkan oleh Rogers, baik secara langsung maupun tidak, berpengaruh pada kemunculan media komunikasi itu sendiri. Menurut Rogers, fase-fase tersebut meliputi; masa komunikasi melalui media tulisan (*the writing era*), masa media komunikasi tercetak (*the printing era*), era komunikasi yang sudah memanfaatkan teknologi meskipun masih sederhana (*telecommunication*

³⁰ Rahma Sugihartati, *Perkembangan Masyarakat Informasi dan Teori Sosial Kontemporer* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014), hlm. 95

³¹ Nasrullah, *Teori dan Riset.*, hlm. 1

³² Nasrullah, Rulli, *Media Sosial Prosedur.*, hlm. 1

era), dan masa di mana media menjadi lebih interaktif dari sebelumnya (*interactive communication era*).³³

Ciri atau penanda media baru bisa dilihat dari munculnya media siber atau dalam jaringan. Koneksi antarjaringan melalui komputer atau internet memberikan pilihan bagi khalayak. Media sosial merupakan salah satu platform yang muncul di media siber. Media sosial menurut Van Dijk adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antarpengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.³⁴

Media sosial memiliki karakteristik khusus yang tidak dimiliki oleh beberapa jenis media siber lainnya. Salah satunya, media sosial beranjak dari pemahaman bagaimana media digunakan sebagai sarana sosial di dunia virtual. Pada akhirnya, karakteristik media sosial bisa dipergunakan untuk bidang seperti jurnalisme, hubungan masyarakat, pemasaran dan politik. Adapun karakteristik media sosial yaitu jaringan (*network*), informasi, arsip, intraksi, simulasi sosial dan konten oleh pengguna.³⁵

Zaman telah berubah, tuntutan terhadap informasi semakin tinggi, khalayak merasa informasi yang dibutuhkannya tidak terpenuhi, sehingga mereka lari ke media jurnalisme warga yang dibuat oleh warga dan untuk warga masyarakat. Khalayak media massa sekarang sudah berubah, mereka membutuhkan aneka informasi yang mungkin nilai berita tidak dimiliki oleh media massa. Informasi atau pemberitaan datang dari warga dan diakses juga oleh warga. Khalayak bukan hanya butuh informasi, tetapi juga memiliki kepentingan untuk menginformasikan apa saja, baik fakta maupun opini.

Saat ini, jurnalisme warga (*citizen journalism*) semakin meningkat, seiring dengan semakin meningkatnya pengguna internet. Semakin maraknya media jurnalisme warga (khususnya di media internet) dipengaruhi oleh sejumlah hal, di antaranya:

1. Berbagai informasi yang dibutuhkan khalayak tidak selalu terpenuhi oleh media massa konvensional
2. Khalayak bukan hanya butuh informasi, tetapi juga butuh menginformasikan fakta dan opininya
3. Khalayak memiliki foto atau rekaman gambar yang jauh lebih bagus daripada yang dimiliki media massa umum.

³³ Nasrullah, *Teori dan Riset*. hlm. 2

³⁴ Nasrullah, Rulli, *Media Sosial Prosedur*. hlm. 11

³⁵ *Ibid.*, hlm. 15

Media massa penuh dengan ketidakpastian, apakah tulisan yang dikirimkan akan dimuat atau tidak, apakah artikel atau surat pembaca pasti dimuat atau tidak. Jika memang dimuat, terkadang harus menunggu berminggu-minggu, bahkan beberapa bulan kemudian. Padahal, khalayak juga memiliki kebutuhan untuk mengekspresikan pendapatnya, karena media massa umum tidak mampu memenuhi kebutuhan orang untuk menginformasikan atau memberitakan fakta atau opininya, maka media jurnalisme warga sebagai salurannya.³⁶

Media baru menyatukan semua yang dimiliki media lama. Jika surat kabar hanya dapat dibaca dalam media kertas, radio hanya dapat didengar, televisi hanya menyatukan audio dan visual, maka melalui internet semua itu dapat disatukan, baik tulisan, suara dan gambar hidup. Pengguna internet kini dapat membaca tulisan melalui blog, website, dapat mendengarkan radio melalui radio internet, dapat menonton siaran berita melalui *live streaming* atau mengunduh video. Dengan kata lain, semua karakteristik khas masing-masing *old media* dapat disatukan dalam dunia *new media*.³⁷

Salah satu cara menuangkan ide di media internet yakni melalui tulisan di blog. Dengan memiliki blog di internet seseorang dapat menulis apa saja tentang dirinya dan dapat diakses siapa saja. Walaupun secara privasi blog tidak memberi jaminan keamanan, namun paling tidak dengan memiliki blog seseorang telah memiliki identitas pribadi di dunia maya. Banyaknya website yang menawarkan beragam opini dan komentar, seperti blog yang ditulis oleh satu orang kemudian menjadi populer. Bagaimanapun, blog memiliki keterbatasan karena tidak melaporkan secara utuh mengenai kejadian dan aktivitas orang dan secara jelas tetapi lebih kepada interpretasi yang cenderung *biased, prejudices, and political beliefs* (bias, prasangka dan pandangan politik).

Kompasiana merupakan media warga terbesar di Indonesia. Blog *citizen journalism* ini afiliasi dari kompas.com dari Kompas Gramedia Digital Group. Setiap orang atau netizen dapat menulis dan langsung menayangkan berita, opini ataupun karya fiksi di blog Kompasiana. Setiap orang didorong menjadi seorang pewarta warga atas nama dirinya sendiri, melaporkan peristiwa yang dialami atau terjadi di sekitarnya. Penulis bertanggungjawab atas tulisan yang tayang pada blog Kompasiana. Keterlibatan aktif warga diharapkan dapat mempercepat arus informasi dan memperkuat pondasi demokratisasi dalam kehidupan berbangsa dan

³⁶ Kuswarno, *Komunikasi Kontekstual*. hlm. 471-471

³⁷ Tamburaka, *Literasi Media*. hlm. 77

bernegara. Tren jurnalisme warga seperti ini memungkinkan masyarakat pengguna internet (netizen) menempatkan dan menayangkan konten dalam bentuk teks, foto dan video.

Kompasianer (sebutan netizen pengguna Kompasiana) dalam bertindak sebagai *citizen journalist* mendapat tanggapan atau disusul dengan tulisan *citizen journalist* yang lain. Berita yang diunggah memainkan emosi netizen, mengundang simpati dan empati. Apa yang dilakukan oleh para warga tersebut merupakan aktivitas *citizen journalism* (jurnalisme warga). Dalam literasi media, masyarakat tidak hanya diberikan pengetahuan untuk mengkritisi konten media tetapi juga dapat membuat konten berita sehingga dia dapat merasakan langsung aktivitas sekaligus terlibat dalam membuat konten media.

Salah satu isu atau topik yang diangkat oleh pihak Kompasiana adalah demo 4 November 2016 di Jakarta. Topik tentang demo 4 November yang dilakukan oleh beberapa elemen umat Islam terkait dugaan penistaan agama yang dilakukan oleh Gubernur DKI Jakarta, Basuki Tjahaja Purnama atau lebih dikenal dengan Ahok. Sebagian umat Islam, organisasi masyarakat, mahasiswa, artis, maupun politikus di negeri ini melakukan aksi. Mereka menyerukan untuk penegakkan hukum terhadap Ahok. Ahok diduga melecehkan salah satu ayat Al Quran yaitu Al Maidah ayat 51, saat kunjungan kerja dan ramah tamah dengan warga di Kepulauan Seribu pada bulan September 2016. Hal itu mendapat perhatian dari para netizen, terbukti dengan banyaknya jumlah judul tulisan yang dimuat pada blog Kompasiana, yakni terdapat 50 judul pada tanggal 4 November 2016.

F. Metodologi Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Sumber data primer didapatkan dari naskah online, blog Kompasiana.com, pada kanal topik pilihan Demo 4 November. Penulis membatasi pemberitaan berkaitan dengan dugaan penistaan agama yang dimuat pada tanggal 4 November 2016. Data sekunder berupa literatur panduan redaksi. Sumber data pelengkap yaitu literatur yang relevan seperti artikel berita, buku dan jurnal. Metode analisis yang digunakan ialah analisis wacana kritis (*critical discourse analysis/ CDA*) dengan menggunakan analisis Norman Fairclough yang membagi analisisnya dalam tiga dimensi, yaitu: *text*, *discourse practice*, dan *sociocultural practice*.³⁸ Analisis mempergunakan analisis

³⁸ Eriyanto, *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media* (Yogyakarta: LKiS, 2001). hlm. 286

wacana dengan pendekatan kritis. Untuk operasional pendekatan kritis, dilakukan suatu analisis melalui teknik analisis isi (*content analysis*) yang dikembangkan dalam analisis wacana (*discourse analysis*).

G. Konten Kompasiana pada Topik Pilihan Demo 4 November

Wacana aksi demo 4 November, yang dimuat pada kanal Topik Pilihan, menarik para kompasianer. Sebuah aksi unjuk rasa digelar oleh ormas Islam. Aksi ini dipicu oleh sebuah video yang menjadi viral di media sosial yang berisi tentang pernyataan Gubernur DKI Jakarta, Basuki Tjahaja Purnama, tentang surat Al Maidah ayat 51. Beberapa ormas Islam menuding bahwa Ahok telah menodai agama. Menurut Juru Bicara FPI, aksi ini melibatkan sekitar 500 ribu peserta yang menuntut Presiden Joko Widodo untuk mengadili Basuki Tjahaja Purnama. Pengamanan aksi unjuk rasa ini pun melibatkan sekitar 18 ribu personel gabungan dan penjagaan disebar di 26 lokasi berbeda.

Materi pemberitaan/ artikel yang dimuat pada kanal Topik Pilihan Demo 4 November adalah sebagai berikut:

Penulis/ Nama kompasianer	Topik Berita
Elde	(Demo 4 Nov) Jokowi Kabur?
Belunggu Demokrasi	Inikah Sosok Calon RI 1 yang Diusung di Demo 4 November?
Sumiarti Haryanto	Pak Ahok, Mundur Sajalah...
Ifandi Khainur Rahim	Aksi 4 November: Solidaritas, Musuh Bersama dan Revolusi Mental
Bocah Tua Nakal	(Aksi Damai 4/11) Terima kasih, Tuhan...
Zulkifli Harahap	Penggantian "Halo, halo Bandung" dengan "Allah-Allah-Allah": Penjiplakan atau Penistaan Agama Islam?
Metta Karuna	Demo Ahok, 4 November 2016
Asaaro Lahagu	Pasca Demo, Lawan jadi Coyotes
Sugi Siswiyati	Membela Tuhan atau Membela Al Quran atau membela Islam?
Abah Pitung	Mengapa Ada Aksi Demo Terbesar 4/11 di Jakarta?
Rienta Primaputri	Agenda Bersih-bersih dan Demo 4 November

Penulis/ Nama kompasianer	Topik Berita
Thamrin Dahlan	Laporan Langsung: Unjuk Rasa Umat Islam Terbesar Sepanjang Sejarah Indonesia.
Muhammad Dicka Ma'arif Alyatalathof	Ahok dan Penistaan Agama
Mr. T	Menemukan Hikmah di Balik Aksi 04 November 2016
AAA^NhuzQ	Terimakasih Aksi Demo 411 yang Tertib
Ian Wong	Ahok dan Demo 4 November: Kebangkitan Kesadaran Intelektual
Fahmi Ramadhan Firdhaus	Aksi 4 November, Media Untung dan Rakyat Buntung
Amin Ridla Satya Graha	Buang dan Singkirkan Devide Et Impera dari Bangsa Indonesia
Afif uddin Lubis	Mampukah Demo Hari ini Menunjukkan Wajah yang Demokratis?
Rienta Primaputri	Demo 4 November Membawa Berkah bagi Tukang Peci Istiqlal
Imron Fhatoni	Parade 4 November, Realitas Demokrasi dan Wajah Getir Dunia Hukum Indonesia
Willem Martinus	4 November di Mata Internasional
Nurhasan Wirayuda	Menggapai Demo 4 November dengan Kisah Rasul yang Mulia
Kompasiana	Melihat Aksi Damai 4 November
Inin Nastain	Pemunculan Hashtag #CakNun dan #OrangMaiyah di 4 November
Syahirul Alim	Demo 4 November Ini Efek Diblokirnya Situs Radikal?
Zen Muttaqin	Wajah-wajah di Monas
Pudjo Sedijono	Tujuan Demo Hari Ini, 4 November 2016 Untuk Apa?
Jilal Mardhani	4 November 2016, Hari Gagal Paham Nasional
Iskra Malaya	Nasib Ahok Setelah Demonstrasi 4 November 2016
Hannum Siswaya	Relevansi Aksi Demonstrasi 4 November 2016
Hedi Purnomo	4 November Akankah Berakhir dengan Travel Warning
Ahmad Jazuli Harwono	Yang Mau Demo Ahok, Tolong Baca ini Dulu

Penulis/ Nama kompasianer	Topik Berita
Washinton Dedy	Tindakan Penistaan terhadap Harkat Hidup Warganegara, Mengapa Polisi Diam?
Almizan Ulfa	Pagi 4 November di Masjid Istiqlal Jakarta
Old Imp	Lewat Mana: Hindari Demo 4 Nov
Ferly Norman	Aguan "Podomoro" Saja Diundang Istana, Pendemo "Blusukan" ke Istana Akankah Diterima Presiden?
Mohammad Iwan	Aksi Damai 4 November ala Polisi Cilik dan Santri Aa Gym
Syarifuddin Abdullah	Memilih 4 November, Memelihara Momentum Menuju Pilkada
Anna Melody	Yakin Ahok Salah? Baca Logika Sederhana Berikut
Teha Sugiyo	Doa pada 4 November 2016
Rachmat Hidayat	Salah Kaprahnya Pemahaman "Tuhan Tidak Perlu Dibela"
Gatot Swandito	Pendongeng Hitam: Demo 4 November 2016 Buah Dari Operasi Senyap "Dwitunggal Jokowi-Ahok"
AninLihi	Ahok Penggugah Umat Islam
Hendry Syafaruddin	Demo Damai yang Didamba
Usni Ainy	Ahok dan Pendukungmu, Titik
Ardhani Prameswari	Stop Hate Speech Perbanyak Dzikir
Iqbal Al Fasa	Hanya Mukjizat yang Dapat Mengalahkan Ahok
Ignatius Fajar Santoso	Mengapa Damai Menjadi Mahal di Negeri Ini?
Sigit Budi	Pengkafiran, Akar Reaksi Ahok yang Terlupakan
Elde	Berharap SBY Tidak Masuk Angin

H. Pembahasan

1. Analisis Teks

Istilah *fairness* dalam ilmu komunikasi, khususnya terkait dengan jurnalisme, menyampaikan informasi berdasarkan fakta yang terjadi,

artinya berdasarkan pada kebenaran. Obyektivitas berdasarkan fakta, berlaku adil dan tidak memihak dengan menulis topik secara berimbang, serta menggunakan etika kepatutan dan kewajaran. Tulisan disajikan secara tidak memihak, bersumber dari berbagai pihak yang mempunyai kepentingan, penilaian atau sudut pandang masing-masing terhadap suatu kasus berdasarkan prinsip-prinsip berimbang dan adil. Namun, dalam kanal Topik Pilihan dapat dijumpai keberpihakan judul topik, seperti “Berharap SBY Tidak Masuk Angin”, “Aksi 4 November, Media Untung dan Rakyat Buntung”, “Yang Mau Demo Ahok, Tolong Baca ini Dulu”, “Ahok dan Pendukungmu, Titik”.

Bahasa yang benar dan tegas perlu digunakan oleh *citizen journalist*, seperti penggunaan bahasa pada judul, “Demo Ahok, 4 November 2016”, “Agenda Bersih-bersih dan Demo 4 November”, “Laporan Langsung: Unjuk Rasa Umat Islam Terbesar Sepanjang Sejarah Indonesia”. “Pagi 4 November di Masjid Istiqlal Jakarta” Melihat topik-topik yang dimuat pada kanal Topik Pilihan Demo 4 November topik pemberitaan berhubungan dengan beberapa aspek, yaitu aspek agama, politik, ekonomi, sosial dan demokrasi.

Akurasi dalam etika komunikasi merupakan ketepatan data atau informasi yang disiarkan kepada khalayak. Topik-topik yang dimuat oleh Kompasiana beberapa diantaranya memuat pertanyaan yang menunjukkan masih menerka-nerka suatu problema. Hal ini memancing rasa ingin tahu pembaca untuk mencari jawaban atas apa yang ditulis oleh kompasianer.

Perkataan yang fasih dan efektif harus digunakan dalam pemberitaan, begitu pula penggunaan bahasa yang mudah dipahami dan tidak berbelit-belit agar publik/ netizen tidak mengalami *misunderstanding*. Namun, bahasa yang kurang efektif masih dapat dijumpai pada topik judul “(Demo 4 Nov) Jokowi Kabur?”, “Inikah Sosok Calon RI 1 yang Diusung di Demo 4 November?”, “Penggantian “Halo, halo Bandung” dengan “Allah-Allah-Allah”: Penjiplakan atau Penistaan Agama Islam?”, “Aguan “Podomoro” Saja Diundang Istana, Pendemo “Blusukan” ke Istana Akankah Diterima Presiden?”, “Pendongeng Hitam: Demo 4 November 2016 Buah Dari Operasi Senyap “Dwitunggal Jokowi-Ahok”

Bebas Bertanggungjawab merupakan etika komunikasi yang harus dimiliki oleh warga. Topik-topik yang dimuat pada kanal Kompasiana merupakan kebebasan masyarakat untuk berekspresi terhadap suatu masalah yang terjadi di negeri ini. Netizen menuangkan argumen-argumennya dengan menggunakan dalil atau referensi, serta menunjukkan identitas dirinya dan terverifikasi pada blog Kompasiana. Penulisan topik bebas bertanggungjawab, menggunakan bahasa yang baik dan sesuai dengan audien (pembaca). Hal ini meminimalisir terjadinya *miss-*

communication mengingatkan netizen beragam baik latar sosial, agama maupun kebudayaan.

Berita mencerminkan ide penulis. Dalam jurnalisme warga, warga bebas menulis ide-ide dari yang dilihat, ataupun dengar. Dalam ranah keadilan atau berimbang topik yang ditulis oleh Kompasianer mencerminkan pro dan kontra terhadap aksi demo 4 November. Hal ini terlihat pada topik "Solidaritas, Musuh Bersama dan Revolusi Mental 04 November 2016" sebagaimana berikut ini:

"Depok, 4 November 2016 Jika ditanya bagaimana sikap saya terhadap aksi hari ini, jelas posisi saya kontra. Mengingat bahwa urgensi dan output aksi kali ini menurut saya masih belum jelas dan clear. Selain itu juga karena berbagai usaha politisasi isu untuk menjatuhkan pihak satu dan lainnya. Dan alasan yang terakhir adalah karena saya memang orang yang moderat (dan cenderung sekuler, lol). Sehingga menurut saya, di zaman ini sudah tidak perlu lah dibahas-bahas lagi masalah yang berkaitan dengan agama. Apalagi jika masalah tersebut fokus ke perbedaan atau kebencian. Agama dan/atau keyakinan menurut saya adalah mutlak milik individu masing-masing. Selama tidak merugikan orang lain, tidak boleh ada individu yang menghina atau mempermasalahkan keyakinan individu lain, siapapun dan apapun keyakinan yang dianut oleh individu tersebut".

Topik "Ahok dan Penistaan Agama", penulis menyatakan:

"Mungkin memang ada sejumlah oknum lawan politik Ahok yang memanfaatkan surat Al-Maidah ayat 51 ini semata-mata cuma untuk menyudutkan Ahok. Tapi perlu saya tekankan, jauh lebih banyak orang selain lawan politik Ahok tersebut, yang menyampaikan surat Al-Maidah ayat 51 ini untuk mengingatkan rekan sesama muslim, bahwa memilih pemimpin dari golongan Yahudi dan Nasrani adalah larangan, sebagaimana terwahyu dengan jelas di surat Al-Maidah ayat 51, yang ditafsirkan sebagai berikut: "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengambil orang-orang Yahudi dan Nasrani menjadi pemimpin-pemimpin(mu); sebahagian mereka adalah pemimpin bagi sebahagian yang lain. Barangsiapa diantara kamu mengambil mereka menjadi pemimpin, maka sesungguhnya orang itu termasuk golongan mereka. Sesungguhnya Allah tidak memberi petunjuk kepada orang-orang yang zalim." (Q.S Al-

Maidah:51) Lalu, apabila ada orang yang menyampaikan surat tersebut dikatai oleh Ahok sebagai tindakan membodohi, bagaimana dengan kewajiban kita sesama muslim untuk saling mengingatkan? Apakah menyampaikan dan mengingatkan isi surat tersebut, bisa dikatakan bahwa yang menyampaikan membodohi? Tentu tidak, justru sebaliknya yang menyampaikan tersebut telah mencerahkan rekan sesama muslim lain. Semoga tulisan ini bermanfaat dan dapat memberikan sedikit pencerahan kepada saudara-saudara sekalian. Mari kita doakan saudara-saudara, rekan sesama muslim kita yang saat ini sedang berjuang untuk menegakkan hukum dan keadilan yang berlaku di Indonesia”.

Kritik Konstruktif yang dimuat oleh media sosial ini, ingin memperbaiki keadaan masyarakat dan berpikir lebih terbuka. Topik “Ahok dan Demo 4 November: Kebangkitan Kesadaran Intelektual” dengan memperlihatkan perbedaan, tetapi masih ada rasa saling menghormati dan menghargai satu sama lain. Bahasa yang baik, jelas dan efektif perlu digunakan agar tujuan dari isi pesan dapat tersampaikan. Petikan isinya sebagai berikut:

“Perdebatan yang mencerminkan sikap “well informed” namun luar biasa bersahabat inilah yang menjadi visi yang ditawarkan Prof. Mun'im untuk Indonesia. Kata-kata Prof. Mun'im yang menggambarkan visinya itu layak dikutip di sini: “Salah satu rekaman perdebatan antara Patriakh Timothy dari Gereja Suriah Timur dan Khalifah al-Mahdi menggambarkan suasana bersahabat, walaupun keduanya mengajukan argumen berseberangan secara tajam. Timothy jelas tidak percaya pada kenabian Muhammad atau keilahian asal-usul al-Qur'an. Dia berusaha membuktikan bahwa mustahil al-Qur'an berasal dari sumber yang sama dengan Alkitab. Sebaliknya, al-Mahdi begitu gencar mengkritik doktrin-doktrin Kristen, seperti Trinitas atau Yesus sebagai anak Tuhan. Di akhir sesi debat, keduanya berangkuhan dan menyapa satu sama lain dengan panggilan kehormatan. Sementara Al-Mahdi memanggil Timothy حاضرة الكاثوليكوس (Catholicos: Pemimpin gereja), Timothy menyebut al-Mahdi أمير المؤمنين (Amirul Mukminin: Pemimpin orang beriman).” Jadi perbedaan pendapat dan debat yang sengit tidak musti mengurangi rasa persahabatan dan penghormatan”.

Penulis menawarkan wacana perdebatan intelektual, tafsir dan teologis tak harus selalu diselesaikan dengan tuduhan penistaan, ancaman pemolisian, apalagi pembunuhan. Penulis mengutip tokoh cendekia, untuk memperkuat pesan yang ingin ia sampaikan kepada pembaca. Perbedaan tafsir dan perbedaan pendapat merupakan hal biasa, jika dikelola dengan baik akan menghasilkan kemajuan bersama bagi bangsa Indonesia.

Dalam situasi konflik perlu diciptakan toleransi/ peredam dan mencerminkan peran kemanusiaan seperti pada topik “Buang dan Singkirkan Devide Et Impera dari Bangsa Indonesia”, dan “Stop Hate Speech Perbanyak Dzikir”. Nilai berita yang tersirat pada kanal Topik Pilihan Demo 4 November memiliki nilai kedekatan publik. Peristiwa aksi demo 4 November menyita perhatian khalayak, baik kedekatan maupun emosional. Keterkenalan tokoh dalam wacana topik juga menjadi daya tarik untuk mengikuti pemberitaannya, yaitu orang nomor satu di Jakarta, tidak lain Basuki Tjahaja Purnama (Ahok) yang menjabat sebagai Gubernur DKI Jakarta. Topik yang disajikan Kompasiana memuat dampak luas terhadap masyarakat. Terkandung unsur yang menarik simpati, empati atau menggugah perasaan khalayak yang membacanya (*human interest*).

2. Discourse Practice

Pada tingkat *discourse practice*, praktik wacana ini menentukan bagaimana teks berita tersebut dibentuk. Pelaku media melakukan proses produksi berita. Secara normatif media mempunyai tanggungjawab untuk memenuhi hak masyarakat, yaitu hak untuk tahu dan mendapatkan informasi. Pemilihan topik tentang demo 4 November 2016 di Jakarta merupakan topik yang faktual, tidak hanya mengikuti pemberitaan di media *mainstream*, tetapi juga perlu dimuat pada media warga.

Kompasiana adalah media warga, dan tanggung jawab tulisan yang dimuat ada pada penulisnya. Meskipun warga atau netizen bebas menulis topik-topik sesuai idenya bukan berarti bebas leluasa tanpa aturan. Pepih Nugraha, salah satu pendiri blog Kompasiana, mengungkapkan bahwa *citizen journalism* memiliki unsur-unsur sebagai berikut: warga biasa, bukan wartawan profesional, terkait fakta atau peristiwa yang terjadi, memiliki kepekaan atas fakta atau peristiwa yang terjadi itu, memiliki peralatan teknologi informasi, memiliki keingintahuan yang tinggi, memiliki kemampuan menulis atau melaporkan, memiliki semangat berbagi informasi dengan yang lain, memiliki blog pribadi atau blog sosial dan akrab dengan dunia online, menayangkan hasil liputannya di media

online seperti blog atau media sosial, dan tidak berharap imbalan atas apa yang ditulisnya.³⁹

Kompasiana merupakan media yang menayangkan dan menyebar luaskan berita warga. Blog ini mempunyai admin menjaga dan menggawangi Kompasiana selama 24 jam. Pepih menambahkan bahwa tidak ada salahnya para pewarta warga mengetahui tujuh dosa besar (*seven deadly sin*) pers sebagai landasan moral bekerja atau menulis. Ketujuh dosa besar itu adalah penyimpangan informasi, dramatisasi fakta, serangan privasi, pembunuhan karakter, eksploitasi seks, meracuni pikiran anak, dan penyalahgunaan kekuasaan.⁴⁰

Pengungkapkan etika penulisan dalam blog untuk *citizen journalism*, oleh Pepih Nugraha, merupakan tindakan preventif. Media mempunyai tanggung jawab sosial, hal itu ditunjukkan oleh para admin memproteksi blog dengan cara akan menghapus ataupun menarik tulisan jika melanggar ketentuan, seperti berkata tidak sopan/ kasar, kekerasan ranah SARA atau melakukan *trolling* dan *flaming*. Netizen bebas berekspresi, namun harus bertanggung jawab. Para pewarta warga ini dalam menulis tentu beda dengan cara kerja pewarta profesional. Diksi dan gaya bahasa netizen lebih ringan dan mengalir. Hal itu sesuai cerminan penulis dari faktor kognisinya. Pemberitaan dalam Topik Pilihan Demo 4 November pada Kompasiana.com menunjukkan saling berkaitan teks dengan *discourse practice*. Media mengkonstruksi pemberitaan dengan kepentingan dan warga menampilkan ide gagasan sesuai ideologi dan pikirannya.

3. *Sociocultural Practice*

Analisis *sociocultural practice* didasarkan pada asumsi bahwa konteks sosial yang ada di luar media memengaruhi bagaimana wacana yang muncul dalam media. Proses produksi berita sangat terkait dengan situasi sosial budaya masyarakat yang melingkupinya. Media massa memiliki hubungan erat dengan aspek situasional, institusional maupun sosiologis. Pada aspek situasional, media melihat dan mempertimbangkan situasi yang sedang berkembang dan menjadi pusat perhatian. Topik demo 4 November menjadi topik faktual untuk ditampilkan. Beragam kepentingan mewarnai aksi ini, dan hal tersebut menjadi sorotan publik. Peristiwa demo 4 November yang sarat dengan berbagai isu menjadi nilai berita yang patut dipertimbangkan untuk dimuat. Selain dugaan penistaan

³⁹ Nugraha, *Citizen journalism*. hlm. 20

⁴⁰ Ibid. hlm. 107

agama, isu politik juga menyelubungi aksi ini. Demo 4 November berdekatan dengan momen pemilihan Gubernur DKI Jakarta, yang mana Gubernur non-aktif Basuki Tjahaja Purnama dalam proses pencalonan gubernur.

Aspek institusional memiliki pengaruh yang cukup besar dalam suatu proses produksi berita. Blog kompasiana.com merupakan bagian dari kompas.com. Institusi media massa sendiri biasanya memiliki orientasi politik atau ekonomi yang memungkinkan memengaruhi pemberitaan. Pada umumnya, institusi media mewakili orientasi pemilik media tersebut, seperti Kompas yang pada latar belakang sejarahnya dari Partai Katolik. Motif kepentingan tidak lepas dari peran institusi dalam pemberitaan. Selain unsur kedekatan dengan Ahok yang tersandung kasus penistaan agama di Jakarta, ada pula motif ekonomi. Topik dan konten yang menarik pada blog Kompasiana terdapat banyak iklan, hal itu menunjukkan komodifikasi dan menegaskan media profit.

Aspek sosial-budaya dalam kajian etika menjadi latar atau *setting* di mana suatu nilai-nilai etis atau moralitas diterapkan. Pengguna Kompasiana adalah warga yang heterogen. Netizen dari berbagai daerah, usia, jenjang pendidikan, lingkungan sosial dan budaya tentu mempengaruhi pemberitaan. Hal itu dapat dilihat dari topik-topik yang ditulis oleh para kompasianer.

I. Simpulan

Jurnalisme berkembang sesuai masa dan bersifat dinamis. Perkembangan itu dipengaruhi media dan teknologi informasi. Media internet mengubah individu menjadi entitas, yang selain mengkonsumsi juga menghasilkan produk. Kemajuan teknologi internet, ditambah dengan karakteristik media sosial menyebabkan fenomena *citizen journalism*, yang mampu berkembang semakin pesat. Fenomena ini tidak hanya dimanfaatkan oleh warga untuk memproduksi sekaligus mengkonsumsi (*produsage*) informasi, tetapi juga mendapat perhatian media mainstream.

Secara ideal, tujuan *citizen journalism* adalah untuk menyediakan alternatif informasi dari media *mainstream* dan memberikan suara bagi warga menyangkut nilai demokrasi, terutama kebebasan berekspresi. Pada dimensi sarana menjamin hak publik untuk mendapat informasi yang benar. Dimensi aksi etika komunikasi deontologi jurnalisme mempertajam tanggung jawab dan menegakkan demokrasi.

Citizen journalism pada blog kompasiana.com memiliki kemampuan *fairness*, bebas bertanggungjawab dan kritik konstruktif. Hal itu

ditunjukkan pada artikel yang dimuat pada data dapat memotivasi dan dapat dipertanggungjawabkan. Meski demikian, *citizen journalism* masih mempunyai kelemahan dalam akurasi dan etika komunikasi islami. Idealnya, *check and recheck* perlu dilakukan oleh pewarta, serta kewajaran dan kepatutan dalam pemberitaan. Begitu pula penggunaan bahasa dalam aktivitas *citizen journalism* masih perlu dibenahi, karena sebagian pada artikel/ tulisannya masih ditemukan kalimat yang kurang baik dan kurang efektif.

J. Rekomendasi

Bagi netizen atau *citizen journalist* hendaknya menambah pengetahuan tentang jurnalisme, dan menerapkan etika komunikasi dalam penulisan berita/artikel yang dibaca oleh khalayak luas, serta berpikir kritis dan *well informed* terhadap topik-topik pemberitaan. Bagi pihak media hendaknya lebih proaktif dalam menerapkan etika/aturan dan mengawasi kegiatan *citizen journalism*, jika perlu melakukan editing tanpa mengurangi esensi konten.

DAFTAR PUSTAKA

- Akifah, Andi. "Citizen Journalism: A Study of New Form of News Media Reporting." *Academica* 4, no. 1 (2014).
- Alamiyah, Syifa Syarifah. "Peluang dan Tantangan Citizen Journalism di Indonesia." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 7, no. 2 (2015): 27–38.
- Amir, H. Mafri. *Etika Komunikasi Massa dalam Pandangan Islam*. Jakarta: PT. Logos Wacana Ilmu, 1999.
- Eriyanto. *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LKiS, 2001.
- Haryatmoko. *Etika Komunikasi*. Yogyakarta: Kanisius, 2007.
- Kuswarno, Engkus. *Komunikasi Kontekstual: Teori dan Praktik Komunikasi Kontemporer*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2011.
- Mufid, Muhammad. *Etika dan filsafat komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009.
- Musyafak, Najahan. *Islam dan Ilmu Komunikasi*. Semarang: CV. Karya Abadi Jaya, 2015.
- Nasrullah, Rulli. *Media Sosial Prosedur, Tren, dan Etika*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, n.d.
- Nasrullah, Rulli. *Teori dan Riset Media Siber (cybermedia)*. Jakarta: Kencana, 2014.
- Nugraha, Pepih. *Citizen Journalism: Pandangan, Pemahaman, dan Pengalaman*. Jakarta: Kompas, 2012.
- Sugihartati, Rahma. *Perkembangan Masyarakat Informasi dan Teori Sosial Kontemporer*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014.
- Tamburaka, Apriadi. *Literasi Media; Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2016.
- www.kompasiana.com diakses pada tanggal 10/11/2016
- www.tempo.co diakses pada tanggal 10/11/2016
- www.wikipedia.com diakses pada tanggal 10/11/2016