

Etiket Komunikasi Politik Gubernur DKI Jakarta, Basuki Tjahaja Purnama

Political Communication Ethics Jakarta Governor, Basuki Tjahaja Purnama

Philipus Ngorang

*Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
ngorang.philipus@kwikkiangie.ac.id*

Abstrak

Kerancuan penggunaan kata etika dalam kehidupan sehari-hari menyulitkan orang membedakan kata etika dan etiket. Etika berkaitan dengan sistem nilai, kode etik dan refleksi kritis, sementara, etiket berkaitan dengan tata cara dan sopan santun dalam pergaulan sosial. Akibatnya, kerancuan makna ini juga berimbas pada pengertian etika komunikasi politik. Etika komunikasi politik berkaitan dengan sistem nilai, kode etik dan refleksi kritis terhadap komunikasi politik. Sementara, etiket komunikasi politik berkaitan dengan tata cara dan sopan santun dalam komunikasi politik. Dengan menggunakan metode epistemologi kritis dan analisis wacana kritis, etika komunikasi politik dipahami sebagai tuntunan moral yang menjadi pegangan dan pedoman moral bagi aktor komunikasi politik dan sebagai refleksi kritis digunakan untuk memahami struktur-struktur sosial, budaya, politik dan ekonomi yang memengaruhi praktik komunikasi politik. Sebagai tuntunan moral etika komunikasi politik mewajibkan aktor komunikasi politik melakukan komunikasi politik berdasarkan sistem nilai moral yang berlaku berdasarkan prinsip-prinsip deontologis, utilitarian, hak dan nilai keutamaan dalam berkomunikasi. Sebaliknya, sebagai refleksi kritis etika komunikasi politik memahami struktur dan politik yang cenderung dominatif dan manipulatif dalam komunikasi politik. Etika komunikasi politik sebagai refleksi kritis mendekonstruksi sekaligus merekonstruksi komunikasi politik yang ada sehingga menghasilkan komunikasi politik yang mencerahkan, penuh keadilan, damai dan tertib serta solidaritas antara anggota masyarakat.

Kata kunci: komunikasi politik, etika, tuntunan moral dan refleksi kritis

Abstract

Confusion in using etika word causes difficulties in differentiating etika and etiket word. Etika is often similar to etiket, even though both of these words are different. Etika, ethics, deals with value system, code of ethics, and critical reflection, while etiket deals with well mannered, etiquette. This confusion implies to the meaning of political communication ethics. Political communication ethics deals with value system, code of ethics, and critical reflection of political communication and political communication etiquette deals with well mannered of political communication. By using critical epistemological method and critical discourse analysis, political communication ethics is understood as moral guidance for political communication actors and as critical reflection for understanding social and political structures which influence political communication practices. As a moral guidance political communication ethics obligates political communication actors doing political communication based on value systems, deontological, and utilitarian principles, rights and virtue values in communication. As critical reflection political communication ethics wants to understand dominative and manipulative social and political structure in political communication. As critical reflection political communication ethics also wants to deconstruct and reconstruct the dominative social and political structures which producelighting, justice, and peacefull, order and solidarity in political communication among members of society.

Keywords: political communication, ethics, moral guidance and critical reflection

Pendahuluan

Wacana etika komunikasi politik mendapat sorotan luas beberapa waktu lalu, lantaran gaya bicara dan pernyataan-pernyataan Gubernur DKI Jakarta, Basuki Tjahaya Purnama, Ahok, dinilai sebagian anggota DPRD DKI sebagai tidak punya etika. Menurut Liek Wilarjo, guru besar Universitas Satya Wacana, Salatiga, dalam surat pembaca Kompas menilai gaya bicara dan pernyataan Ahok tidak punya hubungan dengan etika, akan tetapi, berkaitan dengan masalah etiket (Kompas, 10/4/2015, hal:7). Apabila dicermati dengan saksama, perbedaan pendapat ini lahir dari pemahaman yang rancu tentang makna etika, termasuk dalam etika komunikasi politik. Perbedaan pendapat demikian mengusik penulis untuk menganalisis secara kritis makna etika dalam wacana etika komunikasi politik.

Diakui, bahwa komunikasi antara anggota dan kelompok masyarakat merupakan suatu keniscayaan. Hal itu muncul dalam komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal yang berisikan aneka macam pesan yang mengundang tanggapan yang bersifat resiprokal antara subjek yang terlibat di dalamnya. Pesan-pesan tersebut memproduksi stimulus dan respons antara subjek yang berkomunikasi yang secara material dan substansial mengandung dimensi ekonomis, politik, kultur, religi maupun estetis. Di antara dimensi yang lain, dimensi politik merupakan imensi yang paling menonjol dan kontroversial dalam aktivitas komunikasi antara individu dan kelompok individu dalam masyarakat.

Menonjol karena komunikasi dalam arena politik melibatkan hubungan antara pemerintah dan rakyat, negara dan warga negara, elit dan massa, bahkan negara dan negara. Hubungan ini luas dan kompleks, karena berkaitan dengan berbagai dimensi kehidupan sosial masyarakat. Kontroversial, karena apa yang disebut dengan komunikasi dalam politik tidak selalu bersifat resiprokal antara pihak yang berkomunikasi. Kadangkala komunikasi dalam politik bersifat satu arah sehingga idiom komunikasi politik menjadi *contradictio in terminis*, bertentangan dengan istilah itu sendiri. Komunikasi politik yang sedemikian kerap kali terjadi dalam negara dengan sistem politik otoriter dan totaliter, komunikasi politik didominasi penguasa politik

dan tidak ada proses umpan balik dari pihak yang dikuasai. Tidak adanya proses umpan balik dalam komunikasi politik menjadi salah satu faktor yang mendorong hadirnya wacana etika komunikasi politik.

Wacana etika komunikasi politik disebut Alois Nugroho (Nugroho, 2011) sebagai *oxymoron*, suatu istilah yang bertentangan dengan fakta politik itu sendiri. Penilaian Alois Nugroho ini lahir dari realitas politik yang cenderung tidak mengenal etika. Praktik politik kerap kali menghadirkan kejahatan, tipu muslihat dan permainan kotor dalam rangka memperoleh dan mempertahankan kekuasaan. Praktik politik yang demikian, terutama di mata kaum realis, dianggap sah dan karena itu tidak perlu dipersoalkan. Oleh sebab itu, penggunaan istilah etika komunikasi politik dalam praktik komunikasi politik jelas bertentangan dengan realitas politik itu sendiri.

Namun, pandangan ini tidak seluruhnya diterima terutama oleh kaum idealis normatif. Wacana etika komunikasi politik harus dilihat secara positif. Artinya, wacana ini berusaha menghadirkan wajah komunikasi politik yang baik, ideal, bermartabat dan yang mendatangkan keadilan dan kesejahteraan serta solidaritas dalam masyarakat. Diakui, harapan ini menjadi kabur ketika pada kenyataannya praktik komunikasi politik baik oleh elit maupun massa kerap kali bertentangan dengan etika. Sudah barang tentu, hal ini tidak hanya terbatas pada maksud dan tujuan berkomunikasi, juga pada model dan pola komunikasi politik antara elit dan massa, antara pemerintah dan rakyat atau antara elit-elit politik maupun antara negara dan negara. Mengingat, maksud dan tujuan serta model komunikasi politik yang menyinggung perasaan dan merendahkan martabat orang lain serta memanipulasi kepentingan komunikasi jelas bertentangan dengan etika. Maka, hadirnya etika komunikasi politik pun menjadi *conditio sine qua non*.

Pertanyaan kritis yang patut dikemukakan ialah; apakah perkataan, pernyataan dan gaya bicara seseorang dalam komunikasi politik dengan serta merta dinilai sebagai tidak punya etika? Namun, jika perkataan, pernyataan dan gaya bicara seseorang hanya berkaitan dengan etiket komunikasi politik, maka pertanyaannya ialah apakah etika komunikasi politik itu?

Dalam paparan ini, penulis menggunakan metode analisis wacana kritis (Jorgensen and Phillips, 2002) dan pendekatan epistemologi kritis (Sudarminta, 2002), pustaka dan pengamatan langsung. Mengingat, praktik komunikasi politik menjadi fenomena yang menarik untuk dikaji terutama dari sudut pandang etika.

Kerancuan makna etika komunikasi politik?

Etika komunikasi politik menjadi sorotan di tengah masyarakat lantaran terjadinya perselisihan pendapat antara Gubernur DKI, Ahok, dan sebagian anggota DPRD DKI Jakarta, seperti diungkapkan di awal tulisan ini. Salah satu sebab mengapa anggota DPRD berusaha melakukan hak angket terhadap kinerja Gubernur Ahok adalah karena ia kerap kali membuat pernyataan-pernyataan yang terasa pedas. Pernyataan-pernyataan Ahok dinilai anggota DPRD DKI sebagai tidak punya etika. Pihak KPI dan beberapa pejabat negara yang diwawancarai media massa menyarankan Ahok untuk merubah gaya bicara dan perilakunya itu. Gaya bicara dan pernyataan-pernyataan Ahok itu dinilai mereka bertentangan dengan etika.

Pertanyaan kritisnya ialah; apakah gaya bicara dan pernyataan seseorang di media massa patut dinilai sebagai bertentangan dengan etika komunikasi politik? Ataukah gaya bicara dan pernyataan-pernyataan demikian hanya sekadar masalah etiket komunikasi politik belaka? Pertanyaan ini perlu diajukan, karena sebagian orang, sulit untuk membedakan pengertian etika dan etiket sehingga dalam praktiknya penggunaan kata etika pun menjadi rancu. Misalnya, penggunaan kata etika makan dalam jamuan makan resmi. Penggunaan kata etika tampaknya kurang tepat, karena yang dimaksud adalah tata cara makan yang tepat dan sopan santun dalam perhelatan resmi. Penggunaan kata etika dalam konteks etika komunikasi politik pun mengundang pertanyaan, apakah hal demikian berkaitan dengan tata cara yang tepat atau berkaitan dengan masalah moralitas, misalnya masalah penipuan atau kebohongan publik dalam komunikasi politik.

Tentang hal ini beragam pendapat pun muncul. Ada yang berpendapat tata cara yang tepat itu penting, karena berkaitan dengan sopan santun dalam berkomunikasi, *suavi in modo*, manis dalam cara. Manis dalam cara itu penting agar pesan yang disampaikan dalam komunikasi dengan mudah

dapat diterima oleh komunikan. Semakin penting lagi apabila hal demikian dilakukan dalam konteks budaya yang berbeda. Selain itu, penggunaan kata dan nada suara pun turut memengaruhi pesan yang disampaikan. Akan tetapi, *suavi in modo* dalam komunikasi yang terbatas pada tata cara dan sopan santun kadang tidak mempertimbangkan isi pesan yang disampaikan. Orang bilang kemasannya baik, akan tetapi, isi pesannya kosong dan menipu. Komunikasi dengan bahasa halus tampak santun, namun, dalam komunikasi politik bisa menipu dan penuh rayuan.

Sementara itu, komunikasi dengan nada keras dan tegas, bukan kasar karena kasar merendahkan martabat orang lain, kerap dianggap tidak sopan, bisa jadi isinya baik dan ingin menegaskan kebenaran sesuatu. Kerap kali orang menilai baik dan buruknya komunikasi bukan pada isi pesan yang disampaikan, akan tetapi, pada cara atau tatacara dan sopan santun dalam berkomunikasi. Dengan demikian, penilaian baik dan buruk komunikasi, bukan pada isi pesan yang disampaikan, akan tetapi, pada tata cara dan sopan santun yang digunakan. Padahal, idealnya, komunikasi yang baik seharusnya memadukan tata cara dan sopan santun yang baik dan isi pesan yang baik pula. Dengan kata lain, komunikasi yang baik dan benar adalah komunikasi yang *suavi in modo et veritate in re*, manis dalam cara dan benar dalam isi.

Berkaitan dengan komunikasi politik Gubernur DKI, Ahok, yang dinilai sebagian anggota DPRD sebagai tidak punya etika mengusik penulis untuk memahami lebih jauh perbedaan antara etika dan etiket dalam komunikasi politik. Dengan memahami perbedaan itu, diharapkan kita dapat menilai apakah pernyataan-pernyataan yang dilontarkan Gubernur DKI itu berhubungan dengan masalah etika atau etiket. Uraian dalam tulisan ini tentu lebih memfokuskan diri pada masalah etika komunikasi politik, bukan masalah etiket komunikasi politik.

Bertens dalam bukunya berjudul *Etika* (2005) mengatakan bahwa etika adalah (1) nilai-nilai dan norma-norma moral yang menjadi pegangan bagi seseorang atau suatu kelompok orang dalam mengatur tingkah lakunya, misalnya etika suku-suku Indian, etika agama Budha dan etika protestan. Etika dalam hal ini berkaitan

dengan sistem nilai; (2) etika sebagai kumpulan asas atau nilai moral. Ini dimaksudkan sebagai kode etik. Etika dalam konteks ini berkaitan dengan kode etik; (3) etika sebagai ilmu tentang hal yang baik dan hal yang buruk. Etika menjadi ilmu apabila ia menjadi bahan refleksi bagi suatu penelitian sistematis dan metodis. Etika di sini sama artinya dengan filsafat moral. Dalam bahasa Inggris, etika diterjemahkan dengan *ethics*. Sementara, etiket adalah hal yang berkaitan dengan tata cara yang tepat dan sopan santun yang kerap kali berbeda-beda dari satu tempat ke tempat lain, dari suatu budaya ke budaya lain. Etiket dalam bahasa Inggris diterjemahkan dengan kata *etiquette*.

Dalam penggunaannya, orang sulit membedakan makna kata etika dan etiket. Orang kerap kali menggunakan kata etika padahal yang dimaksudkan adalah etiket. Misalnya, ungkapan etika makan, yang dimaksud adalah tata cara makan, atau etika batuk, yang dimaksudkan adalah tata cara batuk. Penggunaan kata etika dalam hal ini kurang tepat, sebab seharusnya adalah etiket makan, bukan etika makan atau etiket batuk, bukan etika batuk. Diakui, dalam percakapan sehari-hari, kata etika lebih sering digunakan dibandingkan dengan kata etiket. Mengapa demikian ?

Bertens mengakui, kata etika dan etiket memiliki persamaan sekaligus perbedaan. Persamaannya ialah: pertama, etika dan etiket menyangkut perilaku manusia. Kedua, etika dan etiket mengatur perilaku manusia secara normatif, artinya memberi norma pada perilaku manusia. Penggunaan kata norma menyebabkan orang mencampuradukan antara etika dan etiket. Norma sendiri berarti siku-siku, alat yang digunakan tukang bangunan untuk mengatur tegak lurusnya sudut sebuah bangunan, atau untuk menentukan benda yang dikerjakan tukang sungguh-sungguh lurus dan tegak atau tidak.

Kata norma yang sama juga dapat dipakai untuk menentukan apakah tingkah laku dan perilaku seseorang dalam kehidupan sehari-hari sudah lurus dan benar atau belum. Dalam hal ini, etika dan etiket menjalankan tugas yang sama, mengatur tingkah laku dan perilaku orang dalam masyarakat walau kualitasnya berbeda. Etiket mengatur tingkah laku manusia pada tingkat tatacara dan sopan santun yang bersifat lahiriah,

etika mengatur tingkah laku manusia pada tingkat kualitas moral seseorang yang kerap kali tidak tampak secara lahiriah. Dari sudut kualitas nilai, nilai sopan santun lebih rendah dibanding nilai moral. Tindakan seorang wali kota menampar sopir angkot yang secara sengaja melanggar aturan lalu lintas dilihat dari kualitas nilai lebih rendah dibandingkan dengan pelanggaran yang dilakukan oleh sopir angkot tersebut. Mengapa rendah, karena, walau tamparan itu dianggap tidak sopan oleh sang sopir, tetapi kualitas nilainya lebih rendah dibandingkan pelanggaran aturan lalu lintas yang dilakukannya, dan terutama kerugian akibat kemacetan lalu lintas yang diakibatkannya. Tamparan wali kota menyangkut tata cara, sedang kemacetan lalu lintas yang menimbulkan kerugian banyak orang termasuk masalah nilai moral. Yang pertama berkaitan dengan etiket, kedua berkaitan dengan nilai moral atau etika. Dengan kata lain, norma sopan santun yang menyangkut etiket lebih rendah kualitasnya dibanding norma moral yang berkaitan dengan etika (Bertens, 2006).

Karena itu, Bertens mengemukakan perbedaan antara etika dan etiket sebagai berikut: (1) etiket menyangkut cara yang tepat atau cara yang diharapkan dan ditentukan dalam suatu kalangan tertentu. Misalnya, berilah dengan tangan kanan, karena, memberi dengan tangan kiri dianggap tidak sopan. Gunakan bahasa halus, bukan bahasa kasar apabila menyampaikan sesuatu pada pihak lain. Itulah tata cara berbahasa dalam adat budaya ketimuran. Sementara, etika tidak terbatas pada cara dilakukannya suatu perbuatan, akan tetapi, lebih memberi norma pada perbuatan itu sendiri. Mengambil barang orang tanpa ijin atau mencuri merupakan suatu perbuatan yang tidak diperbolehkan dan bertentangan dengan norma moral, terlepas mengambilnya dengan tangan kiri atau tangan kanan. Oleh sebab itu, menggunakan bahasa dan kata-kata halus dalam komunikasi politik adalah tata cara dan sopan santun berbahasa dalam adat istiadat ketimuran, namun, samasekali tidak menjamin apakah isi dan maksud dari komunikasi politik itu menipu atau melakukan kebohongan terhadap pihak lain.

(2) etiket hanya berlaku dalam pergaulan, ada saksi mata. Kalau tidak ada saksi mata, maka, etiket itu tidak berlaku. Ini berarti norma sopan santun hanya berlaku dalam pergaulan dengan

orang lain. Sopan santun dan tata cara makan dalam perhelatan resmi berkaitan dengan etiket, ada saksi mata atau orang lain yang mengawasinya. Keluar dari tata cara itu dianggap tidak sopan atau tidak punyai etiket. Sementara, etika selalu berlaku sekalipun tidak ada saksi mata. Larangan untuk tidak mencuri selalu berlaku sekalipun tidak ada orang lain yang menyaksikannya. Larangan untuk tidak menipu dan berbohong dalam komunikasi politik erat hubungannya dengan etika, bukan etiket. Bahasa santun dan ramah dalam komunikasi politik kadang menipu dan menjebak pihak lain, bahkan, kerap menyembunyikan kebohongan.

(3) etiket bersifat relatif, sesuai dengan kebudayaan seseorang. Sesuatu yang dianggap tidak sopan oleh suatu kebudayaan, belum tentu sama dengan kebudayaan lain. Makan dengan tangan bagi suatu kebudayaan dianggap sopan-sopan saja, sementara untuk kebudayaan lain dianggap tidak sopan. Etika lebih bersifat absolut. Jangan mencuri, jangan berbohong, jangan menipu, jangan membunuh merupakan prinsip-prinsip etika yang tidak bisa ditawar-tawar oleh hampir semua kebudayaan. Larangan untuk tidak menipu dan berbohong dalam komunikasi politik lebih bersifat absolut dibandingkan dengan tata cara dan sopan santun berbahasa dalam komunikasi politik.

(4) etiket memandang manusia dari segi lahiriahnya saja, sedang etika menyangkut manusia dari segi dalamnya. Bisa jadi, seseorang yang sopan dan halus, ternyata, penipu ulung. Kita sering terjebak oleh tampilan luar seseorang, padahal yang bersangkutan adalah penjahat kelas kakap. Serigala berbulu domba. Kata-kata halus bukan jaminan seseorang itu baik, sebab, bisa jadi, kata-kata halus itu penuh rayuan dan menjebak seseorang masuk dalam perangkap penipuan yang ujungnya adalah perbuatan kejahatan yang bertentangan dengan norma moral (Bdk Bertens, 2005).

Perbedaan kata etika dan etiket di atas menegaskan tentang apakah gaya berbicara Ahok masuk dalam ranah etika komunikasi politik atau etiket komunikasi politik?. Secara tegas dapat dikatakan, apa yang dilakukan Ahok, termasuk dalam etiket komunikasi politik karena menyangkut gaya bicara yang tidak sesuai dengan gaya bicara dengan masyarakat tempat

Ahok memegang kekuasaan pemerintahan saat ini. Jadi, sifatnya relatif. Ahok sendiri mengakui bahwa gaya bicaranya itu adalah gaya berbicara orang Sumatera, kedengaran dan kesannya marah tetapi sesungguhnya tidak demikian. Akan tetapi, kenyataan itu bisa termasuk dalam etika komunikasi politik, apabila dengan gaya bicaranya yang sedemikian Ahok memengaruhi dan menipu komunikasi politik agar kejahatan yang dilakukannya tidak dapat terungkap. Namun, bila dicermati dengan saksama dan dengan *track record* yang dimilikinya, maka, penulis sependapat dengan Liek Wilardjo, guru besar Universitas Satya Wacana, Salatiga, yang mengatakan; bahwa gaya berbicara Ahok lebih berkaitan dengan masalah etiket komunikasi politik, bukan masalah etika komunikasi politik.

Etika Komunikasi Politik sebagai Tuntunan Norma Moral

Definisi etika yang diutarakan Bertens memiliki tiga pengertian utama: sebagai sistem nilai yang dianut suatu kelompok masyarakat, sebagai kode etik yang dijunjung tinggi oleh suatu kelompok profesi tertentu dan sebagai filsafat moral yang secara kritis memaknai penggunaan sebuah wacana dalam bidang ilmu pengetahuan. Etika komunikasi politik menyentuh ketiga bidang pengertian ini. Sebagai suatu sistem nilai, etika komunikasi politik berkaitan dengan pandangan hidup dan sistem nilai yang dianut oleh sebuah masyarakat. Penggunaan bahasa halus dan kasar dalam tata pergaulan suatu masyarakat sudah menjadi pengetahuan bersama (*commons sense*) dalam masyarakat itu. Oleh sebab itu, agar keharmonisan dalam masyarakat tercipta dan terbangun dengan baik, maka, penggunaan bahasa halus dan kasar sudah menjadi *taken for granted*.

Dalam tradisi Jawa, penggunaan bahasa *kromo* terhadap orang yang lebih tinggi kedudukannya atau yang lebih tua menjadi suatu tuntutan budaya yang tidak bisa dihindarkan. Demikian pula penggunaan bahasa *ngoko* oleh orang yang derajatnya lebih tinggi atau oleh orang yang lebih tua terhadap orang yang derajatnya lebih rendah dan anak dimaklumi oleh orang yang mendengarnya. Penggunaan bahasa halus dan kasar dalam tradisi Jawa merupakan suatu bentuk sistem nilai, suatu pandang hidup yang

harus dijadikan pedoman dalam kehidupan sehari-hari. Akan tetapi, orang Jawa pun memahami apabila tata cara berbahasa demikian tidak dapat digunakan oleh orang yang bukan berasal dari budaya Jawa. Pemakluman ini merupakan bagian budaya yang Jawa yang selalu mengutamakan keharmonisan dalam hidup bermasyarakat.

Sebagai kode etik, etika komunikasi politik berkaitan dengan asas-asas dan prinsip-prinsip yang harus ditaati oleh sekelompok orang yang menyanggah profesi tertentu. Aktor komunikasi politik cukup bervariasi, mulai dari individu, kelompok, organisasi hingga institusi politik. Ada prinsip-prinsip komunikasi politik yang harus ditaati sehingga tidak membawa kerugian bagi pihak lain. Dalam komunikasi politik, prinsip keamanan dan ketertiban, prinsip tenggang rasa dan kesejahteraan menjadi prinsip-prinsip etika yang patut diperhatikan. Tidak menyebarkan isu kebohongan kepada masyarakat merupakan prinsip etika dalam komunikasi politik. Sebaliknya, prinsip transparansi dalam mengungkapkan kebenaran merupakan prinsip etika yang paling penting dalam komunikasi politik, selama tidak menimbulkan ketersinggungan dan kesalahpahaman dalam kehidupan bersama. Maka, bahasa komunikasi politik, seperti bahasa komunikasi politik oleh media massa baik cetak maupun elektronik harus mempertimbangkan efek dari penggunaan bahasa itu dalam masyarakat yang multi kultural. Bahasa komunikasi politik media massa, yang cenderung bias pada kepentingan ekonomi politik institusinya, seharusnya mempertimbangkan kepentingan publik dalam pemberitaannya.

Sebagai filsafat moral, etika komunikasi politik berkaitan dengan refleksi kritis terhadap praktik-praktik komunikasi politik dalam masyarakat. Sebagai refleksi kritis, etika komunikasi politik mencoba memahami, antara lain, mengapa terjadi distorsi bahasa dan media komunikasi politik serta untuk tujuan politik. Refleksi kritis juga menyentuh struktur kekuasaan yang mendominasi pola-pola komunikasi politik yang berlangsung dalam masyarakat, termasuk menyimak faktor-faktor yang mendukung dan menghambat komunikasi politik yang transparan dan akuntabel serta mendatangkan kedamaian, terutama dalam masyarakat plural seperti Indonesia.

Mengikuti pengertian etika yang diutarakan Bertens di atas, maka, dapat disimpulkan bahwa pengertian etika pertama dan kedua merupakan pengertian etika yang berkaitan dengan tuntutan moral yang seharusnya dimengerti, dipahami dan dipraktikkan oleh individu subjek dan kelompok dalam melakukan tindakan komunikasi. Pengertian pertama dan kedua ingin menegaskan, bahwa ketika seseorang melakukan komunikasi politik norma-norma, nilai-nilai, asas-asas dan prinsip-prinsip komunikasi politik yang baik harus diperhatikan dengan secara saksama. Hampir semua kelompok masyarakat di dunia mengakui adanya tata cara dan sopan santun yang diterima kelompok tentang kata-kata dan gaya bahasa yang seharusnya digunakan seseorang dalam melakukan komunikasi politik dalam lingkungan kelompok itu. Sistem nilai yang dianut suatu kelompok menggariskan dengan baik kata-kata apa dan gaya komunikasi politik apa dan bagaimana yang seharusnya ditaati anggota kelompok. Keberlakuan dari baik dan buruknya komunikasi politik yang digunakan oleh seseorang atau atas nama kelompok sangat ditentukan oleh kehendak baik dari orang atau seseorang yang mengatasnamai kelompok itu. Kehendak baik dan buruk menentukan baik dan buruknya komunikasi politik. Kalau kehendaknya baik, maka, komunikasi politik yang dilakukan oleh aktor komunikasi politik juga disebut baik, dan sebaliknya. Sehingga, etika komunikasi politik yang sedemikian dikenal sebagai etika individual, suatu etika yang ditentukan oleh kehendak baik dan buruk dari si aktor komunikasi politik.

Etika komunikasi politik sebagai etika individual mendefinisikan lebih jauh tentang kriteria dari komunikasi politik yang baik dan buruk. Di sini, ada teori yang menjelaskan kriteria komunikasi politik yang baik dan buruk itu. Teori etika itu adalah teori deontologis, teori utilitarian, teori hak, dan teori keutamaan (Rachels, 2004)

Pertama, teori deontologis. Teori yang dikembangkan oleh filsuf Jerman, Immanuel Kant, ini menegaskan sesuatu yang baik adalah sesuatu yang sudah baik pada dirinya sendiri. Suatu tindakan dikatakan baik bukan pada tujuan tindakan, akan tetapi, pada tindakan itu sendiri karena itu wajib dilaksanakan. Pelaksananya bersifat wajib (deon = wajib) tanpa syarat,

imperatif kategoris. Tuntutan deontologis yang bersifat imperatif kategoris pada sebuah tindakan merupakan ciri suatu tindakan yang baik. Karena itu, tindakan untuk tidak berbohong dan tidak menipu dalam komunikasi politik merupakan tindakan yang baik dan wajib dilakukan tanpa syarat. Kewajiban menciptakan keamanan dan tidak menimbulkan keresahan dan ketakutan kepada masyarakat merupakan kewajiban deontologis yang harus diperhatikan oleh media massa dalam edisi pemberitaannya. Begitu juga kewajiban para jurnalis untuk memberikan informasi yang akurat dan berimbang kepada khalayak adalah sebagai bagian dari tuntutan deontologis profesinya (Haryatmoko, 2007).

Kedua, teori utilitarian. Teori yang dipelopori filsuf Jeremy Bentham dan kemudian dipopulerkan oleh John Stuart Mill ini menegaskan bahwa suatu tindakan disebut baik apabila tindakan itu membawa kebahagiaan bagi sebagian besar orang, *the greatest happiness of the greatest number*. Sebaliknya, tindakan itu buruk apabila tindakan itu membawa keburukan atau kesedihan dan kesengsaraan bagi banyak orang. Karena baik dan buruknya tindakan terletak pada tujuan tindakan, maka, teori ini juga disebut dengan teori teleologis. Selama tujuan tindakan adalah untuk kebahagiaan sebagian besar orang, maka, tindakan itu disebut sebagai baik. Teori ini juga menegaskan bahwa suatu tindakan dikatakan baik tergantung konsekuensi dari tindakan itu sendiri. Oleh karena itu, apabila komunikasi politik yang disampaikan seorang komunikator politik membawa dampak yang baik bagi kehidupan masyarakat pada umumnya, maka, komunikasi politik itu disebut sebagai baik. Pernyataan elit politik yang merangkul kepentingan semua pihak, yang mendatangkan kesejukan dan bernafaskan kedamaian dan ketentraman dapat dikategorikan sebagai komunikasi politik yang baik. Sebaliknya, pernyataan politik dari elit politik yang mendatangkan permusuhan, kebencian serta mengundang konflik antara kelompok dapat dikategorikan sebagai komunikasi politik yang buruk dan tidak etis.

Ketiga, teori hak. Teori hak merupakan sisi lain teori deontologis. Apa yang menjadi kewajiban pada satu pihak akan menjadi hak bagi pihak yang lain. Suatu tindakan dikatakan

baik kalau tindakan itu memenuhi hak-hak dari pihak yang lain. Adalah hak dari komunikan untuk mendapatkan informasi yang akurat, benar dan tepat. Memperoleh informasi yang salah dan tidak akurat tidak hanya membingungkan, tetapi, juga dapat memproduksi tindakan yang salah dan berakibat buruk bagi komunikan. Mengingat, hak dari massa untuk mendapatkan pencerahan dan kejelasan serta argumentasi yang masuk akal terhadap semua keputusan dan kebijakan yang dihasilkan elit politik. Juga, hak dari rakyat untuk ikut ambil bagian di dalam mengkomunikasikan ide dan gagasan serta aspirasinya di dalam proses pengambilan keputusan. Hak dari rakyat untuk mengkritisi dan bahkan menolak keputusan dan kebijakan yang diputuskan oleh pemerintah. Menghormati hak komunikasi politik rakyat seperti ini merupakan bagian yang terpenting dari etika komunikasi politik (Haryatmoko, 2007).

Keempat, teori keutamaan. Teori ini menekankan pada disposisi watak pelaku, termasuk dalam tindakan komunikasi politik. Orang yang berkeutamaan adalah orang yang memiliki keutamaan moral, seperti kejujuran, kerendahan hati, keberanian, keadilan dan dapat dipercaya. Seorang komunikator politik yang berkeutamaan adalah yang memiliki kejujuran, keberanian dan dapat dipercaya dalam setiap tindakan komunikasi politik yang dilakukannya. Media massa sebagai komunikator politik dinilai berkeutamaan bila dalam pemberitaannya mampu mengungkapkan fakta-fakta sosial dan politik secara jujur, berani dan penuh kerendahan hati kepada masyarakat.

Keempat teori etika yang diutarakan di atas berkaitan dengan nilai-nilai dan norma moral serta kode etik yang seharusnya dijadikan pedoman bagi seorang komunikator politik di dalam melakukan tindakan komunikasi politik. Pelaksanaan dari nilai-nilai dan norma moral dari keempat teori etika ini sangat tergantung pada kehendak baik dari komunikator politiknya. Karena pelaksanaannya sangat tergantung pada kehendak baik dan buruk dari komunikator politik, maka, etika komunikasi politik ini dikategorikan sebagai etika individual. Pertanyaannya, apakah itu komunikasi politik dan siapa dan apa saja yang termasuk dalam komunikator politik serta bagaimana praktik komunikasi politik dilakukan oleh masing-masing komunikator politik ?

Komunikasi Politik dan Aktor Komunikasi Politik

Komunikasi politik merupakan salah satu fungsi dari sistem politik yang berperan menyampaikan berbagai pesan-pesan politik baik pada sisi input maupun output sistem politik. Pada sisi input, komunikasi politik mewujudkan diri dalam bentuk tuntutan dan dukungan dari infra- struktur politik untuk kemudian dikonversi suprastruktur politik dalam sistem politik. Setelah dikonversi oleh suprastruktur sistem politik, akan menghasilkan output sistem politik. Komunikasi politik pada sisi output sistem politik berkaitan dengan proses pembuatan keputusan, pelaksanaan keputusan dan pengawasan terhadap keputusan. Dengan demikian, komunikasi politik berfungsi menyalurkan berbagai pesan politik baik berbentuk tuntutan dan dukungan dari infra struktur politik kemudian dijadikan bahan mentah di dalam proses pembuatan keputusan, pelaksanaan keputusan dan pengawasan keputusan politik di tingkat suprastruktur politik.

Komunikasi politik lahir dari keinginan untuk mengartikulasikan berbagai kepentingan dan aspirasi dari masyarakat baik perorangan maupun kelompok. Ada dua hal pokok yang ingin diartikulasikan yaitu:

(1) Pertama, memperoleh, mempertahankan dan memperluas kekuasaan. Berbagai cara dan media digunakan oleh siapapun atau lembaga apapun untuk memperoleh kekuasaan. Seorang calon legislatif, calon bupati, calon walikota, calon gubernur hingga calon presiden berusaha memengaruhi orang lain dan massa pada umumnya untuk memperoleh dukungan dalam berbagai perhelatan politik demi kekuasaan dan jabatan yang diidam-idamkannya. Cara yang digunakan untuk meraih kepentingan itu juga beranekaragam, mulai dari tatap muka, kampanye jalanan, baliho, poster-poster dengan polesan wajah yang manipulatif hingga slogan-slogan dalam bentuk janji-janji yang kadang tidak pernah terpenuhi ketika yang bersangkutan sudah memperoleh kekuasaan. Dalam konteks ini, ahli pemasaran politik seringkali dimanfaatkan baik untuk mengukur penerimaan dan tingkat elektabilitas calon di masyarakat maupun usaha-usaha untuk mendongkrak popularitas calon. Ahli pemasaran politik biasanya disewa dengan satu

pesan agar sang calon dapat meraih kekuasaan yang dicita-citakannya.

Di dalam rangka mempertahankan dan memperluas kekuasaan, komunikasi politik cenderung mengambil dua pola: yaitu, membenarkan semua tindakan, kebijakan, keputusan politik bahkan ideologi yang dianut oleh pemegang kekuasaan. Semua hal yang dibentuk dan dihasilkan oleh rezim penguasa dianggap sebagai yang paling benar dan karena itu harus diterima dan dilaksanakan oleh semua komponen masyarakat. Di sini, kebenaran tindakan, kebijakan dan keputusan serta ideologi politik yang dianut rezim penguasa disosialisasikan lewat lembaga politik yang resmi maupun yang tidak resmi serta wajib diterima oleh semua masyarakat tanpa penolakan. Lalu, pola komunikasi politiknya bersifat monolitik dan menihilkan kehadiran komunikasi politik dari kelompok lain. Komunikasi politik yang monolitik berorientasi satu arah, sehingga tidak memungkinkan adanya dialog politi. Kalaupun ada, komunikasi politik sudah direayasa dan dimanipulasi demi kepentingan rezim penguasa.

Mochtar Pabottinggi, sebagaimana dikutip Nurani Soyomukti (Soyomukti, 2013) menyebut 4 distorsi komunikasi politik yang dilakukan oleh komunikator politik untuk kepentingan politiknya. (a) Distorsi bahasa sebagai topeng. Penggunaan bahasa sebagai topeng dalam komunikasi politik berkaitan dengan upaya mengatakan tentang sesuatu yang bukan sesungguhnya, akan tetapi, hanya sekadar eufemisme. Hal ini disebut dengan bahasa topeng. Menyanjung lawan politik hanya sekadar basa-basi politik, misalnya, juga merupakan salah satu jenis bahasa topeng. Di sini, kejujuran dalam berkomunikasi sangat sulit ditemukan. Dalam bahasa sehari-hari, kita sering mendengar ungkapan “di depan mengatakan begini, tetapi di belakang melakukannya lain”.

(b) Distorsi bahasa sebagai proyek lupa. Tata komunikasi politik disetting sedemikian rupa sehingga masyarakat melupakan fakta sejarah sesungguhnya. Masyarakat atau komunikan dimanipulasi dengan membelokkan fakta sejarah. Proyek-proyek film Holywood yang dibintangi aktor-aktor terkenal seperti Van Dame, Silvester Stalone dan lain-lain menggambarkan kesuksesan tentara AS yang melawan musuh-musuhnya di

dalam perang Vietnam, suatu peperangan yang pada kenyataannya membuat tentara AS terpaksa menelan pil pahit akibat kekalahannya. Film-film itu merupakan bahasa komunikasi politik sekadar melupakan kepahitan kekalahan yang dialami tentara AS. Demikian pula di tanah air, rezim Orde Baru membuat film-film yang menonjolkan kehebatan dan jasa Soeharto dalam perjalanan sejarah Indonesia. Film Serangan Umum 1 Maret 1949 menonjolkan peran Soeharto dan mengabaikan peran diplomatik Hamengku Buwono IX dalam peristiwa itu. Film G30S PKI yang selalu ditayangkan menjelang 30 September pada era Orde Baru, juga mengundang polemik akan kebenaran film tersebut.

(c) Distorsi bahasa sebagai representasi. Distorsi komunikasi politik sering dihubungkan dengan lawan politik rezim. Lawan politik rezim sering digambarkan sebagai penyeleweng, penganut aliran sesat, dan pemberontak. Distorsi bahasa dalam komunikasi politik jenis ini kerap kali digunakan oleh rezim penguasa yang menang dalam pertarungan politik. Setiap tindakan bahkan bahasa yang digunakan lawannya dianggap sebagai tindakan yang membangkang dengan bahasa melawan penguasa yang sah. Menentang kehadiran penjajah di Indonesia dianggap oleh pihak penjajah sebagai pemberontakan, sementara bagi rakyat Indonesia, penentangan itu dianggap sebagai perjuangan untuk memperoleh kemerdekaan.

(d) Distorsi bahasa sebagai ideologi. Dalam perspektif politik, distorsi komunikasi politik yang ideologis ini cenderung menempatkan rezim penguasa sebagai kelompok yang paling menentukan mana yang benar dan salah. Rezim ini juga memiliki kecenderungan untuk mengagung-agungkan tujuan sistem politik rezim penguasa tanpa menghiraukan kehendak murni rakyat. Rezim komunis Uni Soviet pada masa lalu, misalnya, mengagung-agungkan kebenaran ideologi komunis sebagai kebenaran mutlak yang wajib ditaati dan diwujudkan oleh semua masyarakat Uni Soviet dalam kehidupan sehari-hari.

(2) Kedua, komunikasi politik yang dilancarkan oleh elit politik juga dilakukan di dalam proses pengambilan keputusan. Sang politikus berusaha memengaruhi elit politik yang lain agar

keputusan yang dihasilkan sejalan dan seiring dengan cita-cita dan harapan dari dirinya dan kelompok politik yang diwakilinya. Pembuatan keputusan merupakan momen politik yang paling keras dan kompleks, karena, para politisi diuji kemampuannya untuk mengkomunikasikan cita-cita dan harapan dari partainya atau kelompoknya agar diterima oleh politisi lain dan politisi lawannya. Kemampuan beretorika dalam komunikasi politik sangat penting untuk mendapatkan persetujuan dan kesepakatan dalam pengambilan keputusan serta tidak bertentangan dengan cita-cita dan harapan serta partai politik yang diwakilinya.

Komunikasi politik dapat dilakukan oleh politikus individu, juga dilakukan oleh partai politik, kelompok kepentingan, kelompok penekan, Lembaga Swadaya Masyarakat, *civil society* hingga kelompok teroris dalam suatu negara bahkan lintas negara sebagai ekspresi politik yang paling menonjol dalam sistem politik demokratis. Komunikasi politik yang dilakukan parpol pada level internal partai, biasanya, diadakan dalam rangka sosialisasi politik bagi kader-kader parpol. Komunikasi politik jenis ini lebih mengarah pada upaya menanamkan ideologi, cita-cita dan harapan serta orientasi kerja partai. Siapapun yang setuju dan sepakat dengan ideologi, cita-cita dan harapan partai akan melihat komunikasi politik yang dilakukan elit partai menjadi bagian yang penting untuk dipelajari agar mengetahui, memahami dan menginternalisasikannya dalam kiprah politik kader. Komunikasi politik parpol eksternal berkaitan dengan cita-cita dan harapan serta orientasi kebijakan yang hendak diusung partai dalam upayanya mensejahterakan rakyat, minimal versi partai politik. Komunikasi politik untuk jenis ini lebih mengarah pada upaya memengaruhi proses pengambilan keputusan. Pernyataan resmi partai dan sikap partai yang diwakilkan pada juru bicara partai merupakan bentuk komunikasi politik yang memengaruhi proses pengambilan keputusan. Pengambilan sikap *walk out* yang dilakukan sebuah partai politik dalam rangka pengambilan keputusan di parlemen juga merupakan bagian dari komunikasi politik partai.

Secara etis dan moral, semua komunikasi politik yang dilakukan parpol seharusnya

diarahkan untuk menciptakan kesejahteraan bagi masyarakat pada umumnya. Kesejahteraan itu dapat berwujud kebebasan, ketertiban, keamanan, dan keadilan. Kehadiran parpol termasuk komunikasi politik yang dilakukannya mampu membuat masyarakat bebas dari segala macam ancaman dan intimidasi dari pihak lain dan bebas mengekspresikan segala sesuatu yang menurut pertimbangannya bertentangan dengan kesejahteraan itu. Komunikasi politik parpol juga mampu menciptakan keamanan dan ketertiban dan rasa keadilan dalam masyarakat.

Faktanya, komunikasi politik parpol kerap kali bersifat provokatif atau sekadar mencari sensasi dan popularitas. Di sini, kepentingan utama adalah peliputan media massa yang luas yang memproduksi suatu sensasi politik di tengah masyarakat sehingga masyarakat mengenalnya. Pola komunikasi politik yang sedemikian kerap kali dilakukan politisi atau partai menjelang pemilihan umum. Komunikasi politik dengan dalih mendongkrak popularitas partai dan mengabaikan kepentingan masyarakat yang luas sesungguhnya tidak dapat dipertanggungjawabkan secara etis. Mengingat, komunikasi politik model ini, bisa menjadi bumerang bagi keberlangsungan partai, karena eksistensi partai sangat tergantung pada keyakinan dan kepercayaan masyarakat terhadap partai itu sendiri.

Selanjutnya, komunikasi politik yang dilakukan kelompok kepentingan bervariasi. Karena kelompok ini tidak berkeinginan untuk meraih kekuasaan dalam percaturan politik konkret, maka, kelompok ini lebih banyak berkontribusi di dalam memengaruhi pembuatan keputusan. Kelompok kepentingan anomi mengartikulasi kepentingannya lewat demonstrasi massa yang muncul sejalan dengan isu yang berkembang. Kekuatan komunikasi politik kelompok kepentingan ini terletak pada gaya komunikasi politik yang cenderung keras, minim verbal, akan tetapi, kuat dalam komunikasi non verbal. Demonstrasi massa jalanan yang diikuti pengrusakan fasilitas umum merupakan gaya komunikasi politik yang paling menonjol dari kelompok ini.

Komunikasi politik kelompok kepentingan non asosional lebih santun karena kekuatan komunikasi politiknya terletak pada *lobbying* para

elit kelompok kepentingan yang kadangkala menjadi anggota dari partai politik dan duduk di lembaga eksekutif dan legislatif. Kelompok kepentingan ini melakukan lobi politik secara tertutup, bahkan, orang tidak menyadarinya sebagai bagian dari upaya memengaruhi pembuatan keputusan di tingkat supra struktur politik. Kelompok kepentingan ini mengambil bentuk berupa ikatan alumni, kelompok suku dan etnis, ikatan kekerabatan yang bersifat kedaerahan dan lain-lain. Secara etis dan moral, komunikasi politik kelompok ini diarahkan untuk menciptakan kerukunan demi mencapai ketertiban dan keamanan dalam hubungan antara kelompok dalam masyarakat yang beranekaragam.

Komunikasi politik kelompok kepentingan institusional kebanyakan dilakukan lewat kegiatan *lobbying* para anggotanya. Dalam proses pengambilan keputusan, artikulasi kepentingannya disalurkan lewat anggotanya yang duduk di lembaga-lembaga politik resmi, baik di legislatif maupun eksekutif. Peran militer dalam politik pada banyak negara berkembang sangat dominan. Badan institusional seperti birokrasi juga mengambil peran yang penting di dalam proses pembuatan keputusan. Nilai-nilai ideologis politik yang dianut lembaga militer dan birokrasi mendominasi dan mewarnai proses pembuatan keputusan. Lembaga-lembaga korporasi yang nonpolitik juga memengaruhi proses pembuatan keputusan, terutama yang terkait dengan kepentingannya. Interaksi komunikasi politik antara korporasi dan elit pembuat keputusan di lembaga legislatif menjadi sangat mewarnai keputusan yang dihasilkannya. Hal ini tampak dengan jelas dari *lobbying* politik yang dilancarkan perusahaan rokok berhasil membatalkan ayat tentang rokok sebagai zat adiktif dalam Undang-undang Kesehatan RI beberapa waktu lalu.

Komunikasi politik kepentingan asosional seperti serikat buruh, kamar dagang dan perkumpulan usahawan dan industri biasanya menyatakan kepentingannya lewat tenaga ahli yang profesional dan bertugas merumuskan kepentingan dan tuntutan dari kelompoknya. Kegiatan utama dari kelompok kepentingan ini adalah *bargaining* atau tawar-menawar dengan pejabat-pejabat pemerintah dalam merumuskan peraturan pemerintah dan rancangan undang-

undang pemerintah. Federasi Besi dan Baja di Eropa memengaruhi opini masyarakat dengan mengiklankan kampanye-kampanye tentang penentangan terhadap nasionalisasi industri baja (Mas' oed dan McAndrews, 1987).

Komunikasi politik lembaga swadaya juga bervariasi, sangat tergantung pada paradigma pandangan politik yang dianutnya. Miriam Budidardjo menyebut beberapa paradigma lembaga swadaya masyarakat. Yaitu, paradigma kesejahteraan, modernisasi, reformasi, liberalisasi dan transformasi. Paradigma kesejahteraan dan modernisasi cenderung memiliki gaya komunikasi politik yang senada. Orientasi komunikasi politik terfokus pada upaya membangun kesadaran masyarakat agar keluar dari lingkaran kemiskinan. Mendorong masyarakat untuk mendirikan sekolah dan melatih masyarakat agar memelihara kesehatan dan meningkatkan keterampilan-keterampilan masyarakat untuk mendayagunakan segala sumberdaya alam yang ada menjadi sasaran utama dari komunikasi politik yang dilakukan kelompok ini. Komunikasi politik dalam bentuk penyuluhan dan pelatihan keterampilan menjadi bagian penting yang dilakukan lembaga swadaya masyarakat ini. Sementara, komunikasi politik lembaga swadaya masyarakat yang berparadigma reformasi, liberalisasi dan transformasi memiliki gaya komunikasi politik yang populis, militan, mobilisasi massa dan upaya pembentukan opini publik. Sasaran komunikasi politik diarahkan pada perubahan sosial baik secara bertahap maupun secara revolusioner (Budiardjo, 2008).

Etika Komunikasi Politik sebagai Refleksi Kritis

Etika komunikasi politik sebagai refleksi kritis antara lain mengacu pada pengertian etika yang dikemukakan oleh Paul Ricoeur, seperti dikutip Robert Toscano (Toscano, 2005), yang mengatakan bahwa etika adalah “*the goal of good life with and for others within just institution*”, tujuan hidup baik bersama dan untuk orang lain dalam institusi yang adil. Pengertian etika ini erat kaitannya dengan pemikiran bahwa etika selalu berhubungan dengan orang lain dan diarahkan untuk orang lain. Ini tidak berarti etika tidak berkaitan dengan kepentingan diri sendiri dan hanya semata-mata kepentingan orang lain.

Faham egoisme etis yang dikemukakan James Rachels (Rachels, 2004) yang menunjukkan bahwa tindakan seseorang selalu didorong oleh kepentingan diri sendiri memang harus diakui. Namun, tindakan yang terlalu melebih-lebihkan kepentingan diri sendiri merupakan suatu tindakan egoistis. Sementara, Paul Ricoeur memandang kepentingan diri akan terpenuhi manakala tindakan seseorang memperhatikan kepentingan orang lain. Ketika kepentingan orang lain terpenuhi, maka, kepentingan diri sendiri secara otomatis juga akan terpenuhi.

Secara etis, pemenuhan kebutuhan orang lain dan diri sendiri harus didasarkan pada institusi yang adil berkaitan dengan struktur-struktur sosial, budaya, ekonomi dan politik yang adil dalam masyarakat. Komunikasi politik yang mewujudkan diri dalam tatanan bahasa yang bersifat hirarkis serta membedakan halus kasar dalam bahasa komunikasi politik erat berhubungan dengan struktur budaya yang dianut masyarakat Jawa. G.Mudjanto seorang sejarawan dari Universitas Sanata Dharma mengatakan bahwa bahasa kromo dan ngoko dalam masyarakat Jawa merupakan ekspresi dari tatanan komunikasi politik yang melekat dalam budaya masyarakat Jawa, bahkan tatanan bahasa demikian sengaja diciptakan untuk menciptakan *social distance*, jarak sosial, dalam hubungan antara yang berkuasa dan yang dikuasai (Mudjanto, 1987).

Komunikasi politik dalam tatanan budaya Jawa, sebagaimana diungkapkan oleh G.Mudjanto, dilihat dari sudut pandang etika komunikasi politik merupakan suatu bentuk komunikasi politik yang didasarkan pada sistem nilai budaya dalam masyarakat Jawa. Etika komunikasi politik dalam konteks ini menyangkut sistem nilai yang dihormati dalam komunikasi politik. Tujuannya ialah, menciptakan ketertiban, keharmonisan dan semangat solidaritas antara anggota masyarakat Jawa. Ketertiban, keharmonisan dan semangat solidaritas demikian dengan sendirinya menciptakan kesejahteraan dan keadilan. Kesejahteraan dalam arti adanya kebebasan, bebas untuk mengekspresikan rasa budaya yang dianut masyarakat. Adil karena tatanan bahasa sudah mengatur penuturnya untuk menggunakan bahasa apa, dengan siapa dan untuk apa bahasa itu digunakan. Keluar dari tatanan ini, sudah barang

tentu akan mengakibatkan ketidakseimbangan yang bakal mendorong terjadinya konflik dalam masyarakat.

Sementara, etika komunikasi politik sebagai refleksi kritis juga meneropong tatanan politik tempat ketika komunikasi politik itu dilaksanakan. “*Pepe*” dalam tradisi Jawa merupakan suatu bentuk komunikasi politik masyarakat dalam menghadapi raja yang dilakukan di alun-alun di depan istana raja. Komunikasi politik dalam beragam bentuk dan gaya menggambarkan hubungan antara yang berkuasa dan yang dikuasai, dan hubungan antara elit politik dalam sistem politik. Dalam tatanan politik yang demokratis, komunikasi politik antara yang berkuasa dan yang dikuasai pada umumnya lebih terbuka dan transparan sehingga keterlibatan masyarakat dalam proses pengambilan keputusan lebih leluasa. Sangat berbeda apabila hal yang sama terjadi dalam tatanan politik yang otoriter. Di sini, komunikasi politik bersifat monolitik sehingga keterlibatan masyarakat dalam pengambilan keputusan sangat minim bahkan tidak ada sama sekali. Komunikasi politik para mahasiswa dalam bentuk demonstrasi besar-besaran menentang kekuasaan Orde Baru pada 1998 merefleksikan otoritarianisme kekuasaan pemerintahan pada masa itu. Peledakan menara kembar di New York oleh kelompok yang disebut AS sebagai terorisme internasional juga merupakan refleksi dari komunikasi politik yang tidak *equal* antara AS dan pemimpin negara-negara Timur Tengah.

Dalam bidang ekonomi, demonstrasi dan pemogokan yang dilakukan oleh kelompok buruh berhadapan dengan perusahaan-perusahaan tempat mereka bekerja adalah refleksi dari ketidakseimbangan kedudukan antara buruh dan pemilik perusahaan. Pemogokan atau demonstrasi buruh merupakan bentuk dan gaya komunikasi bisnis yang menggambarkan ketidakadilan dalam hubungan antara kedua belah pihak. Ketika kesejahteraan buruh sudah terpenuhi dengan baik, maka, komunikasi bisnis dalam bentuk demonstrasi dan pemogokan akan berhenti dengan sendirinya. Intinya, bahwa komunikasi bisnis sebagai bagian dari pesan bisnis yang harus disampaikan buruh terhadap pimpinan perusahaan mencerminkan struktur hubungan ekonomi antara kedua belah pihak. Demikian pula komunikasi politik dalam hubungan antara penguasa dan

yang dikuasai adalah cerminan struktur hubungan politik antara kedua belah pihak.

Etika komunikasi politik sebagai refleksi kritis mempertanyakan kebenaran isi atau *content* dari film-film yang disebarluaskan kepada masyarakat. Unsur manipulasi yang mengusung kepentingan politik rezim atau kelompok dominan mendominasi isi pesan yang disampaikan film-film tersebut. Film-film Amerika yang mempertontonkan kehebatan tentara AS hanya ingin menegaskan dominasi dan hegemoni AS atas negara lain di berbagai belahan dunia. Film-film yang disponsori pemerintahan Orde Baru juga memperlihatkan kecenderungan yang sama, dimana peran tokoh sentral Soeharto lebih menonjol daripada tokoh-tokoh lain. Komunikasi politik yang termuat di dalam film itu memperlihatkan pesan politik yang menonjolkan kepentingan politik seseorang atau sekelompok orang. Film, dengan demikian, menjadi media propaganda politik demi kepentingan politik dari orang atau kelompok yang berkepentingan dengan film tersebut.

Etika komunikasi politik ingin membangun suatu komunikasi politik yang santun dan *equal* antara pihak yang berkomunikasi sehingga mendatangkan kedamaian, ketertiban, kesejahteraan dan keadilan. Komunikasi politik demikian hanya mungkin terwujud apabila dilakukan dalam suasana bebas dominasi, dan bebas dari kepentingan individu dan kelompok. Persoalannya, komunikasi politik sebagai sebuah tindakan sosial melibatkan subjek-subjek yang mengedepankan kepentingan politik yang egoistik sebagai ciri khas tindakan politik. Politik yang menjadikan kekuasaan sebagai *the end* dari suatu perjuangan politik kerap kali melupakan *the means* dalam memperolehnya. Karena itu, media yang digunakan untuk meraih kekuasaan pun dimanipulasi, direkayasa, dan didesain untuk kepentingan itu. Manipulasi, rekayasa dan desain komunikasi politik yang sedemikian cenderung memproduksi tatanan politik yang tidak tertib, tidak damai dan tentu saja tidak adil.

Tatanan politik yang damai, tertib dan adil dan memiliki legitimasi yang kuat hanya mungkin terwujud dalam tatanan politik yang demokratis. Menurut Juergen Habermas (1996) tatanan politik model ini hanya mungkin terwujud dalam

masyarakat dialogis komunikatif dan argumentatif berdasarkan pertimbangan yang dapat diterima oleh semua pihak. Komunikasi politik dalam tatanan politik demokratis mengandaikan partisipan melakukan tindakan komunikatif yang mampu membagi pengalaman individualnya baik dalam bentuk tantangan, peluang maupun kemungkinan-kemungkinan lain demi kebaikan bersama, entah dalam bidang sosial, ekonomi, budaya maupun politik. Argumentatif mengandaikan individu yang berkomunikasi mampu memberi alasan yang masuk akal mengapa ia lebih cenderung memilih atau mendukung pilihan nilai atau rancangan keputusan tertentu, dan bukan yang lain. Daya argumentasi dari komunikasi politik demikian sedapat mungkin diterima oleh kelompok lain sehingga mencapai kesepakatan dan konsensus antara subjek-subjek yang berinteraksi dan berkomunikasi. Dalam konteks komunikasi politik, kesepakatan dan konsensus antara subjek-subjek yang berinteraksi dan berkomunikasi merupakan titik temu dari perbedaan pandangan antara mereka.

Namun, kemampuan melakukan tindakan komunikatif antara subjek-subjek yang berinteraksi dan berkomunikasi mengandaikan para partisipan memiliki otonomi, demikian Juergen Habermas seperti dikutip Mark E. Waren (1995). Yaitu, *pertama*, kemampuan individu untuk mempertahankan identitasnya dan tujuan-tujuannya dalam hubungan dengan individu lain. Di sini, otonomi berkaitan dengan kemampuan subjek untuk tidak mudah terombang-ambing oleh tujuan-tujuan dan identitas orang lain; *kedua*, kemampuan individu untuk membawa ide-ide baru, sesuatu yang baru dan kontrol baru dalam proyek-proyek kehidupan yang direncanakannya. Di sini, individu memiliki kemampuan untuk melahirkan gagasan-gagasan yang baru dan autentik serta mampu merancang strategi-strategi baru untuk mewujudkan gagasan itu; *ketiga*, otonomi berkaitan dengan kemampuan mengambil jarak dari lingkungan yang ada sekaligus menempatkan diri dalam lingkungan itu. Artinya, individu yang otonom adalah individu yang bebas dan merdeka, termasuk bebas dan merdeka di dalam mengambil keputusan kritis. Dengan kata lain, individu tidak mudah terkooptasi dan terseret pada arus pemikiran dan kepentingan

orang lain; *keempat*, otonomi berkaitan dengan kemampuan individu berpartisipasi di dalam suatu proses penalaran dan tanggapan intersubjektif. Di sini, tindakan komunikatif mengandaikan tanggapan antara subjek yang didasarkan pada pertimbangan akal budi yang sehat; *kelima*, otonomi berkaitan dengan keterbukaan bahasa subjek seperti “saya” dan “engkau” dalam bahasa komunikasi. Ini berarti komunikasi mensyaratkan *equality* dalam hubungan timbal balik antara subjek yang berkomunikasi. Equality berkaitan kesetaraan posisi dalam tindakan komunikatif, tidak ada yang lebih tinggi atau lebih rendah. Semua berada pada posisi setara; *keenam*, otonomi juga berkaitan tanggungjawab, yakni kemampuan untuk menghubungkan maksud dan perilaku serta mampu memberi alasan mengapa ia memperlihatkan perilaku demikian. Ini berarti, subjek yang berkomunikasi mampu memberi alasan yang rasional di balik tindakan komunikatifnya, dan mampu mendeteksi dampak dari tindakan komunikasi yang dilakukannya. Keenam arti otonomi itu menjadi syarat dari komunikasi politik yang mampu menciptakan tatanan politik yang demokratis (Waren dalam Stephen K. White, 1995).

Selanjutnya, etika komunikasi politik sebagai refleksi kritis, dalam konteks pemikiran Habermas, memperlihatkan bahwa komunikasi politik yang etis adalah komunikasi politik yang *equal*, otonom dan bertanggungjawab, bebas dan kritis oleh subjek-subjek yang berkomunikasi. Komunikasi politik demikian membebaskan individu dari situasi dan kondisi politik yang bebas dominasi. Situasi dan kondisi politik yang bebas dominasi memungkinkan individu mampu merefleksi tatanan politik yang tidak demokratis masa kini dan membangun tatanan politik yang demokratis di masa yang akan datang. Ini berarti, etika komunikasi politik tidak hanya terbatas pada upaya mengkritisi tatanan politik, tatanan ekonomi dan tatanan budaya yang ada, tetapi juga ikut mengusulkan tatanan politik, ekonomi dan budaya yang baru yang lebih lebih humanis dan etis. Ia tidak hanya terbatas pada upaya dekonstruksi, juga merekonstruksi tatanan ekonomi, politik dan budaya yang lebih baik di masa yang akan datang.

Dalam masyarakat majemuk seperti Indonesia, komunikasi politik yang etis menjadi

suatu keniscayaan. Komunikasi politik yang etis tidak hanya terbatas pada cara dan gaya berkomunikasi dengan kelompok lain yang berbeda budaya, agama dan keyakinan politik, tetapi juga berkaitan dengan isi atau konten pesan politik yang disampaikan. Perbedaan budaya, agama dan ideologi politik memang mudah memancing dan menyulut konflik antara kelompok lantaran hal sepele seperti cara berbicara yang keras yang tidak disukai oleh masyarakat budaya tertentu, atau penggunaan pakaian adat dan pakaian agama yang tidak disukai oleh dan terasa dipaksakan kepada orang dari budaya dan agama lain. Pakaian adat seperti pemakaian koteka oleh kepala suku dari Papua kadang-kadang dinilai oleh sebagian orang sebagai kurang berbudaya. Peraturan daerah yang mewajibkan semua wanita memakai jilbab di daerah tertentu seolah menafikkan keberadaan wanita nonmuslim di daerah tersebut. Oleh sebab itu, komunikasi politik yang etis berlandaskan pada semangat masyarakat demokratis menjadi sesuatu yang imperatif.

Individu yang otonom dan menempatkan serta memperlakukan individu yang lain secara sama merupakan syarat utama dalam komunikasi politik yang etis. Di sini, individu harus memiliki keterbukaan untuk mengungkapkan gagasan-gagasannya kepada pihak lain, sementara pihak lain harus memiliki kemampuan untuk menerima sekaligus kritis menanggapi gagasan-gagasan itu. Tidak menerima atau menolak gagasan pihak lain dengan semena-mena bukan cara yang tepat dalam masyarakat yang majemuk. Kewajiban untuk saling menerima dan memberi gagasan-gagasan baru dan inovatif menjadikan masyarakat mejemuk maju dan berkembang. Dan, hidup rukun dan damai menjadi sasaran utama dari komunikasi politik etis

Komunikasi politik yang etis berlandaskan semangat demokratis melihat gagasan lain sebagai stimulan untuk merefleksi apakah gagasan-gagasan itu berkenaan dengan landasan kesepakatan bersama dalam hidup bernegara dan berbangsa atau tidak. Konsensus dan kesepakatan awal di dalam membangun negara merupakan titik tolak yang penting di dalam komunikasi politik yang etis dan demokratis. Konsensus dan kesepakatan awal ini disebut Alois A. Nugroho sebagai nalar publik, (Nugroho, 2011) . Nalar

publik merupakan titik temu dari pandangan hidup yang berbeda dari berbagai unsur kelompok dalam masyarakat majemuk. Karena itu, nalar publik harus dijunjung tinggi oleh semua kelompok dan unsur dalam masyarakat majemuk. Di sinilah kearifan para *founding fathers* bangsa Indonesia ketika mereka sepakat menjadikan Pancasila dan UUD 1945 sebagai dasar negara dan pandangan hidup bangsa Indonesia. Dalam komunikasi politik yang intens dan penuh dinamis antara kelompok yang majemuk di dalam Panitia Persiapan Kemerdekaan Indonesia (PPKI), para *founding fathers* menetapkan Pancasila sebagai dasar dan ideologi bangsa dan negara Indonesia. Pemahaman dan pengamalan nilai-nilai Pancasila dalam kehidupan berbangsa dan bernegara tampaknya tetap relevan dan bersifat imperatif.

Simpulan

Mengikuti uraian di atas, etika komunikasi politik tidak berbicara tentang tata cara dan sopan santun dalam berkomunikasi, akan tetapi, berbicara tentang moralitas dalam berkomunikasi. Moralitas dalam komunikasi politik berkenaan dengan tanggungjawab komunikator dalam menyampaikan pesan-pesan politiknya, terutama berkaitan dengan tujuan dan dampak dari komunikasi politik yang dilakukannya. Etika komunikasi politik berbicara tentang isi pesan politik dan dampaknya bagi kehidupan politik suatu masyarakat. Etika komunikasi politik secara etis harus mampu membawa suasana kedamaian, keamanan, ketertiban, keadilan dan kesejahteraan bagi masyarakat, bukan sebaliknya. Komunikasi politik yang etis yang dilakukan oleh komunikator politik, baik oleh individu politisi, atau atas nama institusi politik, maupun media massa sebagai agen komunikasi politik berperan dalam menciptakan suatu kehidupan politik aman dan damai serta demokratis.

Lebih dari itu, etika komunikasi politik juga merefleksi secara kritis struktur-struktur sosial budaya dan politik yang memengaruhi praktik komunikasi politik. Etika komunikasi politik ingin menyingkap secara kritis selubung dominasi dan praktik manipulasi dalam komunikasi politik. Selubung dominasi dan praktik manipulasi komunikasi kerap kali dilakukan oleh kelompok atau individu dominan dalam komunikasi politik. Komunikasi politik diliputi

suasana distorsi yang menyebabkan komunikasi dalam politik terdominasi dan menganggap pesan politik yang disampaikan oleh media komunikasi sebagai suatu kebenaran. Situasi ini menyebabkan ketidakcerahan para komunikan dan mengakibatkan komunikasi tidak bebas dan merdeka di dalam mendapatkan pesan-pesan politik. Etika komunikasi politik mendekonstruksi tatanan sosial budaya, ekonomi dan politik yang penuh dominasi itu sekaligus merekonstruksi tatanan sosial budaya, ekonomi dan politik bebas dominasi dan mencerahkan komunikasi.

Kepustakaan

- Bertens, K. 2005. *Etika*. Jakarta: Gramedia.
- Budiardjo, Miriam. 2008. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta: Gramedia.
- Haryatmoko. 2007. *Etika Komunikasi, Manipulasi Media, Kekerasan, dan Pornografi*. Yogyakarta: Kanisius.
- Habermas, Jurgen. 1996. *Moral Consciousness and Communicative Action (Tranlated by Christian Lenhard and CS)*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.
- Jorgensen, Masianne and Louise J.Phillips. 2002. *Discourse Analysis As Theory and Method*. 6 Bonhill Street, London: Sage Publications Ltd.
- Maso'ed, Mochtar dan Collin MacAndres. 1987. *Perbandingan Sistem Politik*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Moedjanto, G. 1987. *Konsep Kekuasaan Jawa, Penerapannya oleh Raja-Raja Jawa*. Yogyakarta: Kanisius.
- Nugroho, Alois A. 2011. "Mengapa Komunikasi Politik Perlu Etika?" dalam *Etika Komunikasi Politik*. Jakarta: Universitas Katolik Atma Jaya.
- Rachels, James. 2004. *Filsafat Moral*. (Terj.A.Sudiardja). Yogyakarta: Kanisius.
- Soyomukti, Nurani. 2013. *Komunikasi Politik, Kudeta Politik Media, Analisa Komunikasi Rakyat &Penguasa*. Malang: Intrans Publishing.
- Sudarminta, J. 2002. *Epistemologi Dasar, Pengantar Filsafat Pengetahuan*. Yogyakarta: Pustaka Kanisius.
- Toscano, Robert. 2005. "Paul Ricoeurs Ethical Syntax" dalam *Journal Pace Diritti Umami/Peace Human Rights*, no.5.
- Waren, E. Mark. 1995. *The Self Discursive Democracy*, (dalam Stephen K. White). Blacksburg: Cambridge University Press, Virginia Polytechnic Institute and State University.
- Kompas*, 10 April 2015, halaman surat pembaca.



SEKOLAH PASCASARJANA ILMU POLITIK
Universitas Nasional