

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Masyarakat etnis Rohingnya yang diberitakan di media massa banyak mendapat perhatian dari nasional maupun internasional. Myanmar adalah salah satu negara ASEAN yang mayoritas penduduknya beragama Buddha dan memiliki banyak etnis. Populasi Burma (Myanmar) memiliki sekitar 135 kelompok etnis dan sub kelompok. Etnis Burma adalah kelompok terbesar (sekitar 68%), kemudian Shan (9%), Karen (7%), Rakhine atau Arakan (4%), dan Mon (2%). Selain itu, terdapat etnis Kachin, Chin, Karenni, dan Rohingya (Community, 2013).

Banyak etnis minoritas yang terlibat konflik dengan etnis mayoritas di Myanmar salah satunya etnis Rohingnya. Etnis Rakhine dan etnis Rohingnya hidup dalam satu wilayah, yang mana etnis Rohingnya merupakan etnis muslim minoritas, sedangkan etnis Rakhine merupakan etnis Buddha yang merupakan mayoritas. Penyebab konflik itu tidak begitu jelas. Namun beberapa sumber mengatakan munculnya pemberitaan mengenai konflik Rohingya di Myanmar diawali dengan dua orang etnis Rohingya diadili atas tuduhan pemerkosaan yang membuat masyarakat umat Buddha menyerbu bus dan membunuh 10 orang etnis Rohingya (Kompas, 20 Juni 2012). Setelah peristiwa itu, aksi kekerasan muncul di Myanmar, etnis Rakhine menyerang etnis Rohingya, membakar rumah-rumah mereka, seluruh mayat korban kekerasan itu dibakar. Kekerasan tersebut tidak hanya terjadi di satu wilayah saja, namun di beberapa tempat sehingga mengakibatkan korban yang lebih banyak. Kekerasan yang terjadi di Myanmar menjadi perhatian internasional dan menjadikannya sebagai tragedi kemanusiaan. Kondisi kekerasan tersebut juga memaksa kondisi Myanmar dalam keadaan darurat, tepatnya pada 10 Juni 2012 (Kompas, 12 Juni 2012).

Pembantaian yang dilakukan oleh etnis Rakhine kepada Rohingya seperti pemerkosaan, pembunuhan, pembakaran desa dan penyiksaan sudah sering terjadi. Peristiwa ini terjadi dari tahun ke tahun masih dilakukan mulai tahun 2012, 2015, 2016, sampai pada tahun 2017. Etnis Rohingnya tersiksa bukan hanya diskriminasi dari kelompok etnis lainya tapi juga dari pemerintah. Adapun dari sejumlah etnis minoritas tersebut, etnis Muslim Rohingya dianggap etnis yang paling teraniaya (*most persecuted ethnic*) menurut PBB (Perserikatan Bangsa-Bangsa). Dengan peristiwa ini banyak yang memberitakan konflik salah satunya media massa. (Mitzy, 2014)

Media massa memiliki peran yang sangat penting dalam menyampaikan pesan kepada khalayak. Media massa merupakan salah satu alat yang digunakan untuk berkomunikasi setiap hari, kapan saja dan dimana saja antara satu orang dengan satu orang lainnya. Media massa meliputi media cetak, media elektronik (radio, televisi), dan media internet. Menurut (Mulyana, 2005:75) komunikasi massa (*mass communication*) adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (radio, televisi), yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang tersebar yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim dan heterogen.

Media internet ini merupakan media yang akhir-akhir ini paling banyak digunakan oleh masyarakat untuk berinteraksi dan berkomunikasi. Internet merupakan perpaduan antara arus komunikasi dengan teknologi. Salah satu layanan internet yang banyak digunakan oleh masyarakat adalah situs jejaring sosial. Jejaring sosial adalah suatu struktur sosial yang dibentuk dari simpul-simpul (yang umumnya adalah individu atau organisasi) yang dijalin dengan satu atau lebih seperti nilai, visi, ide, teman, keturunan, dll. (Wikipedia, 2017)

Jejaring sosial membentuk sebuah wadah untuk bisa saling berkomunikasi dan membagi informasi di media internet. Wadah untuk jejaringan sosial ini dengan apa yang disebut media sosial. Hal tersebut juga dikemukakan oleh (Arsyad, 2013:195) “kini sudah hadir media sosial, dimana Anda dapat mengetahui status orang-orang di seluruh dunia secara *real time*”.

Media sosial ini mempunyai peran penting dalam berkomunikasi dan membagikan informasi. Media sosial memiliki peran penting dalam berkomunikasi, berbagi pengalaman, informasi. Seperti apa yang dikatakan (Boyd & Ellison, 2007) “Sosial media merupakan konsep ruang digital dimana setiap pengguna dapat membuat rangkuman profil, mendeskripsikan dirinya untuk berinteraksi dengan orang-orang dari kalangan berbeda, baik dalam lingkup antar individu maupun dengan perusahaan”.

Media sosial memiliki banyak pengguna, seperti yang diungkapkan menurut (Dossier, 2014), jumlah pengguna jejaring sosial dunia akan meningkat dari 0.97 miliar menjadi 2.44 miliar pada tahun 2018, lebih lanjut, pertumbuhan akan diprediksikan akan mengalami peningkatan sebesar 300 persen dalam kurun waktu delapan tahun. Berdasarkan data tersebut media sosial termasuk juga Instagram akan terus meningkat penggunaannya.

Instagram merupakan salah satu media sosial yang mampu memberikan pengalaman mengekspresikan diri yang berbeda dengan jejaring sosial lain. Melalui Instagram pengguna bebas berbagi cerita, pengalaman, hal-hal yang mereka sukai atau benci, dan bahkan foto selfie (foto pribadi) mereka tanpa dibatasi jarak dan waktu dengan followernya melalui foto dan gambar, *caption*, dan komentar di foto. Dari semua jenis sosial media yang ada, penggunaan Instagram telah digunakan oleh jutaan *user* yang aktif menggunakan sosial media. Pada pertengahan tahun 2016, Instagram telah tercatat memiliki 500 juta pengguna di seluruh dunia, dimana pertumbuhan meningkat dua kali lipat dalam kurun waktu dua tahun. Lebih lanjut, sebanyak 300 juta akun yang ada merupakan pengguna Instagram harian. Dalam konteks global, 80 persen pengguna Instagram terdata berasal dari luar Amerika. Tercatat sekitar lebih dari 95 juta post per hari dan 4,2 juta like per hari (Instagram, 2016). Di Indonesia sendiri, Instagram telah memiliki 22 juta pengguna aktif bulanan yang diproyeksikan akan terus meningkat (Fajrina, 2016).

Dengan ini media sosial salah satunya Instagram merupakan media yang banyak penggunanya. Dengan semakin banyaknya pengguna membuat masyarakat bebas untuk membagikan informasi ke media Instagram. Masyarakat diberikan hak dan kebebasan untuk menyampaikan informasi, dan ide secara terbuka. Kebebasan merupakan hak azasi manusia yang dibawa sejak lahir. Kata lahir itu sendiri bermakna “bebas”, artinya “lepas dari”. Sejak manusia mengenal peradaban sampai sekarang. Meskipun demikian, bebas atau kebebasan merupakan sesuatu yang harus diperjuangkan. Kebebasan tidak akan muncul atau didapat tanpa adanya usaha. Setiap manusia harus berjuang dan melakukan segala upaya untuk mendapatkan “kebebasan” sebagaimana yang mereka kehendaki. Namun sering disalah artikan bebas disini bukan dalam arti bebas tanpa etika dan moral.

Etika dan moral pada hakekatnya merupakan prinsip dan nilai-nilai yang menurut keyakinan seseorang atau masyarakat dapat diterima dan dilaksanakan secara benar dan layak. Dengan demikian, prinsip dan nilai-nilai tersebut berkaitan dengan sikap yang benar dan yang salah yang mereka yakini. Etika sendiri sebagai bagian dari falsafah merupakan sistem dari prinsip-prinsip moral termasuk aturan-aturan untuk melaksanakannya. Menurut (Suseno, 1989:14) Etika bukan suatu sumber tambahan bagi ajaran moral, melainkan merupakan filsafat atau pemikiran kritis dan mendasar tentang ajaran-ajaran dan pandangan-pandangan moral. Etika adalah sebuah ilmu, bukan sebuah ajaran.

Kode etik berkaitan dengan tingkah laku dan nilai-nilai moral, pelanggaran dari kode etik akan dikenakan sanksi hukum yang diterapkan. Mematuhi kode etik

jurnalistik dan menerapkannya merupakan wujud profesional seorang wartawan dan dengan menjalankan kegiatan jurnalistik sesuai dengan kode etik jurnalistik berarti seorang wartawan telah bertanggung jawab terhadap diri sendiri maupun masyarakat. Pelaksanaan kode etik jurnalistik merupakan perintah dari Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 Pasal 7 ayat 2 tentang pers yang berbunyi “Wartawan memiliki dan menaati kode etik jurnalistik”. Menurut (Sukardi, 2011), ini berarti, apabila melanggar kode etik jurnalistik maka akan melanggar Undang-Undang dan dikenakan sanksi pidana. Kode Etik adalah acuan moral untuk mengatur tindak-tanduk seorang wartawan (Semirang, 2007).

Kode etik jurnalistik yang di dalam memuat aturan-aturan yang dibentuk dari norma dan nilai yang ada serta menurut undang-undang yang ada di Indonesia. Etika jurnalistik adalah standar aturan perilaku dan moral, yang mengikat para jurnalis dalam melaksanakan pekerjaannya (Nicholas Andrei E.S, 2011). Etika jurnalistik ini tidak hanya untuk memelihara dan menjaga standar kualitas pekerjaan jurnalis bersangkutan, tetapi juga untuk melindungi atau menghindarkan khalayak masyarakat dari kemungkinan dampak yang merugikan dari tindakan atau perilaku keliru dari si jurnalis bersangkutan.

Etika jurnalistik yang dikenal juga sebagai kode etik jurnalistik dibuat untuk menjaga standar kualitas dari para pekerja media dalam menjalankan pekerjaannya agar tidak salah langkah, profesional, dan bertanggung jawab. Etika jurnalistik sekaligus pula untuk melindungi masyarakat luas dari kemungkinan timbulnya dampak negatif dari kontruksi realitas para pekerja media, sehingga integritas dan reputasinya tetap terjaga. Sedangkan dalam media intagram sendiri juga memiliki kebijakan etika-moral sendiri. Pada saat membuat akun Instagram kita tidak memerhatikan ketentuan-ketentuan atau etika yang diberikan oleh kebijakan media sosial Instagram sendiri. Kita langsung menyetujuinya tanpa membaca ketentuan-ketentuan atau etika yang diberikan oleh pihak media sosial Instagram. Kode etik Instgram memiliki aturan-aturan tersendiri tentang apa saja yang boleh dilakukan atau tidak boleh dilakukan. Sanksi yang diberikan oleh pihak media Instagram sendiri kepada yang melanggar kebijakan tersebut akan di blokir atau dimatikan akunya. Tetapi dengan banyaknya pengguna dengan mudahnya untuk mengakses media sosial ini membuat pelanggaran masih tetap dilakukan.

Dengan semakin mudahnya kita bisa mengakses, berinteraksi dan memberikan informasi lewat media sosial ini. Termasuk juga Instagram yang merupakan salah satu media sosial yang banyak digunakan. Berbagai kalangan pengguna mulai dari kalangan dewasa sampai merambah remaja bahkan anak-anak.

Di Indonesia, “menurut Kementerian Komunikasi dan Informatika Indonesia pada akhir tahun 2014, jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 82 juta dan 80% diantaranya adalah kelompok usia remaja”. Namun dalam penggunaannya yang semakin bertambah, banyak orang yang tidak mempedulikan atau melupakan etika dalam menggunakan jejaring sosial. Kurangnya sikap bertanggung jawab dalam bermedia sosial membuat krisis etika dalam bermedia semakin jelas.

Seperti dikatakan (Baihaki, 2016) bahwa bangsa Indonesia saat ini berada dalam kelimpahruhan informasi, tetapi kualitas literasinya atau melek media, terutama media sosial masih rendah. Makanya, tidak heran jika penipuan lewat internet dan *cyber crime* meningkat. Akses ke pornografi meningkat dan mudah, berita bohong (hoax) serta caci maki di media sosial alias *cyber bullying* marak, bahkan media sosial seperti Twitter dapat dimanfaatkan untuk membangun pencitraan dan narsisme. Sayangnya, penggunaan media sosial yang masif digunakan oleh sebagian besar masyarakat Indonesia lebih banyak untuk membahas hal yang bersifat pribadi. Belum digunakan sebagai sarana informasi dan komunikasi yang memberi energi pencerahan dan semangat untuk memupuk kebersamaan dan persaudaraan atas dasar keragaman.

Media sosial sekarang ini sudah beralih fungsi dimana fungsi utamanya untuk berkomunikasi beralih digunakan untuk tempat mengungkapkan marah, berkata benci (*hate speech*), *cyber bullying*, bahkan sampai masalah SARA. Parahnya lagi, ada juga diantara penggunanya yang dengan sengaja memanfaatkan media yang canggih tersebut baik secara verbal maupun non-verbal untuk memprovokasi, menebar isu-isu negatif, propaganda hitam hingga mengarah kepada fitnah, ajang adu domba, konflik dan pertikaian yang jauh dari nilai-nilai kesantunan dalam berkomunikasi. Tidak banyak juga dalam kasus-kasus lain kepada pihak yang melanggar kode etik ini sampai burujung pada hukum.

Berbagai dampak negatif pun bermunculan, diantaranya berkurangnya penghargaan terhadap nilai-nilai empati, simpati dan toleransi kepada sesama hingga kepada pengabaian terhadap pelestarian nilai-nilai edukasi dan moral. Di satu sisi Instagram bisa digunakan untuk menambah teman dan jaringan dengan orang lain, namun di lain sisi malah ada banyak kasus kejahatan yang disinyalir berasal dari Instagram ini.

Seperti yang dikatakan (Sudibyo, 2016) bahwa apa yang berkembang di media sosial belakangan ini mungkin dapat disebut sebagai kecenderungan proses berkomunikasi dalam kategori anti komunikasi. Penyampaian pesan, diskusi, dan silang pendapat tentang isu-isu politik di media sosial tersebut telah sedemikian rupa

mengabaikan hal-hal yang fundamental dalam komunikasi: penghormatan kepada orang lain, empati kepada lawan bicara, dan antisipasi atas dampak-dampak ujaran atau pernyataan. Pada prinsipnya, praktik berkomunikasi di ruang publik mensyaratkan kemampuan pengendalian diri, kedewasaan dalam bersikap, serta tanggung jawab atas setiap ucapan yang hendak atau sedang disampaikan. Namun yang terjadi di media sosial dewasa ini adalah tren yang sebaliknya. Begitu mudah orang menumpahkan amarah atau opini negatif tanpa memikirkan perasaan orang lain. Begitu mudah orang memojokkan dan menghakimi orang lain, tanpa berpikir pentingnya memastikan kebenaran informasi atau analisis tentang orang tersebut. Dan, begitu sering orang terlambat menyadari bahwa apa yang diungkapkannya di media sosial telah tersebar ke mana-mana, menimbulkan kegaduhan publik dan merugikan pihak tertentu.

Oleh karena itu untuk mencegah dampak-dampak negatif itu kita seharusnya memahami dan melaksanakan etika-moral dalam berkomunikasi. Etika-moral ini yang seharusnya dijadikan sebagai panduan dan pedoman kita dalam menciptakan keseimbangan dalam berkomunikasi di media sosial ini. Diharapkan dengan melaksanakan kode etik jurnalistik ini membuat tegaknya kebebasan pers dalam arti kebebasan yang bertanggung jawab. Kebebasan yang membuat hak-hak masyarakat terpenuhi dan terciptanya media sosial yang harmonis. Pengguna media sosial Instagram harus mengetahui tentang Undang-Undang ini supaya tidak terjerat dengan aturan hukum yang sudah ada. Aturan hukum ini adalah Undang-Undang ITE (Informasi dan Transaksi Elektronik).

Demi terpenuhinya hak-hak masyarakat dalam menyampaikan informasi, seharusnya media massa yang diantaranya adalah media cetak, elektronik, dan media internet harus tetap menyajikan pesan tersebut berdasarkan fungsi komunikasi yang dikemukakan oleh Harold Lasswell dalam (Suprpto, 2009 : 144) agar menjadi media yang baik. Fungsi komunikasi tersebut adalah menginformasikan (*to inform*), mendidik (*to educate*), dan menghibur (*to entertain*). Selain itu media yang baik juga melakukan pengawasan sosial (*social control*) kepada perilaku masyarakat dan para penguasa.

Maka dari itu dari dampak-dampak negatif dari media sosial yang paparkan menjadi masalah. Diharapkan kepada pengguna lebih bijak dan beretika dalam menggunakan media sosial Instagram. Oleh karena itu penulis tertarik untuk meneliti dan membahas permasalahan tersebut menjadi sebuah skripsi dengan judul “Pelanggaran Kode Etik Pada Pemberitaan Media Sosial Instagram Studi Konflik Etnis Rohingya”.

1.2 Fokus Penelitian

Peneliti hanya akan membahas pesan yang berupa gambar yang berada di media sosial Instagram tentang konflik etnis Rohingnya. Nantinya akan di analisis dengan menggunakan teori etika utilitarisme, *policy* Insagtram, dan Undang-Undang ITE.

1.3 Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini peneliti mengambil rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pelanggaran etika pemberitaan konflik etnis Rohingnya di media sosial Instagram?

1.4 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana Pelanggaran Etika Pemberitaan Media Sosial Instagram Studi Koflik Etnis Rohingnya.

1.5 Manfaat Penelitian

- a. Bagi Penulis
Menambah wawasanpenulis mengenai pelanggaran kode etik pada pemberitaan di media Instagram untuk selanjutnya dijadikan sebagai acuan dalam bersikap dan berperilaku.
- b. Bagi Lembaga Pendidikan
 1. Sebagai masukan yang membangun guna meningkatkan kualitas lembaga pendidikan yang ada, termasuk para pendidik yang ada di dalamnya, dan penentu kebijakan dalam lembaga pendidikan, serta pemerintah secara umum.
 2. Dapat menjadi pertimbangan untuk diterapkan dalam dunia pendidikan pada lembaga-lembaga pendidikan yang ada di Indonesia sebagai solusi terhadap permasalahan pendidikan yang ada.
- c. Bagi Ilmu Pengetahuan
 1. Menambah khazanah keilmuan tentang etika-moral pada pemberitaan di media sosial Instagram
 2. Sebagai bahan referensi dalam ilmu pendidikan sehingga dapat memperkaya dan menambah wawasan.
- d. Bagi peneliti berikutnya

Dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan atau dikembangkan lebih lanjut, serta referensi terhadap penelitian yang sejenis.

1.6 Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian dibagi menjadi beberapa bab yang tersusun secara sistematis. Sistematika penelitian adalah sebagai berikut.

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis akan menetapkan pedoman penelitian yang meliputi : latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai : hasil penelitian terdahulu, landasan teori, dan kerangka dasar pemikiran.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan menjelaskan tentang metode penelitian kualitatif, penjelasan subyek dan obyek penelitian, tipe penelitian, peran peneliti, metode pengumpulan data yang akan digunakan, serta teknik analisis data yang akan digunakan.

BAB IV : TINJAUAN UMUM OBYEK PENELITIAN

Dalam bab ini akan menjelaskan mengenai deskripsi obyek yang akan dijadikan penelitian, penyajian data, dan pembahasannya.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini penulis akan mengemukakan kesimpulan yang diperoleh dari penulisan, penelitian yang dilakukan, dan rekomendasi atau saran-saran yang diperlukan.