

Informasi Bencana yang Akurat, Relevan dan Etis

Author by [Helmi Supriyanto](#) Posted on 08/10/2018



Oleh

Frída Kusumastuti

Dosen Ilmu Komunikasi, FISIP Universitas Muhammadiyah Malang

Hanya beberapa detik sejak gempa Donggala yang disusul tsunami melanda Palu-Sulawesi Tengah (28/9), para netizen sudah mendapatkan video peristiwa tersebut di media sosial. Baik itu melalui pesan-pesan di grup, maupun secara terbuka seperti di halaman facebook, Twitter, Instagram, dan sebagainya. Pesan satu segera dilihat, lalu di share dan terus di share secara real time dengan berbagai komentar dan respon sehingga semakin bergulir begitu liarnya. Tidak berhenti pada satu dua jam. Bahkan ketika BMG sudah memberi pernyataan gempa berhenti dan tsunami berakhir, video itu masih meluncur di berbagai ruang media. Seolah baru terjadi, dan akan terus seperti itu keadaannya.

"Tsunami terjadi saat terjadi gempa, waktu tempuh (tsunami) hanya beberapa km dan waktu tiba kurang dari 30 menit, artinya lebih dari

itu tsunami sudah sampai. Itu (tsunami) sudah terjadi menghantam di Kota Palu, dan air sudah kembali ke laut, artinya masyarakat bisa kembali ke rumah-rumah lagi karena tsunami sudah enggak terjadi," demikian penjelasan Kepala Pusat Gempa dan Tsunami BMKG, Rahmat Triyono ke beberapa media massa.

Sepintas mungkin orang akan mengira bahwa itu informasi hanyalah sekedar pemberitahuan semata. Dan hanya sekedar memohon perhatian untuk bisa menyatakan simpati. Namun, sebenarnya informasi bencana membawa konsekuensi yang lebih dari sekedar pengetahuan atau efek kognisi. Dia membawa pesan yang lebih luas tentang kemanusiaan, hak asasi, keamanan, dan penanganan bencana. Bahkan dalam situasi politik Indonesia saat ini menjelang pemilu, pesan-pesan yang beredar bisa menjadi komoditas marketing politik.

Pesan yang Akurat, Relevan, dan Etis

Era internet saat ini membuat informasi dan komunikasi serba cepat, tidak terbatas jangkauannya, serta volume yang sangat besar (banyak). Potensi internet sedemikian itu seharusnya menjadi peluang bagi kita untuk menggunakan dengan baik. Artinya, kita memiliki kesempatan untuk mengakses informasi sebanyak mungkin. Namun, perlu diperhatikan bahwa semua informasi yang kita dapatkan haruslah di pilah dan pilih untuk dijadikan referensi. Sebab, kemajuan teknologi informasi juga sangat memungkinkan sebagai ancaman oleh ulah orang-orang yang tidak bertanggung jawab dengan mengedit dan memanipulasi informasi sedemikian rupa sesuai kepentingannya.

Akan halnya terhadap informasi bencana, kita juga harus berhati-hati. Memilih informasi atau pesan yang akurat, relevan, dan etis mesti menjadi pertimbangan utama. Akurasi informasi bisa dilihat dari kejelasan sumber dan bagaimana sumber tersebut berupaya untuk bertanggung jawab. Pertama tentu saja sumbernya tidak anonim. Identitas seorang sumber diperlukan untuk mengevaluasi keakuratan dan juga untuk tujuan konfirmasi jika diperlukan. Kedua, identitas sumber harus terpercaya. Lembaga atau pihak resmi yang memiliki otoritas menjadi pilihan utama. Selain itu proximitas (kedekatan) sumber dengan titik bencana bisa menjadi pertimbangan pula. Ketiga adalah melihat kebaruan informasi. Hal ini bisa dilihat dari keterangan waktu, tanggal, bulan, dan tahun. Dari semua ciri informasi yang akurat, kita bisa juga mengevaluasi kejujuran dan keaslian informasi.

Relevansi informasi penting diperhatikan supaya pesan tidak disalah artikan. Hal ini berkaitan dengan tujuan, maksud, dan sasaran daripada pesan. Tidak semua informasi bencana patut ditujukan kepada semua pihak. Ada pesan-pesan yang perlu penjelasan supaya tidak menimbulkan salah interpretasi ketika disampaikan pada masyarakat yang heterogen. Sebaliknya, ada informasi yang memerlukan tindak lanjut tepat tanpa banyaknya campurtangan dan komentar yang tidak produktif.

Terakhir adalah pertimbangan etis atas sebuah pesan atau informasi. Kita bisa mengacu pada Kode Etik Jurnalistik dan Kode Etik Penyiaran dalam hal ini. Pesan atau informasi baik berupa gambar dan tulisan yang termasuk katagori privat, mestinya tidak dishare untuk konsumsi publik. Nama objek, alamat, identitas pribadi, kondisi fisik dan mental maupun status sosial seseorang merupakan wilayah privat yang harus mendapatkan ijin dari yang bersangkutan. Gambar penderitaan, korban luka, dan mayat atau jenazah perlu pertimbangan etis untuk tidak diambil dan disebar luaskan.

Kehati-hatian Merupakan Simpati bagi Korban Bencana

Selain bantuan fisik dan materi, kehati-hatian kita dalam mengambil, mengakses, dan membagikan berita atau gambar bencana merupakan bantuan nyata yang bersifat psikologis. Hal tersebut juga merupakan simpati nyata yang bisa kita berikan pada korban bencana. Bahkan informasi yang tepat (akurat, relevan, dan etis) bisa sangat membantu dalam proses penanganan fisik, dan materi yang juga tepat.

Belajar dari tsunami Aceh pada tahun 2004, tsunami Kepulauan Mentawai 2010 di Indonesia, maka informasi tsunami Palu-Sulteng harusnya ditangani dengan lebih baik. Tsunami Aceh banyak menyebarkan gambar-gambar yang mestinya masuk masalah privat, dan pertimbangan etis. Dimana efek dari itu adalah healing pasca bencana yang tidak kalah beratnya. Beban psikologis anggota keluarga, dan masyarakat yang perlu penanganan panjang. Intervensi asing yang luar biasa, hampir lepas kontrol. Begitupula dengan tsunami Mentawai yang kurang hati-hati mengelola komentar pejabat negara. Kita bisa belajar dari Jepang saat mengelola informasi tsunami Jepang tahun 2011. Tidak ditemukan gambar-gambar dan video yang liar dan apalagi tidak etis. Media massa dan media sosial Jepang sangat paham akan dampak negative dari penyebaran informasi atau pesan yang kontra produktif. Baik terhadap proses penanganan bencana bagi korban bencana maupun bagi citra negara Jepang di mata dunia.

Beredarnya meme Pray For Donggala-Palu, tagar Pray For Palu, pesan-pesan tentang penggalangan dana yang beredar di sosial media merupakan contoh pesan yang baik karena itu efeknya tentu positif. Semoga saudara-saudara kita di Donggala, Palu, dan sekitarnya yang terkena dampak selalu tabah dan bisa melewati musibah.