

**ETIKA PEMBERITAAN POLITIK DALAM MEDIA MASSA  
TINJAUAN ETIKA ISLAM**

**(Studi Analisis Berita Pergantian Kepemimpinan Nasional  
Bulan September-Oktober 2004 di Media Cetak Nasional)**



**SINOPSIS TESIS**

Oleh

**Joko Tri Haryanto**

NIM : 5203022

**PROGRAM MAGISTER  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) WALISONGO  
2008**

**SINOPSIS**  
**ETIKA PEMBERITAAN POLITIK DALAM MEDIA MASSA**  
**TINJAUAN ETIKA ISLAM**  
**(Studi Analisis Berita Pergantian Kepemimpinan Nasional**  
**Bulan September-Oktober 2004 di Media Cetak Nasional)**

**A. Pendahuluan**

Perkembangan masyarakat tak lepas dari peran penyebaran informasi. Masa sekarang pun disebut sebagai era informasi oleh karena begitu banyaknya arus informasi yang memberondong ke masyarakat, sekaligus kepentingan besar masyarakat untuk mendapatkannya. Penyebaran informasi ini tidak lepas dari peran pers, jurnalis dan media massa. Dari berbagai aktivitas pers dan jurnalistik, dirumuskan 4 fungsi dan tanggungjawab pers, yakni informasi, edukasi, intertainment dan kontrol sosial. Dalam perspektif politik, kontrol sosial dimaksudkan adalah untuk mengawasi perilaku sosial dan politik masyarakat terutama pihak kekuasaan (*watch dog*), Transparansi akuntabilitas publik bagi para pejabat dan media bagi pendapat rakyat. Itu sebabnya Pers termasuk salah satu dari 4 pilar demokrasi (*the fourth estate*): eksekutif, legislatif, yudikatif dan pers (Muhtadi, 1999:48).

Gambaran di atas menunjukkan citra ideal pers, yaitu sebagai bagian upaya membangun masyarakat kewargaan (*civil society*/masyarakat madani) melalui konsep ruang publik (*public sphere*), di mana ruang bagi semua individu warga negara bisa melibatkan diri dalam berbagai diskursus tentang berbagai masalah bersama dalam kerangka pencapaian konsensus di antara mereka sendiri maupun untuk mengontrol negara dan pasar. Oleh karena itu pers senantiasa dituntut untuk bertindak independen dan obyektif, yang ini ditunjukkan melalui kode etik jurnalistik (Sudibyo, 1999:6).

Dalam perkembangan pers dan media massa di Indonesia, selama kekuasaan Orde Baru fungsi dan perannya mengalami keterbelengguan oleh

represi negara. Baru setelah era reformasi pers Indonesia mendapatkan kemerdekaannya untuk dapat memungkinkan dirinya menjadi *public sphere* tersebut. Namun setelah kebebasannya ini, kita malah sering mendengar keluhan dari publik tentang media massa yang bertindak tidak obyektif, sepihak, mengingkari *cover both side*, menimbulkan bias, dan sebagainya sebagai mana yang ditetapkan dalam kode etika jurnalistik (Dharma, 2003: iii). Proses dari sebuah peristiwa menjadi berita tidak terjadi begitu saja, melainkan melewati konstruksi dan interpretasi. Berita bukanlah peristiwa itu sendiri, melainkan upaya rekonstruksi kerangka inti dari peristiwa yang disesuaikan dengan kerangka acuan agar peristiwa itu memiliki arti penting bagi pembaca. (Eriyanto, 2002:2).

Pers memang harus diberi keleluasaan dan kebebasan dalam mencari dan menyiarkan informasi ke masyarakat. Namun demikian pers tidak lantas bebas sebebaskan-bebasnya, melainkan terikat dengan etika profesi yang melingkupinya, yakni etika jurnalistik. Etika jurnalistik ini menjadi standar moral dan etis bagi wartawan dan praktisi pers yang harus diperhatikan dan ditaati. Demikian pula, citra ideal yang selama ini telah terbangun dan melekat pada para aktivis pers mestinya menjadi rambu-rambu atas orientasi dan tujuan yang hendak mereka capai melalui kegiatan-kegiatan persnya. Media massa tidak sekedar berisi informasi dan entertainment saja, tetapi juga edukasi dan kontrol sosial.

Harus diakui, selama ini media massa juga telah melakukan fungsi-fungsinya tersebut, namun nampaknya banyak media massa yang belum melakukannya secara proporsional. Terutama bahwa pers sendiri juga sebagai agen perubahan sosial dan pilar keempat demokrasi berarti tidak sekedar menjadi media kosong yang dapat diisi oleh siapa saja (terlebih hanya pada yang memiliki kekuasaan kapital dan politis), melainkan memiliki otoritas dan otonomi untuk menentukan dan bertindak sesuai cita ideal dan fungsinya, terutama dalam memenuhi tanggungjawab sosialnya. Dalam hal ini keterpihakan kepada kepentingan masyarakat yang lebih besar selaras dengan nilai-nilai kebenaran, keadilan dan kemanusiaan yang universal. Optimalisasi fungsi dan peran media massa dalam masyarakat demokratis menuntut dipatuhinya etika jurnalistik yang melingkupi tanggungjawabnya (Abrar, 2001:18).

Dalam masyarakat Indonesia, di mana nilai-nilai agama masih dipandang memiliki peranan penting dalam acuan perilaku masyarakat, maka pemberitaan di media massa pun semestinya mempertimbangkan nilai-nilai tersebut, di samping norma-norma sosial yang terbentuk dari adat budaya maupun tata perundangan yang berlaku. Nilai-nilai agama, khususnya nilai-nilai dalam ajaran Islam sebagai agama yang dianut mayoritas masyarakat Indonesia, dipastikan berpengaruh baik langsung maupun tidak langsung dalam perilaku pers dan etika pemberitaan di media massa. Oleh karenanya komitmen terhadap etika pemberitaan dan jurnalistik ini dengan sendirinya tidak sekedar tuntutan profesi, melainkan juga pengamalan ajaran Islam.

Terlebih dalam pemberitaan politik, media berperan sebagai transmitter pesan-pesan politik dari luar dirinya, sekaligus pesan politik wartawan kepada khalayak (Hamad, 2004:1). Oleh karena itu berbagai kajian dan kritik terhadap pemberitaan di media massa menjadi penting untuk menunjukkan alternatif pembacaan media massa sehingga publik dapat mencermati pemberitaan-pemberitaan di media massa secara aktif dan cerdas (Eriyanto, 2002:7). Masyarakat yang melek baca (*literate society*) akan dapat melakukan seleksi, kritis dan pembacaan informasi di media massa secara lebih baik sehingga mampu menerapkannya dalam penentuan sikap sosial dan politiknya secara bijaksana (Sudibyo, 2001:7). Pemberitaan peristiwa politik yang etis akan sumber artikulasi politik bagi masyarakat, sehingga masyarakat dapat berperan serta dalam proses berpolitik secara maksimal.

Dalam hal ini pemberitaan politik difokuskan pada berita-berita tentang pergantian kepemimpinan nasional, yakni masa peralihan pemerintahan Presiden Megawati kepada Presiden Susilo Bambang Yudhoyono pada bulan September dan Oktober 2004. Peristiwa pergantian kepemimpinan nasional ini merupakan peristiwa yang sangat penting bagi bangsa Indonesia, yakni untuk pertama kalinya bangsa Indonesia melakukan pemilihan presiden dan wakil presiden secara langsung. Oleh karena pentingnya peristiwa pemilihan presiden (Pilpres) secara langsung ini bagi masa depan bangsa dan perkembangan demokrasi Indonesia, semua media massa menaruh perhatian besar terhadap peristiwa ini.

## **Permasalahan dan Metode Penelitian**

Penelitian ini bermaksud untuk mengungkapkan etika pemberitaan politik tentang pergantian kepemimpinan nasional dan mengetahui tinjauan etika Islam terhadap etika pemberitaan politik tentang pergantian kepemimpinan nasional dalam media massa cetak nasional yaitu Harian Kompas, Republika, Jawa Pos dan Media Indonesia pada bulan September dan Oktober 2004.

Fokus penelitian ini adalah persoalan etika pemberitaan pada bulan September dan Oktober 2004 yang merupakan bulan yang kritis dalam pergantian kepemimpinan nasional. Dalam bulan September dan Oktober 2004 tersebut terdapat masa kampanye, hari pelaksanaan pemilu dan penetapan hasil serta pelantikan presiden terpilih. Dasar pemikiran pemilihan media massa yang menjadi obyek penelitian juga difokuskan pada media harian yang penyebarannya bersifat nasional, dipandang memiliki pengaruh yang besar dalam masyarakat pembaca, dan tingkat survival yang tinggi. Dalam hal ini media massa yang dipandang tepat adalah Harian Kompas, Republika, Jawa Pos dan Media Indonesia. Selain itu, pemilihan media cetak ini juga didasarkan pada asumsi perbedaan karakteristik dari keempat media tersebut. Harian Kompas dipandang cukup mewakili kelompok media yang berhaluan nasionalis, Republika mewakili koran Islam moderat, Jawa Pos yang mengakui ideologinya adalah ideologi pasar, dan Media Indonesia yang dipandang mewakili representasi pemiliknya yaitu Suryo Paloh yang adalah petinggi di Partai Golkar.

Bahan-bahan yang akan dipergunakan dalam penelitian ini akan diperoleh dan dikumpulkan melalui metode dokumentasi dan *library research*. Sumber primer dalam penelitian ini berupa dokumentasi berita-berita tentang pergantian kepemimpinan nasional, yaitu peralihan kekuasaan dari Presiden Megawati kepada Presiden Susilo Bambang Yudhoyono pada bulan September dan Oktober 2004 termasuk di dalamnya pemberitaan tentang kampanye, kandidat, pendukung partai, pemilu, penetapan hasil pemilu dan Pelantikan presiden dan wakil presiden yang dimuat di Harian Kompas, Republika, Jawa Pos dan Media Indonesia

Metode analisis dalam penelitian ini mencakup 2 jenis kerangka analisis. Pertama, analisis teks media melalui metode Analisis Wacana Kritis (*Critical*

*Discourse Analysis / CDA*) dengan menggunakan analisis Norman Fairclough, yang membagi analisisnya dalam tiga dimensi: *teks*, *discourse practice*, dan *sociocultural practice* (Eriyanto, 2001 : 286) Kedua, penelitian filsafat yaitu melakukan eksplisitasi tentang hakikat realitas yang ada dalam kehidupan manusia melalui kegiatan yang reflektif atau mencari pemahaman dalam kegiatan perenungan rasional dengan cara *inventif* dan bersifat *heuristis*. (Bakker, 1992 : 17) Kerangka analisis ini dipergunakan untuk melakukan refleksi terhadap hasil analisis sebelumnya dengan hampiran interpretasi (*hermeneutis*) untuk menafsirkan hubungan antara aktivitas pemberitaan politik dan konteks sosial politik dewasa ini dengan pemikiran etika Islam.

Cara pandang kritis memungkinkan untuk melihat pemberitaan sebagai suatu perilaku media massa yang kongkrit sehingga semestinya dapat dikenai penilaian moral atau etika. Perilaku media cetak dalam pemberitaannya bisa bernilai baik dan buruk berdasarkan standar norma etika yang melingkupi perikehidupan media cetak. Untuk operasionalisasi paradigma kritis ini, maka dilakukan suatu analisis melalui teknik analisis isi (*content analysis*) yang dikembangkan dalam analisis wacana (*discourse analysis*). Analisis wacana ini mempergunakan analisis wacana dengan pendekatan kritis melalui metode yang disusun oleh Norman Fairclough. Tentu saja metode analisis dari Fairclough tidak dipergunakan apa adanya, melainkan dikembangkan sesuai dengan kebutuhan analisis penelitian ini, yaitu melihat etika pemberitaan mengenai pergantian kepemimpinan nasional. Pada dasarnya analisis Fairclough bermaksud menjawab bagaimana hubungan teks yang mikro dengan konteks masyarakat yang makro, dalam hal ini ia melihat bahasa sebagai praktik kekuasaan, untuk itu ia membagi analisisnya dalam tiga dimensi, yaitu a) *teks*, b) *discourse practice*, dan c) *sociocultural practice*. (Eriyanto, 2003 : 285-286) (Hamad, 2004 : 35)

Penelitian ini menggunakan metode Fairclough yang disesuaikan dengan maksud penelitian ini. Metode Fairclough dalam penelitian ini diberlakukan dengan tidak konsisten tetapi dengan penyesuaian-penyesuaian dengan pertimbangan bahwa *discourse analysis* (DA) atau analisis wacana pada umumnya ditujukan untuk membongkar wacana yang dibangun oleh teks dengan

pendekatan tertentu, salah satunya adalah pendekatan kritis dalam *critical discourse analysis* (CDA). Sementara penelitian ini tidak difokuskan pada pembongkaran wacana dari produksi teks, melainkan melihat teks sebagai manifestasi perilaku media yang cukup relevan dikenai penilaian moral atau etika. Namun demikian kerangka Fairclough yang meliputi analisis mikro (teks), analisis intermedia (tindakan pelaku media), dan analisis makro (sosiokultural) tetap akan dipergunakan.

Pada penelitian ini, level analisis mikro akan mengkaji teks dengan menggunakan standar *media performance* yang dikemukakan oleh McQuail (1992 : 96), yaitu pada dimensi faktualitas dan imparialitas. Dimensi faktualitas meliputi kebenaran (*factualness, accuracy, completeness, informativeness*) dan relevansi (*normative theory, journalistic, audience, real world*). Sedangkan dimensi imparialitas akan meliputi *balance criteria (equal proportional access, even handed evaluation)* dan *neutral presentation (non-evaluate dan non-sensational)*. Dari dimensi-dimensi tersebut akan dianalisis dengan teknik *content analysis* untuk mendapatkan data kuantitatif presentase masing-masing dimensi, sehingga dapat dipergunakan sebagai bahan inferensi untuk pijakan melakukan analisis di tahap berikutnya. Untuk kegiatan pada tahap ini pengolahan data dibantu dengan menggunakan SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*).

**Tabel : Kerangka Kerja Analisis Penelitian Etika Pemberitaan**

Level	Tingkatan	Metode
Analisis mikro	<i>Teks</i>	“Dimensi” teks pemberitaan
Analisis meso / intermedia	<i>Discourse practice</i>	Dialog dengan teks “perilaku tersirat”
Analisis makro	<i>Sociocultural practice</i>	Penelusuran pustaka tentang sistem etika

Dari keempat media cetak tersebut obyek analisis difokuskan pada pemberitaan yang dimuat selama bulan September dan Oktober 2004, di mana pada bulan-bulan tersebut merupakan waktu “kritis” dalam pergantian kepemimpinan nasional. Dalam dua bulan itu, proses politik nasional yang sangat menentukan masa depan bangsa Indonesia dilakukan tahapan-tahapannya, yang

meliputi kampanye tahap II, pemilihan presiden dan wakil presiden tahap II, penetapan dan pengumuman hasil pemilihan, dan pelantikan presiden terpilih. Jumlah keseluruhan teks pemberitaan yang dianalisis dari keempat media cetak tersebut dapat dilihat dalam tabel berikut:

**Tabel : Jumlah Berita di Media Cetak yang Dianalisis**

Edisi bulan & tahun	Kompas	Republika	Media Indonesia	Jawa Pos
September 2004	144	46	102	104
Oktober 2004	102	56	74	135
<b>Total</b>	<b>246</b>	<b>102</b>	<b>176</b>	<b>239</b>

Media cetak nasional ini mengangkat pemberitaan seputar pilpres langsung yang meliputi tema-tema yang pada umumnya sesuai dengan tahapan dalam pemilihan langsung tahap II pada bulan September dan Oktober 2004, seperti terlihat dalam tabel berikut :

**Tabel : Tema-tema Pemberitaan Seputar Pilpres 2004**

Tema Berita (Jawaban dapat lebih dari satu)	Kompas		Republika		Media Indonesia		Jawa Pos	
	@	%	@	%	@	%	@	%
Kandidat	43	17.5	21	20.6	53	30	48	20
Partai Politik	21	8.5	7	6.8	19	10.8	43	17.9
Kampanye	37	15	16	15.7	8	4.5	12	5
Pemilihan Umum	34	13.8	10	9.8	6	3.5	24	10
Kemenangan SBY-JK	53	21.5	19	18.6	49	27.8	26	10.8
Serahterima Kekuasaan/pelantikan	21	8.5	7	6.8	12	6.8	17	7.1
Kabinet SBY-JK	20	8	17	16.6	21	11.9	45	18.8
Seratus Hari Pemerintahan SBY-JK	16	6.5	8	7.8	9	5.1	10	4.1
Lain-lain	17	6.9	8	7.8	7	3.9	25	10.4

## **B. Akhlak dan Etika Islam tentang Pemberitaan**

Persoalan etika sangat erat berhubungan dengan agama, bahkan seringkali perbuatan manusia dalam kehidupan sehari-hari dilandasi oleh motivasi agama. Orang sering menghubungkan suatu keputusan untuk melakukan atau tidak



melakukan suatu perbuatan didasari keyakinan bahwa perbuatan tersebut diperintahkan atau dilarang oleh agama. Tentu saja landasan perbuatan dan tingkah laku manusia itu tidak hanya dilandasi oleh ketentuan-ketentuan dalam agama saja, tetapi landasan-landasan berperilaku ini bisa berasal dari banyak sumber seperti pemikiran filsafat dan adat-istiadat. Perbuatan manusia yang sesuai dengan perintah Tuhan atau agama dipandang sebagai perbuatan yang baik dan dikatakan beretika, bermoral atau berakhlak, sedangkan perbuatan yang melanggar larangan-larangan dalam agama akan dinilai sebagai perbuatan yang buruk dan disebut tidak beretika, *immoral* atau akhlak yang buruk. Agama memberi tuntunan bagi manusia menjalani kehidupan ini dalam bentuk acuan tingkah laku dan perbuatan.

Dalam pandangan Islam, etika merujuk pada istilah akhlak dengan pengertian keyakinan etikal yang harus dipenuhi sekaligus pelaksanaan dari keyakinannya tersebut. Bahkan etika dalam kajian para filosof muslim menjadi bagian dari tema keimanan, yakni akhlak menjadi perwujudan dari keimanan itu. (Subhi, 2001 : 30) Etika pada umumnya didasari dengan pertimbangan akal pikiran, kerangka filsafat tertentu, moralitas atau adat kebiasaan suatu masyarakat tertentu. Namun akhlak sebagai etika dalam Islam, landasan nilai baik dan buruk didasarkan pada sumber-sumber utama ajaran Islam yaitu Al-Qur'an dan As-Sunnah. Posisi Al-Qur'an dan As-Sunnah dalam pemikiran etika Islam atau akhlak memang menduduki sumber utama, tetapi etika Islam juga terbuka kepada sumber-sumber yang lain seperti rasio atau filsafat dan adat masyarakat. Hal ini karena ada beberapa aturan etika yang termasuk dalam wilayah rasional seperti akhlak dalam kehidupan sosial dan sebagainya. (Syukur, 2002, 184)

Satu hal lagi yang khas tentang etika Islam adalah perhatian etika Islam bertolak dari kondisi kejiwaan manusia. Dalam setiap pembahasan etika Islam atau akhlak ini para etikawan Islam selalu membicarakannya bertolak dari kondisi jiwa atau keadaan yang tertanam dalam jiwa. Menurut Ibn Miskawaih (932-1030), "*Khuluq* (akhlak) adalah keadaan jiwa yang mendorong (mengajak) untuk melakukan perbuatan-perbuatan tanpa dipikir dan dipertimbangkan lebih dahulu". (Miskawaih, 1994 : 56) Demikian juga yang diutarakan oleh Al-

Ghazali (1058-1111), "*Khuluk* (akhlak) adalah sifat atau bentuk atau keadaan yang tertanam dalam jiwa, yang dari padanya lahir perbuatan-perbuatan dengan mudah dan gampang, tanpa perlu dipikirkan dan dipertimbangkan lagi." (Ghazali, tt. : 52)

Pada dasarnya etika menyoroiti perilaku atau perbuatan manusia dan memberi penilaian atas perbuatan itu sebagai bernilai baik atau buruk. Secara etis makna "baik" mengarah pada sesuatu yang disetujui, anjuran, keunggulan, kebaikan, kekaguman dan keselarasan. Hal-hal tersebut dimaksudkan untuk menyampaikan sesuatu yang disukai, menguntungkan, ramah, jujur dan terpuji. Sebaliknya, istilah "buruk" secara moral dipandang rendah, rusak, ketidakbaikan, dan tidak dapat diterima. (Angeles, 1981 : 86, 111) Nilai baik dan buruk ini pada dataran etika bersifat universal, tetapi dalam praktisnya dapat berbeda-beda. (Bertens, 1993 : 150)

Sebagaimana konsep-konsep etika Islam yang bertebaran dalam al-Qur'an dan sunnah yang diterima anut oleh umat Islam. Diantaranya adalah konsep "baik" dalam istilah *ma'ruf, salih, birr, khair, hasan, thayyib*, dan *halal*. Sedangkan konsep "buruk" ada pada istilah *munkar, fasad, sharr, saw/su', fahsya'/fahisyah*, dan sebagainya. Semua istilah-istilah dalam al-Qur'an yang dikaji oleh Izitsu (1993) ini memiliki nuansa pengertian yang sangat kaya, baik hubungan dengan Tuhan maupun dengan masyarakat sosial.

Suatu perbuatan dipandang baik tidak saja karena memiliki tujuan yang baik, tetapi juga harus dilakukan dengan cara yang baik pula. Hal ini senada dengan pandangan Plato, filsuf Yunani kuno, bahwa suatu keutamaan yang benar bukan hanya perbuatannya yang benar, karena perbuatan yang benar kadang muncul dari dasar yang batil, tetapi keutamaan yang benar adalah perbuatan baik yang timbul dari pengetahuan yang benar dan motif yang benar. (Amin, 1991: 209) Tentang keutamaan ini Aristotles, murid Plato, mengungkapkan teori moderasi (*The Golden Mean*), yakni tiap-tiap keutamaan berada di tengah-tengah dua keburukan, yaitu keburukan kekurangan dan keburukan kelebihan. (Amin, 1991: 111) Pemikiran Aristotles ini banyak berpengaruh terhadap para etikawan dan filosof muslim, di antaranya adalah Ibn Miskawaih. Menurutnya, setiap

keutamaan berada di tengah 2 ektrim yang tercela di dua ujungnya. Keutamaan itu terletak pada “jalan tengah” (*al-Wasath*) yang diartikan keseimbangan, moderat, harmoni, utama, mulia atau posisi tengah antara dua ekstrem (Miskawaih, 1994 : 44-45) Posisi tengah yang dimaksud bukanlah posisi secara matematis, melainkan relatif yang dipahami secara umum sebagai antara 2 sisi yang dinamis. (Suwito, 2004 : 95)

**Tabel : Jalan Tengah dan 2 Ekstrimnya**

<b>Ekstrim kekurangan (al-Tafrith)</b>	<b>Posisi Tengah (al-Wasath)</b>	<b>Ekstrim kelebihan (al-Ifrath)</b>
Teraniaya ( <i>al-Dzulm</i> )	Keadilan ( <i>al-'Adalah</i> )	Menganiaya ( <i>al-Indzilm</i> )
Kedunguan ( <i>al-Baladah</i> )	Kebijaksanaan( <i>al-Hikmah</i> )	Kelancangan ( <i>al-Safh</i> )
Pengecut ( <i>al-Jubn</i> )	Keberanian ( <i>al-Saja'ah</i> )	Nekad ( <i>al-Tahawwur</i> )
Dingin hati ( <i>al-Khumud</i> )	Sederhana/menahan diri ( <i>al-Iffah</i> )	Rakus ( <i>al-Syarh</i> )

(Suwito, 2004 : 93), (Miskawaih, 1994 : 52)

Media massa sebagai suatu institusi yang hidup dalam masyarakat dengan sendirinya juga terikat dengan nilai-nilai etika yang berkembang di masyarakat. Nilai-nilai etika di masyarakat dengan sendirinya mengikat dirinya dalam melakukan aktivitas-aktivitas pemberitaan, sebagai suatu bentuk interaksi dirinya dengan masyarakat. Media massa untuk dapat memerankan fungsinya secara maksimal membutuhkan kebebasan. Masyarakat demokrasi yang hendak dibangun membutuhkan partisipasi publik yang maksimal, diantara saluran partisipasi tersebut adalah adanya media massa yang bebas. Tidak dipungkiri bahwa dengan kebebasan ini, media massa dapat menjadi lebih baik atau malah lebih buruk. Namun demikian, peran media massa sebagai wadah artikulasi politik dan ruang publik bagi masyarakat demokrasi tidak dapat digantikan begitu saja oleh lembaga-lembaga sosial yang lain. Melalui media massa, masyarakat dapat melakukan kritik maupun autokritik bagi kemajuan bersama.

Namun kebebasan dalam pandangan Islam dibangun atas dasar prinsip-prinsip tertentu. Pertama, hati nurani manusia hanya bergantung kepada Tuhan semata, yakni kepada siapa manusia harus bertanggungjawab. Kedua, setiap manusia secara pribadi bertanggungjawab atas perbuatannya dan ia sendiri yang

harus menanggung akibat perbuatannya. Ketiga, Tuhan sudah mendelegasikan kepada manusia tanggungjawab untuk mengambil keputusan. Keempat, manusia telah diberi cukup bimbingan spiritual dan kualitas rasional yang memungkinkan mengambil pilihan yang baik dan bertanggungjawab. Prinsip-prinsip tersebut menunjukkan kebebasan yang dituntut oleh etika Islam adalah kebebasan yang bertanggungjawab. (Mulyana, 2001 : 127)

Jika dalam pandangan etika Islam – bagi manusia—tolakan sikap moral atau akhlak dibangun dari kondisi jiwa (*khuluq*), maka jiwa bagi media adalah para pelaku pemberitaan media itu sendiri, yakni wartawan, editor, dan redaktur sebagai *gatekeeper*<sup>1</sup>, serta tentu saja pemilik media (*media owner*). Media massa hanyalah refleksi sikap dan pandangan dari orang-orang yang terlibat dalam proses pemberitaan. Maka etika pemberitaan sangat tergantung pula pada orientasi moral para pelakunya dalam mengolah pemberitaan dalam *newsroom* (dapur redaksi). Dalam pandangan kritis, para *gatekeeper* yang berada di dapur redaksi tidak bisa dipisahkan dari nilai dan ideologi yang diyakini atau dianut, (Eriyanto, 2003 : 33) terlebih nilai dan ideologi media yang dibangun melalui penetapan visi media.

Demikian juga dengan konsep adil dalam konteks pemberitaan ditunjukkan yang ditunjukkan dengan istilah-istilah seperti *relevance* (relevansi), *balance* dan *cover both side* (seimbang), *neutral* dan *Impartiality* (netral dan tidak memihak), dan *proportional* (proporsional). Pemberitaan di media massa harus memiliki relevansi dengan kepentingan masyarakat baik untuk individu-individu dan terutama untuk kepentingan umum. Media massa hadir dalam masyarakat, oleh karena itu tidak boleh tercerabut dari akar masyarakatnya. Termasuk di dalamnya menimbang apakah pemberitaannya melanggar hak privasi atau benar-benar signifikan bagi masyarakat. Adil dalam konteks relevansi ini adalah menilai seleksi kualitas berita (*news selection*), (Rahayu, 2006 : 19) yakni

---

<sup>1</sup> *Gatekeeper* atau penjaga gawang adalah istilah yang umum dipakai dalam kajian komunikasi untuk menggambarkan fungsi agen yang memfasilitasi proses informasi dalam masyarakat. *Gatekeeper* ini memberikan akses lalu lintas data dan informasi dari penyampai pesan ke penerima pesan dalam suatu bidang tanggapan indrawi segera (*immediate sensory field*). (Manca, 1998 : 48)

kegiatan mengukur, menyeleksi dan mengelola materi pemberitaan agar sesuai dengan situasi, kepentingan dan tujuan masyarakat.

Selanjutnya konsep etika Islam mengenai kebenaran (*al-sidq*) yakni menginformasikan sesuatu sesuai dengan kenyataan, mengarahkan kepada cara berfikir yang positif (*'aql mujib*). Indriyanti mengutip Jalaluddin Rakhmat, mengungkapkan bahwa konsep kebenaran dan kejujuran ini dengan sangat baik dioperasikan dalam kode etik *Sigma Delta Chi, the Society of Professional Journalism*, yang menyatakan: *the duty of journalist is to serve the truth*. (Indriyanti, 2006 : 79) Senada dengan Kovach (2006: 38) tentang elemen jurnalisme, kewajiban pertama jurnalisme adalah pada kebenaran. Konsep kebenaran-kejujuran ini dalam perspektif media massa meliputi *fairness, truth, accuracy*, konfirmasi dan *check and recheck*.. Konsep-konsep jurnalisme tersebut mengisyaratkan kewajiban etis pelaku pemberitaan untuk bertindak jujur, menyampaikan kebenaran, tidak melakukan manipulasi informasi, pemutarbalikan pesan (*spinning of words*) dan selalu mencari keakuratan dan valisitas kebenaran yang diterima dan disampaikannya. Dalam tradisi Islam, konsep ini dikenal dengan istilah *tabayyun*.

Konsep lainnya dalam etika Islam yang berhubungan dengan media massa adalah *amar ma'ruf nahi munkar* yakni diterapkan melalui fungsi kontrol sosial. Media massa menjadi sarana bagi masyarakat untuk mengontrol kekuasaan/pemerintah sekaligus mengontrol diri sendiri, sehingga terjadi dinamika dalam masyarakat. Media massa berperan dalam mengontrol perilaku masyarakat dan kekuasaan agar selaras dengan nilai-nilai masyarakat sekaligus membantu mengkonstruksi cara mewujudkan tujuannya. Dalam proses perubahan masyarakat dan pendewasaan berfikir, kritik sosial ini akan dapat menyadarkan masyarakat luas untuk mencari solusi dari situasi persoalan yang ada. (Susanto, 1977 : 7) Kaitannya dengan *ma'ruf* dan *munkar*, kritik sosial melalui pemberitaan di media massa juga harus menimbang situasi masyarakat di mana kritik tersebut ditujukan sehingga tidak menimbulkan kemudlaratan. Kritik sosial tidak boleh malah menjadi kontraproduktif dengan tujuan kritik itu sendiri karena dipandang sebagai tindakan ke-*munkar*-an oleh masyarakat.

### C. Diskripsi Etika Pemberitaan Pilpres 2004

#### Analisis pada Tingkat Teks

Pelibat wacana dalam pemberitaan ditampilkan secara beragam dari unsur-unsur yang mewakili pihak-pihak yang berkepentingan dengan pembentukan opini publik. Keragaman pelibat wacana ini penting dalam memberi perspektif yang lebih luas dan beragam tentang tema pemberitaan, sekaligus menambah nilai informasi bagi khalayak pembaca. Perbandingan pelibat wacana dalam pemberitaan politik pergantian kepemimpinan nasional atau pemilihan presiden 2004 dalam media massa dapat dilihat dalam tabel-tabel berikut:

**Tabel : Pelibat Wacana Sebagai Sumber Berita**

Sumber Berita (Jawaban Lebih dari satu)	Kompas	Republika	Media Indonesia	Jawa Pos
Capres-Cawapres	90 (36.6%)	42 (41.2%)	99 (56.3%)	59 (24.7%)
Petinggi Partai	48 (19.5%)	21 (20.6%)	44 (25%)	88 (36.8%)
Pengamat Politik	72 (29.3%)	11 (10.8%)	18 (10.3%)	29 (12.1%)
Aparatur Pemerintah	80 (32.5%)	51 (50%)	48 (27.3%)	68 (28.5%)
Masyarakat Umum	77 (31.3%)	30 (29.4%)	68 (38.6%)	48 (20.1%)

**Tabel : Pelibat Wacana-Capres sebagai Fokus Berita**

Capres sebagai Fokus Berita	Kompas	Republika	Media Indonesia	Jawa Pos
SBY-JK	70 (28.5%)	35 (34.3%)	73 (41.5%)	65 (27.2%)
Mega-Hasyim	51 (20.7%)	19 (18.6%)	47 (26.7%)	41 (17.2%)

**Tabel : Pelibat Wacana dalam Pemunculan Partai Politik**

<b>Partai Politik dalam Berita</b> (Jawaban dapat lebih dari satu)	Kompas	Republika	Media Indonesia	Jawa Pos
PDI-P	22 (8.9%)	6 (5.9%)	14 (7.9%)	25 (10.4%)
Golkar	16 (6.5%)	3 (2.9%)	7 (3.9%)	18 (7.5%)
PPP	13 (5.3%)	2 (1.9%)	7 (3.9%)	7 (2.9%)
PKB	7 (2.8%)	7 (2.8%)	7 (3.9%)	17 (7.1%)
PAN	1 (0.4%)	6 (5.8%)	4 (2.3%)	6 (2.5%)
PKS	6 (2.4%)	3 (2.9%)	8 (4.5%)	14 (5.8%)
Partai Demokrat	3 (1.2%)	1 (0.9%)	1 (0.6%)	16 (6.7%)
PBB	5 (2%)	3 (2.9%)	7 (3.9%)	1 (0.4%)
Lain-lain	2 (0.8%)	3 (2.9%)	3 (1.7%)	6 (2.5%)

**Tabel Pelibat Wacana dalam Pemunculan Lembaga Negara / ormas**

<b>Lembaga Negara/Ormas</b> (jawaban dapat lebih dari satu)	Kompas	Republika	Media Indonesia	Jawa Pos
Pemerintah	46 (18.7%)	28 (27.5%)	31 (17.6%)	40 (16.7%)
DPR/MPR	4 (1.6%)	10 (9.8%)	7 (3.9%)	10 (4.2%)
KPU	35 (14.2%)	10 (9.8%)	8 (4.5%)	23 (9.6%)
MA/Mahkamah Konstitusi	7 (2.8%)	0 (0%)	5 (2.85%)	1 (0.4%)
Ormas, LSM, dan lainnya	17 (6.9%)	11 (4.5%)	8 (4.5%)	36 (15.1%)

Berita harus berlandaskan pada fakta dan kebenaran. Selama tidak ada bantahan maka pemberitaan itu “dianggap” benar. Namun fakta yang bersinggungan dengan satu pihak secara etika dilakukan proses *check-recheck* atau konfirmasi sebagai bentuk keadilan untuk memberi kesempatan pihak tersebut menanggapi suatu fakta tertentu yang menyangkut dirinya. Proses ini telah dilakukan oleh media cetak nasional meskipun ada gradasi dari media cetak yang diteliti, yakni paling tinggi Jawa pos (95%), dilanjutkan Media Indonesia (94.3%), Republika (88.2%) dan Kompas (78.49%).

**Tabel : Dimensi Faktualitas melalui Konfirmasi**

<b>Konfirmasi yang Bersangkutan</b>	Kompas	Republika	Media Indonesia	Jawa Pos
Ya	193	90	166	227
	(78.49%)	(88.2%)	(94.3%)	(95%)
Tidak	53	12	10	12
	(21.59%)	(11.7%)	(5.7%)	(5%)
Total	246	102	176	239

Dalam hal jenis fakta yang menjadi dasar pemberitaan politik, antara fakta empiris dan sosiologis relatif berimbang. Fakta empiris yang dimaksud adalah berita tersebut merujuk kepada fakta peristiwa (secara mikro) tertentu, sedangkan fakta sosiologis merujuk pada fakta kondisi sosiologis (secara makro) yang berkembang dalam masyarakat seperti sistem politik, norma demokrasi, dan sistem sosial-budaya. Fakta psikologis yang merujuk pada aspek psikologis seperti perasaan senang-sedih, suka-tidak suka, dan sebagainya yang sangat memungkinkan munculnya bias dalam pemberitaan. Jenis Fakta ini cukup penting untuk melihat aspek relevansi pemberitaan dengan sosiokultural masyarakat sehingga memang layak untuk diberitakan.

Dalam media cetak nasional sudah terlihat upaya untuk menampilkan informasi yang berbasis pada fakta empiris yang biasanya peristiwa aktual, sekaligus juga fakta sosiologis yang memberi kedalaman pemberitaan dari sisi substansi yang penting bagi masyarakat, sehingga tidak terjebak pada persoalan dipermukaan.



**Tabel : Dimensi Faktualitas Merujuk pada Jenis Fakta**

<b>Merujuk pada fakta</b> (Jawaban dapat lebih dari satu)	Kompas	Republika	Media Indonesia	Jawa Pos
Empiris	159	91	152	231
	(64.6%)	(89.2%)	(86.4%)	(96.6%)
Sosiologis	108	24	34	5
	(43.9%)	(23.5%)	(19.3%)	(2.1%)
Psikologis	8	5	13	3
	(3.3%)	(4.9%)	(7.4%)	(1.3%)

Demikian juga relevansi dengan sisi jurnalistik dilihat dari aspek-aspek dari fakta-fakta tersebut yang mengandung nilai berita, semakin banyak mengandung nilai berita, semakin baik dan semakin relevan untuk diberitakan. Namun jenis nilai berita yang dipilih juga memiliki konsekuensi terhadap kedalaman informasi pemberitaan. Pilihan aktualitas sudah sewajarnya menjadi pilihan pertama, tetapi pilihan berikutnya menjadi berbeda, yakni Kompas, republika dan Media Indonesia memilih dengan urutan yang sama setelah aktualitas adalah signifikansi, tokoh, dampak baru kemudian proksimitas dan human interest.

Jawa Pos setelah Aktualitas lebih memilih tokoh, proksimitas baru kemudian signifikansi, konsekuensi dan *human interest*. Pilihan Jawa Pos dapat dilihat lebih berorientasi pada pasar pembacanya, karena ketiga hal pertama yang dipilih pada umumnya langsung berhubungan dengan pangsa pasarnya, misalnya wilayah tertentu, atau massa pendukung tokoh tertentu. Sedangkan pilihan signifikansi dan konsekuensi memiliki aspek kedalaman substansi yang sebenarnya penting bagi masyarakat pembaca, karena melengkapi latar belakang sosiologis dari suatu peristiwa. Pemilihan nilai-nilai berita ini dapat dicermati dalam tabel berikut :

**Tabel : Dimensi Faktualitas dari aspek Relevansi dengan Nilai Berita**

<b>Relevansi Nilai berita</b> (Jawaban dapat lebih dari satu)	Kompas	Republika	Media Indonesia	Jawa Pos
Aktualitas	198	99	165	235
	(80.5%)	(97.1%)	(93.7%)	(98.3%)

Signifikansi bagi khalayak	170	65	139	57
	(69.1%)	(63.7%)	(78.9%)	(23.8%)
Konsukensi/dampak besar bagi khalayak	66	34	70	25
	(26.8%)	(33%)	(39.7%)	(10.5%)
Proksimitas dengan khalayak	64	13	56	63
	(26%)	(12.7%)	(31.8%)	(26.4%)
Human interest/sentuhan psikologis	17	3	12	8
	(6.9%)	(2.9%)	(6.8%)	(3.3%)
Tokoh/Publik figur	120	63	124	155
	(48.8%)	(61.7%)	(70.4%)	(64.8%)

Aspek obyektivitas media juga diukur dengan aspek imparialitas (*impartiality*) berita terhadap pihak-pihak tertentu. Aspek imparialitas dalam presentasi berita ditunjukkan dengan ada/tidaknya penilaian subyektif wartawan yang mendukung atau menjatuhkan pihak tertentu (non-evaluatif), serta ada/tidaknya upaya wartawan untuk melakukan dramatisasi (non-sensasional). Dari dua hal ini, pemberitaan media massa telah menunjukkan sikap presentasi yang positif yakni di atas 90%, kecuali Media Indonesia yang dalam sikap non-sensasional masih di bawah media cetak yang lain.

**Tabel 4.13. Dimensi Imparsialitas Secara Non-Evaluatif**

<b>Non-evaluatif/netral</b> (Tidak mendukung / Menjatuhkan)	Kompas	Republika	Media Indonesia	Jawa Pos
Ya	240	95	171	229
	(97.5%)	(93.1%)	(97.2%)	(95.8%)
Tidak	6	7	5	10
	(2.4%)	(6.8%)	(2.8%)	(4.2%)
Total	246	102	176	239

**Tabel 4.14. Dimensi Imparsialitas Secara Non-Sensasional**

<b>Non-Sensasional</b> (Tidak melakukan dramatisasi)	Kompas	Republika	Media Indonesia	Jawa Pos
Ya	230	95	145	216
	(93.5%)	(93.1%)	(82.4%)	(90.4%)
Tidak	16	7	31	23
	(6.5%)	(6.9%)	(17.6%)	(9.6%)
Total	246	102	176	239

Selain dari sisi presentasi, imparisialitas juga ditinjau dari adanya upaya media massa untuk memberi akses bagi semua pihak untuk terlibat dalam isi pemberitaan. Pihak SBY-JK maupun Mega-Hasyim harus mendapat kesempatan yang sama untuk diperhatikan oleh media secara berimbang, oleh karena itu dari sisi jumlah (kuantitas) antar kedua pihak ini juga semestinya berimbang, termasuk juga keseimbangan kualitas sumber berita harus setara atau mendekati setara. Pada umumnya pemberitaan sudah menampilkan pihak-pihak terkait secara *cover both side*, tetapi secara kuantitas dan kualitas cenderung masih belum *balance* atau berimbang, yakni hanya berkisar antara 50%-80% dari pemberitaan.

**Tabel 4.15. Dimensi Imparsialitas secara Cover Both Side**

<b>Cover Both Side</b> (Akses Bagi Semua Pihak)	Kompas	Republika	Media Indonesia	Jawa Pos
Ya	168	81	126	151
	(68.2%)	(79.4%)	(71.6%)	(63.2%)
Tidak	78	21	50	88
	(31.8%)	(20.6%)	(28.4%)	(36.8%)
Total	246	102	176	239

**Tabel 4.16. Dimensi Imparsialitas Aspek Balance Secara Kuantitas**

<b>Keseimbangan Kuantitas Antar Sumber Berita</b>	Kompas	Republika	Media Indonesia	Jawa Pos
Ya	142	71	101	121
	(57.7%)	(69.6%)	(57.4%)	(50.6%)
Tidak	104	31	75	118
	(42.3%)	(30.4%)	(42.6%)	49.4%)
Total	246	102	176	239

**Tabel 4.17. Dimensi Imparsialitas Aspek Balance Secara Kualitas**

<b>Keseimbangan Kualitas Antar Sumber Berita</b>	Kompas	Republika	Media Indonesia	Jawa Pos
Ya	147	75	120	130
	(59.7%)	(73.5%)	(68.2%)	(54.4%)
Tidak	99	27	56	109
	(40.2%)	(26.5%)	(31.8%)	(45.6%)
Total	246	102	176	239

Berita berlandaskan pada fakta, oleh karena itu harus menghindari subyektivitas wartawan. Dalam pemberitaan wartawan harus menghilangkan unsur subyektivitas tersebut dengan tidak memasukkan opini-opini pribadi ke dalam pemberitaan yang dapat menyebabkan munculnya bias berita. Dari dimensi imparialitas, media massa yang diteliti ini pada umumnya telah bersikap non-opinion, yakni di atas 90% pemberitaannya sudah memenuhi standar ini, meskipun tentu saja masih menunjukkan adanya sikap opini.

**Tabel 4.18. Dimensi Imparsialitas aspek non-opini**

<b>Tidak Ada Opini Pribadi Wartawan</b>	Kompas	Republika	Media Indonesia	Jawa Pos
Ya	239 (97.2%)	93 (91.2%)	173 (98.3%)	217 (90.8%)
Tidak	7 (2.8%)	9 (8.8%)	3 (1.7%)	22 (9.2%)
Total	246	102	176	239

Salah satu tanggungjawab normatif media massa adalah kontrol sosial, oleh sebab itu suatu pemberitaan mestinya memberikan kritik secara konstruktif bagi kemajuan masyarakat maupun bagi pihak-pihak yang terkait. Pers bukanlah alat pasif dalam hal kritik, melainkan aktif untuk membangkitkan dan mengumpulkan kritik konstruktif dalam masyarakat. Pers dapat berkesempatan melakukan kritik tanpa identifikasi sebagai pengkritik langsung, tetapi memanfaatkan fakta opini dari narasumber. Namun pada umumnya pemberitaan kurang menunjukkan adanya kritik konstruktif, kebanyakan fakta opini yang ditampilkan hanya berkisar pada komentar atas peristiwa empirik, masih sedikit upaya media massa dalam menggali kritik yang konstruktif bagi masyarakat sendiri maupun bagi proses politik di Indonesia.

**Tabel 4.19. Kontrol Sosial dalam Pemberitaan**

<b>Terdapat kritik konstruktif</b>	Kompas	Republika	Media Indonesia	Jawa Pos
Ya	40 (16.3%)	30 (29.4%)	12 (6.8%)	46 (19.2%)
Tidak	206	72	164	193

	(83.7%)	(70.6%)	(93.2%)	(80.7%)
Total	246	102	176	239

Pada level teks ini dapat dicermati konstruksi etika pemberitaan politik dari masing-masing media cetak. etika pemberitaan dibangun melalui suatu praktek kerja yang hasilnya terlihat dalam pemberitaan. Dalam uraian analisis level teks ini menunjukkan adanya gradasi kualitas pemberitaan, di mana keadaan ini dipengaruhi oleh beberapa hal seperti proses produksi dalam ruang redaksi dan faktor ektramedia, masyarakat sistem politik, budaya dan sebagainya. Pemberitaan menjadi gambaran bagaimana nilai-nilai etika diterapkan oleh media cetak.

#### **Analisis pada Tingkat *Discourse Practice***

Pada tingkat *discourse practice* ini akan dilihat bagaimana pelaku media melakukan proses produksi pemberitaan. Media cetak secara normatif memiliki tanggungjawab menjadi sarana pemenuhan hak masyarakat, yaitu hak untuk tahu dan hak mendapatkan informasi. Peristiwa pemilihan presiden secara langsung merupakan peristiwa besar yang melibatkan semua masyarakat Indonesia berupa partisipasi politik yang sangat penting bagi masa depan bangsa Indonesia. Informasi yang akurat, dan lengkap dari banyak sisi menjadi sangat penting bagi masyarakat untuk menjadi bahan pertimbangan baik bentuk, sikap dan keyakinan politik, khususnya untuk melakukan pemilihan presiden. Oleh karena itu media massa mengangkat pemberitaan-pemberitaan seputar pemilihan presiden ini harus akurat dan lengkap.

Pemberitaan politik tentang pergantian kepemimpinan nasional atau pemilihan presiden ini telah dilakukan oleh media cetak secara umum telah berupaya memenuhi hak informasi bagi masyarakat tersebut. Hal ini terlihat dari tema-tema yang diangkat cukup beragam sesuai dengan peristiwa yang aktual dan empirik. Demikian juga dengan keragaman pelibat wacana, memungkinkan wacana yang dikembangkan oleh media di masyarakat juga menjadi beragam sehingga masyarakat dapat melakukan proses pemilihan informasi dan menentukan sikap politiknya.

Beragamnya narasumber juga menunjukkan adanya kebebasan secara politik bagi media massa untuk melakukan pemberitaan. Di mana hal ini cukup berbeda dibandingkan pada situasi negara dalam sistem otoriter yang sumber informasi biasanya didominasi oleh pihak pemerintah atau kekuasaan. Media cetak nasional secara leluasa dapat mengambil narasumber di luar pemerintah dan kekuasaan, seperti pengamat politik dan masyarakat umum. Wacana yang dikembangkan pada akhirnya bukan wacana satu arah dari pihak pemerintah saja tetapi dari berbagai pihak, yang memberi kesempatan bagi masyarakat untuk mempertimbangkan wacana yang dipandang paling sesuai dengan kepentingannya. Kebebasan media massa dalam pemberitaan ini berdampak secara positif bagi upaya demokratisasi dan bagi kepentingan masyarakat.

Pelaku media cetak, terutama wartawan dalam melakukan proses pemberitaan harus bersikap dan bertindak secara obyektif. Nilai obyektivitas ini semestinya menjadi standar kerja media massa sehingga pemberitaannya memiliki performen yang ideal. Sesuai dengan standar media *performance* McQuail, obyektivitas ini meliputi dua dimensi yaitu dimensi faktualitas dan imparsialitas. Dari pemberitaan yang diteliti ini, media massa relatif mengindahkan standar ini dalam melakukan kerja keredaksian. Di antaranya adalah wartawan dalam melakukan pemberitaan harus berlandaskan pada fakta dan kebenaran. Untuk mengetahui fakta-fakta dan bahwa fakta tersebut adalah benar, wartawan harus melakukan *check-recheck* dan konfirmasi kepada sumber-sumber data sehingga informasi yang akan diberitakan benar-benar *factualness*. Konfirmasi juga selain untuk mengecek suatu informasi pada pihak yang bersangkutan secara langsung dengan suatu persoalan, juga merupakan sikap yang adil untuk memberi kesempatan pihak tersebut menjelaskan atau melakukan bantahan terhadap informasi dimaksud.

Dalam penulisannya, wartawan mempertimbangkan penting-tidaknya suatu peristiwa untuk diangkat menjadi berita. Faktualitas juga harus dilihat dari relevansinya dengan nilai berita secara jurnalistik. Suatu berita dinilai baik jika memiliki nilai-nilai berita, di mana semakin banyak nilai-nilai tersebut terdapat dalam suatu berita, maka semakin baik. Di antara nilai-nilai berita tersebut yang

menjadi pertimbangan media massa adalah aktualitas, signifikansi bagi khalayak, dampak yang besar bagi khalayak, proksimitas atau kedekatan dengan khalayak pembacanya, human interest dan tema tokoh. Hampir semua media menonjolkan nilai pemberitaan pada segi aktualitasnya yang berarti merujuk pada fakta empiris, peristiwa yang sedang atau baru terjadi. Berikutnya adalah nilai signifikansi, yakni sejauhmana suatu peristiwa memiliki nilai penting bagi masyarakat sehingga tertarik untuk membacanya. Namun khusus untuk Jawa Pos nilai berita kedua yang dipilih adalah tokoh. Pemilihan ini tentu saja sah-sah saja, tetapi pemilihan tokoh yang tidak berimbang dapat menimbulkan bias dan menjadikan media massa hanya sebagai corong bagi tokoh tertentu yang diberitakan. Pilihan aspek pemberitaan seringkali dipengaruhi oleh kecenderungan orientasi politik, ekonomi bahkan ideologi media massa.

Pilihan nilai berita ini juga menunjukkan pengaruh ekstra maupun ideologi media cetak. Ideologi pasar akan cenderung memilih nilai berita yang permukaan tetapi langsung bisa ditangkap oleh khalayak, seperti yang dilakukan Jawa Pos. Sedangkan Kompas, Republika dan Media Indonesia meskipun memilih aspek yang lebih substantif dari peristiwa berita, media ini juga melakukan pemilihan narasumber yang sesuai dengan ideologi dan kecenderungan politik masing-masing.

Dimensi imparialitas menunjukkan netralitas berita terhadap pihak-pihak yang terkait dalam peristiwa berita. Berita yang etis sudah semestinya tidak berpihak kepada pihak-pihak tertentu sehingga bisa memberi informasi kepada masyarakat secara adil, seimbang dan lengkap. Secara umum media massa nasional dalam pemberitaannya sudah menampilkan sikap non-evaluatif atau penilaian yang mendukung ataupun yang menjatuhkan pihak-pihak tertentu. Demikian juga tidak melakukan dramatisasi (sensasional) yang menimbulkan bias pemberitaan, baik melalui pemilihan kalimat-kalimat konotatif maupun judul yang tidak sesuai dengan isi.

Dimensi netralitas atau tidak berpihak ini juga dapat dilihat dari sikap media untuk melakukan *cover both side*, menampilkan dua pihak atau pihak-pihak yang terkait secara berimbang. Pada umumnya *cover both side* ini telah dilakukan

oleh media massa dalam pemberitaan, tetapi masih ada meskipun relatif sedikit yang berita yang tidak menunjukkan *cover both side* ini. Dan Jika dilihat lebih rinci lagi dalam bentuk keseimbangan (*balance*) secara kuantitatif yaitu perbandingan jumlah narasumber yang dilibatkan dalam pemberitaan, nilai imparsialitas ini semakin menurun, dan lebih rendah lagi ketika dilihat pada keseimbangan secara kualitas sumber-sumber berita yang dilibatkan dari kedua pihak. Termasuk dalam dimensi imparsialitas ini adalah sikap non-opini dari wartawan. Untuk memberitakan peristiwa, wartawan harus bersikap non-opini yaitu memisahkan fakta-fakta dari opini pribadi secara langsung, karena akan mengaburkan dan menimbulkan bias pada kebenaran faktual yang diberitakan, sehingga menyulitkan pembaca untuk memilah fakta, dan akibatnya merugikan bagi masyarakat.

Kontrol sosial juga merupakan tanggungjawab normatif media massa, yakni pemberitaan juga menunjuk pada upaya perbaikan bagi kehidupan masyarakat. Wartawan dan media massa juga merupakan bagian dari masyarakat yang memiliki kewajiban yang sama dengan anggota masyarakat lainnya untuk mengembangkan dan memajukan masyarakatnya. Oleh karena itu, media massa juga berhak untuk memiliki sikap terhadap suatu peristiwa tertentu. Namun demikian dalam pemberitaannya harus ditunjukkan atau dibedakan antara sikap media dengan fakta berita, namun pada intinya media dengan kebebasan yang dimiliki bertanggungjawab untuk turut membangun masyarakatnya melalui pemberitaan yang akurat dan lengkap.

Proses produksi pemberitaan dari ruang redaksi (*newsroom*) dengan gambaran sebagaimana di atas, bukan suatu hal yang sederhana, melainkan rumit dan kompleks yang melibatkan personalitas wartawan, institusi-institusi yang terkait dan rutinitas kerja keredaksian. Dari sisi personalitas wartawan, produk pemberitaan politik kualitasnya tergantung pada sikap profesionalisme, orientasi politik bahkan juga ekonomi, dan latar belakang wartawan yang melakukan peliputan dan penulisan berita. Profesionalisme ditunjukkan dengan komitmen misalnya, dalam proses peliputan wartawan berupaya mendapatkan data yang akurat dan valid melalui *check-recheck* dan konfirmasi –ingat, intisari jurnalisme



adalah disiplin verifikasi, dan dalam penulisan berita kaidah-kaidah imparsialitas seperti non-evaluatif, non-sensasional, *cover both side* dan *balance* menjadi tuntutan penting. Orientasi politik dan ekonomi wartawan seringkali juga mempengaruhi proses pemberitaan, kecenderungan politik tertentu dapat menjadikan secara subyektif wartawan memihak pada kelompok tertentu yang dapat menimbulkan bias dalam pemberitaannya. Termasuk juga latar belakang wartawan sangat berpengaruh seperti latar belakang pendidikan, agama, etnis, gender dan sebagainya, biasanya membentuk cara pandang tertentu dari wartawan terhadap suatu peristiwa.

Suatu berita juga dihasilkan dari interaksi-interaksi bahkan negosiasi antarstruktur dalam ruang redaksi. Suatu berita biasanya melibatkan kerja wartawan lapangan, editor, dan redaktur. Wartawan pada umumnya melaporkan peristiwa apa adanya sesuai cara pandangnya di lapangan, tetapi saat masuk ruang redaksi berita itu akan mengalami proses *editing* oleh editor dan/atau redaktur. Proses ini dapat mempengaruhi hasil akhir suatu berita, di mana editor dan redaktur yang tidak berada di lapangan melakukan *editing* dan koreksi hasil peliputan wartawan dari lapangan. Sekali lagi personalitas redaktur juga turut mempengaruhi produksi pemberitaan dari dalam *newsroom*.

Rutinitas kerja dan standar kerja wartawan yang diterapkan oleh suatu media massa juga berpengaruh terhadap proses produksi ini. Pada media yang menerapkan standar kerja yang ketat pada umumnya akan menghasilkan pemberitaan yang relatif berkualitas, sedangkan media yang kurang memberi perhatian pada standar kerja bisa dipastikan kualitas berita yang dihasilkan pas-pasan atau bahkan tidak berkualitas. Dalam pemberitaan di media cetak nasional hal ini tercermin dari masih fokusnya pemberitaan pada fakta empiris, keseragaman narasumber dan tema sehingga memunculkan keseragaman informasi bagi khalayak. Perspektif yang didapat oleh khalayak akhirnya kurang meluas, beragam dan mendalam.

Level *discourse practice* ini dalam tataran etika berada dalam posisi menunjukkan pada proses melakukan perbuatan, yang pada hakikatnya tidak bisa dipisahkan dengan level teks itu sendiri. Level teks yang telah diulas di depan

adalah “perilaku”, sedangkan *level discourse practice* ini adalah “berperilaku”. Teks pemberitaan yang terbaca dan dimuat dalam media cetak, menunjukkan bagaimana para pelaku media berperilaku. Kualitas teks yang baik, menjunjung tinggi etika jurnalistik maupun etika pemberitaan, hakikatnya *discourse practice* yang ideal, etis dan bermoral, yakni proses produksi pemberitaan yang dilandasi dengan profesionalisme dan tanggungjawab. Dalam konteks pemberitaan politik media cetak nasional pada *level discourse practice* menunjukkan perilaku etika yang dipengaruhi oleh ideologi dan kepentingan bisnis media yang dikemas dalam pemberitaan yang kualitasnya optimal.

### **Analisis pada Tingkat *Sociocultural Practice***

Proses produksi berita sangat terkait dengan situasi sosial budaya masyarakat yang melingkupinya. Media massa memiliki keterkaitan erat dengan aspek situasional, institusional maupun sosiologis pada umumnya. Pada aspek situasional, media cetak dalam melakukan pemberitaan akan mempertimbangkan situasi-situasi yang berkembang, termasuk peristiwa-peristiwa aktual yang terjadi sekaligus cara pandang media terhadap peristiwa tersebut. Dalam bulan-bulan di tahun 2004, situasi bangsa Indonesia tengah mempersiapkan dan melaksanakan pemilihan umum, maka orientasi pemberitaan politik hampir di semua media massa mengacu pada situasi ini. Media cetak yang diteliti ini juga mengangkat pemberitaan tentang proses pemilihan presiden secara langsung untuk yang pertama kali di Indonesia, pada umumnya menjadikannya sebagai berita utama (*headline*), bahkan juga membuat rubrik khusus tentang proses pemilihan presiden ini, misalnya Jawa Pos membuat rubrik “Perjalanan Menuju Istana”.

Aspek institusional memiliki pengaruh yang cukup besar dalam suatu proses produksi berita. Institusi media massa sendiri biasanya memiliki orientasi politik atau ekonomi yang memungkinkan “dipaksakan” untuk mempengaruhi pemberitaan. Pada umumnya, institusi media mewakili orientasi pemilik media tersebut, seperti Kompas yang pada latar belakang sejarahnya dari Partai Kristen, Republika yang didirikan oleh Ikatan Cendekiawan Muslim se-Indonesia (ICMI), Media Indonesia yang dimiliki oleh Suryo Paloh aktivis Golkar dan pendiri FPPI,

dan Jawa Pos yang dipagang oleh Dahlan Iskan yang cukup terkenal pengusaha media. Demikian juga ideologi media massa tersebut, seperti nasionalis, islamis, maupun kapitalis sangat berpengaruh terhadap proses produksi berita.

Kondisi sosiologis masyarakat seperti terjadinya perubahan sistem politik dan ekonomi juga turut berpengaruh. Masa Orde Baru yang otoriter dan membatasi kebebasan pers menjadikan pers atau media cetak dalam pemberitaannya sangat hari-hati karena ancamannya breidel kalau dipandang tidak sesuai dengan kehendak kekuasaan. Namun pada era reformasi, yang tercipta adalah situasi kebebasan, sehingga media cetak bebas memberitakan peristiwa dengan perspektifnya sendiri, tidak harus dari sudut pandang pemerintah. Sistem politik yang sentralistik dan serba pemerintah kemudian berubah dengan desentralisasi dan penguatan masyarakat sipil. Dalam bidang media massa, terjadi perubahan dari sistem yang menganut *state regulation* kepada *market regulation*. Pemerintah sudah melepaskan kontrol media massa kepada kontrol pasar. Hal ini kemudian mempengaruhi orientasi pers atau media cetak nasional, dari yang awalnya kental dengan idealisme perjuangan mulai beranjak menuju industrialisasi media. Media massa menjadi industri yang mencetak wacana secara massal, seragam, dan homogen sehingga laku dijual.

Demikian pula masyarakat pembaca yang juga memiliki latar belakang, orinetasi dan ideologi tertentu, cenderung akan berupaya mencari informasi yang sesuai dengan cara pandangnya. Hasilnya adalah “kompromi” antara kepentingan media massa untuk menjual dan masyarakat pembaca yang membeli. Pangsa pasar kemudian menjadi salah satu kunci penting yang mempengaruhi bagaimana berita diciptakan. Republika yang ditujukan pada khalayak Muslim kelas menengah, terdidik, dan berorientasi formalisasi syariah akan menuliskan pemberitaan dengan sudut pandang yang sama dengan cara pandang khalayaknya. Jawa Pos yang lebih merata sampai ke level kelas menengah ke bawah akan menampilkan pemberitaan yang lebih sederhana dan ringan, berbeda dengan Kompas dan Media Indonesia yang khalayak pembacanya menengah ke atas.

Posisi sosial-budaya dalam kajian etika menjadi latar atau *setting* di mana suatu nilai-nilai etis atau moralitas diterapkan. Sumber etika bisa datang dari

Tuhan maupun dari pikiran idealistik, tetapi etika sebagai pengetahuan tentang perilaku tidak bisa lepas dari konteksnya. Tanpa melihat konteks sosial budaya dari masyarakatnya, maka etika ini tidak akan membumi. *Sociocultural practice* dari suatu pemberitaan menunjukkan bahwa nilai-nilai etika, terutama etika pemberitaan dan media massa merupakan hasil negosiasi dan kompromi dari nilai-nilai idealis dengan nilai-nilai pragmatis. Media cetak yang hanya memperhatikan nilai-nilai idealis biasanya hanya menjadi media yang utopis, sebaliknya media yang hanya berorientasi pada pragmatis belaka akan terjebak menjadi media yang permisif dan cenderung tidak bertanggungjawab. Oleh karena itu nampaknya jalan tengah yang diambil oleh media cetak nasional dalam sikap etika pemberitaan politik ini adalah kompromi antara ideologi media, kepentingan media dan kepentingan khalayak.

#### **D. Etika Pemberitaan Politik Tinjauan Etika Islam**

Tinjauan etika religius dapat diterapkan dalam melihat penerapan etika pemberitaan oleh karena aspek religius menjadi sumber nilai dalam tradisi keagamaan yang dalam konteks masyarakat turut membangun dan menyumbangkan nilai-nilai yang diterima oleh masyarakat tersebut. Terlebih nilai-nilai dari ajaran Islam, menjadi cukup signifikan untuk dipergunakan sebagai perspektif mengingat agama Islam telah hadir cukup lama dalam masyarakat Indonesia dan dipeluk oleh mayoritas masyarakat Indonesia sehingga dipastikan sosiokultural masyarakat Indonesia sangat dipengaruhi oleh nilai-nilai Islam.

Etika pemberitaan politik dalam media cetak nasional dapat ditinjau dari sisi teksnya sendiri, yakni teks sebagai manifestasi perilaku media dapat ditafsirkan nilai-nilai yang dianutnya. Perilaku media sangat ditentukan oleh sebuah proses produksi pemberitaan itu sendiri yang terjadi dalam ruang redaksi (*newsroom*). Bagaimana pelaku media ini bekerja (*discourse practice*) juga merupakan suatu sikap yang dapat ditinjau sisi etikanya. Oleh karena media cetak nasional ini sangat dipengaruhi oleh konteks sosial politik (*sociocultural practice*), maka tinjauan etika terhadap pemberitaan politik di media cetak nasional juga harus melingkupi sosiokultural masyarakat. Analisis filosofis

terhadap ketiga ranah ini akan dilakukan secara reflektif untuk mendapatkan pemahaman yang holistik dan idealistik tentang etika pemberitaan politik di media cetak nasional dalam perspektif etika religius Islam.

### **Teks Pemberitaan Representasi Kebenaran**

Teks pemberitaan politik dalam media cetak nasional sebagaimana telah kita bahas dalam bab terdahulu relatif telah menunjukkan upaya untuk mencapai derajat kebenaran faktualitas dengan melakukan upaya *check-recheck*, konfirmasi, dan akurasi. Performen yang telah dibahas tersebut menunjukkan betapa pentingnya nilai kebenaran dalam sebuah pemberitaan politik. Dalam pemberitaan politik, terutama, munculnya opini publik terhadap suatu permasalahan yang terjadi dalam masyarakat merupakan suatu hal yang penting bagi masyarakat sebagai modal untuk mengambil keputusan politik tertentu. Kebenaran dalam pemberitaan tersebut akan memberi ketenangan bagi masyarakat untuk memilih alternatif sikap politik yang dipandang paling akurat, tepat dan baik.

Pemberitaan-pemberitaan politik tersebut menyambungkan realitas-realitas dalam peristiwa pemilihan presiden langsung tahun 2004 kepada masyarakat secara timbal balik selaku pelibat informasi (*opinion leader*) yang berkepentingan membangun opini publik, maupun pembaca yang membutuhkan informasi sebagai bahan untuk bersikap dan bertindak secara politik dalam masyarakat. Dengan demikian pemberitaan politik ini menjadi sebuah ruang publik, di mana orang-orang berinteraksi, berkomunikasi dan berbagi informasi. Namun teks pemberitaan ini sekaligus bukanlah ruang kosong, melainkan mewakili entitas yang mandiri, setara dengan keberadaan orang-orang yang berinteraksi melaluinya, memiliki kehidupan dan kehendaknya sendiri. Pada akhirnya interaksi dalam masyarakat yang terjadi bukan hanya antar orang dengan orang saja, tetapi juga meliputi interaksi antara media massa melalui teks pemberitaan politiknya dengan orang-orang. Kehidupan bersama tersebut akan saling mendukung satu sama lain sesuai dengan peran dan fungsi normatifnya jika didasari dengan sikap saling percaya. Sikap ini pun akan tumbuh baik manakala semua pihak yang

terlibat dalam interaksi ini berpegang teguh pada kebenaran dengan menjalankan kejujuran dan keadilan.

Kebenaran inilah yang dituntut oleh umat manusia, menjadi visi kehidupan yang ideal, dan hasrat terbesar dalam pencarian kehidupan. Sedemikian besarnya, karena kebenaran identik dengan nilai azali ketuhanan, Tuhan yang Mahabener. Sebagaimana para sufi memanggil Tuhan dengan sebutan *al-Haqq*, Sang Kebenaran (K besar).<sup>2</sup> Kebenaran Tuhan adalah kebenaran yang absolut, dan sumber kebenaran hanya dari Tuhan. Kebenaran yang diperoleh manusia hanyalah limpahan dari kebenaran Tuhan, yang terpolarisasi akibat hijab-hijab duniawi. Apa yang disebut kebenaran oleh manusia sebagai kebenaran apa adanya pada dasarnya hanyalah kebenaran dari apa yang dipahami secara terbatas tentang kebenaran itu sendiri, dan bukan apa adanya yang sebenarnya tentang realitas “ada”. Oleh karena itu kebenaran tentang realitas menjadi subyektif, terlebih karena perspektif tentang realitas itu seringkali dipengaruhi oleh bias-bias kepentingan, keyakinan dan latar belakang tertentu.

Media cetak untuk menampilkan kebenaran dalam teks pemberitaan, hanya dengan menuntunya menyajikan fakta yang benar. Bagi pemberitaan, kebenaran yang obyektif adalah visi yang terus menerus diupayakan dalam bentuk akurasi dan kejujuran terhadap kebenaran itu sendiri. Setiap media cetak sah-sah saja memiliki target-target tertentu yang harus dicapai, tetapi proses pencapaian itu tidak boleh keluar dari Prinsip Kebenaran. Masyarakat akan memilih, memilah dan menentukan informasi apa dan mana yang berguna bagi kehidupannya melalui kemampuan rasional yang dianugerahkan Tuhan kepadanya. Teks pemberitaan cukup menampilkan kebenaran yang sungguh-sungguh dicari dan dipaparkan dengan sesetia mungkin terhadap keadaan apa adanya, seakurat mungkin, seteliti, dan selengkap-lengkapny, apapun resikonya. seperti dalam sebuah hadits : *Katakan yang benar walaupun pahit.*

---

<sup>2</sup> Kalimat ekstatik yang paling terkenal dalam khazanah tasawuf adalah ungkapan “ana al-Haqq (akulah Yang Maha Benar)” dari Husain ibn Mansur al-Hallaj (858 – 922M) dari Persia yang menyebabkan ia dihukum mati dengan tubuhnya dipotong-potong lalu dibakar dan debunya dibuang ke sungai Tigris. (Nasution, 1995 : 87)

Dengan berdasarkan pada prinsip kebenaran ini maka pemberitaan politik yang dilakukan oleh media cetak tidak melakukan *negative campaign* berkategori *black propaganda* / *black campaign* karena kampanye dalam bentuk itu biasanya berisi fitnah, dusta dan bohong untuk menjatuhkan satu atau beberapa pihak lain. Oleh karena sikap berpihak semacam itu akan dapat menimbulkan bias dalam pemberitaan yang akhirnya akan mengurangi nilai faktualitas berita dan menjadi intervensi yang besar terhadap fakta. Namun media cetak dapat menuliskan pemberitaan *negative campaign* dalam rangka kritisisme terhadap *track record*, kekuatan dan kelemahan para kontestan. Hal ini justru akan membantu khalayak dalam melakukan *judgement* yang benar, sehingga masyarakat tidak memilih kucing dalam karung, melainkan memilih calon presiden yang tepat, yakni sesuai informasi yang valid, jelas, akurat dan apa adanya untuk diterima dan diinterpretasikan secara mandiri oleh masyarakat.

Dalam wacana kritis, dipahami bahwa media cetak bukan lembaga yang muncul dari ruang hampa, oleh sebab itu teks pemberitaan yang dihasilkan juga sudah pasti tidak akan lepas dari interaksi, bahkan kompromi dengan situasi-situasi tertentu. Maka tuntutan terhadap prinsip kebenaran dan keadilan di sini adalah tuntutan agar media cetak berpihak atas dasar hati nuraninya dan tidak memihak dalam peristiwa konflik. Demikian juga media cetak tidak mungkin dalam penulisan teks pemberitaannya tidak melakukan penafsiran terhadap fakta-fakta yang didapat di lapangan, tetapi tuntutannya dalam prinsip ini adalah tidak melakukan penafsiran yang mengandung penghakiman (*judgmental opinion*), tetapi cukup melakukan penafsiran (*interpretative*) berdasarkan data-data yang tersedia tanpa penghakiman tertentu.

### **Hati Nurani sebagai Imperatif Kategoris dalam *Discourse Practice***

Penilaian terhadap media sebenarnya adalah penilaian terhadap orang-orang yang menjadi pelaku media. Media massa hanyalah peralatan yang dipergunakan oleh para pelakunya untuk bertindak dan bersikap. Sikap media dan perilaku media hakikatnya adalah hasil dari kompromi para pelakunya, apakah ia akan menjadi baik atau menjadi buruk tergantung dari apa yang pelaku media

lakukan terhadap media massa tersebut. *The man behind the media*. Para pelaku inilah yang menjadi “jiwa penggerak” bagi media, dan di dalam diri para pelaku ada jiwa yang sesungguhnya, jiwa yang menggerakkan jiwa pengerak. Teks pemberitaan hanya “jejak” dari keyakinan, ideologi dan perilaku pada pelakunya. Sebagaimana diungkapkan oleh David Hume (Izetbegovic, 1992 : 129) :

Sebuah tindakan tidak memiliki moral dalam dirinya sendiri; untuk mempelajari nilai moral manusia kita harus melihat ke dalam. Karena kita tidak bisa melakukannya secara langsung, kita memberi perhatian kepada tindakan; tetapi tindakan hanyalah sebuah jejak dari keinginan batin, dan karenanya sebuah dugaan atas moral.

Hal paling penting dalam etika, termasuk dalam etika pemberitaan ini dalam tinjauan Islam adalah kesadaran moral yang berangkat dari dalam diri, bertolak dari kondisi jiwa yang terbentuk menjadi mentalitas etika. Bisa saja, seseorang berbuat “baik” dalam pengertian tidak melanggar norma masyarakat, tetapi sikap itu bisa jadi hanya berupa sebuah “disiplin sosial” yang dilakukan dengan pertimbangan-pertimbangan keuntungan-keuntungan atau kepentingan tertentu yang sekular. Hal ini akan berbeda dengan sikap yang muncul dari dalam jiwa, ia akan hadir dalam kondisi bagaimanapun dan menuntut untuk dilaksanakan, terlepas dalam kesaksian orang lain maupun tidak, karena kesaksian bagi jiwa cukup diyakini selalu hadir dari Tuhan yang Maha Mengetahui (*muraqabah*).

Kepribadian manusia terletak pada akhlak sebagai gerak jiwa yang mengakibatkan terwujudnya perbuatan seseorang dengan mudah. Perilaku lahiriah ini tidak lain merupakan ekspresi dari bisikan-bisikan dalam hati (*al-Qalb*), hati inilah yang menjadi kendali bagi semua perbuatan, tidak ada suatu perbuatan yang dilakukan kecuali sebagai tanda-tanda dari hati. Hati yang sehat baik dan luhur akan menghasilkan perbuatan yang baik dan mulia, sebaliknya hati yang rusak dan jahil akan menghasilkan perbuatan-perbuatan yang buruk.

Dengan demikian para pelaku media cetak di dalam ruang redaksi (wartawan, redaktur, editor, dan pemilik media) semestinya menjadi “jiwa” yang sehat, baik dan luhur bagi perkembangan medianya, sehingga wacana yang



diproduksi melalui pemberitaan-pemberitaan di media cetaknya ini dapat mewujudkan pemberitaan yang bernilai etika. Tarik ulur kepentingan dan situasi sosial politik bahkan ekonomi yang melingkupi proses produksi pemberitaan harus mendapatkan pertimbangan dari hati nurani, sehingga keputusan untuk beropini, berinterpretasi, bahkan berpihak pada situasi tertentu bukan diputuskan dengan pertimbangan kepentingan ekonomi atau politis sesaat, atau kecenderungan naluri rendah, melainkan didasarkan pada pertimbangan etika, tanggungjawab dan keadilan dan kebenaran sehingga melahirkan media massa yang berkarakter, berkepribadian dan bermoral.

Demikian juga dengan kebijaksanaan dalam pemberitaan, tidak semua informasi, peristiwa dan kejadian dapat langsung diberitakan, tetapi wartawan dengan sungguh-sungguh dan bijaksana mempertimbangkan perlu/tidaknya dan laik/tidaknya suatu informasi, peristiwa atau kejadian untuk langsung diberitakan (*fit to print*). Wartawan sebagai pelaku media harus mempertimbangkan berbagai hal dalam memberitakan sesuatu yang berpeluang membahayakan negara, keselamatan dan keamanan negara, persatuan dan kesatuan, menyinggung perasaan beragama, kepercayaan dan keyakinan dalam masyarakat yang dilindungi oleh undang-undang. Prinsip ini menunjukkan tanggungjawab sosial media cetak, yakni pemberitaan yang bebas tidak berarti bebas sebebas-bebasnya, melainkan dibatasi dengan rambu-rambu etika.

### **Visi Etika Pemberitaan adalah Masyarakat Adil dan Demokratis**

Etika pada umumnya bertujuan untuk mencapai kebahagiaan (*al-sa'adah, happiness, sumum bonum*) dengan melalui jalan kebaikan dan keutamaan (*virtue, al-fadhilah*). Apa yang dilakukan oleh media cetak dalam menerbitkan pemberitaan-pemberitaan politik dalam koridor etika ini tidak lain juga untuk mencapai kebaikan bagi khalayak. Dalam menentukan keharusan sebuah etika, salah satu jalannya adalah membuat pengandaian. Dalam konteks pemberitaan, diandaikan bahwa masyarakat membutuhkan preferensi, bahan-bahan, data-data dan berbagai informasi untuk dijadikan dasar pertimbangan bagi dirinya mengambil keputusan yang akan diwujudkan dalam bentuk keyakinan, sikap dan

perbuatan. Jika preferensi yang diperoleh tidak benar, tidak akurat dan tidak lengkap maka keputusan yang diambilpun akan salah atau tidak tepat sehingga dapat menimbulkan kekecewaan, penyesalan, bahkan kesengsaraan atau penderitaan. Namun sebaliknya jika preferensi yang diperoleh benar, akurat dan lengkap, maka pertimbangannya dalam melakukan sesuatu menjadi benar sehingga perbuatannya akan tepat, cermat, dan benar sehingga akan mendatangkan kebahagiaan.

Pemberitaan politik sangat penting dalam konteks masyarakat, karena dimensi politik berhubungan erat dengan masyarakat secara keseluruhan. Kehidupan bermasyarakat –secara luasnya berbangsa dan bernegara— membentuk sistem kewenangan yang mengatur hubungan-hubungan antar anggota-anggota di dalamnya. Oleh karena itu secara sederhananya, politik dihubungkan dengan struktur-struktur dan pranata-pranata yang memiliki kewenangan kekuasaan untuk mengatur bagaimana personal-personal masyarakat berbuat dan bertindak dalam kehidupan bersama. Adanya kekuasaan dalam kewenangan --sebagai hak dan kewajiban—suatu struktur tertentu sangat menarik pihak-pihak tertentu untuk memperolehnya. Dalam masyarakat demokrasi, di mana kedaulatan rakyat menjadi kunci utamanya, maka kekuasaan kewenangan itu diperoleh melalui proses legitimasi masyarakat. Sementara itu, masyarakat akan bersikap dengan memberi legitimasinya –termasuk melalui pemilihan umum-- berdasarkan pengetahuan mereka tentang situasi masyarakat, personal dan struktur yang terkait dengan itu. Di sinilah fungsi pemberitaan politik untuk menyampaikan informasi-informasi tentang situasi masyarakat, citra personal dan struktur politik mendapat posisi yang sangat penting. Tidak sekedar memberi informasi, posisi pemberitaan politik lebih khusus lagi sangat berperan dalam memberi preferensi bagi masyarakat untuk berpendapat terkait diri mereka dalam bentuk opini publik atau pendapat umum, sehingga memperteguh dan menguatkan predisposisi keyakinan atau sikap politik masyarakat.

Peristiwa pemilihan presiden merupakan peristiwa yang sangat penting bagi bangsa Indonesia, yaitu untuk memilih pemimpin yang akan memegang kewenangan negara. Pihak-pihak yang berkepentingan dengan kekuasaan dan

kewenangan dalam masyarakat akan berupaya untuk dapat memanfaatkan media massa guna menjaring dukungan untuk mendapatkan atau mempengaruhi kewenangan tersebut. Pemberitaan politik dapat membangun opini publik yang dapat meningkatkan pengharapan maupun menurunkan pengharapan masyarakat terhadap tokoh maupun partai tertentu, di mana pengharapan ini sangat menentukan dukungan atau penolakan masyarakat terhadap tokoh atau partai tersebut. Informasi yang tepat dalam pemberitaan politik memberikan citra yang tepat pula terhadap calon pemimpin yang akan dipilih. Kepentingan masyarakat dalam pergantian kepemimpinan nasional atau pemilihan presiden berjangka lama untuk masa depan. Oleh karena itu peristiwa ini menentukan bagaimana nasib masyarakat diatur oleh kewenangan kekuasaan yang sesuai dengan pengharapan masyarakat. Tentu saja yang diharapkan masyarakat adalah pemimpin yang mampu memberi keadilan, kemakmuran dan kesejahteraan bersama.

Media cetak dalam melakukan pemberitaan-pemberitaan politik sudah pasti mendapat banyak pengaruh dari berbagai pihak yang berkepentingan dengan pemberitaannya. Di sinilah ujian bagi media cetak dalam berkomitmen terhadap etika pemberitaannya. Sudah pasti keputusan untuk menuliskan pemberitaan politik melalui proses-proses seleksi, *framing* hingga *agenda setting*, harus sesuai dengan etika dan idealitas jurnalisisme, seperti kewajiban pada kebenaran, loyalitas bagi masyarakat secara luas, menjadi forum kritik dan dukungan masyarakat, dan memantau bagaimana kewenangan dalam masyarakat dijalankan. *Agenda setting* media dalam pemberitaan politik pemilihan presiden adalah memberikan informasi tentang *achievement* dan *track record* dari para kontestan atau calon, program-program dan *platform* politik, dan kemungkinan efektivitas pemerintahan. Pers harus independen dan komitmen dalam membela kepentingan masyarakat yang luas dan mendorong proses politik dan keterpihakan para kontestan untuk memajukan keadilan dan kesejahteraan rakyat. Peranan-peranan normatif tersebut dengan sendirinya menjadi kewajiban bagi media cetak untuk diwujudkan dalam masyarakat demokratis.

Terlebih lagi bahwa pelaksanaan pemilihan presiden memiliki titik-titik rawan dalam proses politiknya, di mana suatu kesalahan dapat berakibat fatal

yaitu terjadinya ancaman stabilitas dan ketentraman masyarakat luas. Untuk itu perlu sosialisasi tentang berbagai hal berkaitan dengan kegiatan politik tersebut sehingga masyarakat memiliki pemahaman dan pengetahuan tentang pelaksanaan pemilihan presiden, dapat mendukung dan berpartisipasi di dalamnya. Untuk itu di antara fungsi media cetak di sini adalah pembelajaran politik bagi masyarakat, sehingga masyarakat menjadi *well-informed*, memahami proses politik yang harus siap menang dan siap kalah, penghormatan terhadap pihak lain, dan juga memilih sebagai pilihan rasional dan bertanggungjawab. Pemberitaan media cetak harus dapat membangkitkan kesadaran terhadap makna penting proses politik yang demokratis dalam masyarakat, mendorong pelaksanaan pemilu/pilpres yang jujur dan adil, menjaga situasi dan stabilitas lingkungan, membantu masyarakat membuat pertimbangan yang rasional, dan memberi pengetahuan detail tentang pelaksanaan pemilu atau pemilihan presiden.

Kewajiban terhadap kebenaran dan loyalitas kepada masyarakat, forum kritik dan dukungan hakikatnya menyertakan prinsip *amar ma'ruf nahi munkar*. Di mana kewajiban perintah ini terwujud dalam kritik konstruktif untuk membangun masyarakat yang lebih baik. Setiap gejala penyimpangan dalam masyarakat, dalam proses sosial maupun proses politik, media cetak harus melakukan kritik, membangun kritisisme dalam masyarakat melalui pemberitaannya, sehingga terbentuk opini publik yang turut mengkritisi fenomena tersebut. Sementara terhadap gejala sosial dan politik yang semakin mengarahkan masyarakat kepada keadilan, kesejahteraan dan kebaikan bersama, pemberitaan itu dilakukan dalam rangka menggalang dukungan terhadap gejala tersebut sehingga dapat terdorong menjadi gejala umum bahkan gerakan bersama untuk mewujudkan masyarakat adil makmur dan sejahtera.

Berangkat dari pandangan di atas, maka dalam konteks *sociocultural practice* media massa termasuk juga media cetak harus berorientasi pada kepentingan masyarakat. Hubungan-hubungan media dengan pihak di luar dirinya (ekstramedia) harus berada dalam koridor kepentingan sosial. Media cetak harus memanfaatkan kebebasan yang diperolehnya ini untuk melaksanakan fungsi-fungsi sosial, terutama transformasi nilai-nilai yang membangun peradaban

seperti keadilan, kejujuran, penghormatan atas hak dan kewajiban dalam masyarakat. Pemberitaan politik pada dasarnya menjadi tumpuan bagi proses dialog antar elemen dalam masyarakat tentang masyarakat itu sendiri (*polit, polis* = masyarakat). Proses debat publik, dialog antar opini publik dan pertukaran ide-ide tentang diri masyarakat sangat membantu masyarakat dalam memandang keadaan dirinya dan untuk kemudian menentukan masa depan mereka bersama-sama. Pemberitaan politik harus memerankan diri sebagai *public sphere* berupa media musyawarah publik yang adil, sehingga masyarakat dapat melakukan pertimbangan-pertimbangan rasional bagi pemenuhan kebutuhan hidup bersama.

Kontrol masyarakat terhadap diri mereka sendiri (*autocontrol*) maupun kontrol terhadap kekuasaan yang berwenang mengatur kehidupan bersama yakni pemerintah, menjamin kehidupan masyarakat yang lebih baik. Media cetak melalui pemberitaan politiknya memiliki peran dan fungsi dalam hal ini yaitu fungsi normatif untuk melakukan kontrol sosial. Oleh karena itu media cetak harus memiliki independensi dari pengaruh-pengaruh ekstramedia yang dapat mereduksi dan menghilangkan nilai-nilai jurnalisme, idealisme dan etika. Namun pemberitaan politik dalam proses-proses demokratisasi harus memiliki keterpihakan kepada kepentingan masyarakat secara luas dan jangka panjang. Kebebasan yang diperoleh dalam masa reformasi tidak untuk mengeruk keuntungan institusi media atau sekelompok orang tertentu, tetapi harus dimanfaatkan secara fungsional dalam rangka membangun masyarakat yang adil makmur dan sejahtera.

## **E. Masa Depan Etika Pemberitaan Politik**

### **Etika Pemberitaan Politik Menjadi Syarat Demokrasi**

Pemberitaan politik memiliki fungsi secara imperatif dalam kehidupan masyarakat demokratis, yakni menyampaikan informasi kepada masyarakat sebagai landasan pengambilan keputusan bagi partisipasi politik mereka dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Partisipasi politik masyarakat ditentukan oleh pandangan mereka terhadap realitas politik yang terjadi. Realitas tersebut sering berada diluar jangkauan masyarakat, sehingga mereka mencarinya dalam

saluran-saluran yang memiliki informasi tentang realitas politik yang dibutuhkan. Pemberitaan politik dalam media cetak nasional menjadi salah satu saluran pengetahuan atau informasi penting mengenai realitas politik bagi kepentingan partisipasi politik masyarakat.

Media massa menjadi mediator bagi masyarakat untuk saling berbagi pengetahuan dan informasi politik bagi masyarakat yang lain. Berangkat dari sini, masyarakat memiliki bahan-bahan untuk pertimbangan bagi sikap dan keyakinan politiknya yang menentukan kualitas partisipasi politik dalam kehidupan mereka sendiri. Pemberitaan politik menjadi wadah bertemunya pihak-pihak yang terkait dalam sistem komunikasi politik dalam masyarakat, yakni pihak pengirim pesan (*sender*, komunikator), penjaga gawang informasi (*gatekeeper*, media) dan penerima pesan (*receiver*, komunikan). Pada umumnya yang berfungsi sebagai *sender* dalam pemberitaan politik adalah tokoh, institusi politik atau pemerintah sebagai *opinion leader*, tetapi masyarakat pun berkepentingan tidak hanya sebagai *receiver* saja melainkan juga ingin menunjukkan aspirasi politiknya kepada anggota masyarakat lainnya termasuk kepada institusi politik yang ada. Semua pihak berkepentingan dengan keberadaan media massa guna mendapatkan informasi tentang realitas politik yang dibutuhkan, sekaligus berkepentingan untuk mengartikulasikan pandangan politiknya kepada pihak lain.

Rakyat memiliki kedaulatan dalam persoalan-persoalan publik sebagai hak masyarakat itu sendiri, di antaranya adalah hak untuk tahu dan hak terhadap informasi publik. Untuk memenuhi hak publik dalam bidang informasi ini mutlak diperlukan adanya media massa yang bebas, yang memungkinkan dan menjamin terwujudnya hak publik tersebut. Oleh karena itu media massa bertanggungjawab terhadap masyarakat, bukan kepada pemerintah. Fungsi maksimal media massa diperlukan karena kemerdekaan pers adalah salah satu perwujudan kedaulatan rakyat, dan unsur penting dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara yang demokratis. Kehidupan yang demokratis dituntut pertanggungjawaban terhadap rakyat, transparansi sistem pemerintahan negara dan mewujudkan keadilan dan kebenaran.

Peran media dalam demokrasi adalah menciptakan masyarakat yang *well-informed* mengenai lingkungan mereka sehingga dapat berpartisipasi secara rasional, dan kritis dalam suatu proses politik seperti pemilu. Di sisi lain media mendorong proses transparansi dan akuntabilitas publik bagi pemerintah, penyelenggara kegiatan politik dan peserta kontestan politik sehingga meningkatkan sikap tanggungjawab terhadap kepentingan masyarakat luas, di mana hal ini senantiasa dikontrol terus menerus melalui pemberitaan politik yang dapat diikuti oleh masyarakat. Peran-peran media ini mendorong partisipasi-partisipasi sosial dan politik warga dalam masyarakat itu sendiri. Pemberitaan politik dapat menjadi fungsional dalam menjamin proses demokratisasi dan partisipasi rakyat hanya jika media massa mendapatkan kebebasan untuk melakukan tanggungjawab normatifnya yang terjalin dalam suatu bentuk moralitas atau etika.

### **Etika Islam sebagai Akhlak Media Cetak Nasional**

Sebagaimana diketahui bahwa bangsa Indonesia mayoritas adalah umat Islam, maka suatu keniscayaan jika nilai-nilai religius yang diyakini umat Islam di Indonesia tertransformasi dalam bentuk sikap, perilaku dan pandangan hidup bangsa Indonesia. Islam dalam bentuk praktisnya sebagai *organized religion* hanya dipeluk oleh umat Islam saja, tetapi sebagai nilai moralitas, ajaran Islam telah menyelinap dan menyusup menjadi satu nilai kebangsaan yang esensinya menjadi praktek perilaku masyarakat, bahkan tradisi dan budaya bangsa. Oleh karena itu tidak akan menjadi masalah di masa depan nilai-nilai etika Islam diajukan landasan etika kehidupan bersama.

Tentu tidak hanya nilai-nilai etika Islam saja, nilai-nilai agama lainnya pun dapat dipergunakan sebagai landasan perilaku berbangsa dan bernegara. Namun pada intinya adalah etika religius memiliki signifikansi bagi kehidupan bangsa Indonesia. Nilai-nilai agama tidak bisa dilepaskan dari praktek etika, ia hadir dan menjadi jiwa dari etika yang berkembang di masyarakat, termasuk di dalamnya adalah nilai-nilai ajaran Islam. Terlebih lagi, dalam pandangan dan keyakinan umat Islam, ajaran Islam tidak hanya mengatur persoalan agama saja,

tetapi merupakan jalan hidup (*way of life*), bahkan merupakan bentuk peradaban yang lengkap (*complete civilization*). Etika Islam mengejawantah dalam semua praktek kehidupan masyarakat sehari-hari, termasuk dalam praktek media massa.

Tuntutan masyarakat terhadap media massa bukanlah tuntutan agar media cetak nasional ini menjadi media Islam, melainkan agar media cetak ini menjadikan nilai-nilai etika religius, nilai-nilai agama, dan nilai-nilai Islam menjadi acuan perilaku media massa dalam melakukan pemberitaan. Konsep-konsep etika dalam Islam memiliki kesamaan semangat dengan nilai-nilai jurnalisme yang berlaku umum, seperti kebenaran, kejujuran, keadilan, larangan berdusta, larangan menfitnah, keharusan bersikap bijaksana dan sebagainya. Konsep-konsep ini melandasi perilaku pemberitaan politik, di mana masyarakat membutuhkan informasi-informasi yang akurat dan lengkap untuk membantu pertimbangan pengambilan sikap, partisipasi dan keyakinan politiknya.

Etika Islam dalam pemberitaan politik bukan berarti keberpihakan terhadap orang-orang Islam sebagai kelompok, atau partai Islam maupun tentang agama Islam, melainkan internalisasi nilai-nilai religius Islam ke dalam perilaku aktor media (wartawan, editor, redaktur, dan pemilik media) dalam melakukan proses pemberitaan politik bagi masyarakat. Konsep-konsep etika Islam dalam pemberitaan seperti tanggungjawab (*social responsibility*), keadilan (*impartiality, balance*), kebenaran (*truth, factuality*), akurasi (*tabayyun, konfirmasi*), kebijaksanaan (*wisdom*), *amar ma'ruf nahi munkar* (*social control*) dan sebagainya, menjadi acuan perilaku bagi media cetak.

Media cetak yang menerapkan etika Islam tidak lantas harus berubah menjadi media Islam. Media cetak dalam praktek jurnalisme sah saja memiliki keterpihakan kepada khalayak atau golongan tertentu. Sebagaimana dalam kajian wacana kritis, media memang tidak mungkin melepaskan diri dari pengaruh-pengaruh baik dari dalam diri (*intermedia*) maupun dari luar dirinya (*ekstramedia*). Oleh karena itu media cetak dapat memilih untuk memosisikan dirinya sebagai media untuk khalayak yang plural atau yang monolitik. Namun konsekuensinya adalah masyarakat pembaca yang plural akan memilih media yang dinilainya menjamin ketersediaan informasi yang akurat, jelas dan lengkap,



di mana hal itu diproses melalui tindakan-tindakan yang etis. Semakin meningkatnya pendidikan dan kecerdasan masyarakat, pilihan terhadap sumber informasi termasuk media pemberitaan politik akan menjadi semakin rasional. Maka profesionalisme dan etika pemberitaan menjadi tuntutan utama oleh masyarakat dibandingkan tuntutan bentuk keterpihakan media terhadap agama tertentu. Persoalan yang pokok bagi masyarakat dalam konteks pemberitaan politik bukanlah keberpihakan secara politis terhadap kelompok-kelompok tertentu, melainkan keberpihakan terhadap nilai-nilai kebenaran, keadilan dan upaya menuju kesejahteraan masyarakat.

### **Pemberitaan Politik Berbasis Hati Nurani**

Kebutuhan masyarakat terhadap informasi-informasi yang dapat diandalkan menuntut praktek media massa yang semakin profesional dan bermoral. Kualitas pemberitaan di media cetak berada di tangan para pelaku media. Merekalah yang menentukan merah birunya media yang bersangkutan, tentu saja tetap terbuka peluang adanya pengaruh-pengaruh di luar mereka ke dalam proses produksi berita. Namun kebutuhan masyarakat untuk dipenuhi hak-hak sosialnya, yakni hak untuk tahu dan hak informasi menuntut praktek-praktek jurnalisme yang bermoral. Persoalan etika merupakan pilihan nilai-nilai moralitas yang harus dilakukan oleh pelaku media dalam menghadapi realitas.

Kehidupan beragama di Indonesia yang cukup kuat, memiliki potensi besar dalam pembinaan jiwa dan rasa kemanusiaan. Pengalaman keberagaman menjadi dasar bagus untuk membentuk kesadaran religius yang dapat ditransformasikan dalam perilaku sosial. Ajaran-ajaran agama seperti penghayatan bahwa Tuhan Maha Melihat semua perbuatan manusia, perbuatan baik akan mendapatkan pahala, dan perbuatan buruk akan mendapatkan balasan keburukan, agama membawa rasa cinta dan damai akan menumbuhkan sikap merasa diawasi, dorongan berbuat kebaikan, motif ridla dan ikhlas, dan sebagainya. Moralitas personal dibangun kesadaran-kesadaran semacam ini, yang memunculkan kekuatan suara hati dan hati nurani. Pengetahuan baik dan buruk menjadi kesadaran yang terintegral antara tugas-tugas kejournalistikan dengan

penghayatan terhadap nilai baik dan buruk. Praktek-praktek jurnalisme dalam pemberitaan politik menjadi aktualisasi dari sikap jiwa yang terbina oleh kesadaran religius.

Hati nurani pelaku media massa menuntun pada sikap dan tingkah laku yang terkontrol dari diri sendiri. Tanggungjawab memproses suatu pemberitaan politik adalah kewajiban untuk kebaikan diri dan masyarakat. Pertimbangan-pertimbangan di luar dirinya seperti kepentingan politik atau ekonomi, tidak akan melampaui pertimbangan etis yang muncul dari kesadaran jiwa. Pemberitaan politik merupakan bidang garapan media massa yang paling peka. Berbagai pihak memiliki kepentingan terhadap pemberitaan ini, terutama untuk kepentingan membangun opini publik yang akan menyokong keberadaan mereka dalam wacana kekuasaan. Godaan para pelaku media menjadi sangat besar, ketika pihak-pihak ini mencoba untuk mempengaruhi media massa, terutama pelakunya, dengan iming-iming tertentu. Tuntutan-tuntutan masyarakat terhadap profesionalisme media massa mendorong pelaku media untuk meningkatkan kualitas pemberitaannya. Sementara itu dorongan kesadaran religius menjaga motif media massa untuk lurus dalam menjalankan etikanya.

Pada umumnya media massa yang besar memiliki standar perilaku sebagai pengejawantahan nilai-nilai jurnalisme dan etika yang dianutnya. Etika pemberitaan, termasuk pemberitaan politik, sudah semestinya menjadi kesadaran personal para pelaku media yang dibangun melalui penghayatan atas nilai-nilai yang berkembang di masyarakat, khususnya nilai-nilai dari ajaran agama. Pengamalan dan penghayatan terhadap ajaran agama menjadi penting untuk membangun kesadaran etika religius, di mana kesadaran inilah yang dapat menjadi faktor utama terwujudnya sikap-sikap moral, termasuk dalam aktivitas di media massa.

Namun biasanya membangun kesadaran etika tersebut merupakan pekerjaan yang paling sulit, oleh karena itu dalam membentuk “jiwa” dan mendidik kesadaran etika ini dapat dilakukan di level normatif berupa pemaksaan perintah dan larangan. Level normatif ini dapat berbentuk kode etik, kode perilaku, maupun hukum yang mengikat dan memaksa para pelaku media untuk

menaati norma-norma etika dalam pemberitaan. Dalam konteks Indonesia, pada level hukum negara telah membuat undang-undang yaitu UU no.40 tahun 1999 tentang Pers dan Dewan Pers sebagai bentuk normatif politis bagi aktivitas media massa. Selain itu, organisasi profesi juga pada umumnya menerapkan aturan normatif perilaku dalam bentuk kode etik atau kode perilaku. Norma-norma ini akan efektif dalam menjamin terwujudnya perilaku yang profesional dan moral dari pelaku media manakala ada badan yang berwenang untuk melakukan pengawasan pelaksanaan norma tersebut. Koran Jawa Pos dan (dulu) majalah Pantau Jakarta memiliki lembaga Ombudsmen yang mengawasi dan melakukan penilaian terhadap kinerja dan kualitas pemberitaan wartawannya, termasuk memberi sanksi.

Meskipun negara memiliki kewenangan untuk mengatur perikehidupan masyarakatnya, tetapi negara hendaknya tidak melakukan pengekan terhadap kebebasan media massa. Dalam masyarakat yang demokratis keberadaan media massa mutlak diperlukan sebagai media komunikasi dan interaksi antar warga, mediator kepentingan dalam masyarakat dan fungsi distribusi informasi yang diperlukan masyarakat untuk mengambil keputusan dan sikap politik. Aturan yang dilakukan negara bukan untuk mengekan kebebasan, melainkan menjamin media massa dapat menjalankan fungsinya melayani masyarakat, memenuhi hak tahu, hak informasi bagi masyarakat. Pemenuhan hak masyarakat oleh media massa hanya akan terwujud jika media massa memiliki rasa tanggungjawab sosial dan memegang teguh etika.

Rosihan Anwar dalam buku biografinya menyatakan: "...Jika pers mementingkan kebebasan dia akan kehilangan sentuhannya dengan masyarakat ramai dan berdiri dalam isolasi, pengucilan, paling banter dia seorang Don Kisot. Pada sisi ekstrim lain terdapat penyerahan hina-dina kepada doktrin resmi pemerintah yang berkuasa, dan di situ dia kembali terkucil dari khalayak..." (Sudibyo, 1999 : 64)

Dengan demikian segala aktivitas media pada intinya adalah berorientasi pada masyarakat. Masyarakat sebagai pengguna media juga harus meningkatkan daya kritisnya dalam melihat media massa. Media massa sering dipandang

sebagai anjing penjaga bagi masyarakat, tetapi juga sebaliknya masyarakat perlu mengawasi perilaku media agar tetap profesional dan bermoral, misalnya dengan membentuk lembaga *media watch* atau lembaga pengawas media. Masyarakat yang melek baca (*literate society*) akan dapat melakukan seleksi, kritis dan pembacaan informasi di media massa secara lebih baik sehingga mampu menerapkannya dalam penentuan sikap sosial dan politiknya secara bijaksana.

*Wallahu 'Alam bi ash-Shawab.*