BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

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. Perikehidupan, perilaku, sikap dan kecenderungan manusia pada akhirnya ditentukan oleh informasi yang sampai kepadanya. 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 (*wacth 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. Dengan ini media massa berfungsi memasok dan menyebarkan informasi yang diperlukan dalam penentuan sikap, dan menfasilitasi pembentukan opini publik dengan menempatkan dirinya sebagai wadah independen di mana isu-isu bersama dapat diperdebatkan. 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).

Perkembangan Pers Indonesia dewasa ini menunjukkan adanya gejala yang paradoks antara cita idealnya dengan fakta di lapangan. Munculnya pelanggaran-pelanggaran etika jurnalistik di antaranya yang cukup marak adalah kasus wartawan bodrek (amplop), penyiaran pornografi dan sadisme, dan kasus *libel* (pencemaran nama baik). Tuduhan-tuduhan pers yang "njomplang", tidak obyektif, "ahlul fitnah wal jamaah", memplintir (*spinning of words*), dan sebagainya. Fenomena yang lain adalah munculnya budaya populer yang secara cepat mempengaruhi masyarakat sedemikian rupa sehingga muncul ekses negatif dari itu adalah sikap hedonis, permisif dan sebagainya.

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. Itu sebabnya dalam kenyataannya sering kali kita disuguhi oleh pemberitaan yang beraneka warna dari suatu peristiwa, di mana sebuah media menonjolkan satu sisi, sementara media yang lain meminimalisir, bahkan menutupi. Dalam pemberitaan apa saja, termasuk politik, berita tidak bisa lepas dari bias-bias ideologi, politik, ekonomi, sosial, budaya, agama, dan interest (Eriyanto, 2002:2).

Berbagai persoalan tersebut nampaknya tidak bisa dibicarakan secara parsial, oleh karena keberadaan media di masyarakat terkait dengan masyarakat dan sistem masyarakat itu sendiri. Agen—masyarakat—sistem adalah 3 hal yang

saling mempengaruhi dan tidak bisa dipisah-pisahkan dalam pembahasannya. Demikian juga keberadaan media, menurut McQuail sebagaimana sebutkan oleh Sasa Djuarsa Sendjaja, tidak luput dari jaringan sosial yang lebih besar : sistem negara (orientasi politis), pengusaha media (orientasi kapital/bisnis), kelompok pembaca/pemirsa/pendengar, kelompok kelas dominan, pekerja media/pers, dan realitas sosial (*volce in society*) (*Journal Komunikasi*, Juli 1998:8-9). Belum termasuk juga adanya tarik ulur kepentingan ideologi, ekonomi dan politik antara media massa, masyarakat dan negara. Sementara itu realitas budaya masyarakat (terutama budaya yang krisis moral) juga semakin semakin mendorong terjadinya pelanggaran etika jurnalistik ini.

Dengan demikian nampaknya kunci dari berbagai permasalahan tersebut adalah membangun kembali etika sosial dari masing-masing elemen, sehingga proses sosial dapat berjalan terarah menuju perkembangan masyarakat yang lebih baik. Oleh karena aspek-aspek sosial dengan segala elemen masyarakat ini saling berkaitan, maka penuntasan persoalan tidak mungkin hanya secara parsial dilakukan pada satu aspek saja, melainkan harus komprehensif dan holistik. Terutama menegakkan etika di wilayahnya masing-masing, seperti hukum, politik, ekonomi dan budaya secara serempak dengan rasa tanggungjawab dan komitmen yang tinggi untuk memperbaiki keadaan bangsa yang sudah sedemikian terpuruk ini. Termasuk juga di dalamnya adalah pers, di mana pers memiliki kekuatan untuk mengambil bagian dalam proses pembangunan karakter bangsa yang beretika.

Pers memang harus diberi keleluasaan dan kebebasan dalam mencari dan menyiarkan informasi ke masyarakat. Namun demikian pers tidak lantas bebas sebebas-bebasnya, melainkan terikat dengan etika profesi yang melingkupinya, yakni etika jurnalistik. Etika ini disusun sebagai cita ideal sekaligus mengatur dan mengarahkan wartawan dalam menjalankan aktivitasnya. 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. Selama ini media (nampaknya) lebih banyak menyuplai dan membentuk budaya-budaya pop (*pop culture*), terutama televisi, yang membawa dampak hedonistik, konsumeristik, kekerasan, permisif bahkan a-sosial. Semestinya media juga memberi porsi yang berimbang guna proses pendidikan dan pendewasaan masyarakat. Kontrol sosial juga tidak hanya ditujukan kepada jalannya pemerintahan saja, tetapi juga mengontrol proses perkembangan masyarakat sehingga mengarah kehidupan yang lebih baik dalam bentuk masyarakat ideal.

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).

Etika hakikatnya adalah refleksi kritis terhadap suatu perbuatan (Salam, 1997:25). Etika pemberitaan yang dimaksud adalah kesadaran etis atau moral pelaku media dalam pemberitaan suatu peristiwa atau fenomena dalam media massa. Etika pemberitaan terdiskripsikan dalam pemberitaan yang disajikan sesuai dengan kaidah moral yang melingkupi tanggungjawab sosialnya dalam bidang penyebaran informasi.

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.

Etika (*al-Akhlaq*) dalam agama Islam mendapatkan perhatian yang cukup besar. Bahkan Nabi Muhammad, SAW. menyatakan bahwa dirinya diutus oleh Allah SWT. tidak lain adalah untuk menyempurnakan akhlak. Demikian juga dalam al-Qur'an terdapat banyak rujukan dan pedoman tentang perilaku yang harus dilakukan, dan yang harus dihindari, mana yang merupakan kewajiban dan mana yang larangan. Demikian juga dalam perkembangan pemikiran cendikiawan muslim, begitu banyak teori dan keilmuan tentang etika dan moral, baik secara praktis maupun teoritis yang dikemukakan oleh tokoh etikawan Islam seperti Imam Al-Ghazali, Ibn Maskawaih dan lain-lain.

Penerbitan media massa idealnya terlandasi oleh etika yang tercermin dalam pemberitaannya. Namun seringkali terjadi perbedaan antara idealitas dengan realitasnya, di mana dalam praktek pemberitaan sering terjadi penyimpangan dan pelanggaran etika oleh media massa. Akibatnya dalam pemberitaan terjadi bias bahkan ketidakjujuran yang mengakibatkan kesalahan informasi yang diterima oleh khalayak, padahal informasi ini penting dan berpengaruh bagi khalayak dalam menentukan sikap dan mengambil keputusan. 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. Oleh karena pentingnya makna etika dalam pemberitaan politik di media massa, maka kami mengangkat persoalan tersebut dalam penelitian tesis ini dengan bertema: "Etika Pemberitaan Politik dalam Media Massa Tinjauan Etika Islam (Studi Analisis Berita Pergantian Kepemimpinan Nasional bulan September dan Oktober 2004 di Media Cetak Nasional)".

Pemberitaan politik yang dimaksud adalah tulisan berita tentang peristiwa politik yang dimuat di media cetak dan ditulis oleh wartawan media tersebut.[1] 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.

Namun untuk kemudahan mengakses dokumentasi berita-berita politik tentang peristiwa tersebut, maka penelitian ini dilakukan terhadap pemberitaan

---

[1]Berita dipahami sebagai informasi tentang suatu peristiwa yang dianggap menarik dan disampaikan kepada khalayak luas melalui media massa. Dalam media cetak, tulisan yang dimuat secara garis besar terdiri dari dua jenis tulisan, yaitu tulisan berita dan tulisan opini. Tulisan berita berbasis pada fakta peristiwa atau fenomena yang ditulis oleh wartawan sehingga pertangungjawaban tulisan berita terdapat pada pihak redaksi. Sementara tulisan opini berbasis pada opini atau pendapat pribadi penulisnya, yang biasanya dimuat dalam bentuk artikel.

yang dilakukan oleh media massa cetak. Sedangkan media cetak yang menjadi lingkup penelitian adalah media cetak yang beredar secara nasional, yaitu Harian Kompas, Republika, Jawa Pos dan Media Indonesia. Penelitian ini akan difokuskan pada etika pemberitaan untuk kemudian ditinjau dari perspektif etika Islam dalam hal ini adalah etika religius sesuai ketegori yang dilakukan Madjid Fakhry yaitu pemikiran etika yang memadukan pandangan dunia al-Qur'an, konsep-konsep teologi, kategori-kategori filsafat dan mistisisme Islam (Fakhry, 1996:xxi-xxiv)

B. Pokok Permasalahan

Berangkat dari latar belakang di atas maka, penelitian ini dimaksudkan untuk menjawab permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana etika pemberitaan politik tentang pergantian kepemimpinnan nasional bulan September dan Oktober 2004 dalam media cetak nasional yaitu Harian Kompas, Republika, Jawa Pos dan Media Indonesia?
2. Bagaimana tinjauan etika Islam terhadap etika pemberitaan politik tentang pergantian kepemimpinan nasional bulan September dan Oktober 2004 dalam media cetak nasional yaitu Harian Kompas, Republika, Jawa Pos dan Media Indonesia?

C. Siginifikansi Penelitian

1. Media massa dengan pemberitaannya memiliki peranan yang penting dalam kehidupan dan perkembangan politik, bahkan mampu menjadi pendorong terjadinya perubahan politik. Hal ini karena media memiliki jangkauan (*coverege*) dalam penyebaran informasi secara luas dan massif, yang melampaui batas-batas wilayah, usia, strata sosial bahkan perbedaan paham dan orientasi (Hamad, 2004:xv) Pemberitaan media massa merupakan cerminan perilaku media, oleh karenanya memungkinkan untuk ditimbang standar nilai atau etikanya.

2. Setiap pemberitaan di media massa pada hakikatnya adalah konstruksi peristiwa oleh media massa atas realitas yang terjadi. Kemampuan mengkonstruksi wacana ini akan berpengaruh besar opini, pengambilan keputusan dan sikap politik pembacanya. Dengan memahami kerja konstruksi realitas media, akan membuat masyarakat bijaksana dan tepat dalam memanfaatkan setiap informasi dari mediamassa guna kepentingan kehidupannya.
3. Etika Islam baik yang bersumber pada kitab suci al-Qur'an dan al-hadits maupun pandangan etika dari cendikiawan muslim memiliki kontribusi yang cukup besar dalam memberi tuntunan sikap dalam masyarakat, termasuk berperilaku dalam pemberitaan di media massa.
4. Di antara nilai penting penelitian ini adalah menambah kajian tentang realitas etis pemberitaan dan tinjauan etika Islam terhadap perilaku pers melalui pemberitaan di media massa, di mana selama ini kebanyakan literatur lebih menitikberatkan pada etika pemberitaan yang bersifat teoritis belaka.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Secara khusus penelitian ini bertujuan untuk :

1. mengetahui etika pemberitaan politik tentang pergantian kepemimpinan nasional bulan September dan Oktober 2004 dalam media massa cetak nasional yaitu Harian Kompas, Republika, Jawa Pos dan Media Indonesia;
2. mengetahui tinjauan etika Islam terhadap etika pemberitaan politik tentang pergantian kepemimpinan nasional bulan September dan Oktober 2004 dalam media massa cetak nasional yaitu Harian Kompas, Republika, Jawa Pos dan Media Indonesia.

Sebagai karya ilmiah akademik, maka penelitian diharapkan akan memiliki manfaat sebagai berikut:

1. memberi sumbangan pemikiran dan teori dalam bidang etika terapan, khususnya etika dalam pemberitaan media massa;
2. mendukung pengembangan ilmu-ilmu keislaman, terutama di bidang etika Islam;
3. meningkatkan daya kritis masyarakat dalam melakukan pembacaan media massa dalam rangka menuju masyarakat melek baca (*literate society*);
4. memandu para pelaku media massa dalam menjalankan aktivitasnya sesuai dengan kerangka etika, terutama etika Islam.

E. Telaah Pustaka

Penelitian tentang media telah cukup banyak dilakukan orang, tetapi belum banyak penelitian yang menghubungkan pemberitaan di media massa dengan etika Islam. Di antara penelitian tentang media massa dan etika Islam adalah penelitian yang dilakukan oleh Mafri Amir tentang "Etika Komunikasi Massa dalam Pandangan Islam" (Amir, 1999). Dalam buku ini, Mafri Amir mengulas tentang komunikasi massa ditinjau dari sudut pandangan ajaran Islam. Pembahasannya dilakukan berdasarkan rujukan kepada ayat-ayat al-Qur'an dan al-Hadits yang berhubungan dengan masalah-masalah komunikasi dan etikanya. Dalam penelitiannya ini, Mafri menguraikan etika komunikasi massa sesuai dari Karl Wallace, yang meliputi : *fairness* (kejujuran, keadilan, kewajaran), akurasi (ketelitian, keseksamaan, kecermatan, ketepatan), bebas dan bertanggungjawab, dan kritik konstruktif menurut perspektif ajaran Islam. Namun dalam buku ini, Mafri Amir belum menyentuh realitas perilaku media sebagai pelaku komunikasi massa, baru mempertemukan etika komunikasi massa dengan moralitas skriptualis Islam yang mendasarkan etikanya pada pernyataan-pernyataan atau quasi-quasi moral al-Qur'an dan Sunnah sehingga kajiannya cenderung bersifat normatif.

Buku yang lain adalah buku "Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa, Sebuah Studi *Critical Discourse Analysis* Terhadap Berita-berita Politik"yang ditulis oleh Ibnu Hamad (Hamad, 2004). Sebagai dasar

penelitiannya, Ibnu Hamad menggunakan analisis wacana kritis untuk membedah konstruksi realitas politik yang dibangun oleh media massa, terutama dalam hal ini adalah wacana tentang parpol peserta pemilu. Buku ini hanya mengungkap tentang wacana politik yang dibangun oleh 10 media massa cetak, yaitu Harian Kompas, Republika, Haluan, Suara Pembaharuan, Media Indonesia, Rakyat Merdeka, Kedaulatan Rakyat, Jawa Pos, Bali Post dan Fajar. Hasil penelitiannya ini menunjukkan bahwa masing-masing media massa berbeda dalam mengembangkan dan mengkonstruksi wacana tentang partai politik peserta pemilu 1999 sesuai dengan visi politik media yang dianutnya.

Najahan Musyafaq dalam penelitian tesisnya *Press Freedom in Indonesia an Axamination of* "Pers Pancasila" *Betwen 1993-1998*, menfokuskan pada kebebasan pers pada akhir era rezim Soeharto antara tahun 1993 dan 1998 melalui penelitian terbatas pada tulisan editorial dari lima surat kabat harian (Kompas, Suara Pembaharuan, Jawa Pos, Republika dan Media Indonesia). Dalam penelitiannya yang menggunakan *Analisys Contens* dan *Critical Discourse Analisys* ini Najahan menunjukkan bahwa pers Indonesia pada akhir masa rezim Orde Baru tersebut adalah *Pseudo-Press Freedom*, bukan sebenar-benarnya kebebasan pers karena secara ketat dibatasi dan dikontrol oleh kekuasaan pemerintah. Namun oleh karena batasan tahun penelitian media tahun 1993-1998, maka tesis ini baru memberi gambaran tentang kebebasan pers era Orde Baru, dan tidak sampai pada perubahan kebebasan pers nasional yang terjadi secara radikal pasca keruntuhan rezim Orde Baru dan digantikan era reformasi. Padahal perkembangan mutakhir pers di Indonesia telah mengalami kebebasannya yang cukup radikal dan liberal.

Dari pustaka di atas, kajian yang dilakukan oleh Mafri Amir bersifat deduktif dengan mencari korelasi ideal etika komunikasi massa dengan etika dalam kitab suci al-Qur'an dan Hadits, sehingga belum menampakkan gambaran perilaku etis pelaku komunikasi massa sebagai suatu realitas. Sementara kebalikan dari itu, penelitian Ibnu Hamad secara induktif mampu mengungkap gejala riil konstruksi realitas media terhadap peristiwa politik, dan penelitian Najahan

Musyafaq menggambarkan kondisi dari realitas kebebasan pers di akhir rezim Soeharto, namun keduanya sama sekali tidak menyinggung permasalahan etika, terlebih etika Islam.

Berangkat dari hal tersebut, penelitian ini berupaya untuk menggali kenyataan problematika etika pemberitaan politik yang riil, terutama etika dalam pemberitaan politik tentang pergantian kepemimpinan nasional yang dimuat dalam media cetak nasional yaitu Harian Kompas, Republika, Jawa Pos dan Media Indonesia, sekaligus meninjaunya melalui frame etika Islam.

F. Metode Penelitian

1. Ruang Lingkup Penelitian

Tahun 1998 pada saat berakhirnya rezim Orde Baru dengan lengsernya Presiden Soeharto, bangsa Indonesia memasuki era reformasi yang ditandai dengan perubahan sosial politik yang sangat radikal, terutama dengan dibukanya liberalisasi politik. Setidaknya 2 perubahan yang sangat penting yang cukup signifikan dengan penelitian ini, pertama: perubahan sistem politik di Indonesia, di antaranya Amandemen terhadap UUD 1945, pemilihan langsung bagi presiden-wakil presiden (pilpres/wapres) dan pemilihan langsung kepala daerah (pilkada). Kedua, kebebasan pers, dimana sebelum era ini perikehidupan pers dan media massa sangat dikekang dan tunduk di bawah kekuasaan politik, maka sekarang pers bebas untuk tumbuh dan berkembang sebebas-bebasnya.

Pada tahun 2004, dengan dilaksanakannya pemilihan presiden dan wakil presiden secara langsung untuk yang pertama kalinya, maka pantaslah kalau tahun ini dipandang sebagai tonggak sejarah perkembangan demokrasi yang sangat penting bagi bangsa Indonesia. Moment penting ini tentu saja menjadi sorotan penting dalam pemberitaan politik di media massa. Oleh karena fokus penelitian ini adalah persoalan etika pemberitaannya, maka difokuskan 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.

Madia 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.

2. Metode pengumpulan data :

Bahan-bahan yang akan dipergunakan dalam penelitian ini akan diperoleh dan dikumpulkan melalui metode dokumentasi dan *library research*, yakni penelitian melalui dokumen dan atau buku-buku literatur sebagai data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual (Bachtiar, 1997:43) yang meliputi:

a. sumber primer, berupa dokumentasi berita-berita tentang pergantian kepemimpinan nasional, yaitu peralihan kekuasan 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;

b. sumber sekunder, berupa buku, jurnal, tulisan makalah dan/atau artikel populer yang terkait dengan judul penelitian ini, yang meliputi tema-tema: etika, etika Islam dan pemberitaan media massa.

3. Metode Analisis Data :

Untuk mendapatkan sampai kepada jawaban atas persoalan mendasar dalam penelitian ini, metode analisis yang menjadi kerangka kerja dilakukan dalam 2 jenis kerangka analisis. Pertama, analisis teks media melalui metode Analisis Wacana Kritis (*Critical Discourse Analisys* / CDA). Media massa melalui pemberitaannya tidak lepas dari suatu proses produksi dan reproduksi makna, oleh karena media memiliki kemampuan untuk melakukan kontrol dan berkepentingan terhadap maksud-maksud wacana yang pada gilirannya berperan dalam membentuk perilaku-perilakunya. (Eriyanto, 2001: 6) CDA ini akan menggunakan analisis Norman Fairclough, yang membagi analisisnya dalam tiga dimensi: *teks, discourse practice*, dan *sociocultural practice* (Eriyanto, 2001 : 286)

Dimensi *teks* akan melihat pemberitaan sebagai suatu teks yang dapat dianalisis secara linguistik. Dimensi *discourse practice* untuk mengungkap pola kerja dan proses produksi pemberitaan. Sedangkan *sociocultural practice* untuk menemukan hubungan antara teks dengan konteks di luar dirinya, yaitu masyarakat, sistem nilai, budaya, ekonimi maupun politik tertntu yang melingkupinya. Pemberitaan Politik pergantian kepemimpinan nasional akan dianalisa dengan CDA untuk mendapatkan gambaran tentang “perilaku” yang tersirat dari teks-teks pemberitaan tersebut.

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*.[2] (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. Pada tahap ini, unsur metodis umum dalam penelitian filsafat seperti interpretasi, induksi-deduksi, koherensi, holistika, kesinambungan historis, idealisasi dan refleksi pribadi (Bakker, 1992 : 41) akan dipergunakan untuk mengelaborasi persoalan-persoalan pemberitaan politik dalam tinjauan etika Islam.

G. Sistematika Penulisan Laporan

Adapun sistematika pelaporan penelitian ini sebagai berikut:

Bab I berisi pendahuluan yang meliputi latar belakang, pokok permasalahan, signifikansi penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, telaah pustaka, metode penelitian dan sistematika penulisan hasil penelitian.

Bab II dan Bab III berisi landasan teori tentang pemberitaan media massa dan etika Islam. Di Bab II, akan dibahas konsep-konsep dasar dalam jurnalistik, yakni tentang pemberitaan politik, media massa dan jenis sistem-sistem pers; Dinamika Media Massa dalam Demokrasi di Indonesia, sejak masa perjuangan kemerdekaan hingga era reformasi sekarang ini; dan etika media massa dan pemberitaannya. Sedangkan pada bab III, akan memberikan perspektif yang luas tentang etika Islam tentang pemberitaan yakni pengertian etika Islam; dan pemberitaan dalam perspektif Etika Islam.

Bab IV dan bab V berisi analisis teks dan filosofis guna menjawab permasalahan dalam penelitian ini. Bab IV berisi analisis teks pemberitaan politik di media massa yang meliputi: gambaran umum media cetak nasional sebagai

---

[2] Cara *inventif* ini berupaya untuk mencari pemahaman baru terhadap modal pemikiran yang sudah ada, kemudian berupaya memberikan pemecahan bagi masalah-masalah yang belum diselesaikan. Sedangkan sifat *heuristis* atau *heuristika* adalah sifat yang mengaktualisasi pemikiran secara terus menerus, reflektif untuk membangun arus pemikiran yang dinamis dan kreatif. (Bakker, 1992 : 17)

obyek kajian yaitu harian Kompas, Jawa Pos Republika, dan Media Indonesia; dan Analisis Wacana Kritis yang meliputi kerangka kerja dan hasil analisisnya tentang konstruksi etika pemberitaan pergantian kepemimpinan nasional atau Pilpres 2004. Sedangkan Bab V berisi analisis filosofis tentang etika pemberitaan politik dalam media cetak nasional tinjauan etika Islam; dan masa depan etika Islam dalam pemberitaan politik di media cetak nasional.

Kemudian bab VI penutup yang berisi kesimpulan, saran-saran dan penutup. Selanjutnya penulisan laporan penelitian ini juga dilengkapi dengan lampiran-lampiran dan daftar kepustakaan yang dipergunakan dalam penyusunan laporan penelitian ini.