

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Praktik jurnalistik masa kini telah memanfaatkan media *online* atau internet sebagai sarana penyebarluasan informasi. Telah banyak perusahaan atau industri media baik tv, radio, dan cetak yang saat ini juga memiliki media *online*. Sifat multimedia pada jurnalistik *online* menjadikannya sebagai jurnalistik masa depan. Wartawan tidak hanya menyusun teks berita dan menampilkan foto, tapi juga melengkapinya dengan suara dan gambar (*audio-video*).

Jurnalistik dipahami sebagai proses peliputan, penulisan, dan penyebarluasan informasi atau berita melalui media massa. Secara ringkas dan praktis, jurnalistik bisa diartikan sebagai “memberitakan sebuah peristiwa”.¹ Dengan adanya internet, peristiwa-peristiwa apa saja yang terjadi di seluruh wilayah bahkan di pelosok negeri pun dapat dengan cepat dimuat dalam media *online*, sehingga dengan cepat pula dapat dibaca dan diketahui oleh publik.

Dewasa ini, banyak industri media di Indonesia berlomba-lomba membuat media *online*. Baik itu merupakan media yang benar-benar *online* (tidak ada media cetaknya) atau media yang hanya sekedar memindahkan berita di media cetak ke dalam versi *online*-nya. Tetapi yang mengkhawatirkan adalah praktik *content aggregator* yang dilakukan oleh situs-situs besar seperti

¹ Asep Syamsul M. Romli. *Jurnalistik Online; Panduan Praktis Mengelola Media Online*, (Bandung: Nuansa cendekia, 2012), 11-12.

Yahoo dan Google. Secara sederhana, *content aggregator* adalah situs yang mengepul aneka informasi dari berbagai situs lain. Google dan Yahoo tidak memproduksi berita mereka sendiri, melainkan hanya mengumpulkan berita dari media *online*.²

Praktik *content aggregator* ini tentu saja merugikan bagi media *online* yang sudah memproduksi berita. Padahal wartawan media *online*-lah yang sudah bersusah payah mengejar berita, namun yang mendapat keuntungan adalah Yahoo dan Google karena telah menghasilkan iklan dari berita-berita yang dicomot dari media *online*. Selain itu, berita-berita yang belum terverifikasi akan dengan mudah menyebar luas ke jagat maya dan diakses oleh orang di seluruh dunia.

Namun yang disayangkan bukan hanya soal praktik *content aggregator* saja, tetapi lebih kepada arah kebijakan media. Publik seringkali dihadapkan dengan berita-berita bernuansa politik, apalagi berita-berita yang mengandung unsur SARA (Suku, Agama, Ras, dan Antargolongan). Agama layaknya sebuah komoditi yang menjanjikan untuk dijual, dan berita-berita berbau SARA sangat sering menghiasi *headline* sebuah media *online*.

Tetapi yang menjadi pertanyaan, apakah benar bahwa agama-lah yang menjadi penyebab utama semua permasalahan-permasalahan tersebut, atau ada kepentingan politik yang berada dibelakang itu semua. Yang pasti, hanya wartawan dan orang-orang media yang mengetahuinya. Publik hanya tahu bahwa berita yang ia baca adalah benar adanya. Jarang sekali publik

² J. Heru Margianto, *Media Online: Pembaca, Laba, dan Etika* (Jakarta: Aliansi Jurnalis Independen Indonesia dan Ford Foundation, 2006), 46.

mempertanyakan kebenaran sebuah berita yang dimuat di sebuah media. Bahkan, publik pun tidak merasa khawatir terhadap kebenaran dan keberimbangan berita-berita yang belum terkonfirmasi tersebut.

Di penghujung tahun 2016, masyarakat dihebohkan dengan banyaknya pemberitaan media *online* yang menyoroti isu-isu agama. Penelitian ini mengangkat berita tentang media *online* Detik.com dan Republika.co.id yang memberitakan soal “fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) nomor 56 tahun 2016 tentang hukum memakai atribut non-Muslim”. MUI mengeluarkan fatwa bahwa atribut keagamaan non-Muslim haram dipakai oleh seorang Muslim. Ada sejumlah pertimbangan yang mendasari penetapan fatwa tersebut. Fatwa nomor 56 tahun 2016 itu dikeluarkan pada hari Rabu tanggal 14 Desember 2016. Fatwa ditandatangani langsung oleh Ketua Komisi Fatwa MUI Hasanuddin dan Sekretaris Komisi Asrorun Ni’am Sholeh.³

Sejak diberlakukan fatwa tersebut, muncul banyak aksi *sweeping* yang dilakukan ormas-ormas tertentu. Front Pembela Islam (FPI) adalah salah satu ormas yang melakukan aksi *sweeping* di berbagai wilayah, salah satunya ada di Surabaya. FPI DPD Jatim mendatangi sejumlah pusat perbelanjaan yang ada di Surabaya pada hari Minggu, 18 Desember 2016. Mereka melakukan sosialisasi fatwa MUI nomor 56 tahun 2016 tentang hukum penggunaan atribut keagamaan non-Muslim.⁴

³ Herianto Batubara, “Isi Lengkap Fatwa MUI Soal Atribut Keagamaan Nonmuslim Haram Dipakai”, *Detik news*, <http://www.detik.com>, 14 Desember 2016, diakses tanggal 14 Desember 2016.

⁴ Dewi Irmasari, “FPI Datangi Mal Sosialisasi Fatwa MUI, Risma: Tidak Boleh Ada Pemaksaan”, *Detik news*, <http://www.detik.com>, 19 Desember 2016, diakses tanggal 19 Desember 2016.

Di tempat lain yaitu di Sragen Jawa Tengah, FPI hendak masuk ke Swalayan Mitra Sragen. Ketua DPC FPI Sragen Mala Kunaifi beserta anggotanya bersikukuh ingin masuk ke dalam swalayan, dia meminta agar polisi tidak melarang, namun ikut mengawal aksi mereka. Namun, hal itu dicegah oleh Kapolres Sragen AKBP Cahyo Widiarso dan jajarannya.⁵

Dalam memberitakan fatwa MUI dan aksi *sweeping* yang dilakukan ormas Islam FPI. Media *online* Detik.com dan Republika.co.id memiliki sudut pandang yang berbeda. Perbedaan ideologi dalam sebuah media dapat dipengaruhi oleh banyak faktor, diantaranya seperti faktor pemilik media, sumber pendanaan media, serta siapa saja orang-orang yang memiliki suatu kepentingan dan berada di dalam media tersebut. Selain sebagai saluran penyebar informasi, media juga merupakan sebuah industri dan memiliki *target marketing* yang membidik khalayak tertentu sebagai konsumennya.

Bangsa Indonesia yang terdiri dari banyak suku dan juga agama, menjadikannya sebagai bangsa yang sensitif dan rentan terhadap isu-isu SARA. Hal tersebut lantas menjadi keuntungan tersendiri bagi awak media dalam mencari berita. Isu-isu SARA masih sangat diminati oleh publik. Publik dengan sangat mudah mempercayai berita-berita yang dimuat oleh media. Di sisi lain media sangat senang dan terus menyuguhkan berita-berita untuk “dijual” kepada publik.

⁵ Herianto Batubara, “Debat Iptu Ali dengan Pimpinan Ormas yang Hendak Masuk Swalayan di Sragen”, *Detik news*, <http://www.detik.com>, 22 Desember 2016, diakses tanggal 22 Desember 2016.

Berita tentang fatwa MUI yang mengharamkan atribut non-Muslim ini cukup menyita perhatian *netizen* (pengguna media *online*). Pasalnya, situasi bangsa Indonesia saat itu tengah ramai dengan kasus penistaan agama yang menjerat Gubernur DKI Jakarta non-aktif Basuki Tjahaja Purnama. Kasus penistaan agama tersebut juga telah memicu terjadinya demo besar-besaran pada tanggal 4 September 2016 dan pada tanggal 2 Desember 2016. Fatwa MUI ini menambah deretan persoalan pelik di Indonesia tentang tindakan intoleran dan diskriminasi terhadap agama lain. Umat muslim sebagai mayoritas di Indonesia seakan-akan dianggap sebagai umat yang paling benar sehingga boleh *me-marginalkan* umat beragama lain.

Media *online* Detik.com dan Republika.co.id mengkonstruksi berita-berita bermuatan SARA dengan menonjolkan sisi tertentu sebuah berita. Masalah-masalah yang ada di masyarakat dibuat dan dibingkai (*framing*) menggunakan bahasa media yang hiperbolis dengan menonjolkan berita-berita tertentu untuk bisa menggiring interpretasi khalayak sesuai perspektifnya. Sehingga berita-berita yang ditampilkan oleh media dapat mengena dan mendapat perhatian lebih besar di benak khalayak. Informasi yang disajikan secara menonjol sudah barang tentu mempunyai peluang besar untuk mempengaruhi khalayak dalam memahami realitas yang dibingkai oleh media.

Di situlah kekuatan media berada, melalui proses pemingkaiian (*framing*), teknik pengemasan fakta, penggambaran fakta, pemilihan sudut pandang (*angle*), penambahan atau pengurangan foto dan gambar, media bisa memperjelas sekaligus mempertajam konflik atau sebaliknya. Dengan

menggunakan *framing* model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki, perangkat *framing* dibagi menjadi empat struktur besar, yaitu; struktur sintaksis, struktur skrip, struktur tematik, dan struktur retorik.⁶

Berdasarkan pada permasalahan di atas, untuk bisa melihat bagaimana wartawan mengkonstruksi peristiwa-peristiwa ke dalam sebuah berita, peneliti bermaksud mengadakan penelitian dalam bentuk skripsi dengan judul “PEMBERITAAN FATWA MUI NO. 56 TAHUN 2016 TENTANG ATRIBUT KEAGAMAAN NON-MUSLIM DI DETIK.COM DAN REPUBLIKA.CO.ID”

B. Fokus Penelitian

Dari konteks penelitian yang telah dikemukakan di atas, maka fokus penelitiannya adalah bagaimana *framing* yang dilakukan media *online* Detik.com dan Republika.co.id mengenai Fatwa MUI No. 56 Tahun 2016 Tentang Atribut Keagamaan Non-Muslim?

C. Tujuan Penelitian

Karena fenomena penyebaran berita dan informasi di media *online* begitu *massive* terjadi pada masyarakat era digital saat ini, sehingga begitu banyak hal-hal menarik untuk diteliti. Analisis *framing* pada media *online* tergolong penelitian yang masih baru dan belum banyak penelitian yang membahasnya. Maka penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui bagaimana cara wartawan mem-*framing* berita terkait Fatwa MUI No. 56 Tahun 2016 Tentang Atribut Keagamaan Non-Muslim.

⁶ Alex Shobur, *Analisis Teks Media*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015), 175.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan secara teoritis
 - a. Menambah ilmu pengetahuan mengenai jurnalistik serta perkembangannya di era internet.
 - b. Meninjau ulang ilmu komunikasi, terlebih dalam bidang jurnalistik yang belum berbasis internet.
 - c. Memperkaya pembahasan dan kajian tentang pendekatan analisis *framing* model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki.
2. Kegunaan secara praktis
 - a. Membantu mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam pada khususnya, dan masyarakat luas pada umumnya untuk bisa memahami tentang bagaimana seorang wartawan mengkonstruksi berita dalam media *online*.
 - b. Membantu masyarakat luas dalam menyikapi berita-berita yang dimuat media *online*, supaya tidak terjerumus oleh berita yang menyesatkan dan berita yang tidak benar.
 - c. Agar masyarakat lebih berhati-hati dalam memilih media sebagai sarana mencari informasi.

E. Telaah Pustaka

Beberapa referensi yang merupakan penelitian terdahulu sehingga menjadi sumber rujukan bagi peneliti dalam melakukan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Isu Sara Dalam Pemberitaan Pilkada DKI Jakarta 2012; Studi Kualitatif dengan pendekatan *Framing* Model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Oleh Hena Triwardani Sumantri, Program Studi Ilmu Jurnalistik, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung tahun 2013. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sudut pandang harian umum Kompas dan Republika mengenai isu SARA dalam Pilkada DKI Jakarta 2012 menggunakan pendekatan analisis *framing* model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki.
2. Analisis *Framing* Berita Mundurnya Surya Paloh dari Partai Golkar di mediaindonesia.com dan vivanews.com. Oleh Gema Mawardi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana *framing* yang dilakukan oleh media dalam menyampaikan sebuah peristiwa, dan untuk mendapatkan gambaran sejauh mana pengaruh kepemilikan media terhadap objektivitas pemberitaan.

Perbedaan penelitian ini jika dibandingkan dengan penelitian sebelumnya adalah tentang objek dan media *online* yang diteliti. Di dalam penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah berita mengenai Fatwa MUI No. 56 Tahun 2016 tentang Atribut Keagamaan Non-Muslim di Detik.com dan Republika.co.id. Sedangkan persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah mengenai analisis *framing* yang digunakan, yaitu menggunakan analisis model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki.

F. Sistematika Penulisan

BAB I: Pendahuluan, yaitu berupa konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, telaah pustaka, dan sistematika penulisan.

BAB II: landasan teori, yaitu berupa pengertian jurnalistik, kode etik jurnalistik, fungsi media, ideologi media, analisis *framing*, dan tinjauan umum mengenai Majelis Ulama Indonesia.

BAB III: Metode Penelitian, yaitu berupa pendekatan dan jenis penelitian, kehadiran peneliti, sumber data, analisis data, pengecekan keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian.

BAB IV: Paparan data dan temuan penelitian, yaitu tentang profil media *online*, dan analisis hasil pembedingkaian.

BAB V: Pembahasan, yaitu tentang *frame* Detik.com dan Republika.co.id dan juga keterkaitan temuan penelitian dengan teori.

BAB VI: Penutup, berisi mengenai kesimpulan dan saran peneliti.