

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi telah membawa angin segar bagi semakin beragamnya informasi ke ruang publik. Meningkatnya kuantitas pesan yang diperoleh khalayak melalui berbagai saluran media ini kemudian membawa optimisme bahwa peningkatan kuantitas tersebut juga diikuti dengan peningkatan kualitas isi media. Beragam perspektif kemudian bisa digunakan untuk melihat apakah optimisme yang terpancar ini masih perlu dilihat sebagai sebuah realitas yang akan terjadi atau justru akan menjadi utopia semata-mata, atau bahkan manajemen media telah terjerumus ke dalam ranah *market driven journalism*.

Media massa hampir selalu berada dalam himpitan dua kepentingan. Kepentingan pertama, bisnis (ekonomi), dan kepentingan kedua, idealisme. Di tengah dua kepentingan itu sangat sulit bagi konsumen pers mengharap sajian media massa yang tidak berpihak. Sajian pers Indonesia pun tidak terlepas dari kapitalisme media di satu sisi, dan euforia publik di sisi lain. Euforia publik dan kapitalisme media itu dibentuk oleh terpaan globalisasi dan hedonisme, yang mengakibatkan kesenjangan komunikasi antara pengelola lembaga media, dengan berbagai pemangku kepentingannya.

Perbedaan *mindset* antara pemilik dan pengelola pers dengan konsumen pers merupakan embrio kegagalan media massa membangun *human dignity* di

tengah kehidupan individu dan masyarakat. Salah satu dampaknya adalah meluasnya aksesibilitas pers dalam membentuk, mengarahkan, dan mengendalikan opini publik, yang tak diimbangi akuntabilitas eksternal media massa sebagaimana seharusnya.

Dilihat dari sudut pandang ekonomi politik media, kondisi media kontemporer ditandai dengan meluasnya konsentrasi dan kepemilikan media. Perluasan atas konsentrasi dan kepemilikan media ini juga paralel dengan konvergensi media. Di satu sisi tumbuh media dalam berbagai lini yang berbeda, namun di sisi yang lain, kepemilikan dari media semakin memusat pada segelintir orang saja. Eoin Devereux secara terang-terangan menuliskan beberapa fakta tentang kritiknya atas kepemilikan media¹.

Pertama, secara progresif terjadi konsentrasi kepemilikan media massa oleh segelintir *transnational multimedia conglomerates*. Rupert Murdoch adalah salah satu konglomerat media yang menguasai berbagai media di berbagai lini².

Kedua, faktanya banyak dari konglomerat ini yang memiliki, mengontrol atau mempunyai kepentingan substansial dalam perusahaan media dan non media. Ini seringkali menimbulkan konflik kepentingan, antara kepentingan jurnalistik untuk pemberitaan secara *fair* dengan kepentingan pemilik perusahaan yang tentu mengharapkan lini usaha *non* medianya tidak menjadi bulan-bulanan di media miliknya sendiri jika tersandung masalah.

Ketiga, berlanjutnya perdebatan tentang peran ruang publik media yang

¹ Junaedi Fajar, "*Lima Genre Utama Teori Media Kritis*", Februari 16, 2005, <http://www.sosiologikomunikasi.blogspot.com/feeds/po?sts/default> (2 Februari 2010)

² Yusran Darmawan, "*Media Ownership Control*" Des2008, <http://www.blogspot.com> (diakses 20 Maret 2010)

muncul dari konsentrasi dan kepemilikan yang lebih besar. Peran ruang publik ini menjadi penting karena konsentrasi dan kepemilikan media menyebabkan penguasaan informasi di tangan segelintir orang.

Keempat, konsekuensi dari berita, *current affairs* dan jurnalisme investigasi ke arah hiburan, populisme dan 'infotainment'. Corak produksi dalam manajemen media yang mengabdikan kepada kepentingan modal akan menjadikan pemberhalaan terhadap rating dan iklan, sehingga selera pasar yang kemudian diikuti. Merebaknya berbagai tayangan berita *infotainment* adalah fenomena yang bisa menjadi penjelasan atas konsekuensi ini.

Kelima, redefinisi *audience* sebagai konsumen bukan lagi warga (*citizen*). Ini terjadi dikarenakan proses industrialisasi budaya (*cultural industries*) yang terjadi secara masif.

Keenam, akses yang tidak setara terhadap isi media dan teknologi media. Ratapan pilu penggemar Liga Inggris di Indonesia yang harus menyaksikan Liga Inggris melalui stasiun berbayar Astro dan kemudian Aora adalah fakta ironis tentang perubahan struktur manajemen media yang menyebabkan khalayak menjadi terpecah antara yang memiliki akses media (*the have*) dan yang tidak memiliki akses media (*the have not*).

Ketujuh, kekuatan ekonomi politik dari individu yang menguasai kekaisaran media³. Kekaisaran media yang dibangun Rupert Murdoch adalah fakta terbesar dari dominasi individu dalam bisnis media. Di Indonesia, corak manajemen media pun semakin mengarah menuju bentuk ini.

³ Eoin Devereux, *Understanding The Media*, Sage Publication, London 2003, hlm 54.

Berbeda dengan di masa Orde Lama, di mana kepentingan manajemen media lebih diarahkan pada kepentingan ideologis partai politik,⁴ seperti Bintang Timur yang menjadi corong Partai Komunis Indonesia, Indonesia Raya yang menjadi kepanjangan tangan Partai Sosialis Indonesia, Duta Masyarakat yang menjadi representasi Partai Nahdhatul Ulama, Abadi yang menjadi suara Partai Masyumi dan Suluh Marhaen yang menjadi wakil Partai Nasional Indonesia; kepemilikan media di masa Orde Baru mulai bergeser ke arah kepentingan individu dan kepentingan pemerintah yang berkuasa di masa itu. Kondisi pro pasar ini semakin berkembang subur di saat ini, di mana manajemen media harus saling bertarung memperebutkan pangsa pasar yang berkembang pelan, padahal di sisi yang lain pertumbuhan media baik secara vertikal maupun horizontal berkembang sangat cepat.

Kepemilikan media kemudian menjadi fenomena lazim dalam model struktur sosial yang liberal. Di Indonesia bisa dilihat dari dominasi Kelompok Kompas Gramedia (KKG) dan Jawa Pos Group yang menguasai pangsa pasar media cetak di Indonesia. Kompas bahkan secara ekspansif mengembangkan edisi *online*-nya untuk mendukung edisi cetaknya. Demikian juga, dominasi Media Nusantara Citra (MNC) yang menguasai langit penyiaran di Indonesia melalui kepemilikan sahamnya di RCTI, MNCTV dan Global TV.

Gaya kepemilikan media yang terpusat pada segelintir orang menyebabkan media tidak lagi berjalan sesuai dengan fungsinya yaitu memantau kekuasaan dan

⁴ Danny Schechter, *Matinya Media: Perjuangan Penyelamatan Demokrasi*, Yayasan Obor Indonesia, Jakarta 2002, hlm 10.

menyambung lidah rakyat⁵, tetapi media akan lebih cenderung sebagai agen kekuasaan baik secara ekonomi maupun politik.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang masalah di atas maka penulis merumuskan permasalahan yang akan diangkat:

Bagaimana pengaruh kepemilikan media massa yang dikuasai oleh segelintir individu terhadap independensi pemberitaan?.

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

Untuk mengetahui pengaruh kepemilikan media massa yang dikuasai segelintir individu terhadap independensi pemberitaan

D. Kerangka Konsep

1. Media Massa Sebagai Institusi Sosial.

Media merupakan hal yang paling sering dipertimbangkan dalam fungsi penyebaran informasi, tetapi harus kita ingat bahwa organisasi-organisasi yang berjalan sesungguhnya di masyarakat mencakup industri media. Dengan kata lain organisasi-organisasi ini merupakan institusi sosial yang penting dan menjadi bagian dari sebuah matrik hubungan sosial yang rumit.

Mungkin garis teori yang paling penting untuk memenuhi media sebagai institusi meliputi berbagai teori-teori kritis yang berdasarkan pada Marxis. Teori yang berdasarkan pada Marxis dikaitkan dengan distribusi kekuasaan dalam masyarakat dan dominasi kepentingan-kepentingan tertentu terhadap yang

⁵ Bill Kovach dan Tom Rosenstiel, *Sembilan Elemen Jurnalisme*, Yayasan Pantau, Jakarta 2006, hlm 141.

lainnya.

Sebelum masuk pada teori media Marxis pendekatan yang perlu dikaji adalah teori ekonomi politik. Menurut pendapat klasik John Stuart Mill dalam bukunya *Principles of Political Economy* mengemukakan pandangan yang berbeda mengenai kajian teori ekonomi politik dari tokoh klasik lainnya. Terminologi yang digunakan John Stuart Mill mengemukakan bahwa pandangan yang berlaku mengenai ekonomi dan politik terkait erat dengan faktor politik yang memainkan peranan utama dalam menentukan hasil-hasil ekonomi⁶.

Fokus dari studi ekonomi politik adalah fenomena-fenomena ekonomi secara umum, yang bergulir serta dikaji menjadi lebih spesifik; yakni menyoroti interaksi antara faktor-faktor ekonomi dan faktor-faktor politik. Namun dalam perkembangannya selanjutnya, istilah ekonomi politik selalu mengacu pada adanya interaksi antara aspek ekonomi dan aspek politik.

Berbeda dengan Marxisme ada banyak sudut pandang yang bisa digunakan membahas ekonomi politik. Istilah “ekonomi politik” yang digunakan dalam teori Marxian tidak merujuk pada pemikiran-pemikiran tentang hubungan antara ekonomi dan politik, melainkan merujuk pada sebuah cara berpikir tentang perekonomian yang didasarkan pada metode bagaimana menghubungkan kepentingan individu dengan tatanan sosial untuk akumulasi kapital⁷.

⁶ James A. Caporaso dan David P. Levine, *Teori-Teori Ekonomi Politik*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2008, hlm 126.

⁷ *Ibid*, hlm 230

Menurut McQuail ada lima cabang utama dari teori media Marxis⁸.

a. *Classical Marxism* (Teori Marxisme Klasik). Di sini media dilihat sebagai alat dari kelas dominan dan sebagai alat yang digunakan kaum kapitalis untuk meningkatkan kepentingan mereka dalam mencari untung. Mereka menyebarkan ideologi dari kelas penguasa dalam masyarakat dan karena itu menekan kelompok-kelompok lain.

b. *Political-Economic Media Theory* (Teori Media Ekonomi Politik). Ini merupakan teori yang menyalahkan struktur kepemilikan dalam masyarakat terhadap penyakit sosial. Dalam aliran pemikiran ini, isi media adalah suatu komoditas yang dijual di pasar. Dan informasi yang disebarluaskan diawasi oleh pasar. Sistem ini mengarah kepada pelaksanaan pengambilan non-risiko yang konservatif, membuat jenis-jenis program tertentu yang kuat dan yang lainnya dimarginalkan.

c. *Frankfurt School* (Mazhab Frankfurt). Aliran pemikiran ini menempatkan tekanan yang lebih banyak pada ide-ide dari barang material. Aliran pemikiran ini melihat media sebagai sebuah alat untuk mengkonstruksi budaya, yang mengarah kepada dominasi ideologi dari elit. Hasil ini dipenuhi dengan manipulasi media terhadap citra-citra dan simbol-simbol yang menguntungkan kepentingan dari kelas yang dominan.

d. *Hegemonic Theory* (Teori Hegemoni). Hegemoni adalah dominasi dari suatu ideologi palsu atau cara berpikir terhadap cara-cara pemahaman lain. Ideologi tidak disebabkan oleh sistem ekonomi itu sendiri dan secara mendalam

⁸ Heru Puji Winarso, *Sosiologi Komunikasi Massa*, Prestasi Pustaka, Jakarta, 2005, hlm 67.

ditanamkan pada semua aktivitas masyarakat. Dengan demikian ideologi ini tidak dipaksa oleh suatu kelompok lain melainkan merembes dan tak disadari. Ideologi dominan mengabadikan kepentingan-kepentingan kelas tertentu terhadap lainnya, dan dengan jelas media mengambil peran utama dalam proses ini.

e. Pendekatan yang terakhir terhadap studi media Marxis adalah *The Socio-cultural Approach* (Pendekatan Sosiokultural). Dengan fokus pada pengukuran yang besar pada semiotika, kelompok sarjana ini tertarik pada makna kultural dari produk-produk media. Mereka melihat pada cara-cara di mana isi media ditafsirkan, termasuk penafsiran-penafsiran yang dominan dan yang bersifat menentangnya (oposisional). Studi yang bersifat kultural memandang masyarakat sebagai suatu bidang dari ide-ide yang bersaing dalam sebuah perjuangan makna.

2. Empat Teori Pers

Dalam bukunya *Four Theories of the Press* (Sibert, Peterson, dan Schramm, 1956), para pengarangnya mengklasifikasikan pers ke dalam empat kategori: teori otoritarian, libertarian, tanggung jawab sosial, dan totalitarian soviet⁹.

a. Teori Otoritarian

Perkembangan teori ini pada abad ke-16 dan 17. Teori ini mendukung dan menjadi kepanjangan tangan kebijakan pemerintah yang sedang berkuasa dan melayani negara. Mesin cetak harus mendapat ijin dari pemerintah untuk bisa

⁹ *Ibid.*, hlm.123

digunakan dan pers dapat dimiliki oleh perorangan atau publik, namun tetap merupakan alat untuk menyebarkan kebijakan pemerintah.

b. Teori Libertarian.

Teori liberal pers berkembang di Inggris selama abad 18. Dalam teori ini pers sebagai media yang mengawasi pemerintah, menemukan kebenaran, sekaligus sebagai pemberi informasi dan hiburan serta mencari keuntungan. Pers bersifat swasta dan siapa pun yang memiliki uang atau modal, dapat menerbitkan media. Media dikontrol melalui beragam pendapat dari masyarakat dan sistem hukum.

c. Teori Tanggung Jawab Sosial

Teori ini berkembang di Amerika Serikat pada abad 20. Teori ini memiliki gagasan bahwa media satu-satunya industri yang dilindungi oleh Piagam Hak Asasi Manusia, harus memenuhi tanggung jawab sosial. Dalam teori ini, selain bertujuan untuk memberikan informasi, menghibur dan mencari untung, media juga bertujuan untuk membawa konflik ke dalam arena diskusi. Teori ini mengatakan bahwa setiap individu yang memiliki sesuatu yang penting untuk dikemukakan harus diberikan hak dalam forum, dan jika media tidak memenuhi kewajibannya, maka harus ada pihak yang memaksanya. Media dikontrol oleh masyarakat, kode etik profesional, tindakan konsumen.

d. Teori Totalitarian Soviet

Teori ini berpandangan bahwa tujuan utama media adalah membantu keberhasilan dan kelangsungan sistem Soviet. Media dikontrol oleh tindakan politik dan ekonomi dari pemerintah dan badan pengawas. Media dalam sistem

Soviet dimiliki dan dikontrol oleh negara dan keberadaannya hanya sebagai kepanjangan tangan negara.

3. Media Sebagai Agen Kekuasaan

J. Herbert Altschull dalam bukunya *Agents of Power* (1984), mengemukakan bahwa empat teori pers (*Four Theories of the Press*) yang dirumuskan oleh Sibert, Peterson, dan Schramm (1956), tidak relevan lagi di masa sekarang. Setelah menelusuri tinjauan sejarah dan fungsi dari sistem pers dunia. Altschull menyimpulkan bahwa kini ada tiga model pers, yakni pertama, model pasar atau model kapitalis (*the capitalist model*); kedua, model Marxis atau model Sosialis (*the Marxis model*), dan ketiga model pembangunan atau model negara-negara sedang berkembang (*the developing countries model*)¹⁰.

Selanjutnya J. Herbert Altschull memberikan perbandingan tujuan, masalah-masalah keyakinan, dan pandangan terhadap kebebasan pers dari tiga model tersebut dalam tabel di bawah ini.

Di bawah ini merupakan tiga model pers J. Herbert Altschull dari perspektif tujuan jurnalisisme:

¹⁰ *Ibid.*, hlm 128

Tabel 1
Tujuan Jurnalisme dalam Tiga Model Pers menurut J. Herbert Altschull

MODEL PASAR	MODEL MARXIST	MODEL PEMBANGUNAN
Mencari Kebenaran	Mencari Kebenaran	Melayanai Kebenaran
Bertanggung jawab secara sosial	Mendidik masyarakat dan mencari iklan (secara politik)	Bertanggung jawab secara sosial
Memberikan informasi (atau mendidik) dalam arti bukan secara politik	Melayani masyarakat menuntut dukungan untuk doktrin sosialis	Mendidik (dalam arti politik)
Melayani masyarakat secara sama; mendukung doktrin kapitalis	Membentuk pandangan dan mengubah sikap	Melayani masyarakat, dengan berusaha membentuk kemitraan dengan pemerintah, mengubah tujuan-tujuan yang menguntungkan
Bertindak sebagai penjaga pemerintah		Bertindak sebagai instrumen perdamaian

Sumber: Heru Puji Winarso, *Sosiologi Komunikasi Massa*, Prestasi Pustaka, Jakarta, 2005, hlm 130

Di bawah ini merupakan tiga model pers J. Herbert Altschull dari perspektif masalah-masalah keyakinan dalam jurnalisme:

Tabel 2
Masalah-masalah Keyakinan dalam Tiga Model Pers menurut J. Herbert Altschull

MODEL PASAR	MODEL MARXIST	MODEL PEMBANGUNAN
Pers bebas dari campur tangan pihak luar	Pers mengubah kesadaran yang salah dan mendidik para pekerja menjadi kelompok yang berkesadaran	Pers adalah alat untuk perubahan sosial yang menguntungkan
Pers berusaha belajar dan menyajikan kebenaran	Pers mendukung perubahan yang efektif	Pers merupakan alat untuk keadilan sosial
Pers melayani hak publik untuk memperoleh informasi	Pers melayani tujuan-tujuan obyektif dari masyarakat	Pers adalah alat untuk perubahan sosial yang menguntungkan
Pers memberikan laporan secara adil dan obyektif	Pers memberikan laporan secara obyektif mengenai realitas pengalaman	Pers adalah alat yang digunakan untuk perubahan dua arah antara wartawan dan pembaca

Sumber: Heru Puji Winarso, *Sosiologi Komunikasi Massa*, Prestasi Pustaka, Jakarta, 2005, hlm 131

Di bawah ini merupakan tiga model pers J. Herbert Altschull dari perspektif kebebasan pers dalam jurnalisme:

Tabel 3
Pandangan mengenai Kebebasan Pers dalam Tiga Model Pers
menurut J. Herbert Altschull

MODEL PASAR	MODEL MARXIST	MODEL PEMBANGUNAN
Pers yang bebas berarti bahwa wartawan bebas dari semua kontrol dari luar	Pers yang bebas bahwa opini dari semua orang dimuat, tidak hanya untuk pihak yang kaya	Pers yang bebas berarti kebebasan atas kesadaran para wartawan
Pers yang bebas adalah sah satu di mana pers tidak tunduk pada kekuasaan dan tidak dimanipulasi oleh kekuasaan	Pers yang bebas diperlukan untuk melawan penindasan	Kebebasan pers kurang penting dari pada kelangsungan hidup negara
Tidak ada kebijakan pers nasional untuk memastikan pers yang bebas	Kebijakan pers nasional diperlukan untuk menjamin bahwa pers yang bebas mengambil bentuk yang benar	Kebijakan pers nasional diperlukan untuk memberikan perlindungan hukum terhadap kebebasan

Sumber: Heru Puji Winarso, *Sosiologi Komunikasi Massa*, Prestasi Pustaka, Jakarta, 2005, hlm 132.

Dari rangkaian teori pers menurut J. Herbert Altschull akhirnya sampai pada tujuh kesimpulan mengenai teori pers¹¹ di antaranya:

- a. Dalam semua sistem pers, media berita merupakan agen dari yang menjalankan kekuasaan ekonomi dan politik. Koran, majalah, dan saluran-saluran siaran bukanlah aktor yang independen, kendati pun hal tersebut mempunyai potensi untuk menguji kekuasaan yang bebas
- b. Isi media berita selalu mencerminkan kepentingan-kepentingan pihak yang mendanai pers tersebut.
- c. Semua sistem pers didasarkan pada suatu kepercayaan yang disampaikan secara bebas, meskipun penyampaian tersebut didefinisikan dengan berbagai cara.
- d. Semua sistem pers menyokong doktrin tanggung jawab sosial yang menyatakan bahwa sistem-sistem tersebut memenuhi kebutuhan dan

¹¹ *Ibid.*, hlm 135

kepentingan masyarakat, dan menyatakan kemauan mereka untuk memberikan akses pada masyarakat.

- e. Pada masing-masing tiga model tersebut, pers dari model-model lain dipandang sebagai penyimpangan.
- f. Aliran-aliran jurnalisme menyalurkan ideologi-ideologi dan sistem nilai masyarakat di mana mereka berada dan tak dapat dihindarkan membantu masyarakat dalam menjalankan kontrol media berita.
- g. Praktek-praktek pers selalu berbeda dengan teori.

4. Media massa sebagai ruang publik

Dalam salah satu tesisnya, Habermas menyatakan transformasi struktural ruang publik menuju pada arah privatisasi. Habermas memaparkan ruang publik sebagai bagian dari kehidupan sosial, di mana setiap warga negara dapat saling berargumentasi tentang berbagai masalah yang terkait dengan kehidupan publik dan kebaikan bersama, sehingga opini publik dapat terbentuk¹². Ruang publik ini dapat terwujud, ketika warga berkumpul bersama untuk berdiskusi tentang masalah-masalah politik. Ruang publik tidak hanya bersifat fisik semata serta keberadaan media massa juga representasi dari ruang publik.

Habermas menyoroti kemampuan pers atau media massa untuk menjadi sebuah ruang publik yang dapat menjalankan fungsinya. Media massa, dengan jangkauannya yang luas dan kandungan informasi yang dimilikinya, bersentuhan langsung dengan wilayah publik. Hanya saja, Habermas mewaspadai bahwa

¹² F. Budi Hardiman, *"Ruang Publik" Melacak Partisipasi Demokrasi dari Polis sampai Cyberspace*, Kanisius, Yogyakarta, 2010. hlm 89.

keberadaan media massa tidak terlepas dari kepentingan privat yang menyelenggarakannya. Kepentingan privat ini harus ditampilkan secara terbuka dan dikesampingkan di bawah kepentingan publik.

E. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif.

2. Obyek Penelitian

Dalam penelitian ini obyek penelitian berupa data-data yang bersumber dari kajian literatur seperti dokumen-dokumen baik yang sifatnya tertulis maupun elektronik yang berhubungan dengan topik penelitian. Dalam studi literatur enam media massa yang dikaji adalah jaringan media *News Corporation*, Grup MNC (RCTI), Grup Media Indonesia (Metro TV dan Harian Media Indonesia), Grup *Viva News* (TVONE), Kelompok Kompas Gramedia (Harian Kompas) dan *CNN*. Adapun alasan untuk memilih media massa di atas adalah karena keenam media tersebut representasi dari kepemilikan individu secara dominan terhadap media massa baik di lokal (Indonesia) dan juga pada tingkat global. Selain itu keenam media di atas memiliki karakter kepentingan yang sejalan dari pemiliknya. Maka penulis mencoba menganalisis secara lebih dalam lagi mengenai keenam media massa dalam penelitian ini. Selain itu, data-data mengenai keenam media di atas cukup untuk dijadikan bahan studi literatur dibandingkan media massa lainnya.

3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif terdapat beberapa teknik dalam pengumpulan data, seperti yang dikemukakan Sevilla, dkk (1993) di antaranya, observasi, wawancara, angket dan studi dokumenter (literatur)¹³.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan salah satu dari empat teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu studi dokumenter (literatur). Studi dokumenter (literatur) dijelaskan sebagai serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat serta mengolah bahan dari hasil penelitian¹⁴. Selain itu penulis juga menggunakan data yang berasal dari data sekunder berupa artikel, buku, koran dan majalah sebagai penunjang.

4. Analisis Data

Data atau informasi yang diperoleh akan dianalisis secara kualitatif. Analisis yang dilakukan dengan memahami dan merangkai data yang telah dikumpulkan dan disusun secara sistematis, kemudian ditarik kesimpulan. Dokumen yang telah diperoleh kemudian dianalisis (diurai), dibandingkan dan dipadukan (sintesis) membentuk satu hasil kajian yang sistematis, padu dan utuh¹⁵.

Jadi studi dokumenter (literatur) hanya sekedar mengumpulkan dan menuliskan atau melaporkan dalam bentuk kutipan-kutipan tentang sejumlah

¹³ Sevilla, Consuelo, G. *Pengantar Metode Penelitian*, Diterjemahkan oleh Alimuddin Tuwu. Universitas Indonesia Press, Jakarta, 1993, hlm 34.

¹⁴ Mestika Zed. *Metode Penelitian Kepustakaan*, Jakarta, Yayasan Obor Indonesia, 2004, hlm 3.

¹⁵ Miles, Matthew B. & A. Michael Huberman. *Analisis Data Kualitatif*. Diterjemahkan Tjetjep Rohendi Rohidim, Universitas Indonesia Press, 1992, hlm 120.

dokumen. Melainkan bagaimana menganalisis dokumen atau data yang diperoleh dari studi literatur dengan berbagai perspektif teoritis.

