

Title : **IDEOLOGI MEDIA DALAM PEMBERITAAN
KONFLIK KEAGAMAAN: PERSPEKTIF
ISLAM**

Author 1 : Muhammad Habibi

Instituion : State Institut of Islamic Studies (IAIN) Pontianak, Indonesia

Email : abigus14@gmail.com

Author 2 : Pilga Ayong Sari

Instituion : State Institut of Islamic Studies (IAIN) Pontianak, Indonesia

Email : filgaayongsari@gmail.com

Abstract : *The straightforward issue to see the practice of ideological representation is a news related to religion. It cannot be separated from the central position of religion, which is a sensitive issue—no wonder the media give more attention to covering cases of conflict that have religious nuances. The news reached the inevitable audience of media and ideological interference in it. The social strength of the community influences it. From an Islamic perspective, Islamic journalism breathes prophetic journalism as an option to represent ideology in carrying out the mission of Amar ma'ruf nahi Munkar. By displaying the face of prophetic journalism's ideology that prioritizes enlightenment, awareness, and peace by upholding prophetic characteristics (Siddiq, Tabligh, Amanah, and Fathonah) as a journalistic code of ethics. It cannot be separated from media ideology represented through Islamic communication based on the basic principles of communication, namely; Qawlan Sadidan, Qawlan Baligha, Qawlan Maysuran, Qawlan Layyinan, and Qawlan Ma'rufan.*

Keywords : *Dakwah Nabi, Komunikasi politik, Propaganda.*

PENDAHULUAN

Media massa sesungguhnya adalah media informasi yang bersikap netral di tengah masyarakat. Media massa menyampaikan informasi dengan didukung fakta yang kuat sehingga diharapkan tidak ada keberpihakan di dalamnya. Namun demikian media massa tidak selalu bisa obyektif dalam menjalankan fungsinya. Orientasi bisnis dan kekuasaan terkadang menjadi faktor utamanya.

Agama bagi media massa adalah isu strategis yang menjadi instrumen untuk memobilisasi pembaca. Cara yang dilakukan adalah melalui produksi dan reproduksi media massa yang bersifat ideologis karena ideologi dan kepemilikan merupakan faktor yang sangat mempengaruhi konstruksi media. Konstruksi media ini akan berpengaruh pada kebijakan

redaksi sebuah media tersebut sehingga memunculkan keberpihakannya. Sangatlah sulit jika mengatakan media bersifat netral.¹

Wacana berita apapun tak terlepas dari aspek subjektivitas. Fakta yang disajikan media merupakan konstruksi atas realitas. Realitas merupakan olahan dari pandangan, ideologi, pemahaman, dan pemaknaan wartawan. Contoh kasus pemberitaan mengenai agama yang sarat pengaruh ideologi terhadap wacana berita media dapat dilihat pada penelitian Sudiby dalam Karomani² terhadap tiga media Suara Pembaruan, Kompas, dan Republika dalam konflik Ambon dan Poso yang bernuansa SARA. Dengan menggunakan analisis *Framing* disimpulkan bahwa Kompas dan Suara Pembaruan terkesan dalam beritanya kurang detail, kurang mengindahkan aspek kelengkapan berita, hanya mengandalkan sumber dari pihak militer dan berita Antara.

Kedua surat kabar ini seakan-akan sekadar memberitakan kepada pembaca bahwa telah terjadi pertikaian, aksi tembak menembak di Ambon, dengan korban dan kerugian-kerugian tertentu. Berbeda dengan Republika yang menyajikan berita demikian lengkap dan komprehensif. Republika bercerita tentang detail kerusakan, apa penyebabnya, siapa pelaku, siapa korban, dan bagaimana perkembangannya. Republika juga relatif menghadirkan keberagaman sumber berita dan tidak menonjolkan perspektif Islam. Inilah sebuah kenyataan betapa kuatnya pengaruh ideologi pandangan tertentu dari sebuah media terhadap warna wacana berita yang disajikan pada masyarakat luas.³

Kebanyakan informasi tentang konflik yang tersaji di media massa hanya bersifat permukaan, parsial, sepotong-potong, tidak proporsional, sebagian besar hanya menekankan aspek kekerasan dan konflik terbuka saja, bukan pada aspek situasi, akar masalah yang bisa mendukung perbaikan situasi dan perdamaian. Seharusnya media massa dapat menjadi sumber informasi yang berimbang dengan memberitakan konflik secara komprehensif mengenai akar masalahnya guna mendukung resolusi konflik. Idealnya suatu berita yang baik adalah berita yang ditulis berdasarkan fakta sesungguhnya. Namun dalam realita media sebagai ruang publik, media kerap tidak bisa memerankan diri sebagai pihak yang netral.⁴

¹Uun Auliaus Sakinah, "Media Lokal dan Konflik Antar Pemeluk Agama; Analisis Framing Berita Terbakarnya Masjid Di Tolikara dan Gereja Di Aceh Singkil Pada Hariian Serambi Indonesia," (Tesis, Universitas Gajah Mada Yogyakarta, 2017), 3.

²Karomani, "Pengaruh Ideologi terhadap Wacana Berita dalam Media Massa," *Mediator*, Volume 5, No 1 (2004), 43.

³Karomani, "Pengaruh Ideologi terhadap Wacana Berita dalam Media Massa," *Mediator*, Volume 5, No 1 (2004), 44.

⁴Bend Abidin Santosa, "Peran Media Massa dalam Mencegah Konflik," *Jurnal Aspikom*, Volume 3 Nomor 2 (2017), 210.

Untuk mengetahui secara luas tentang tema ini, penulis berusaha mengumpulkan penelitian-penelitian yang terkait dengan tema makalah. Penelitian berhubungan dengan ideologi media, berita mengenai konflik, dan konflik keagamaan yaitu: 1)Choirul Mahfud “Ideologi Media Islam Indonesia dalam Agenda Dakwah: Antara Jurnalisme Profetik dan Jurnalisme Provokatif”⁵, 2)Ahmad Muttaqin “Ideologi dan Keberpihakan Media Massa”⁶, 3)Acan Mahdi ”Berita Sebagai Representasi Ideologi Media”⁷, 4)Ahmad Muttaqin “Agama dalam Representasi Ideologi Media Massa”⁸5)Telly Muriany & A. Alimuddin Unde “Berita Konflik dalam Harian Ambon Ekspres Studi Tanggung Jawab Media dalam Menciptakan Stabilitas Sosial Politik Di Maluku”⁹, 4)M. Fikri AR, “Konflik Agama dalam Media Berita Online (Kajian Kritis Pemberitaan Konflik Cikeusik dalam Portal Viva.Co.Id Pada Periode Bulan Februari 2011)”¹⁰, 6)Firdaus M. Yunus “Konflik Agama Di Indonesia Problem dan Solusi Pemecahannya”¹¹.

Dari hasil penelitian terdahulu di atas, menunjukkan adanya perbedaan dengan makalah yang akan penulis buat. Dalam makalah ini bertujuan untuk mengkaji ideologi media di pemberitaan konflik keagamaan dalam perspektif Islam. Penulis akan menguraikan istilah-istilah yang berkaitan dengan ideologi media, pemberitaan konflik agama, dan komunikasi Islam.

Makalah ini menggunakan kajian kualitatif yang berusaha memahami dan menafsirkan makna suatu peristiwa pada situasi tertentu atas objek yang diteliti. Paradigma kualitatif memusatkan perhatian pada prinsip-prinsip umum yang mendasari perwujudan sebuah makna dari gejala-gejala sosial di masyarakat.¹² Penulis menggunakan pendekatan kualitatif dengan mengkolaborasikan sejumlah kajian pustaka seperti jurnal, buku-buku yang relevan, dan data media online di Indonesia. Makalah ini dapat menyajikan pengetahuan khususnya di bidang ideologi media.

⁵Choirul Mahfud, “Ideologi Media Islam Indonesia dalam Agenda Dakwah: Antara Jurnalisme Profetik dan Jurnalisme Provokatif,” *Jurnal Dakwah*, Vol. 15, No. 1 (2014): 1-18.

⁶Ahmad Muttaqin, “Ideologi dan Keberpihakan Media Massa,” *KOMUNIKA Jurnal Dakwah & Komunikasi*, Volume 5 Nomor 2 Juli-Desember (2011).

⁷Acan Mahdi, “Berita Sebagai Representasi Ideologi Media,” (2015), 206-217.

⁸Ahmad Muttaqin, “Agama Dalam Representasi Ideologi Media Massa,” *JurnalKOMUNIKA*, Volume 6, Nomor 2, Juli-Desember (2012), 159-171.

⁹Telly Muriany & A. Alimuddin Unde “Berita Konflik dalam Harian Ambon Ekspres Studi Tanggung Jawab Media dalam Menciptakan Stabilitas Sosial Politik Di Maluku”, *Jurnal Komunikasi KAREBA*, Volume 1, Nomor 1 Januari – Maret (2011): 66-76.

¹⁰M. Fikri AR, “Konflik Agama dalam Media Berita Online (Kajian Kritis Pemberitaan Konflik Cikeusik dalam Portal Viva.Co.Id pada Periode Bulan Februari 2011)”.

¹¹Firdaus M. Yunus “Konflik Agama Di Indonesia Problem dan Solusi Pemecahannya”, *Jurnal Substantia*, Volume 16 Nomor 2, Oktober (2014): 217-228.

¹²Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi*, (Jakarta: Kencana, 2006), 306.

PEMBAHASAN**Ideologi Media**

Media dalam konteks teori kritis selalu berhubungan dengan ideologi dan hegemoni. Ideologi dalam pandangan kritis dapat dipahami sebagai suatu kesadaran palsu, yaitu suatu kebutuhan untuk melakukan penipuan dengan cara memutarbalikkan pemahaman orang mengenai realitas sosial. Dengan demikian ideologi adalah suatu sistem ide-ide yang diungkapkan dalam komunikasi.¹³ Berkaitan dengan cara bagaimana sebuah realitas wacana atau teks ditafsirkan dan dimaknai dengan cara pandang tertentu. Menurut Aart Zoest dalam Juni Wati Sri Rizki¹⁴ sebuah teks tidak pernah lepas dari ideologi dan memiliki kemampuan untuk memanipulasi pembaca ke arah suatu ideologi. Artinya disadari ataupun tidak teks tidak pernah lepas dari upaya untuk menyusupkan sebuah ideologi kepada pembaca. Dengan asumsi tersebut pada akhirnya teks tidak lain merupakan sarana pengungkapan ideologi dalam media.

Menurut Eriyanto¹⁵ teks, percakapan dan lainnya adalah bentuk praktik ideologi atau pencerminan ideologi tertentu. Dengan cara-cara yang sangat halus dan membutuhkan daya kritis, ideologi disebarkan melalui teks berita. Istilah ideologi dibentuk oleh kata *ideo* dan *logi*. *Ideo* berarti pemikiran, khayalan, konsep, keyakinan dan sebagainya, sedangkan *logi* berarti logika, ilmu atau pengetahuan. Jadi ideologi dapat didefinisikan sebagai ilmu tentang keyakinan-keyakinan dan gagasan-gagasan. Dalam konteks ini ideologi mengandung keyakinan-keyakinan dan gagasan-gagasan yang ditaati oleh suatu kelompok, kelas sosial, bangsa atau suatu ras tertentu.¹⁶

Clifford Geertz mendefinisikan ideologi adalah sistem budaya (*cultural system*) yang mengandung unsur pengetahuan, kepercayaan, norma, dan nilai yang diyakini masyarakat sebagai suatu realitas kebenaran.¹⁷ Tidak hanya sebatas itu Marx dan Engel mengembangkan makna ideologi yang menyangkut masalah metafisika, etika, agama, dan segala bentuk kesadaran masyarakat.¹⁸ Menurut Michael O'Shaughnessy dan Jane Stadler dalam Udi

¹³Juni Wati Sri Rizki, *Kepemilikan Media dan Ideologi Pemberitaan*, (Yogyakarta: Deepublish, 2016), 64.

¹⁴Juni Wati Sri Rizki, *Kepemilikan Media dan Ideologi Pemberitaan*, 63.

¹⁵Eriyanto, *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*, (Yogyakarta: Lkis, 2008), 13.

¹⁶Ali Syari'ati, *Ideologi Kaum Intelektual; Suatu Wawasan Islam*, (Bandung: Mizan, 1984), 72.

¹⁷Clifford Geertz, *The Interpretation of Cultures Selected Essays*, (Newyork: Basic Books Inc, 1973), 201.

¹⁸Abdullah H. Ali, *Konflik Ideologi dalam Perkembangan Tradisi Kliwonan Gunung Jati*, (Bandung: Pps Unpad, 2000), 21.

Rusadi¹⁹ ideologi bisa ditemukan dalam tiga tempat. *Pertama*, ada dalam bahasa, teks, dan representasi. *Kedua*, ada pada kelembagaan material dan dalam praktik-praktik yang berlangsung. *Ketiga*, ada dalam kepala dan hati.

Dapat disimpulkan ideologi merupakan sebuah sistem ide (gagasan) yang mengandung pengetahuan, keyakinan, norma, dan nilai yang diperjuangkan atau dipedomani oleh orang atau sekelompok orang atau masyarakat tertentu dalam kehidupan sosialnyatermasuk media yang tidak terlepas dari campur tangan ideologi di dalamnya. Lalu ideologi media didefinisikan oleh Pawito²⁰ adalah gagasan-gagasan atau nilai-nilai pokok yang diusung oleh media massa melalui pesan-pesan yang disampaikan kepada khalayak entah itu berupa paket berita, iklan, film, tayangan sinetron, atau tayangan *reality show*.

Ideologi media tampak secara implisit berupa sistem makna terkandung dalam sistem-sistem lambang yang dapat membantu mendefinisikan dan/atau menjelaskan realitas walau kerapkali bias, serta memberikan acuan lagi publik untuk berpikir, bersikap, dan memberikan merespon. Dengan kata lain konsep ideologi media sangat lekat dengan konsep-konsep lain seperti sistem keyakinan (*belief system*), prinsip gagasan (*basic way of thinking*), pandangan dunia (*worldviews*), dan nilai (*values*) yang diusung oleh media.

Dalam konteks media massa, ideologi dibentuk bukan dalam ruang hampa. Berita diproduksi dari ideologi dominan tertentu yang berasal tidak hanya dalam arti ide-ide besar, tetapi juga bisa bermakna politik penandaan dan pemaknaan.²¹ Sementara Gramsci mengemukakan bahwa hubungan pemilik modal dan pekerja yang dalam konteks media massa antara wartawan dan pemilik industri media merupakan hubungan yang bersifat hegemonik.²² Melalui hubungan hegemonik ini, pemilik media melakukan kontrol atas produksi berita yang dijalankan oleh media agar tetap memberikan kepastian bagi ideologi dan kepentingan kapitalnya.

Selain ideologi sebagai perangkat internal media, kekuatan lain yang secara massif membentuk kecenderungan kepentingan dan keberpihakan media adalah sumber berita (*news source*), pengiklan (*advertiser*), konsumen berita (*news consumers*), dan publik (*the*

¹⁹Udi Rusadi, *Kajian Media: Isu Ideologis dalam Perspektif, Teori, dan Metode*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), 105.

²⁰Pawito, "Meneliti Ideologi Media: Catatan Singkat," *Jurnal Komunikasi PROFETIK*, Volume 7 Nomor 1 April (2014): 6.

²¹Mathew Kieran dalam Ahmad Muttaqin, "Ideologi dan Keberpihakan media masaa," 189.

²²Hubungan antara wartawan dan pemilik modal yang hegemonik menyebabkan wartawan tidak bisa menyajikan realitas apa adanya tanpa mengaitkan ideologi media dan kepentingan industri media yang bersangkutan. Ideologi menjadi seperti penyaring dan pembimbing wartawan dalam memproduksi berita agar isi dan substansi yang terpublikasikan secara ekonomis mendukung kepentingan media. (*Antonio Gramsci, Negara dan Hegemoni*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1999), 124) Penerjemah Nezar Patria & Andi Arief.

general public). Produksi berita sesungguhnya berada dalam pertarungan antara pihak-pihak yang berkepentingan dengan isi berita. Secara umum, pihak yang menguasai kapital berpeluang paling besar mendominasi proses produksi berita. Dalam konteks media massa, pengiklan (*advertiser*) merupakan pihak yang dominan menentukan kecenderungan dan keberpihakan media. Hal ini terjadi karena media massa di Indonesia telah mengalami pergeseran yang disebabkan pola produksi yang berubah.²³

Media berfungsi menjaga nilai-nilai kelompok dan mengontrol bagaimana nilai-nilai kelompok itu dijalankan. Dalam hal ini media dapat mendefinisikan nilai dan perilaku yang sesuai dengan nilai kelompok dan perilaku atau nilai apa yang dipandang menyimpang. Perbuatan, sikap atau nilai yang menyimpang tersebut bukan sesuatu yang alamiah, yang terjadi dengan sendirinya dan diterima begitu saja. Semua nilai dan pandangan tersebut bukan sesuatu yang terbentuk begitu saja melainkan dikonstruksi. Lewat konstruksi tersebut media secara aktif mendefinisikan peristiwa dan realitas sehingga membentuk kenyataan apa yang layak, apa yang baik, yang sesuai dan apa yang dipandang menyimpang.²⁴

Fakta yang disajikan dalam bentuk berita merupakan konstruksi atas realitas. Realitas ini merupakan olahan dari pandangan, ideologi, pemahaman, dan pemaknaan pekerja media. Itu sebabnya nilai, etika, dan pilihan moral wartawan berada dalam wilayah peliputan berita.²⁵

Pemberitaan Konflik Agama

Pada dasarnya berita merupakan fakta maka dengan sendirinya konten berita juga tersusun dari rangkaian fakta yang dinilai penting diketahui publik. Biasa tentang konflik yang terjadi melalui proses peliputan hingga akhirnya menjadi berita, fakta-fakta ini telah diproses menjadi laporan jurnalistik yang merupakan hasil konstruksi para pekerja media, yakni wartawan dan redaktornya yang menyusun fakta-fakta tersebut menjadi sebuah sajian berita yang sesuai dengan segmen pembacanya.²⁶

Dalam menyikapi kasus konflik agama peranan media massa tidak terlepas dalam pembentukan ideologi. Lewat media lah, ideologi dominan mengenai baik buruk yang

²³Ahmad Muttaqin, "Ideologi dan Keberpihakan Media Massa," *Jurnal Komunika*, Volume 5 Nomor 2 Juli-Desember (2011), 6.

²⁴Eriyanto, *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*, (Yogyakarta: LKiS, 2002), 122-123.

²⁵Karomani, "Pengaruh Ideologi terhadap Wacana Berita dalam Media Massa," 44.

²⁶M Fikri Ar, "Konflik Agama dalam Media Berita Online (Kajian Kritis Pemberitaan Konflik Cikeusik dalam Portal Viva.co.id pada Periode Bulan Februari 2011)," 102. *Penulis adalah alumnus Program S2 Ilmu Komunikasi FISIPOL UGM.

disebarkan itu dimapankan. Media membantu kelompok dominan menyebarkan ide atau gagasannya, mengontrol kelompok lain, dan membentuk konsensus antar anggota komunitas.²⁷

Media massa dapat memberitakan konflik secara berimbang, namun di sisi lain media massa juga bisa menjadi pemicu membesarnya konflik. Media dapat menggunakan kekuasaannya dengan prinsip jurnalisme perang memberitakan konflik secara tidak berimbang dan disajikan secara membabi buta tanpa memperhatikan norma-norma budaya yang ada sehingga isi berita dimaksud malah memperparah sebuah konflik yang terjadi di masyarakat.

Dua surat kabar mainstream di Indonesia yaitu Kompas dan Media Indonesia pernah memuat pemberitaan kasus kerusuhan dengan latarbelakang agama di Temanggung. Kedua surat kabar ini mendesak pemerintah agar melindungi warga negara dan minoritas dari kekerasan atas nama agama dan mendesak pembubaran ormas anarkis, namun pada akhirnya proses itu tidak tuntas sehingga efek yang diharapkan juga tidak terlalu kuat.²⁸

Contoh lain peristiwa penodaan agama kasus Basuki Tjahaja Purnama (Ahok) di Jakarta pada media Islam Online *Republika.co.id* dan *Nu.co.id*.²⁹ Kedua media ini menunjukkan perbedaan dari sisi penekanan atau ideologi yang ditonjolkan. *Republika.co.id* menekankan aspek hukum dan agama dalam beritanya, sedangkan *Nu.co.id* lebih bervariasi yaitu hukum, agama, dan politik. Lalu dengan tema yang sama yaitu peristiwa Pemilihan Kepala Daerah di Jakarta. Pemberitaan Pilkada ini menjadi makin panas karena salah satu calon gubernur Basuki Tjahaja Purnama (Ahok) dilaporkan oleh Advokat Cinta Tanah Air (ACTA) ke Kepolisian terkait pernyataan Ahok yang dianggap melecehkan agama Islam. Buntut dari kasus tersebut, masyarakat khususnya umat Islam ikut serta menyuarakan pendapatnya baik melalui media sosial serta aksi damai turun ke jalan menuntut Ahok untuk diproses secara hukum. Di sisi lain, massa pro Ahok pun juga melakukan perlawanan dengan melakukan aksi serupa dengan tema yang berbeda.³⁰

Aliansi Jurnalis Independen (AJI) menghimbau agar media massa menggunakan prinsip jurnalisme damai dalam meliput konflik. Dengan harapan media massa bisa ikut berperan dalam terciptanya kondisi yang damai dan wartawan diharapkan lebih profesional

²⁷David Barrat, *Media Sociology*, (London and New York: Routledge, 1994), 51-52.

²⁸Kristanto Hadi, *Analisis Framing Studi Kasus Kompas dan Media Indonesia dalam Liputan Kerusuhan Di Temanggung 8 Februari 2011*, (Tesis, Universitas Indonesia, Jakarta), 2012, vi.

²⁹Fitri, "Analisis Framing Pemberitaan Penodaan Agama Kasus Ahok Di Jakarta Pada Media Islam Online *Republika.co.id* Dan *Nu.or.id*," (Tesis, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2018), 194.

³⁰Bend Abidin Santosa, "Peran Media Massa dalam Mencegah Konflik," 205.

dan menjaga kode etik dalam peliputan.³¹ Media massa sebagai pihak yang netral sudah seharusnya memberitakan peristiwa dengan prinsip jurnalisme damai. Media massa haruslah menjadi penengah antardua kepentingan sehingga mampu meredam konflik yang mungkin akan terjadi.³²

Jurnalistik Islami dalam Ideologi Media

Dalam konteks ideologi media, isi kualitas berita harus lebih ditonjolkan ketimbang soal isu ideologi semata. Nilai-nilai ideologi dipublikasikan melalui saluran media massa harus tepat sampai kepada pemahaman sasaran (khalayak/masyarakat) agar teks media yang diapresiasi dan dipublikasikan dapat efektif bagi masyarakat.

Dalam mendefinisikan realitas, fungsi media dalam ideologi adalah sebagai mekanisme integrasi sosial. Media di sini berfungsi menjaga nilai-nilai kelompok dan mengontrol bagaimana nilai-nilai kelompok itu dijalankan. Untuk mengintegrasikan masyarakat dalam tata nilai yang sama pandangan atau nilai harus didefinisikan sehingga keberadaannya diterima dan diyakini kebenarannya. Dalam hal ini media dapat mendefinisikan nilai dan perilaku yang sesuai dengan nilai kelompok dan perilaku atau nilai apa yang dipandang menyimpang.³³

Terkait peranan media dalam mengukuhkan ideologi tertentu, Eriyanto³⁴ mengatakan bahwa media dapat menjadi sarana di mana suatu kelompok mengukuhkan ideologi bahkan posisinya. Dalam mewujudkan ideologi melalui media dengan [Jurnalistik](#) Islami bernafaskan jurnalisme profetik. Jurnalistik Islami mengemban misi ‘*amar ma’ruf nahi munkar*, sebagaimana firman Allah SWT, “Dan hendaklah ada sebagian di antara kamu sekelompok orang yang senantiasa mengajak kepada kebaikan, memerintahkan yang makruf, dan mencegah yang munkar. Mereka itulah orang-orang yang beruntung” (Q.S. 3:104).³⁵

[Jurnalistik](#) Islami bernafaskan jurnalisme profetik merupakan suatu bentuk jurnalisme yang tidak hanya melaporkan berita dan masalah secara lengkap, jelas, jujur, serta aktual, tetapi juga memberikan interpretasi serta petunjuk ke arah perubahan, transformasi, berdasarkan cita-cita etik dan profetik Islam yang memuat kandungan nilai-nilai dan cita

³¹Detik.com dalam Bend Abidin Santosa, “Peran Media Massa dalam Mencegah Konflik,” *Jurnal ASPIKOM*, Volume 3 Nomor 2, Januari (2017), 205.

³²Bend Abidin Santosa, “Peran Media Massa dalam Mencegah Konflik,” 205.

³³Umi Halwati, “Konstruksi Publikasi Nilai-Nilai Ideologi dalam Pers (Media Massa),” *Jurnal At-Tabsyir*, Volume 2, Nomor 1, (2014), 173.

³⁴Eriyanto, *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*, (Yogyakarta: LKiS, 2002), 103.

³⁵<http://romeltea.com/jurnalistik-islami-ideologi-media-dakwah/> diakses pada 15 Oktober 2018.

Islam. Dengan melalui proses meliput, mengolah, dan menyebarluaskan berbagai peristiwa dengan muatan nilai-nilai Islam, khususnya yang menyangkut agama dan umat Islam, serta berbagai pandangan dengan perspektif ajaran Islam kepada khalayak melalui [media massa](#).³⁶

Jurnalisme profetik menjunjung etika jurnalisme yang mengarah pada akurasi, validasi data dan fakta dengan model pemberitaan yang lebih santun dan bahkan bernilai edukatif. Parni Hadi mantan redatur Republika, pernah menjelaskan perlunya media Islam memahami ideologi jurnalisme baru sebagai ideologi jurnalistik profetik.³⁷

Efek jurnalisme profetik sangat mengedepankan kualitas pesan yang disampaikan dalam pemberitaan ketimbang cara penyampaian dengan penggunaan simbol-simbol Islam.³⁸ Dengan menampilkan wajah ideologi jurnalisme profetik yang mengutamakan pencerahan, penyadaran, dan perdamaian dengan memegang teguh sifat-sifat kenabian (*Shiddiq, Tabligh, Amanah dan Fathonah*) sebagai kode etik jurnalistik. Jurnalisme jenis ini mengupayakan penyebaran informasi dan berita dengan penggunaan bahasa yang lebih ramah, santun, damai, menyejukkan dan dialogis. Harapannya tentu saja masyarakat merasakan peran media sebagai *rahmatan lil alamiin*.³⁹ Model jurnalisme profetik tentu menjadi pilihan, dengan tujuan agar umat lebih menemukan pencerahan, pendidikan, kedamaian dan keterbukaan hati pikiran untuk memahami substansi Islam secara esensial.

Representasi Ideologi Media Dalam Bentuk Komunikasi Islam

Bersumber pada etika penyampaian berita dalam bentuk teks yang merupakan sarana pengungkapan ideologi. Ideologi dalam wujud penyiaran pemberitaan yang jujur dan berimbang akan menimbulkan kesan yang positif, begitu pula sebaliknya. Alasan ini menjadikan etika jurnalistik sebagai bagian yang sangat urgen dalam pemberitaan. Berkaitan dengan pemberitaan yang tak luput dari ideologi di dalamnya, Al-Qur'an sebagai sumber normatif Islam dalam QS al-Ahzab, 33:70 menganjurkan masyarakat untuk berkata benar, jujur dan sesuai dengan fakta. Hal ini berlaku dalam jurnalistik salah satunya yaitu memberitakan memberitakan sesuatu harus jujur, valid, sesuai dengan realita dan apa

³⁶<http://romeltea.com/jurnalistik-islami-ideologi-media-dakwah/> diakses pada 15 Oktober 2018.

³⁷Choirul Mahfud, "Ideologi Media Islam Indonesia dalam Agenda Dakwah: Antara Jurnalisme Profetik dan Jurnalisme Provokatif," 12.

³⁸Choirul Mahfud, "Ideologi Media Islam Indonesia dalam Agenda Dakwah: Antara Jurnalisme Profetik dan Jurnalisme Provokatif," 13.

³⁹Choirul Mahfud, "Ideologi Media Islam Indonesia dalam Agenda Dakwah: Antara Jurnalisme Profetik dan Jurnalisme Provokatif," 15.

adanya.⁴⁰ Dalam mewujudkannya dengan merepresentasikan ideologi media bernuansa islami. Komunikasi Islam menjadi pilihan dalam hal ini.

Komunikasi Islam adalah suatu proses menyampaikan pesan atau informasi dari komunikator kepada komunikan dengan menggunakan prinsip dan kaedah komunikasi yang terdapat dalam Al-Qur`an dan Hadis, baik secara langsung atau tidak, melalui perantara media umum atau khusus, yang bertujuan untuk membentuk pandangan umum yang benar berdasarkan hakikat kebenaran agama dan memberi kesan kepada kehidupan seseorang dalam aspek aqidah, ibadah dan muamalah.⁴¹

Islam sebagai agama yang sempurna dan paripurna seharusnya memiliki konsep tentang *know how* berkomunikasi verbal. Demikian pula halnya dengan al-Qur`an sebagai kitab suci yang mengcover berbagai persoalan yang dihadapi manusia, tidak terkecuali tentang konsep komunikasi verbal. Di dalam al-Qur`an tidak membicarakan masalah komunikasi secara spesifik, namun jika diteliti ada banyak ayat yang memberikan gambaran umum prinsip-prinsip komunikasi.⁴²

Jalaludin Rahmat menyebutkan bahwa al-Syaukani dalam buku tafsirnya "*Fath al-Qair*", mendefinisikan *al-bayan* sebagai kemampuan dalam berkomunikasi. Kata kunci untuk berkomunikasi yang paling banyak disebutkan dalam Al-Qur`an adalah *al-qawl*. Dengan memperhatikan kata *al-qawl* dalam konteks kalimat perintah, kita dapat menyimpulkan 5 (lima) prinsip dasar komunikasi, yaitu; *Qawlan Sadidan, Qawlan Baligha, Qawlan Maysuran, Qawlan Layyinan, dan Qawlan Ma`rufan*.⁴³

1. *Qawlan Sadidan*

Qawlan sadidan artinya pembicaraan yang benar, jujur, lurus, tidak bohong, tidak berbelit-belit.⁴⁴ Untuk orang Islam ucapan yang benar tentu ucapan yang sesuai dengan *Al-Qur`an, Al-Sunnah*, dan ilmu. *Al-Qur`an* menyatakan bahwa berbicara yang benar, menyampaikan pesan yang benar adalah prasyarat untuk kebenaran (kebaikan, kemashalatan) amal.⁴⁵ Secara umum kata *Qawlan Sadidan* bermakna perkataan yang tepat dengan kondisi yang ada, seperti menembakkan anak panah ke sasaran yang dituju. Tidak

⁴⁰Limmatius Sauda, "Etika Jurnalistik Perspektif Al-Qur`an," *Esensia*, Volume 15, Nomor 2, (2014). 161-162.

⁴¹Muttaqien, "Prinsip-Prinsip Komunikasi dalam Islam," (Dosen Institut Agama Islam Al-Aziziyah Samalanga). Diakses pada tanggal 24 Oktober 2018.

⁴²Sibawaih Dan Agus Dedi Putrawan, "Al-Quran dan Prinsip Komunikasi," *Jurnal Komunike*, Volume 7 Nomor 1, (2015), 6.

⁴³Fahri, dkk. *Komunikasi Islam dalam Muhammad Jufri*, "Prinsip-Prinsip Komunikasi dalam Al-Qur`an," Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Parepare, 2-3.

⁴⁴Jalaludin Rakhmat, *Islam Aktual*, (Bandung: Mizan, 1991), 77.

⁴⁵Jalaludin Rakhmat, *Islam Aktual*, 77-78.

semua kata yang benar menjadi tepat kalau ditempatkan pada posisi yang tidak benar. Menceritakan atau mengabarkan penyakit yang diderita oleh seorang pasien di rumah sakit, bahkan menceritakan kepadanya tentang penyakit yang dia derita, meskipun pernyataan itu benar tetapi dalam kondisi seperti itu tidak “*sadidan*” (tidak tepat).⁴⁶

2. *Qawlan Balighan*

Dalam kamus *Al-Munawwir* kata *balighan* merupakan bentuk masdar dari *balaga*, yang berarti sampai, atau sampainya sesuatu kepada sesuatu yang lain.⁴⁷ Al-Asfahani mengemukakan bahwa kata tersebut mengandung tiga makna sekaligus, yakni: 1) Bahasanya tepat; 2) Sesuai dengan yang dikehendaki; dan 3) Isi perkataannya adalah suatu kebenaran.⁴⁸ Dengan demikian, kata *balighan* merupakan salah satu teknik berbicara atau penyampaian pesan dengan menggunakan ungkapan atau kalimat yang tepat sasaran, jelas dan tujuannya tercapai, sehingga komunikasinya menjadi efektif. Dengan kata lain, *baliga* merupakan suatu kalimat yang singkat, tepat, padat dan jelas.

3. *Qawlan Maysuran*

Dalam kamus *Al-Munawwir* dalam Mutaqqien⁴⁹ kata *Maisura* merupakan bentuk masdar dari *yassara*, yang mempunyai arti mudah atau gampang. Pada prinsipnya, *qaulan maisura* adalah segala bentuk perkataan yang baik dan melegakan (tidak menyakitkan), atau juga bisa dikatakan sebagai suatu pernyataan untuk menjawab dengan cara yang sangat baik dan tidak mengada-ada.

4. *Qawlan Layyinan*

Kata *Layyinan* adalah bentuk masdar dari kata *lana*, yang mempunyai arti lunak, lemas, lemah lembut, halus akhlagnya.¹⁸ Ada juga yang mengartikannya dengan *sahlan latifa*, yaitu mudah, lemah lembut.¹⁹ Sedangkan yang dimaksud dengan *qaulan layyina* adalah perkataan yang mengandung anjuran, ajakan kepada kebaikan dan kebenaran (jalan Allah Swt), dengan tidak bermaksud merendahkan argument atau pandangan lawan bicara.⁵⁰

⁴⁶Harjani Hefni, *Komunikasi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2017), 95.

⁴⁷Muttaqien, “Prinsip-Prinsip Komunikasi dalam Islam,” 3.

⁴⁸Muttaqien, “Prinsip-Prinsip Komunikasi dalam Islam,” 3.

⁴⁹Muttaqien, “Prinsip-Prinsip Komunikasi dalam Islam,” 3-4.

⁵⁰Muttaqien, “Prinsip-Prinsip Komunikasi Dalam Islam,” 8.

5. *Qawlan Ma'rufan*

Kata *Ma'rufa* berasal dari kata '*arafa*, yang mengandung pengertian dengan secara baik, ramah atau perkataan yang baik. Berkenaan dengan *qaulan ma'rufa*, Quraish Shihab mengungkapkan bahwa dalam Alquran sungguh sangat banyak dikemukakan hal-hal yang berkaitan dengan sikap dan perlakuan terhadap sesama manusia. Dimana tidak hanya berisi larangan dalam bentuk kemungkaran, seperti membunuh, menyakiti badan, mengambil harta tanpa alasan yang benar, bahkan sampai menyakiti hati seseorang dengan menceritakan aib dibelakangnya walaupun diiringi dengan pemberian materi kepada orang yang disakiti. Disamping itu, Alquran juga menekankan bahwa setiap orang hendaknya memperlakukan saudaranya dengan benar dan didudukkan atau diposisikan secara wajar.⁵¹

KESIMPULAN

Media dapat menjadi sarana mengukuhkan ideologi, ideologi diwujudkan melalui media dengan [Jurnalistik](#) Islami bernafaskan jurnalisme profetik. Jurnalistik Islami yangsb mengemban misi '*amar ma'ruf nahi munkar*. Dengan menampilkan wajah ideologi jurnalisme profetik yang mengutamakan pencerahan, penyadaran, dan perdamaian dengan memegang teguh sifat-sifat kenabian (*Shiddiq, Tabligh, Amanah dan Fathonah*) sebagai kode etik jurnalistik. Jurnalisme jenis ini mengupayakan penyebaran informasi dan berita dengan penggunaan bahasa yang lebih ramah, santun, damai, menyejukkan dan dialogis.

Selain itu ideologi media juga direpresentasikan dalam bentuk komunikasi Islam dengan menggunakan prinsip dan kaedah komunikasi yang terdapat dalam Al-Qur`an dan Hadis, baik secara langsung atau tidak, melalui perantaraan media umum atau khusus, yang bertujuan untuk membentuk pandangan umum yang benar berdasarkan hakikat kebenaran agama dan memberi kesan kepada kehidupan seseorang dalam aspek aqidah, ibadah dan muamalah. Ada lima prinsip dasar komunikasi, yaitu; *Qawlan Sadidan, Qawlan Baligha, Qawlan Maysuran, Qawlan Layyinan, dan Qawlan Ma'rufan*.

⁵¹Quraish Shihab, *Wawasan Alquran; Tafsir Tematik Atas Pelbagai Persoalan Umat*, Cet. II (Bandung: Mizan, 2007), 354. (dalam Muttaqien, "Prinsip-Prinsip Komunikasi Dalam Islam," 7.)

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Abdullah H. *Konflik Ideologi dalam Perkembangan Tradisi Kliwonan Gunung Jati*. Bandung: Pps Unpad, 2000.
- Barrat, David. *Media Sociology*. London and New York: Routledge, 1994.
- Bungin, Burhan. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana, 2006.
- Eriyanto. *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: LKiS, 2002.
- Eriyanto. *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LKiS, 2008.
- Fahri, dkk. *Komunikasi Islam*. Yogyakarta: AK Group, 2006.
- Fitri. *Analisis Framing Pemberitaan Penodaan Agama Kasus Ahok Di Jakarta Pada Media Islam Online Republika.co.id Dan Nu.or.id*. (Tesis, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2018).
- Geertz, Clifford. *The Interpretation of Cultures Selected Essays*. Newyork: Basic Books Inc, 1973.
- Hadi, Kristanto. *Analisis Framing Studi Kasus Kompas dan Media Indonesia dalam Liputan Kerusuhan Di Temanggung 8 Februari 2011*. (Tesis, Universitas Indonesia, Jakarta), 2012.
- Hefni, Harjani. *Komunikasi Islam*. Jakarta: Kencana, 2017.
- Patria, Nezar & Arief, Andi. *Antonio Gramsci, Negara dan Hegemoni*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1999.
- Rakhmat, Jalaludin Rakhmat. *Islam Aktual*. Bandung: Mizan, 1991.
- Rizki, Juni Wati Sri. *Kepemilikan Media dan Ideologi Pemberitaan*. Yogyakarta: Deepublish, 2016.
- Rusadi, Udi. *Kajian Media: Isu Ideologis dalam Perspektif, Teori, dan Metode*. Jakarta: Rajawali Pers, 2015.
- Syari'ati, Ali. *Ideologi Kaum Intelektual; Suatu Wawasan Islam*. Bandung: Mizan, 1984.
- Uun Auliaus Sakinah. *Media Lokal Dan Konflik Antar Pemeluk Agama: Analisis Framing Berita Terbakarnya Masjid di Tolikara dan Gereja di Aceh Singkil Pada Harian Serambi Indonesia*. (Tesis, Universitas Gajah Mada Yogyakarta), 2017.

Sumber Jurnal Ilmiah

- AR, M. Fikri. "Konflik Agama dalam Media Berita Online (Kajian Kritis Pemberitaan Konflik Cikeusik dalam Portal Viva.Co.Id pada Periode Bulan Februari 2011). Penulis adalah alumnus Program S2 Ilmu Komunikasi FISIPOL UGM.
- Halwati, Umi. "Konstruksi Publikasi Nilai-Nilai Ideologi dalam Pers (Media Massa)." *Jurnal At-Tabsyir*, Volume 2, Nomor 1, (2014), 169-180.
- Jufri, Muhammad. "Prinsip-Prinsip Komunikasi dalam Al-Qur'an." Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Parepare.

- Karomani. "Pengaruh Ideologi terhadap Wacana Berita dalam Media Massa." *Jurnal Mediator*. Volume 5, Nomor 1 (2004).
- Kieran, Mathew. "News Reporting and The Ideological Presumption." *Journal Of Communication*, Volume 47, Nomor 2, (1997).
- Mahdi, Acan. "Berita Sebagai Representasi Ideologi Media." (2015).
- Mahfud, Choirul. "Ideologi Media Islam Indonesia dalam Agenda Dakwah: Antara Jurnalisme Profetik dan Jurnalisme Provokatif." *Jurnal Dakwah*. Volume 15, Nomor 1 (2014).
- Muriany, Telly & Unde, A. Alimuddin. "Berita Konflik dalam Harian Ambon Ekspres Studi Tanggung Jawab Media dalam Menciptakan Stabilitas Sosial Politik Di Maluku." *Jurnal Komunikasi KAREBA*, Volume 1, Nomor 1 Januari–Maret (2011).
- Muttaqin, Ahmad. "Agama dalam Representasi Ideologi Media Massa." *KOMUNIKA Jurnal Dakwah dan Komunikasi*. Volume 6, Nomor 2, Juli-Desember (2012).
- Muttaqien, Ahmad. "Prinsip-Prinsip Komunikasi Dalam Islam." (Dosen Institut Agama Islam Al-Aziziyah Samalanga). Diakses pada tanggal 24 Oktober 2018.
- Muttaqin, Ahmad. "Ideologi dan Keberpihakan Media Massa." *KOMUNIKA Jurnal Dakwah & Komunikasi*. Volume 5 Nomor 2 Juli-Desember (2011).
- Pawito. "Meneliti Ideologi Media: Catatan Singkat." *Jurnal Komunikasi PROFETIK*, Volume 7 Nomor 1 April (2014).
- Patria, Nezar & Arief, Andi, dalam Antonio Gramsci. *Negara dan Hegemoni*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1999.
- Santosa, Bend Abidin. "Peran Media Massa dalam Mencegah Konflik." *Jurnal ASPIKOM*, Volume 3 Nomor 2, Januari (2017), 199-214.
- Sauda, Limmatus. "Etika Jurnalistik Perspektif Al-Qur'an." *Esensia*, Volume 15, Nomor 2, (2014).
- Yunus, Firdaus M. "Konflik Agama Di Indonesia Problem dan Solusi Pemecahannya." *Jurnal Substantia*. Volume 16 Nomor 2 (2014).

Sumber Internet

<http://romeltea.com/jurnalistik-islami-ideologi-media-dakwah/> diakses pada 15 Oktober 2018.