

Analisis Jurnalisme Ideologi Islam (Studi Pada Media Dakwah Arrahmah.com)

Fauziah Ramdani

Fauziah_ramdani@stiba.ac.id
 Sekolah Tinggi Ilmu Islam dan Bahasa Arab

Arham Selo

arhamselo69gmail.com
 Universitas Islam Negeri Alauddin

Abstrak: Semakin berkembangnya teknologi mendorong pula pesatnya pertumbuhan dan perkembangan media dakwah Islam saat ini. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui studi pustaka baik dari telaah pada buku, jurnal maupun website. Juga dengan observasi online pada website media dakwah Arrahmah.Com. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis isi atau konten untuk menemukan ideologi khas dari media tersebut. Teori yang digunakan merupakan analisis framing Robert Etman dengan adanya seleksi dan makna penting pada berita akan membuat informasi tersebut semakin menjadi sorotan khalayak. Adapun berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Media dakwah Arrahmah.Com merupakan salah satu situs Islam yang tidak saja sekedar menyampaikan informasi agama, tetapi juga menginformasikan berita-berita umum baik peristiwa yang terjadi di Indonesia maupun di negara lainnya. Melalui sajian konten dan fitur yang bermacam-macam maka media dakwah Arrahmah.Com menunjukkan karakteristik media dakwah Islamnya yang inklusif. (2) peran jurnalisme dakwah islam yang ditunjukkan oleh media tersebut diantaranya meliputi aspek ; *mauaddib* (mendidik), *mujaddid* (pembaharu), dan *musyaddid* (meluruskan). (3) Ideologi Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Sunnah Nabi menjadi landasan gerakan media dakwah tersebut, dipertegas pula dalam visi media Arrahmah.Com. (4) Jurnalisme Ideologi media tersebut dapat dikategorikan pada tiga unsur penting jurnalisme yaitu Investigatif, Argumentatif, dan Persuasif. Realitas yang disajikan oleh Media Arramah.Com melibatkan pembaca untuk dapat memahami 'ideologis' medianya, dengan ikut melibatkan diri menelaah secara substansial pada nilai-nilai dari informasi/ berita yang disajikan.

Kata kunci: Ideologi, Jurnalisme, Media. Islam, Arrahmah.Com

Abstract: *The development of technology also encourages the rapid growth and development of Islamic da'wah media today. This research uses a qualitative approach through literature studies both from reviews of books, journals and websites. Also with online observation on the Arrahmah.Com da'wah media website. Data analysis was conducted using content analysis to find the distinctive ideology of the media. The theory used is Robert Etman's framing analysis with the selection and significance of the news will make the information more in the spotlight of the audience. The results of the study show that (1) Arrahmah.Com da'wah media is one of the Islamic sites that not only conveys religious information, but also informs general news both events that occur in Indonesia and in other countries. Through the presentation of various contents and features, Arrahmah.Com da'wah media shows the characteristics of its inclusive Islamic da'wah media. (2) The role of Islamic da'wah journalism shown by the media includes aspects; mauaddib (educating), mujaddid (reformer), and musyaddid (straightening). (3) Islamic ideology sourced from the Qur'an and Sunnah of the Prophet became the foundation of the da'wah media movement, also*

confirmed in the media vision of Arrahmah.Com. (4) Journalism The media ideology can be categorised into three important elements of journalism, namely Investigative, Argumentative, and Persuasive. The reality presented by Arramah.Com Media involves readers to be able to understand the 'ideology' of the media, by involving themselves in examining substantially the values of the information / news presented. .

Keywords: *Ideology, Journalism, Media, Islam, Arrahmah.Com*

PENDAHULUAN

Secara global, jurnalisme telah mengalami perkembangan dari waktu ke waktu, sejalan dengan kompleksitas perubahan berbagai aspek dalam masyarakat, seperti sosial, budaya, politik, ekonomi, termasuk teknologi komunikasi. Perkembangan jurnalisme bahkan mengalami percepatan, terutama sejak internet digunakan sebagai basis komunikasi bagi masyarakat. Di negara-negara dengan tingkat konektivitas internet yang baik, internet telah mengubah cara orang-orang berkomunikasi secara dramatis termasuk dengan praktik jurnalistik yang saat ini eksis pada ruang media digital atau online.

Pada dasarnya setiap kegiatan jurnalistik yang diakomodir oleh media tidak bisa terlepas dengan landasan filosofis dari nilai-nilai yang dibangun dan asal muasal berdirinya media itu sendiri. Aktivitas jurnalistik akan selalu berhadapan dengan realitas empiris di bawah dominasi pemilik media tersebut. Inilah yang seringkali disebut dengan istilah ideologi media.

Pawito dalam tulisannya menjelaskan bahwa mengkaji ideologi media akan lebih banyak berurusan dengan isi media tersebut; tentang menempatkan isi media sebagai teks yang kemudian “dibaca” (dimaknai) dengan cara tertentu. Bahwa teks yang sama dapat diberi makna secara berbeda-beda, jika “cara membaca” berbeda. Yaitu pada pemberian makna, dan pemahaman terhadap teks media tersebut. Jika ditinjau dari perspektif pragmatis, ideologi juga mencerminkan bagian atau jenis jurnalisme yang diterapkan dalam proses pemberitaan pada suatu media. . Eksplanasi tentang sebuah kepentingan yang mana lebih dominan dan atau keberpihakan pada kelompok tertentu akan tergambar pada kategori jurnalisme yang melandasi adanya suatu media.

Pandan Yudaprarnesti dalam tulisannya berjudul *Jurnalis dan Jurnalisme dalam Fenomena Kontemporer* menjelaskan bahwa jurnalisme harus memiliki orientasi untuk apa dan untuk siapa ia ada. Untuk itu jurnalisme harus memiliki spirit, ideologi, serta misi. Tentu saja spirit, ideologi, serta misi yang dimaksud menyangkut landasan yang baik bagi praktik jurnalisme yang sehat. Bukan ideologi atau misi pemilik media yang menggunakan medianya sebagai alat untuk memenuhi kepentingan kelompok tertentu. Seiring dengan dinamika masyarakat, praktik jurnalisme tidak cukup sekedar menyampaikan kabar-kabar penting pada masyarakat.

Lebih dari itu, beberapa pelajaran berharga menunjukkan bahwa praktik jurnalisme tanpa spirit atau ideologi yang kuat justru dapat menjadi bomerang bagi media itu sendiri. Seperti yang pernah dilakukan beberapa media besar pada perak Irak Amerika di awal tahun 2000 lalu. Praktik jurnalisme seperti ini, awalnya terasa menarik, terbukti dari pencapaian rating atau yang cukup tinggi. Namun akhirnya malah menimbulkan kesadaran tentang betapa praktik-praktik seperti itu malah memancing konflik susulan dan memperkeruh suasana.

Memahami ideologi media merupakan upaya untuk menelusuri secara keseluruhan serta memahami nilai dan karakter khas dari media itu sendiri. Sebagai sebuah pijakan dalam berproses

dan bertumbuh hingga menjadi media besar. Ideologi media menjadi hal penting dan mendasar untuk dapat mencerna dan menganalisis bagaimana proses dan berkembangnya media tersebut. Dikursus yang terjadi adalah pada konstruksi pesan dan representasi kepentingan nilai kelompok-kelompok tertentu yang kemudian bekerja dalam pembentukan bahasa, teks, dan wacana media dari praktik jurnalistik ideologi. Ideologi akan menggambarkan orientasi apa yang mendasari sebuah media. Media yang berorientasi pada pangsa pasar, media yang lebih memilih jalan aman untuk mempertahankan eksistensinya atau justru media yang provokatif dalam menjalankan peran jurnalistiknya.

Kerangka pemikiran Althusser yang ditulis oleh Launa dan Hayu Lusianawati menjelaskan bahwa media massa diposisikan sebagai institusi ideologis. Media massa (dengan segala kepentingan yang melekat padanya) selalu memiliki dan menjalankan misi ideologi tertentu dalam kaitannya sebagai sarana informasi dan komunikasi publik. Artinya, seluruh bahasa, teks, dan simbol yang digunakan media massa tak bisa dilepaskan dari kepentingan ideologi. Produk jurnalistik yang kreatif, imajinatif, dan spontan pun bisa menjadi kendaraan efektif sebuah ideologi dalam memaparkan posisi kelas sosial tertentu. Apa yang disajikan oleh media dari praktik jurnalis bisa jadi merupakan sebuah realitas atau bisa juga merupakan sebuah rangkaian fiksi belaka (cerita atau narasi yang dibuat di luar fakta).

Lantas bagaimana dengan ideologi media dakwah saat ini. Portal-portal media dakwah yang hadir ditengah-tengah masyarakat hingga saat ini misalnya menjadi sumber pencerahan. Namun, pada sisi lainnya menjadi ujian, polemik dan ‘tanda tanya’ bagi masyarakat. Pada konteks fungsi, Habibie menjelaskan dalam tulisannya berjudul ‘Dwi Fungsi Media Massa’ bahwa keberadaan media saat ini tidak lagi sekadar menjalankan fungsi konvensional sebagai sarana informasi, pendidikan, dan hiburan, namun juga dapat teridentifikasi melakukan fungsi yang kian meluas dan mendalam, seperti fungsi; pengawasan (*surveillance*), penafsiran (*interpretation*), pertalian (*linkage*), penyebaran nilai-nilai (*transmission of value*), dan membangun norma-norma yang merelasikan kepentingan media dengan institusi sosial lainnya, sumber kekuatan sosial, dan alat kontrol politik yang secara keseluruhan merepresentasikan dari ideologi media tersebut.

Media dakwah Arrahmah.Com adalah salah satu media yang menarik bagi penulis untuk dikaji tentang bagaimana media tersebut berkembang hingga saat ini dan pada bagaimana ideologi yang melatarbelakangi kerja jurnalistik pada media Arrahmah.Com. yang menjadi landasan teoritis dan teknis dalam pelaksanaan kerja jurnalistik di media tersebut.

TINJAUAN TEORI

1. Teori Analisis Framing

Framing secara sederhana adalah membingkai sebuah peristiwa. Eriyanto mendefinisikan framing didefinisikan sebagai proses membuat suatu pesan lebih menonjol, menempatkan informasi lebih dari pada yang lain sehingga khalayak lebih tertuju pada pesan tersebut. Menurut Pan dan Kosicki, ada dua konsepsi dari framing yang saling berkaitan. Yaitu Pertama, dalam konsepsi psikologi. Framing dalam konsepsi ini lebih menekankan pada bagaimana seseorang memproses informasi dalam dirinya. Framing berkaitan dengan struktur dan proses kognitif, bagaimana seseorang mengolah sejumlah informasi dan ditunjukkan dalam skema tertentu. Sobur mengatakan biya ahwa analisis framing digunakan untuk mengetahui bagaimana perspektif atau cara pandang yang digunakan wartawan dalam menyeleksi isu dan menulis berita. Cara pandang

dan perspektif itu menentukan fakta apa yang diambil, bagian mana yang ditonjolkan dan dihilangkan serta hendak dibawa kemana berita tersebut.

Akar terminologi framing sejatinya berasal dari sosiologi, antropologi, dan psikologi. Istilah framing kemudian berkembang dalam kajian komunikasi dan media seiring dengan dipublikasikannya sebuah artikel yang bertajuk *Framing as a fractured paradigm* karya Robert N. Entman pada tahun 1993. Ia menjelaskan bahwa framing berita, terutama melibatkan seleksi dan makna penting yang membuat informasi semakin menjadi sorotan khalayak.

Pada dasarnya bahwa teori Analisis framing ini merupakan sebuah pendekatan untuk melihat bagaimana realitas ‘dibingkai’ dan dipublikan oleh media. Bagaimana media mengembangkan kasus tertentu atas realitas. Artinya, peristiwa yang sama dapat dikonstruksikan secara berbeda dengan menggunakan frame (bingkai) yang berbeda oleh media.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, melalui pendekatan studi pustaka (*literature research*). Melalui studi pustaka, penulis memahami dan mempelajari konsep, teori-teori dari berbagai literatur yang berhubungan dengan jurnalisme ideologi media dakwah pada media Arrahmah.Com. Pengumpulan data dengan studi referensi menggunakan cara mencari sumber dan mengkontruksi dari berbagai sumber contohnya seperti buku, jurnal dan riset-riset yang sudah pernah dilakukan. Bahan pustaka yang didapat dari berbagai referensi tersebut dianalisis secara kritis dan mendalam untuk mendeskripsikan konsep ideologi apa yang menjadi landasan dalam kerja jurnalistik media Arrahmah.Com. Pada penelitian ini juga, penulis melakukan observasi konten berita serta tulisan lainnya pada media dakwah Arrahmah.Com. Analisis data dilakukan dengan merujuk pada analisis Craswell, yakni analisis isi. Analisis isi bukan saja digunakan untuk meneliti kandungan (isi) dari berita saja. Namu juga pada kaulitas dan substansi dari berita yang dimuat dengan berbagai isi pesan. Selain itu. Bahwa data-data yang terkumpul kemudian dianalisis sebelum akhirnya diambil kesimpulan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Pengertian Ideologi Media

Kajian mengenai ideologi media, dengan citra (*images*) adalah representasi mengenai realitas masyarakat yang ditampilkan oleh media dalam berbagai kemasan pesan yang notabene adalah pendefinisian realitas dengan cara tertentu dengan menggunakan perangkat sistem lambang/bahasa.

Hal ini berarti bahwa ideologi media pada dasarnya adalah gagasan-gagasan atau nilai-nilai pokok yang diusung oleh media massa melalui pesan-pesan yang disampaikan kepada khalayak. Ideologi media tampak secara implisit berupa sistem makna terkandung dalam sistem-sistem lambang yang dapat membantu mendefinisikan dan/atau menjelaskan realitas walau kerap kali bias, serta memberikan acuan bagi 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.

Secara sederhana ideologi adalah suatu metode untuk mengetahui asal-usul ide yang muncul dalam pemikiran manusia. Ideologi adalah visi komprehensif, sebagai cara memandang segala sesuatu tentang hakekat kehidupan (*weltanschauung*). Secara skematik, ideologi juga bisa disebut sebagai ilmu tentang ide; satu kompleks *idea-idea* yang mengandung nilai-nilai luhur, seperti pandangan hidup, keyakinan, atau gagasan-gagasan yang fundamental.

Dalam pandangan van Dijk ideologi merupakan sistem sosial yang digunakan bersama dalam kelompok, dan menjadi representasi mental kelompok tersebut. Ideologi tampak lebih fundamental ketimbang pengetahuan. Ideologi melambangkan prinsip-prinsip yang mendasari kognisi sosial dan karenanya membentuk dasar-dasar pengetahuan, sikap, dan lebih spesifik lagi kepercayaan-kepercayaan yang digunakan bersama oleh suatu kelompok.

Ideologi dalam pengertian yang luas adalah segala kelompok cita-cita, nilai-nilai dasar, dan keyakinan-keyakinan yang mau dijunjung tinggi sebagai pedoman normatif. Ideologi dikatakan Suseno terbagi dua, yakni ideologi tertutup dan ideologi terbuka. Ideologi tertutup adalah gagasan atau teori menyeluruh tentang makna hidup dan nilai-nilai menentukan dengan mutlak bagaimana manusia harus hidup dan bertindak. Ideologi terbuka yaitu ideologi yang nilai-nilai dan cita-citanya tidak dipaksakan dari luar, melainkan digali dari harta kekayaan rohani, moral, dan budaya masyarakatnya sendiri. Ideologi terbuka dasarnya bukan keyakinan sekelompok orang melainkan konsensus masyarakat.

Paul E. Sigmund Jr dalam *The Ideologies of the Developing Countries* (1963) merumuskan ideologi sebagai “*suatu kompleks idea-idea tentang manusia dan dunia satu rencana sistematik atau badan yang dikoordinasikan dari idea-idea tentang kehidupan manusia dan kebudayaan.*” Dalam pemaknaan lain, ideologi diberi tafsir tambahan, yaitu adanya unsur *commitment*, emosional, intelektual, dan orientasi visioner dari sebuah tindakan, dan bahkan ideologi juga mengandung unsur pemutarbalikan atas fakta-fakta agar sesuai dengan suatu doktrin yang sudah ditetapkan atau disepakati sebelumnya.

Andrew Vincent dalam *Modern Political Ideologies* (1995), menyebut dua alasan kenapa sebuah ideologi pada akhirnya diterima dan diyakini oleh sejumlah individu atau kelompok? Pertama, karena ideologi berdiri tegak untuk menyelidiki, membuat analisis logis dunia tempat individu atau kelompok itu hidup; kedua, karena ideologi bisa membantu individu, kelompok atau masyarakat untuk mengenali, memahami, sekaligus menafsirkan dunia tempat mereka hidup.

Pandangan Raymond William yang ditulis oleh Ahmad Mubaligh berjudul “Relasi Bahasa dan Ideologi”, Ia membagi penggunaan ideologi dalam tiga ranah: (1) terkait sistem kepercayaan yang dimiliki oleh kelompok atau kelas tertentu; (2) terkait sistem kepercayaan yang berlawanan dengan pengetahuan ilmiah—ideologi adalah seperangkat kategori yang dibuat dan bentuk kesadaran palsu (*false consciousness*) di mana yang berkuasa mendominasi kelompok lain yang tidak dominan; dan (3) ideologi terkait dengan produksi makna dan ide; terkait dengan bagaimana relasi masyarakat dan penguasa dalam kehidupan sosial, politik, dan ekonomi; terkait dengan bagaimana berbagai kelompok sosial yang terlibat diposisikan oleh negara.

Dalam konteks media, para pakar menterjemahkan ideologi sebagai sistem makna yang membantu menjelaskan dan mendefinisikan realitas dan membantu dalam membuat nilai-nilai pembenaran atas realitas itu. Ideologi terkait dengan konsep-konsep seperti “pandangan dunia”, “sistem keyakinan” dan “nilai-nilai”, namun makna ideologi lebih luas dari konsep-konsep itu.

Ideologi bukan hanya untuk meyakini realitas, namun juga cara dasar untuk mendefinisikan realitas. Sehingga ideologi tidak hanya berhubungan dengan persoalan politik; konotasinya lebih luas dan lebih fundamental dari itu.

2. Peran Jurnalisme Media Islam Arrahmah.Com

Jurnalistik tentunya memiliki sejumlah fungsi tertentu dalam proses penyampaian informasi atau berita kepada publik. Zaenuddin menjelaskan bahwa ada empat fungsi dan manfaat jurnalistik atau pers, antara lain:

- a. Menghimpun dan menyebarkan informasi bagi khalayak masyarakat. Dengan adanya media massa itu, berbagai informasi bisa diliput dan disiarkan, baik melalui koran, tabloid, majalah, radio, televisi maupun internet.
- b. Memberikan pendidikan bagi khalayak masyarakat. Berbagai informasi yang disiarkan di surat kabar dan media elektronik mengandung nilai-nilai edukatif.
- c. Sebagai media hiburan bagi khalayak masyarakat. Dari membaca koran dan majalah, menonton televisi atau mendengarkan radio banyak orang merasa terhibur. Mereka tidak merasa sepi dan hampa karena di dalam berita juga seringkali mengandung nilai-nilai hiburan misalnya informasi tentang selebritas, sport, dan anekdot.
- d. Sebagai alat kontrol sosial dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara. Dalam istilah yang lebih politis, keberadaan jurnalistik atau pers dianggap sebagai kekuatan keempat (*the fourth state*) dalam sistem politik kenegaraan setelah legislatif, eksekutif, dan yudikatif. Sebagai pilar keempat itu, media massa cetak maupun elektronik dapat dimanfaatkan sebagai (a) penyalur aspirasi rakyat banyak; (b) pembentuk opini publik; (c) alat penekan dan dapat ikut memengaruhi dan mewarnai kebijakan politik negara; (d) pembela kebenaran dan keadilan.

Disamping itu, a terdapat beberapa fungsi jurnalistik Islam, di antaranya sebagai berikut:

1. *Mauaddib* (mendidik). Yaitu pers Islam dituntut untuk bisa menjadi sarana pendidikan bagi masyarakat ke arah yang lebih baik dan sesuai dengan ajaran Al- Qur'an dan sunnah Rasul.
2. *Mujaddid* (pembaharu). Yaitu memberikan berbagai pemikiran yang baru serta terbuka dan menjadi pembaharu bagi umat manusia di seluruh penjuru dunia.
3. *Musyaddid* (meluruskan). Yaitu pers Islam harus dapat meluruskan segala sesuatu yang bertentangan dengan ajaran Islam dan akan berdampak kepada kemudharatan.
4. *Muwahhid* (pemersatu). Yaitu menjadi pers Islam sebagai sarana pemersatu umat Islam di seluruh dunia, sehingga menjadikan Islam menjadi kuat dan utuh.

Dalam Islam sendiri, karya jurnalistik merupakan bagian dari metode dakwah yang sejatinya bahwa karya jurnalistik merupakan dakwah *bil qalam* (dakwah dengan tulisan)/ Dimana peran jurnalisme Islam juga sangat besar dalam memberitakan sejumlah peristiwa baik yang menyudutkan Islam atau peristiwa penyiksaan dan pembataian kepada umat Islam maupun informasi lainnya yang bersifat edukatif.

Maka disinilah media yang berlandaskan jurnalisme Islam memainkan perannya dalam *muwahhid* (pemersatu) umat Islam yang ada di seluruh dunia. Media Islam juga berperan penting dalam mengubah pandangan dunia terhadap Islam, sehingga orang tidak

lagi memandang Islam sebagai agama yang keras dan kasar, namun mengenal Islam sebagai agama yang damai, penuh cinta dan kasih sayang.

Hal tersebut dijelaskan oleh Dedi Djamaludin Malik yang dikutip Fachrur Rizha yang dimana membagi beberapa peran yang dilakukan jurnalistik Islam sebagai media dakwah. Antara lain, *pertama*; bahwa jurnalistik harus kritis terhadap lingkungan luar dan sanggup menyaring informasi barat yang kadang menanam bias kejahatan terhadap Islam. Sesuai dengan QS Al Hujurat, ayat 6 yang terjemahannya;

“Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa berita, maka periksalah dengan teliti, agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatan itu”.

Kedua; jurnalistik Islam harus mampu menjadi penerjemah dan *frontier spirit* bagi pembaharuan dan gagasan-gagasan kreatif kontemporer. Sesuai dengan QS Al-Hasyr, ayat 18 yang terjemahannya:

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat), dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah maha mengetahui apa yang kamu kerjakan

Ketiga; jurnalistik Islam hendaknya sanggup melakukan proses sosialisasi sebagai upaya untuk memelihara dan mengembangkan khazanah intelektual Islam. *Keempat*, jurnalistik Islam harus sanggup mempersatukan kelompok-kelompok umat sambil memberikan kesiapan untuk bersikap terbuka bagi perbedaan paham. Sebagaimana QS Ali Imran, Ayat 103 yang terjemahannya:

“Dan berpeganglah kamu semuanya kepada tali (agama) Allah, dan janganlah kamu bercerai-berai...”

Prinsip-prinsip Jurnalisme Islam ini harus dapat dilaksanakan oleh media dakwah untuk dapat mewujudkan proses transformasi nilai-nilai dakwah yang diusung oleh setiap media dakwah, baik yang bersifat cetak maupun elektronik. Prinsip tersebut berasal dari nilai-nilai Al-Qur’an dan Sunnah yang menjadi panduan dalam mewujudkan profesionalitas kerja jurnalis dakwah.

Jika dikaitkan dengan informasi yang ditulis oleh media dakwah Arrahmah.Com dengan merujuk pada peran jurnalisme Islam bahwa media dakwah harus dapat mendidik dengan mengacu pada nilai-nilai Al-Qur’an dan Sunnah. Serta menjadi pembaharu, bahwa media dakwah Arrahmah.Com terus memberikan sumbangsih pemikiran yang baru serta inklusif bagi umat manusia hingga di seluruh penjuru dunia. Ketersediaan media sosialnya yang sangat aktif juga mendukung peran lainnya dilakukan seperti menginformasikan dan meluruskan berita-berita yang berkembang di masyarakat dan mempublikasikan berita tandingan yang bertolak belakang dengan nilai-nilai yang dibangun oleh media Arrahmah.Com. Meluruskan segala sesuatu yang bertentangan dengan ajaran Islam dan akan berdampak kepada kemudharatan.

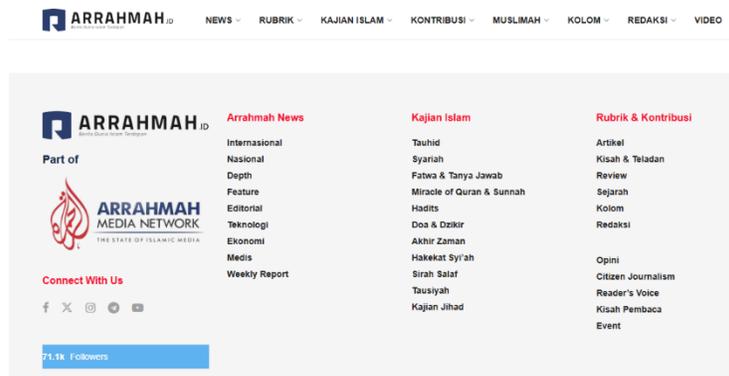
3. Konseptualisasi Jurnalisme Ideologi Media Dakwah Arrahmah.Com

A. Profil Media Dakwah Arrahmah.Com

Arrahmah.Com merupakan salah satu media dakwah yang cukup dikenal di masyarakat. Sebagai sebuah media besar, sebagaimana yang dideskripsikan pada website resminya, bahwa pertama kali media tersebut diluncurkan dan didirikan pada tahun 2005 dan terus berkembang hingga hari ini oleh inisiatornya bernama Muhammad Jibriel Abdul Rahman.

RESPON JURNAL ILMIAH MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Sastra UMI
Vol.6 No.1 2025
<https://jurnal.ilkom.fs.umi.ac.id/index.php/respon/index>

Arrahmah.com merupakan anak perusahaan dari PT. Ar Rahmah Media Network, sebuah jaringan media Islam yang bertujuan memberikan informasi berimbang tentang Islam dan dunia Islam di tengah-tengah arus informasi modern dan globalisasi. Arrahmah Media Network menjadikan media jurnalisme sebagai wadah perjuangan intelektual dan spiritual untuk membangun kehidupan dunia yang lebih baik.



Gambar

1. Halaman Website Resmi Arrahmah.Com

Arrahmah Media Network sebagaimana yang dijelaskan dalam website resminya bahwa dalam aktivitas jurnalistiknya media ini mengembangkan strategi jurnalisme Investigatif, Argumentatif, dan Persuasif. Investigatif berarti melakukan investigasi berimbang dengan konsep *tabayyun*. Argumentatif berarti mengedepankan argumentasi yang kuat dan ilmiah (bersumber dari Al Qur'an dan As Sunnah) tanpa meninggalkan realitas kekinian yang terjadi di masyarakat. Persuasif berarti mengajak sekaligus membuka diri terhadap seluruh komponen ummat kepada kebaikan.

Adapun visi Arrahmah.com adalah menebarkan Islam sebagai *Rahmatan lil Alamien*, mencerahkan dan mencerdaskan umat, serta meneladani generasi terbaik ummat (*Salafus Shaleh*). Misi Arrahmah.com adalah dakwah menuju tatanan dunia yang lebih baik dan membangun jaringan kerjasama secara luas demi tegaknya *Izzul Islam wal Muslimin*. Selain situs Arrahmah.com, Arrahmah Media Network juga meluncurkan situs Muslimahzone.id, situs khusus Muslimah yang membahas semua hal yang berkaitan tentang Muslimah.



Gambar 2. Logo Media Dakwah Arrahmah.Com

Makna keseluruhan Logo tersebut menggambarkan bahwa media Arrahmah.Com yang lebih tegas dan lebih berani dalam menyampaikan kebenaran. Menjadi media informasi yang paling utama dalam membela kepentingan kaum muslimin.

Selain itu, Arrahmah.com juga senantiasa berkomitmen untuk selalu menyampaikan informasi-informasi yang dapat menjadi hujjah dan memberi arah gerak langkah ummat. Menjadi media pemersatu ummat demi menuju *izzah al Islam wal muslimun*.

B. Ideologi Media Dakwah Arrahmah.Com

Portal-portal media dakwah Islam yang kini hadir ditengah-tengah masyarakat menjadi pencerahan serta mengarahkan pada semakin meningkatnya praktik jurnalistik di Indonesia. Apalagi ketika media online dakwah semakin menjamur dan banyak digunakan oleh masyarakat sebagai sumber rujukan berita atau informasi mengenai peristiwa dan hal lainnya dalam kehidupan seorang muslim.

Memahami ideologi dari jurnalis setidaknya akan mengacu pada adanya konsepsi-konsepsi dasar yang kemudian menjadi menjadi fondasi gerakan jurnalis atau pada media yang menaunginya yang dalam menjalankan peran dan fungsinya sebagai penghimpun, penulis, penyimpan, dan penyebar informasi. Media *mainstream* misalnya, dibawah peraturan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers yang kemudian memberikan batasan yang cukup spesifik bagi jurnalis—atau istilah yang lebih khusus “wartawan”—dalam menjalankan perannya sebagai penghimpun, penulis, dan penyebar informasi, yang dapat mempengaruhi pandangan, sikap, dan kebijakan pemerintah berkenaan dengan kepentingan publik. Pasal 6 Undang-Undang Pers—seperti memenuhi hak masyarakat untuk mengetahui; menegakkan nilai-nilai dasar demokrasi, mendorong terwujudnya supremasi hukum, dan hak asasi manusia, serta menghormati kebhinekaan; mengembangkan pendapat umum berdasarkan informasi yang tepat, akurat dan benar; melakukan pengawasan, kritik, koreksi, dan saran terhadap hal-hal yang berkaitan dengan kepentingan umum; serta memperjuangkan keadilan dan kebenaran.

Jurnalis media dakwah seperti Arrahmah.Com sebagaimana yang disebutkan dalam website resminya menjelaskan bahwa profesionalisme kerja media dilakukan dengan merujuk pada tiga unsur penting yaitu jurnalisme Investigatif, Argumentatif, dan Persuasif. Investigatif berarti melakukan investigasi berimbang dengan konsep *tabayyun*. Argumentatif berarti mengedepankan argumentasi yang kuat dan ilmiah (bersumber dari Al Qur'an dan As Sunnah) tanpa meninggalkan realitas kekinian yang terjadi di masyarakat. Persuasif berarti mengajak sekaligus membuka diri terhadap seluruh komponen ummat kepada kebaikan.



Gambar 2. Headline Nasional Media Dakwah Arrahmah.Com

Berdasarkan gambar tersebut diatas, kita dapat menganalisis bahwa media Arrahmah.Com juga mempublikasikan informasi aau berkaitan yang berkaitan dengan kondisi pemerintahan seperti yang tersebut pada judul berita diatas. Dari beberapa tulisan yang disajikan juga menunjukkan muatan berita yang sangat informatif dan melibatkan analisis objektif dan subjektif media tersebut. Artinya konsep *cover both side* menjadi hal yang mutlak yang harus diterapkan dalam tataran praktis bagi lapangan saat meliput maupun di meja redaksi/ editor.

Media dakwah seperti Arrahmah.Com ini juga telah menunjukkan keberpihakannya dengan nilai-nilai Islam dan kemanusiaan. Terbukti dengan pemberitaan agresi Israel di Palestina yang hingga saat ini masih dapat dibaca oleh khalayak. Jika ditelisik lebih jauh informasi-informasi yang dimuat dalam berita maupun opininya menunjukkan bahwa Arrahmah.Com memperhatikan konsep adanya segmentasi pembaca sebagai objek atau sasaran utama media dakwahnya. Secara khusus, atensi masyarakat untuk membaca informasi dari media tersebut juga memungkinkan bagi media untuk menelaah pertimbangan yang bersifat ideologis. Semakin banyak orang atau pembaca yang terlibat secara ideologis secara tidak langsung juga akan berkontribusi terhadap ketersediaan pasar media itu sendiri.

Dijelaskan oleh Teun A. van Dijk bahwa dalam bukunya bahwa ideologi mewujud pada sebuah 'Space' (ruang media) kehendak untuk 'memamerkan diri' (*a desire of self exhibition*) pada gagasan tentang pandangan mereka terhadap dunia Islam dan hal-hal lainnya. Sehingga pembentukan cara pandang menjadi hal yang lumrah dilakukan oleh setiap media. Dalam perspektif komunikasi kritis misalnya, bahwa media massa hanya melayani kelas sosial tertentu sehingga akan terjadi keberpihakan ideologis dan menjadi hal yang tidak mungkin dihindarkan. Begitupula juga dengan media dakwah Arrahmah.Com ini, yang secara general melibatkan pembaca muslim untuk dapat memahami 'ideologis' medianya. Bukan semata-mata hanya membaca berita secara

kuantitatif, namun juga melibatkan diri untuk menelaah secara deskriptif dan kualitatif pada ideologi dari informasi atau berita yang disajikan oleh Arrahmah. Com.

Perbedaan pemberitaan sebuah peristiwa atau realitas oleh media massa tidak hanya sesederhana persoalan teknis jurnalistik saja. Ada kaitannya dengan ideologi dari media tersebut. Perbedaan tersebut mewakili hal besar dan bersifat kompleks yang menjadi paradigma dan panduan berpikir, bertindak, serta bersikap setiap individu yang berkecimpung dalam suatu lembaga media massa. Dimana Instrumen utama berita adalah bahasa yang terdiri dari beberapa unsur seperti kata, kalimat, frase, dan struktur kebahasaan lainnya. Melalui instrumen inilah maka, ideologi media massa direpresentasikan. Bahasa tidak sebatas sebagai perangkat teknis komunikasi tetapi juga sebagai praktik ideologi maupun kekuasaan .

Konteks ini yang kemudian disebut dengan ideologi media massa.. Maka dengan ideologi Islam yang menjadi karakter berdasarkan visi dan misi media dakwah Arrahmah.Com yang diejawantahkan oleh media dalam bentuk berita atau informasi lainnya kepada pembaca.

KESIMPULAN

Perkembangan media dakwah saat ini sangat pesat. Jurnalisme dakwah bahkan sudah banyak memberi dampak bagi pertumbuhan literasi masyarakat muslim. Munculnya media dakwah Arrahmah.Com sejak tahun 2005 hingga saat ini menunjukkan bahwa eksistensinya sebagai media dakwah sangat diperhitungkan. Itu tidak lain diantara efek dari nilai-nilai, ciri khas dan konsep-konsep yang dijunjung tinggi dan disebut sebagai ideologi media. Jurnalisme Ideologi Islam merujuk pada prinsip-prinsip yang mendasari kognisi dan karenanya membentuk dasar-dasar pengetahuan, sikap, dan lebih spesifik lagi kepercayaan-kepercayaan yang digunakan bersama oleh suatu kelompok. Media dakwah Arrahmah.Com menggunakan tiga unsur penting dalam jurnalismenya yang pada akhirnya menjadi ‘wajah ideologi media’ tersebut. Proses investigatif, persuasif dan argumentatif yang disajikan oleh Arrahmah.Com bersumber pada ideologi Islam dengan merujuk pada peran jurnalisme Islam yang sarat dengan nilai ideal seperti mendidik dan meluruskan. Pada akhirnya bahwa ideologi media Arrahmah.Com yang mewarnai isi berita. adalah sebuah kenyataan betapa kuatnya pengaruh ideologi pandangan tertentu dari sebuah media terhadap warna dari suatu headline/ wacana berita yang disajikan pada masyarakat luas dan pada penerimaan publik (*public acceptance*) terhadap isi berita tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal:

- Adlini, Nina Miza et.al. (2022). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka, Edumaspul; Jurnal Pendidikan, Vol 6 (1).
- Ahmad, Muttaqin. (2012). *Representasi Ideologi Media Massa*. Jurnal Dakwah dan Komunikasi. Vol 6 (2).
- Frans Magnis, Suseno. (2001). *Etika Politik; Prinsip-Prinsip Moral Dasar Kenegaraan Moderen*. Jakarta: Gramedia.
- Hayu, Launa.,*Diskursus Ideologi Media: Dari Perspektif Liberal-Pluralis Hingga Post-Stukturalis*. Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Sahid.
- Habibie, D.K. (2018). Dwi fungsi media massa. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2).
- Komunika: Jurnal dakwah dan Komunikasi. (2002). Vol 6 (2).
- Mubaligh, Amad. . (2010). *Relasi Bahasa dan Ideologi*. Jurnal Lingua. Volume 5 (2).
- Muttaqin, Ahmad. 2012). *Representasi Ideologi Media Massa*. Jurnal Dakwah dan Komunikasi. Vol 6 (2).
- Pawito (2014). *Meneliti Ideologi Media: Catatan Singkat*. Jurnal Komunikasi Profetik. Vol 7 (1).
- Yudhapramesti, Pandan. (2015). *Jurnalis dan Jurnalisme dalam Fenomena Kontemporer*. Jurnal Komunikasi. Vol 10(1).
- Rizha, Fachrur,(2022). *Peran dan Tantangan Jurnalisme Islam dalam Penyampaian Informasi di Era Digital*. Jurnal AI-Manaj. Vol 2(2).
- Sobur, Alex,(2002). *Analisa Teks Media: Suatu Pengantar Untuk Analisa Wacana, Analisa Semiotika dan Analisa Framing*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Van Dijk, A Teun. . (1998). *Ideology: A Multidisciplinary Approach*. British Library Cataloguing in Publkation data.

Book & E-Book:

- The ideologies of the developing nations*. by Paul E. Sigmund | Open Library (Diakses pada 28 Desember 2024).
- Media and Ideology” (2002). Modern political ideologies | Semantic Scholar. (Diakses pada 28 Desember 2024)
- Zaenuddin MH, *The Journalist* (Bandung: Simbiosis Rekatama Medua, 2011), h. 9-1

Website:

- <https://123dok.com/article/implikasi-ideologi-pada-jenis-jurnalisme-media.dzx10roz> (diakses pada 28 Desember 2024)
- Model Analisis Framing Robert N. Entman - PakarKomunikasi.com. (Diakses pada 28 Desember 2024)
- About | Informasi Dunia Islam Terdepan (Diakses pada 27 Desember 2024)
- Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 Tentang Pers – majalahfakta.id (Diakses pada 27 Desember 2024)