e-ISSN – 2828-1756

RESPON JURNAL ILMIAH MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Sastra, Ilmu Komunikasi dan Pendidikan UMI Vol.6 No.2 2025
https://jurnal.ilkom.fs.umi.ac.id/index.php/respon/index

Prinsip Akuntabilitas Media

(Studi Pada Media Online Mujahid Dakwah.com)

Fauziah Ramdani
fauziah_ramdani@stiba.ac.id
Sekolah Tinggi Ilmu Islam dan Bahasa Arab

Kamaluddin Tajibu
kamaluddin.tajibu@uin-alauddin.ac.id
Universitas Islam Negeri Alauddin

Zelfia
zelfia.zelfia@umi.ac.id
Universitas Muslim Indonesia

Abstrak: Penggunaan media online sebagai sarana dakwah dewasa ini mulai menjadi salah satu alternatif dalam berdakwah. Diantara etika bermedia yang menjadi perhatian baik bagi pemilik media tersebut maupun bagi khalayak atau masyarakat adalah prinsip akuntabilitas media. Media dakwah harus dapat menunjukkan prinsip-prinsip akuntabilitasnya dalam menyampaikan dan menyajikan informasi kepada khalayak. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji lebih mendalam prinsip-prinsip akuntabilitas yang terkandung dalam kerja-kerja media. Metode penelitian yang digunakan adalah studi pustaka dengan fokus kajian pada media dakwah Mujahid Dakwah.Com disertai dengan telaah sumber jurnal dari berbagai sudut pandang penting tentang akuntabilitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Jika dikaji secara perorangan dalam tim yang terlibat pada suatu media, maka pada hakekatrnya setiap orang berpotensi menunjukkan akuntabilitas secara personal yang didasari dengan menjunjung tinggi nilai-nilai etika yang khas dengan karakter kerja transparansi data dan fakta dilapangan , jujur dan objektif dalam menyampaikan berita. Sebagaimana yang disebutkan oleh Mc Quial dalam menganalisis akuntabilitas media menggunakan beberapa dimensi penting; seperti; *The frame of law and regulation, The Market Frame, The frame of public responsibility* serta *The frame of professional responsibility.* Dimensi lainnya yang dapat digunakan dalam menelaah akuntabilitas media adalah pada kondisi fisik dari keberadaan media itu sendiri meliputi; fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi, kehandalan dan kemampuan untuk memberikan pelayanan media kepada khalayak. Serta daya tanggap *(Responsiveness)* dalam rangka merespon fakta yang berkembang di masyarakat. Akuntabilitas secara filosofis menunjukkan sikap pertanggungjawaban baik yang bersifat moril dam materil. kepada masyarakat/ pemberi amanah secara khusus. Jika prinsip akuntabilitas ini dapat diterapkan dengan baik, maka akan memberikan dampak yang baik bagi masyarakat secara umum terhadap lembaga atau organisasi serta tidak menutup kemungkinan tingkat kepercayaan akan meningkat. Sedangkan dalam konsep Islam disebutkan bahwa ciri khas dari sikap akuntabel itu dapat ditunjukkan dengan pelaksanaan amanah dengan shiddiq atau jujur, amanah dan fatonah serta istiqomah.

Kata Kunci: Prinsip, Akuntabilitas, Media , Dakwah, Online

e-ISSN – 2828-1756

RESPON JURNAL ILMIAH MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Sastra, Ilmu Komunikasi dan Pendidikan UMI Vol.6 No.2 2025
https://jurnal.ilkom.fs.umi.ac.id/index.php/respon/index

Abstract: *The use of online media as a means of da'wah today is starting to become one of the alternatives in da'wah. Among the media ethics that are of concern both for the media owner and for the audience or society is the principle of media accountability. Da'wah media must be able to demonstrate the principles of accountability in conveying and presenting information to the audience. This research aims to examine more deeply the principles of accountability contained in the work of the media. The research method used is a literature study with a focus on the study of Mujahid Dakwah.Com da'wah media accompanied by a review of journal sources from various important perspectives on accountability. The results showed that 1) If studied individually in the team involved in a media, then in essence everyone has the potential to show personal accountability based on upholding typical ethical values with the working character of transparency of data and facts in the field, honesty and objectivity in delivering news. As mentioned by Mc Quial in analyzing media accountability using several important dimensions; such as; The frame of law and regulation, The Market Frame, The frame of public responsibility and The frame of professional responsibility. Another dimension that can be used in examining media accountability is the physical condition of the existence of the media itself including; physical facilities, equipment, employees, and means of communication, reliability and ability to provide media services to the audience. As well as responsiveness in order to respond to facts that develop in society. Accountability philosophically shows an attitude of accountability both morally and materially. to the community / trust giver in particular. If this principle of accountability can be applied properly, it will have a good impact on society in general towards institutions or organizations and it is possible that the level of trust will increase. Meanwhile, in the Islamic concept, it is stated that the characteristics of an accountable attitude can be shown by carrying out the mandate with shiddiq or honesty, trustworthiness and fatonah and istiqomah.*

Keywords: *Principles, Accountability, Media, Da'wah, Online*

PENDAHULUAN

Istilah akuntabilitas seringkali dijumpai dalam bidang manajemen atau tata kelola pemerintahan. Hal tersebut tidak lain karena akuntabilitas biasanya berkaitan dengan prosedur manajerial suatu perusahaan atau pemerintahan. Tjokroamindjojo dalam tulisan Ricky Et,al mengutip pandangan World Bank bahwa salah satu prinsip dari konsep *Good Governance* adalah *acoountability.* Sejalan dengan yang disebutkan oleh Dwiyanto dalam tulisna Ricky, Et al. bahwa berdasarkan konsep yang dijelaskan oleh Lembaga Administrasi Negara (LAN) bahwa diantara salah satu prinsip utama dalam penerapan *Good Governance* adalah akuntabilitas.

Kaitan prinsip akuntabilitas dengan media juga pernah dijelaskan oleh McQuil tentang akuntabilitas media. McQuail mengajukan pemikirannya tentang kerangka apa yang perlu diperhatikan media massa. Diantara empat kerangka tersebut dijelaskan *sepeti a) The Frame of Law Regulation, b) The Market Frame, c) The Frame Of Public Responsibility dan d) The Frame of Professional Responsibility.*

Fajrin menjelaskan dalam tulisannya berjudul Kebebasan Pers, Tanggung Jawab dan Etika Jurnalistik dalam lingkungan media online yang kompetitif, bahwa di era globalisasi dan perkembangan teknologi informasi, media online menjadi salah satu sumber utama informasi bagi masyarakat. Sebuah fenomena yang dapat mengantarkan pada dampak positif sekaligus negatif, terutama terkait dengan kebebasan pers dan tanggung jawab jurnalis. Munculnya permasalahan

tentang bagaimana media online dapat menjalankan tanggung jawabnya untuk memberikan informasi akurat, berimbang, dan tidak merugikan pihak tertentu. Ditambah pula dengan Ketidakseimbangan informasi dalam persoalan kebebasan pers dan tanggung jawab jurnalis.

Media online seringkali berada pada kondisi terperangkap dengan adanya ketidakseimbangan informasi, di mana beberapa pihak memanfaatkannya untuk menyebarkan berita yang palsu atau tendensius, juga menciptakan ketidakjelasan dalam masyarakat dan mengancam integritas kebebasan pers. Prahassacitta menjelaskan dalam tulisan Ricky, Et al bahwa kebebasan pers yang tidak terbatas dapat menimbulkan pemberitaan yang tidak akurat, tidak berimbang, atau bahkan menyesatkan. Hal tersebut terjadi ketika kebebasan pers tidak dapat diimbangi dengan tanggung jawab jurnalis untuk menyajikan informasi yang akurat, berimbang, dan berdasarkan fakta. Masih kurangnya pengawasan dan pengontorlan pada media online juga dapat semakin kompleksnya permasalahan yang timbul akibat kebebasan pers yang tidak terbatas. Ditambah pula dengan kurangnya kesadaran masyarakat akan pentingnya memeriksa kebenaran informasi sebelum menyebarkannya khusunya di media social juga dapat membuat ketidakseimbangan informasi dalam pemberitaan media online. Suminar menjelaskan dalam tulisannya bahwa seringkali jurnalis menghadapi dilema antara kecepatan dalam memberikan informasi dan kewajiban untuk menyajikan berita secara akurat dan bertanggung jawab. Diperlukannya konsep strategis yang dalam hal ini disebut sebagai prinsip akuntabilitas. Mengetahui tentang bagaimana kondisi tim media yaitu pada komitmen manajemen organisasionalnya, kepastian penggunaan sumber daya manusia yang sesuai dengan kebutuhan media serta sejauh mana tujuan dan sasaran media tersebut telah terwujud berdasarkan pada visi, misi yang telah ditetapkan.

Olehnya itu, menjadi penting bagi penulis untuk mengkaji lebih dalam terhadap keberadaan media online dakwah yang saat ini berkembang cukup pesat. di masyarakat dengan berbagai jenisnya. Diantara media dakwah tersebut adalah Mujahid Dakwah.com. Sebagai sebuah media online yang terhitung masih cukup baru, sejak 2018 berdiri. Penulis akan mengkaji dan menganalisis bagaimana prinsip-prinisip kerja media dakwah dengan mengacu pada transpransi, integritas, objektivitas dan juga responsivitas dari profesionalisme kerja media yang telah dilakukan ditunjukkan dengan keaktifan media onlinenya yang terus menunjukkan perkembangannya yang pesat.

Penulis dalam hal ini akan mengkaji dua hal yang mendasar dari berkembangnya media dakwah online Mujahid Dakwah.com yaitu pada nilai-nilai etika media yang dibangun berdasarkan prinsip akuntabilitas media. Serta presistensi media dakwah Mujahid Dakwah.com dalam mempertahankan prinsip tersebut dalam sebuah kerja tim media.

METODOLOGI PENEITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif,dengan menggunakan pendekatan studi pustaka *(literature research).* Melalui studi pustaka, penulis memahami dan mempelajari konsep-konsep, istilah dan teori-teori dari berbagai literatur yang berhubungan dengan prinsip akuntabilitas media dakwah online. Adapun pengumpulan data dengan studi referensi *(library research)* 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 guna mendeskripsikan

bagaimana prinsip akuntabilitas media dakwah sebagai bagian dari konsep etika dalam penggunaan media dalam hal ini pada media Mujahid Dakwah.Com.

HASIL & PEMBAHASAN

A. Peran Media Dakwah Online

Nurhayati dalam jurnal yang ditulis oleh Muhammad Rizki Nasution et al bahwa keberadaan media online atau media sosial menjadi bukti pesatnya perkembangan teknologi informasi. Media online merupakan media massa yang disajikan secara online di website atau web internet. Media online juga bisa dikatakan sebagai media jurnalistik online, disebut juga cyber jurnalistik, definisi yaitu sebagai proses pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan lewat internet. Romli menjelaskan bahwa portal online, website, radio online, tv online, dan email adalah beberapa yang dikategorikan sebagai media online.

Di era digital seperti saat ini yang dipenuhi dengan kemajuan dan perkembangan teknologi informasi begitu cepat. Maka, peran digital serta platform daring telah menjadi semakin dominan dalam berbagai aspek kehidupan termasuk pada aspek dakwah. Berbagai dampa positif yang dapat dirasakan dengan adanya media dakwah online terutama dalam pembelajaran yang lebih luas dan menyeluruh termasuk pula diantaranya adalah pemberitaan kegiatan-kegiatan dakwah itu sendiri.

Penggunaan media khususnya media online dan sosial didefinisikan sebagai proses berkomunikasi, berdiskusi, dan bahkan dapat memberikan popularitas di media sosial. Hovland, Janis dan Kelly dalam jurnal Muhammad Rizky *et al.* mendeksripsikan hasil penelitian dan menyimpulkan bahwa seseorang akan lebih yakin atas informasi yang didapatinya jika sumber informasi tersebut merupakan sumber yang kredibel. Hal tersebut juga menguatkan asumsi dari teori *uses and gratification* di mana khalayak dalam menggunakan media tidak hanya menerima informasi saja, namun aktif mencari dan menetukan sumber informasi apa yang akan mereka gunakan. Abidin menjelaskan dalam tulisannya bahwa kepercayaan khalayak terhadap informasi yang didapat sangatlah diperngaruhi oleh fakor kredibilitas .

Hadirnya dakwah online memiliki banyak kelebihan dibandingkan dengan metode dakwah konvensional. Dakwah online memungkinkan pesan-pesan agama atau moralitas untuk disampaikan kepada audiens yang lebih luas, tanpa terbatas oleh batasan geografis. Seorang da'i atau kelompok/organisasi yang menginisiasi dakwah online tersebut dapat mencapai orang-orang dari berbagai belahan dunia tanpa harus secara fisik hadir di lokasi tersebut. Dakwah online memungkinkan pesan-pesan agama atau moralitas untuk disampaikan dengan lebih kreatif dan menarik. Berbagai konten multimedia seperti video, gambar, dan infografis dapat digunakan untuk menyampaikan pesan dengan cara yang lebih menarik dan mudah dicerna oleh audiens. Puji Yati et al juga menjelaskan bahwa dakwah online memungkinkan interaksi dua arah antara penceramah dan audiens. Melalui komentar, pesan pribadi, atau forum diskusi, audiens dapat berinteraksi langsung dengan penceramah, bertanya, berdiskusi, atau bahkan memberikan masukan

B. Akuntabilitas dalam Islam

Menurut Ar Rahman bahwa dalam Islam, akuntabilitas berarti pertanggungjawaban manusia kepada Allah Swt. atas apa yang telah dilakukan. Berdasrkan pandangan Islam, akuntabilitas bisa dikatakan sebagai bentuk pertanggungjawaban seorang manusia sebagai khalifah di bumi kepada Allah Swt. karena segala sesuatu yang dititipkan Allah Swt. kepada

manusia merupakan amanah dan segala yang dikerjakan atau diperbuat manusia harus dipertanggungjawabkan di akhirat kelak. Seperti firman Allah dalam pada Al-Qur'an Surat Al-Mudassir ayat 38 yang terjemahannya:

Tiap-tiap diri bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya"

Akuntabilitas adalah bentuk sebuah pertanggungjawaban dari seseorang /kelompok kepada masyarakat/ pemberi amanah secara khusus Jika prinsip akuntabilitas ini dapat diterapkan dengan baik, maka akan memberikan dampak yang baik bagi masyarakat secara umum terhadap lembaga atau organisasi serta tidak menutup kemungkinan tingkat kepercayaan sekaligus minat masyarakat tersebut akan meningka serta mempercayakan harapannya kepada lembaga/orang tersebut..

Berkaitan dengan hal tersebut dijelaskan dalam konsep Transparansi menurut Tapanjeh dalam jurnal yang ditulis Nahdliatul Amalia *et al*. bahwa transparansi dalam perspektif Islam adalah:

1. Organisasi yang bersifat terbuka, dimana seluruh fakta yang terkait aktivitas misalnya seperti pengelolaan zakat termasuk informasi keuangan harus mudah diakses oleh pihak yang berkepentingan terhadap informasi tersebut.
2. Informasi harus diungkapkan secara jujur, lengkap dan meliputi segala hal yang terkait dengan informasi yang diberikan.
3. Pemberian informasi juga perlu dilakukan secara adil kepada semua pihak yang membutuhkan informasi.

Dari konsep transparansi di atas, maka dapat dipahami intis sari vbahwa dalam Islam, transparansi erat kaitannya dengan kejujuran.Ketika menyampaikan informasi, pemberi informasi harus dapat menunjukkan sikap Membangun tranparansi juga dapat menciptakan hubungan yang baik misalnya antara media dakwah dengan masyarakat secara umum. Atau secara khusus pda pihak-pihak yang terlibat dalam media tersebut; seperti kontributor penulis dan atau pihak-pihak donatur dari media dakwah tersebut.

Konsep Kualitas Pelayanan dalam perspektif Islam misalnya menurut Sangadji dan Sopiah dalam jurnal yang ditulis Nahdliatul Amalia *et al* adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian yang dilakukan atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Parasuraman dalam Sangadji dan Sopiah yang dikutip oleh Nahdliatul Amalia *et al* bahwa konsumen umumnya akan menggunakan beberapa dimensi sebagai berikut: 1. Bukti Langsung *(Tangible).* Bukti langsung meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi. 2. Kehandalan (*Reliability).* Kehandalan yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. 3. Daya Tanggap *(Responsiveness).* Tanggapan yaitu keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. 4. Jaminan *(Assurance*). Jaminan menyangkut pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko, atau keraguan. 5. Empati *(Emphaty).* Empati meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan. Sedangkan adapun prinsip-prinsip pelayanan dalam Islam sebagaimana yang dijelaskan oleh (Hafidhuddin dan Hendri dalam jurnal Nahdliatul Amalia *et al* yaitu: 1. Shiddiq 2. Kreatif, berani, dan percaya diri 3. Amanah dan Fatonah 4. Tabliq dan 5. Istiqamah.

C. Prinsip Akuntabilitas Media Dakwah Online Mujahid Dakwah.Com

Berdasarkan pandangan Mc Quail tentang akuntabilitas media yang dikutip oleh mengajukan pemikirannya tentang kerangka yang perlu diperhatikan media massa. Jika dikaitkan dengan media digital sepeti media dakwah online Mujahid Dakwah.com maka setidaknya ada beberapa kerangka yang termasuk diantaranya untuk dapat tercapaianya akuntabilitas media sebagaimana teori yang dikemukakan oleh Mc Quail tersebut yaitu:

a. *The frame of law and regulation*, yaitu sebuah kerangka yang bertujuan untuk menciptakan dan mempertahankan kondisi kebebasan dan keluasan interkomunikasi dalam masyarakat dan untuk meningkatkan kebutuhan publik seperti halnya dengan membatasi potensi tindak pelanggaran yang melegitimasi kepentingan privat dan publik. Mekanisme dan prosedur yang utama umumnya terdiri atas dokumen-dokumen peraturan yang perhatian pada apakah media mungkin atau tidak mungkin melakukannya, bersama dengan peraturan dan prosedur formal untuk menerapkan setiap aturan pelaksanaannya.

b. *The market frame*, yaitu sebuah kerangka yang bertujuan untuk memfasilitasi kepentingan organisasi dan prosedur media dengan kepentingan klien dan khalayak (*audiences*/ konsumen) mereka. Mekanismenya berupa proses normal dari permintaan dan penawaran dalam sebuah pasar yang bebas dan juga kompetitif yang selayaknya dalam teori mendorong yang baik atau *good* dan membatasi yang jelek atau *bad*. Prinsipnya cakupan isu yang termasuk dalam akuntabilitas pasar utamanya fokus pada aspek-aspek kualitas komunikasi sebagaimana dilihat oleh konsumen.

c. *The frame of public responsibility*, yaitu kerangka berpikir yang mengandaikan organisasi media sebagai insitusi sosial yang meliputi beragam tingkat komitmen kesukarelaan dan eksplisit untuk memenuhi kewajiban publik yang melampaui tujuan utama mereka untuk menghasilkan laba dan memberikan pekerjaan. Opini publik dalam masyarakat terbuka umumnya mengharapkan media untuk melayani kepentingan publik dalam hal ketersediaan informasi, publisitas dan budaya.

d. *The frame of professional responsibility*, yaitu kerangka ini lebih menekankan pada aspek-aspek profesionalitas dari para pekerja media di antaranya sebagai jurnalis, pengiklan dan *public relations* yang memiliki standar kinerja masing-masing. Termasuk juga di dalamnya pemilik media, editor, produser, dan sebagainya yang bertugas mempertahankan kepentingan-kepentingan industry melalui *self-regulation*. Mekanisme dan prosedur umumnya terdiri atas seperangkat aturan atau kode etik yang diadopsi anggota kelompok pekerja media bersama beberapa produser untuk mendengarkan dan menentukan keluhan-keluhan dan klaim-klaim melawan tindakan-tindakan media tertentu.

Mujahid Dakwah Media merupakan salah satu media yang di dirikan di kota Makassar pada tangal 23 Januari 2018 serta resmi beroprasi pada tanggal 25 Februari 2018. Media online ini, meski bekerja secara online, akan tetapi memiliki kantor di Jalan Sukamaju 5 No. 19 Kelurahan Tamamaung Kecamatan Panakukkang Kota Makassar Provinsi Sulawesi Selatan Indonesia.

Berdasarkan data observasi digital yang penulis peroleh dari website resmi Mujahid Dakwah.Com , memiliki visi dan misi yakni **;** *"Menebar cahaya Islam dengan amar ma'ruf dan nahi mungkar demi terwujudnya kebangkitkan peradaban Islam, menjadi pusat aspirasi dan literasi umat, mengedepankan kebenaran dan keadilan meneladani generasi terbaik ummat (Salafus Shaleh)."*Serta misinya yaitu*;* (1) Melakukan amar ma'ruf dan nahi mungkar demi tegaknya *Izzul Islam wal Muslimin,* (2) Mencerahkan dan mencerdaskan umat dengan dakwah

online secara terencana, tertarget dan professional, (3) Membela kepentingan umat Islam secara universal (nasional dan Internasional) dan (4) Meningkatkan SDM secara profesional dalam melahirkan mujahid.

Selain itu, media ini juga memiki manhaj dan pergerakan Ahluhsunnah wal Jamaah menyebarkan dakwah Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Sunnah sesuai pemahaman salafus sholeh. Juga merujuk kepada para ulama dan tokoh-tokoh ummat Islam serta empat Imam mazhab (Imam Abu Hanifah, Imam Maliki, Imam Syafi'I dan Imam Ahmad bin Hambal) dan ulama yang lainnya. Serta pergerakannya berpihak kepada kepentingan kaum muslimin dan media ini tidak ber-afiliasi pada lembaga dan ormas tertentu. Namun, ikut berpartisipasi dalam berbagai kegiatan ormas, lembaga dan keummatan secara nasional.

Secara kelembagaan, Mujahid Dakwah.Com sebagaimana yang dilansir dari laman webistenya merupakan media dakwah Islam yang independen dengan struktur keorganisasiannya sebagai berikut:

Pendiri	Muhammad Akbar, S.Pd
Pemimpin Redaksi	Muhammad Ikram, S.Si
Sekretaris	Nurizal Manarul Hidayat
Bendahara	Maulidiana
Penasehat Hukum	Asrullah, SH., MH
IT & Desain Grafis	Izhar Musawwir
Tim Marketing & Iklan	- Masdar - Rahmat - Yusril

Adapun wartawan/reporter yang terlibat dan juga konributor/penulis hingga saat ini ,sebagaimana yang penulis peroleh dari data di laman website Mujahid Dakwah.Com adalah sebagai berikut:

Kontributor/Penulis Lepas	- Irfa Erfianah. S.Pd - Fauziah Ramdani, M.Si - Rahmat Badani, Lc,. MA - Syandri Sya'ban, Lc,. M.Ag - Dr. Muhammad Ardiansyah, M.Pd - Sayyid Fadillah, ST - Fatih Madini - Azzam Habibullah - Dr. Tony Rosyid

	- Asyari Usman - Masykur, S.SI - Muh Ilyas, S.Pd,. Gr - Ode Wahyu, SH
Wartawan/Reporter	- Amrul Hidayat - Fadli Anas - Wahyuni - Denil Suwendi - Risal - Heriadi

Adapun logo dari media online Mujahid Dakwah.Com adalah sebagai berikut:

Gambar 1. Logo Mujahid Dakwah.Com

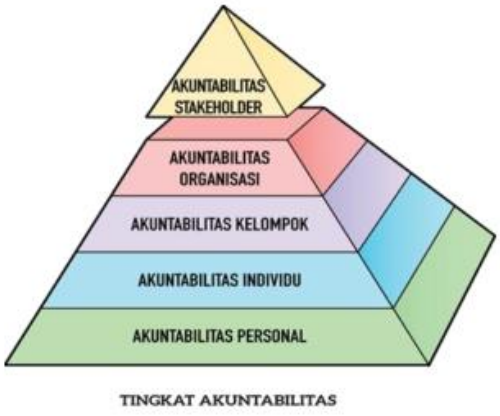
Logo ini biasa digunakan baik secara visual di websire atau pada kegiatan-kegiatan dakwah yang dimana media Mujahid Dakwah berperan sebagai media partner. Jika ditinjau dari prinsip akuntabilitas medianya maka beberapa prinsip yang dimaksud oleh Mc Quil maupun dalam perspektif Islam dapat dikategorisasikan sebagai media yang akuntabel. Berdasarkan observasi online yang dilakukan penulis, merujuk pada berita dan informasi yang tergolong update. Dashboard yang ditampilkan diawal Webiste sangat variatif. Beberapa topik penbahasan yang menjadi headline adalah seperti; artikel, khazanah, nasional, kalam, life style, dunia islam, paham sesaat dan tsaqofah.

Mengaelaborasi dua pandangan akuntabilitas dari Mc Quil dan Konsep Kualitas Pelayanan dalam perspektif Islam misalnya yang disebutkan oleh Sangadji dan Sopiah dalam jurnal yang ditulis Nahdliatul Amalia *et al* bahwa setidaknya mengacu pada perspektif ekonomi , pada dasarnya masyarakat akan akan menggunakan beberapa dimensi untuk menilai apakah sebuah lembaga atau organisasi tertentu itu akuntabel ataukah tidak.

Pada dimensi Bukti Langsung *(Tangible).* Bukti langsung yang meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi. Penulis tidak melakukan wawancara secara langsung di kantor media dakwah tersebut. Namun secara online dapat diperoleh data bahwa Mujahid Dakwah memiliki tim reporter dan koresponden. Selain itu dalam tinjauan lainnya,

seperti pada aspek kehandalan (*Reliability);* pelayanan brupa pemberitaan yang akurat ditnujukkan dengan menyajikan berita atau informasi terupdate,terknini dengan pembahasan yang plural.. Kemudian, pada aspek daya tanggap *(Responsiveness).* Sebagai salah satu penulis yang terlibat sebagai tim kontributor , respon yang reaktif dari tim redaksi juga dapat menjadi salah satu rujukan data penting dalam hal membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap yaitu masyarakat dan atau penulis. Begitujuga dengan masyarakat secara umum yang memiliki kegiatan – kegiatan dakwah, dimana Mujahid Dakwah.Com dengan tanggap turut serta terlibat sebagai salah satu tim media partner.

Lebih jauh memandang konsep akuntabilitas ini, pada konsep dan prinsip skuntablilitas secara Islami dengan sikap khasnya yang jujur dan amanah. Memahami hal tersebut paling tidak jika dikaitkan dengan model akuntabilitas secara umum bahwa ditemukan akuntabilitas baik pada skala perorangan hingga stakeholder sebagai pengmbil keputusan.



Gambar 2 .Tingkat Akuntabilitas
(Sumber: Pengertian Akuntabilitas: Aspek, Manfaat, Tingkatan, Dimensi, dan Mekanisme – Gramedia Literasi)

Media secara organisasi menunjukkan prinsip-prinsip akuntabilitasnya dalam menyampaikan dan menyajikan informasi kepada khalayak. Jika dikaji secara perorangan dalam tim yang terlibat pada suatu media, maka hakekatrnya setiap orang berpotensi menunjukkan akuntabilitas secara personal yang didasari dengan menjunjung tinggi nilai-nilai etika dengan yang khas dengan karakter kerja transparansi data dan fakta dilapangan , jujur dan objektif. Ini juga yang disebutkan oleh Mc Quial dalam menganalisis akuntabilitas media dengan menggunakan beberapa dimensi penting; seperti; *The frame of law and regulation, The Market Frame, The frame of public responsibility* serta *The frame of professional responsibility.*

Sebagai media dakwah online, Mujahid Dakwah.Com menunjukkan peran serta menjunjung tinggi nilai-nilai regulasi dan etika bermedia dengan mengedepankan akurasi informasi. Begitupula dengan tanggungjawab dan loyalitasnya mengedepankan isi media yang kredibel dan berkualitas. Dapat terlihat pada beberapa contoh tayangan visual informatif, jujur dan berimbang menyampaikan informasi .

Hal ini menunjukkan bahwa akuntabilitas sebagai sebuah prinsip dasar yang patut dijagai dan dimiliki oleh sebuah perusahaan media. Jika dikaitkan dengan standar idealisme media, maka salah satu konsep yang harus dimiliki pada sebuah media adalah moralitas sebagai konsep ideal dalam menjalankan peran praktis baik sebagai jurnalis maupun sebagai stakeholder dari media itu sendiri.

KESIMPULAN

Media secara organisasi menunjukkan prinsip-prinsip akuntabilitasnya dalam menyampaikan dan menyajikan informasi kepada khalayak. Jika dikaji secara perorangan dalam tim yang terlibat pada suatu media, maka hakekatrnya setiap orang berpotensi menunjukkan akuntabilitas secara personal yang didasari dengan menjunjung tinggi nilai-nilai etika yang khas dengan karakter kerja transparansi data dan fakta dilapangan , jujur dan objektif. Ini juga yang disebutkan oleh Mc Quial dalam menganalisis akuntabilitas media dengan menggunakan beberapa dimensi penting; seperti; *The frame of law and regulation, The Market Frame, The frame of public responsibility* serta *The frame of professional responsibility*. Dimensi lainnya yang dapat digunakan dalam menelaah akuntabilitas media adalah pada kondisi fisik dari keberadaan media itu sendiri meliputi; fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi, kehandalan dan kemampuan untuk memberikan pelayanan media kepada khalayak. Serta daya tanggap *(Responsiveness)* dalam rangka merespon fakta yang berkembang di masyarakat. Akuntabilitas dalam hal ini menunjukkan suatu sikap pertanggungjawaban yang bersifat moril dam materil dari seseorang /kelompok kepada masyarakat/ pemberi amanah secara khusus. Jika prinsip akuntabilitas ini dapat diterapkan dengan baik, maka akan memberikan dampak yang baik bagi masyarakat secara umum terhadap lembaga atau organisasi serta tidak menutup kemungkinan tingkat kepercayaan sekaligus minat masyarakat tersebut akan meningka serta mempercayakan harapannya kepada lembaga/orang tersebut. Sebagaimana dalam konsep Islam juga disebutkan bahwa ciri khas dari sikap akuntabel itu ditunjukkan dengan pelaksanaan amanah dengan shiddiq atau jujur, amanah dan fatonah serta istiqomah.

REFERENSI

Jurnal:

Amalia, Nahdliatul. *et al.* (2019). *Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Muzaki Membayar Zakat (Studi Pada Laz Surabaya*. Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan. Vol 6 (9).

Mu Tanzil, Ricky. (2022). *Keterbukaan Informasi Publik di Indonesia (Perspektif Akuntabilitas, Transparansi dan Partisipasi).* Jurnal Ilmiah Wahana Bhakti Praja. Vol 12 (2).

Munir, Muhammad. (2024). *Monitoring Dakwah Online di Media Sosial.* Imtiyas: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam. Vol 1 (1).

Miza, Nina Adlini *et al.* (2022). *Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka*, Edumaspul; Jurnal Pendidikan, Vol 6 (1).

Nadzirin, Muhammad, Hijriani. (2024). *Kebebasan Pers, Tanggung Jawab dan Etika Jurnalisitik dalam Lingkungan Media Online yang Kompetitif.* Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia. Vol 6 (2).

Riski, Muhammad. *et al.* (2023). *Penggunaan Meida dan Kredibilitas Media Online: Menganalisis Pengaruhnya Pada Pemenuhan Kebuthuan Informasi Audience.* Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol 7 (1).

Romli, A. S. M. (2018). *Jurnalistik online:Panduan mengelola media online*. Nuansa Cendekia.

S, Abidin, Cindoswari, A. R., & Gea, S. (2018). *Kredibilitas media dalam pemberitaan implementasi kawasan ekonomi khusus kota Batam*. Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian, *3*(1), 72-89. Munir, Muhammad. (2024). *Monitoring Dakwah Online di Media Sosial.* Imtiyas: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam. Vol 1 (1).

Suminar, *et al.* (2017) *Komunikasi dan Budaya di Tengah Pusaran Media dan Teknologi Informasi*. In Prosiding Seminar Nasional Magister Communication [MACOM] (pp.1-20), Vol.15, (No.3), pp.1-20. Bandung: Pascasarjana Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran.

Widiastuti, Tuti. (2016) *Kepemilikan Media dan Demokrasi di Era Digital Information Age.* Prosiding Seminar Nasional indocompac.

Yati, Puji, *et al.*(2023). *Dakwah Islam Melalui Media Sosial Sebagaisarana Pendidikan*. Proceeding Conference On Da'wah and Communication Studies, Volume 2 (1). Amalia, Nahdliatul. *et al.* (2019). *Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Muzaki Membayar Zakat (Studi Pada Laz Surabaya*. Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan. Vol 6 (9).

Webiste:

Website Resmi Mujahid Dakwah.Com ~ Mujahid Dakwah (diakses pada 20 Desember 2024)

Pengertian Akuntabilitas: Aspek, Manfaat, Tingkatan, Dimensi, dan Mekanisme – Gramedia Literasi (diakses pada 20 Desember 2024)