

BAB II

KERANGKA TEORI

A. Konstruksi Realitas Pemberitaan

Dalam bukunya Konstruksi Sosial Media Massa, Burhan Bungin menjelaskan bahwa konstruksi adalah proses membentuk atau mengonsepan suatu peristiwa. Pada dasarnya, konstruksi realitas adalah cara seseorang atau lembaga menceritakan dan menggambarkan sebuah kejadian atau keadaan tertentu. Semua orang, termasuk media lokal seperti televisi, punya peran dalam membentuk realitas ini. Terlebih lagi jika berita yang disampaikan menyangkut isu yang sensitif atau kontroversial, karena biasanya isu seperti itu berkaitan dengan pandangan atau kepentingan kelompok tertentu.

Karena banyaknya realitas yang terjadi dalam kehidupan, media harus memilih mana yang akan diberitakan dan mana yang tidak. Proses penyaringan ini juga terjadi dalam pemberitaan televisi. Proses membentuk realitas dalam media dimulai dari adanya peristiwa nyata

seperti kejadian, orang, benda, pemikiran, dan sebagainya. Dalam hal ini, sistem komunikasi ikut memengaruhi cara seseorang menyampaikan wacana. Artinya, proses membentuk wacana tidak terjadi di ruang hampa. Ada banyak faktor yang memengaruhinya, baik dari dalam diri seseorang seperti pandangan idealis atau ideologi, maupun dari luar seperti kebutuhan pasar, audiens, atau sponsor.¹

Menurut Fisman, ada dua cara pandang dalam melihat bagaimana berita dibuat. Yang pertama adalah pandangan seleksi berita (*selectivity of news*). Dalam pandangan ini, wartawan di lapangan memilih informasi mana yang dianggap penting untuk diberitakan. Setelah itu, redaktur akan menyaring dan mengedit berita tersebut, menambahkan bagian-bagian yang dianggap penting. Pandangan ini seolah-olah menganggap bahwa ada realitas yang benar-benar nyata di luar sana, dan tugas wartawan

¹ Tegar Roli A., *Konstruksi Realitas Pemberitaan* (Jawa Tengah: Arta Media Nusantara, 2023), hal. 58-59.

hanyalah memilih dan menyampaikannya ke publik.²

Pandangan yang kedua adalah pembentukan berita (*creation of news*). Di sini, berita dianggap tidak sekadar dipilih, tapi dibentuk. Artinya, wartawan ikut menciptakan realitas dalam berita. Menurut pandangan konstruksionis, berita adalah hasil dari konstruksi yang dipengaruhi oleh sudut pandang, nilai-nilai, dan ideologi wartawan atau media itu sendiri. Dengan kata lain, berita bukanlah gambaran murni dari kenyataan, tapi sudah dipengaruhi oleh subjektivitas jurnalis yang membuatnya.

Bagi masyarakat umum, isi berita biasanya dipercaya begitu saja sebagai sesuatu yang objektif dan benar adanya. Namun, bagi orang-orang yang paham bagaimana dunia pers bekerja, mereka akan lebih kritis. Mereka tahu bahwa dalam setiap berita, bisa saja tersimpan kepentingan atau pandangan pribadi dari wartawan atau media yang menyampaikannya. Pada hakikatnya, isi media adalah konstruksi realita dengan menggunakan bahasa sebagai

² Tegar Roli A., *Konstruksi Realitas Pemberitaan* (Jawa Tengah: Arta Media Nusantara, 2023), hal. 60.

perangkat dasarnya. Dengan demikian, bahasa adalah nyawa bagi kehidupan media masa. Karena tanpa bahasa, baik verbal maupun non verbal rekayasa realita dalam media massa tidak akan tercipta.³

B. Teori Analisis Wacana Model Teun A. Van Dijk

Sebenarnya, terdapat beragam model analisis wacana yang telah diperkenalkan dan dikembangkan oleh para pakar. Dalam bukunya, *Analisis Wacana* (2001), Eriyanto misalnya, menguraikan beberapa model yang dirancang oleh tokoh-tokoh seperti Roger Fowler dan kolega (1979), Theo van Leeuwen (1986), Sara Mills (1992), Norman Fairclough (1998), serta Teun A. van Dijk (1998). Di antara berbagai model tersebut, pendekatan yang dikembangkan oleh van Dijk merupakan yang paling sering digunakan. Kemungkinan besar karena model van Dijk mampu menguraikan unsur-unsur wacana secara mendalam dan dapat diterapkan secara praktis dalam analisis.⁴

³ Dewi Utami dan Suci Lukitowati, “Konstruksi Realitas Infotainment (Hiburan, sensasi atau fakta?),” in *Konstruksi Realitas Infotainment (Hiburan, sensasi atau fakta?)* (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2022), hal. 52.

⁴ Alex Sobur, *Analisis Teks Media Suatu Pengantar untuk Analisis*

Model yang digunakan oleh van Dijk sering disebut sebagai pendekatan “kognisi sosial”. Istilah ini diambil dari bidang psikologi sosial, khususnya untuk menjelaskan bagaimana struktur dan proses pembentukan suatu teks terjadi. Penamaan pendekatan ini berkaitan erat dengan ciri khas metode yang dikembangkan oleh van Dijk sendiri. Menurut van Dijk, penelitian atas wacana tidak cukup hanya didasarkan pada analisis teks semata, karena teks hanya hasil dari suatu praktik produksi yang harus juga diamati.⁵

Lewat berbagai karyanya, van Dijk merumuskan kerangka analisis wacana yang dapat dimanfaatkan dalam penelitian. Menurutnya, wacana terdiri dari sejumlah struktur atau tingkatan yang saling berkaitan dan mendukung satu sama lain. Van Dijk membaginya menjadi tiga level:

1. Struktur makro, yaitu makna umum atau global dari sebuah teks, yang dapat dipahami melalui identifikasi topiknya.

Tema ini tidak hanya mencakup isi, tetapi juga menyoroti

Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004), hal. 73

⁵ Eriyanto, *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media* (Yogyakarta: LKiS, 2001), hal. 221.

aspek tertentu dari suatu peristiwa.

2. Superstruktur, yang merujuk pada kerangka teks secara keseluruhan, termasuk bagaimana elemen dan struktur wacana disusun dalam teks.

3. Struktur mikro, yakni makna wacana yang dianalisis pada tataran kata, kalimat, proposisi, anak kalimat, parafrase, dan unsur-unsur bahasa lain yang digunakan dalam teks.

Van Dijk mengemukakan bahwa struktur atau elemen wacana dapat dijelaskan melalui gambaran berikut:

TABEL 2. 1 ELEMEN WACANA VAN DIJK

STRUKTUR WACANA	HAL YANG DIAMATI	ELEMEN
Struktur Makro	TEMATIK Tema/ topik yang dikedepankan dalam suatu berita.	Topik
Superstruktur	SKEMATIK Bagaimana bagian dan urutan berita diskemakan dalam teks berita utuh.	Skema
Struktur Mikro	SEMANTIK Makna yang ingin ditekankan dalam teks berita. Misal dengan memberi detil pada satu sisi atau membuat eksplisit satu sisi dan	Latar, Detil, Maksud, Pra-anggapan, Nominalisasi

	mengurangi detil sisi lain.	
Struktur Mikro	SINTAKSIS Bagaimana kalimat (bentuk, susunan) yang dipilih.	Bentuk, Kalimat, Koherensi, Kata Ganti
Struktur Mikro	STILISTIK Bagaimana pilihan kata yang dipakai dalam teks berita.	Leksikon
Struktur Mikro	RETORIS Bagaimana dan dengan cara apa penekanan dilakukan.	Grafis, Metafora Ekspresi

Sumber: Buku Eriyanto⁶

Keenam unsur dalam analisis wacana menurut model

Teun A. Van Dijk dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Struktur Tematik

Struktur tematik digunakan untuk menganalisis tema utama yang dibangun dalam pemberitaan mengenai "Gubernur Bengkulu *TikTok*" pada situs *rri.co.id*. Tema yang muncul dalam setiap berita mencerminkan cara pandang wartawan dalam memahami dan menafsirkan peristiwa yang diberitakan. Tema tersebut kemudian menjadi dasar dalam penyusunan keseluruhan isi berita,

⁶ Eriyanto, *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media* (Yogyakarta: LKiS, 2001), hal. 228-229.

mulai dari pemilihan fakta, penyusunan informasi, hingga penekanan pada aspek tertentu dari peristiwa.⁷

Dalam penelitian ini, analisis struktur tematik dilakukan untuk mengungkap bagaimana tema "Gubernur Bengkulu *TikTok*" dikonstruksikan oleh *rri.co.id* serta bagaimana tema tersebut menjadi pedoman bagi wartawan dalam membentuk arah dan fokus pemberitaan.

2. Struktur Skematik

Struktur skematik digunakan untuk menganalisis bagaimana *rri.co.id* menyusun dan menyajikan pemberitaan mengenai "Gubernur Bengkulu *TikTok*". Analisis ini dilakukan dengan menelaah unsur-unsur pembentuk berita, seperti judul, *lead* (teras berita), dan isi berita (*story*). Selain itu, struktur skematik juga mengkaji kelengkapan unsur 5W+1H (*what, who, when, where, why, dan how*) dalam setiap pemberitaan.⁸

Melalui analisis ini, peneliti berupaya melihat

⁷ Eriyanto, *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media* (Yogyakarta: LKiS, 2001), hal. 229.

⁸ Eriyanto, *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media* (Yogyakarta: LKiS, 2001), hal. 231-232.

pola penyusunan informasi yang digunakan wartawan dalam membangun narasi berita. Penelitian juga menelaah apakah wartawan menggunakan pola deduktif, yaitu menyampaikan informasi yang paling penting pada bagian awal berita, atau pola induktif, yaitu menyajikan fakta-fakta pendukung terlebih dahulu sebelum mengarah pada informasi utama. Pola penyajian tersebut dapat menunjukkan strategi wartawan dalam menarik perhatian pembaca sekaligus mengarahkan pemahaman pembaca terhadap peristiwa yang diberitakan.

3. Struktur Semantik

Struktur ini digunakan untuk melihat bagaimana makna dibangun melalui hubungan antar kalimat dan antar bagian dalam teks. Unsur yang dianalisis meliputi latar, maksud, detail, nominalisasi, dan praanggapan.⁹

a. Struktur Latar

Melihat bagaimana suatu peristiwa dihubungkan dengan peristiwa lain sehingga dapat memengaruhi

⁹ Alex Sobur, *Analisis Teks Media Massa: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), hal. 78

cara pembaca memahami berita tersebut.¹⁰

b. Struktur Maksud

Melihat makna yang muncul dari hubungan antar kata, pernyataan, dan kalimat yang digunakan dalam teks.¹¹

c. Detail Peristiwa

Detail digunakan untuk memperkuat argumen atau gagasan yang disampaikan melalui penyajian fakta, data, maupun bukti pendukung lainnya. Sementara itu, nominalisasi digunakan untuk mengaburkan atau menghilangkan penyebutan subjek dan objek dalam suatu pemberitaan, sehingga fokus diarahkan pada peristiwa atau tindakan yang terjadi. Penggunaan nominalisasi juga dapat membantu wartawan menjaga objektivitas dengan mengurangi kecenderungan memberikan penilaian atau prasangka terhadap pihak tertentu dalam penyajian fakta.¹²

¹⁰ Eriyanto, *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media* (Yogyakarta: LKiS, 2001), hal. 235.

¹¹ Eriyanto, *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media* (Yogyakarta: LKiS, 2001), hal. 238.

¹² Eriyanto, *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media* (Yogyakarta: LKiS, 2001), hal. 240.

d. Praanggapan

Praanggapan meliputi evaluasi atas peristiwa atau wacana tertentu dan harapan harapan kedepan yang diajukan wartawan berada diakhir teks (pra-anggapan). Kelima unsur dalam semantik ini akan diterapkan dalam melihat rangkaian pemberitaan pada headline *rri.co.id*, dalam mengangkat tema mengenai pemberitaan dugaan penistaan agama, kemudian bagaimana struktur kalimat dalam pemberitaan disusun oleh wartawan. Proses pengutipan, dan penulisan komentar narasumber sampai pada kecenderungan posisi wartawan saat memberikan harapan-harapan subjektif dalam pemberitaan (pra-anggapan).¹³

4. Sintaksis

Struktur ini digunakan untuk menganalisis berbagai elemen sintaksis dalam teks, meliputi koherensi lokal dan global, bentuk kalimat yang digunakan seperti kalimat

¹³ Eriyanto, *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media* (Yogyakarta: LKiS, 2001), hal. 256.

aktif, pasif, transitif, maupun interogatif, tingkat penyajian fakta yang bersifat implisit atau eksplisit, serta penggunaan kutipan dalam pemberitaan.

- a) Koherensi adalah hubungan antar kata dan kalimat yang membuat isi teks menjadi runtut, jelas, dan saling berkaitan.
- b) Bentuk kalimat dapat menunjukkan siapa yang lebih ditonjolkan sebagai pelaku atau pihak yang menerima tindakan dalam sebuah berita.
- c) Tingkat kehadiran fakta menunjukkan bagaimana wartawan memilih untuk menonjolkan atau menyamarkan informasi tertentu dalam struktur pemberitaan. Pilihan tersebut dapat mencerminkan upaya wartawan dalam mengarahkan perhatian pembaca terhadap aspek-aspek tertentu dari peristiwa yang diberitakan.
- d) Strategi pada level kutipan digunakan untuk menganalisis bagaimana wartawan menyajikan informasi dari narasumber, baik dalam bentuk kutipan

langsung maupun kutipan tidak langsung, sebagai bagian dari konstruksi pemberitaan.¹⁴

Dalam penelitian ini, keempat elemen tersebut dianalisis untuk mengungkap orientasi wartawan *rri.co.id* dalam mengkonstruksi pemberitaan mengenai fenomena "Gubernur Bengkulu *TikTok*". Analisis dilakukan untuk melihat bagaimana pola penggambaran Gubernur Bengkulu dibangun dalam teks berita melalui pemilihan kata, penyusunan kalimat, penyajian fakta, serta penggunaan kutipan narasumber. Melalui analisis tersebut, peneliti berupaya mengidentifikasi informasi yang ditonjolkan maupun yang kurang mendapat penekanan, sehingga dapat diketahui bagaimana *rri.co.id* membentuk makna, citra, dan representasi Gubernur Bengkulu dalam pemberitaannya.

5. Stilistik

Pada dasarnya, elemen stilistik digunakan untuk menganalisis bagaimana seseorang memilih kata dari

¹⁴ Eriyanto, *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media* (Yogyakarta: LKiS, 2001), hal. 229.

berbagai alternatif yang tersedia dalam menyampaikan suatu fakta. Pilihan kata yang digunakan tidak bersifat kebetulan, melainkan mencerminkan cara pandang, pemaknaan, dan kecenderungan tertentu terhadap realitas yang diberitakan. Dengan demikian, penggunaan bahasa dalam teks dapat menunjukkan bagaimana suatu peristiwa dikonstruksikan dan direpresentasikan oleh penulis atau wartawan.¹⁵

6. Retoris

Struktur retorik digunakan untuk melihat bagaimana wartawan memberikan penekanan terhadap fakta, gagasan, atau pesan tertentu dalam pemberitaan. Penekanan tersebut dilakukan melalui berbagai perangkat retorik, seperti penggunaan metafora dan unsur grafis, yang berfungsi untuk memperkuat makna serta menarik perhatian pembaca terhadap informasi yang dianggap penting.

- a) Perangkat metafora digunakan untuk menganalisis berbagai ungkapan kiasan yang digunakan dalam teks

¹⁵ Eriyanto, *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media* (Yogyakarta: LKiS, 2001), hal. 255.

berita sebagai sarana memperkuat penyampaian pesan. Penggunaan metafora tidak hanya berfungsi sebagai pemanis bahasa, tetapi juga dapat mencerminkan cara pandang dan argumentasi tertentu yang ingin dibangun wartawan kepada pembaca. Metafora dapat berupa ungkapan populer, peribahasa, pepatah, petuah, istilah budaya, maupun ungkapan yang bersumber dari nilai-nilai keagamaan. Oleh karena itu, seluruh bentuk bahasa kias yang muncul dalam pemberitaan menjadi bagian yang dianalisis dalam penelitian ini.

- b) Perangkat grafis digunakan untuk mengidentifikasi bagian-bagian informasi yang mendapatkan penekanan khusus dalam pemberitaan. Penekanan tersebut dapat terlihat melalui penggunaan variasi bentuk tulisan, ukuran huruf, penempatan judul, foto, ilustrasi, maupun unsur visual lainnya yang menyertai berita. Kehadiran elemen grafis berfungsi untuk menarik perhatian pembaca sekaligus memperkuat pesan atau gagasan tertentu yang ingin disampaikan.

Oleh karena itu, penelitian ini akan menganalisis berbagai unsur grafis yang digunakan dalam pemberitaan untuk mengetahui informasi apa yang dianggap penting dan ditonjolkan oleh media.¹⁶

C. Media Online

Dalam dunia digital saat ini, ada banyak pilihan media yang dapat dimanfaatkan dan digunakan untuk menyampaikan pesan, termasuk televisi, surat kabar, dan media *online*. Ketersediaan informasi sudah menjadi kebutuhan penting bagi setiap individu. Karena itu, banyak orang lebih memilih saluran yang cepat dan mudah diakses untuk mendapatkan informasi. Saat ini, hampir semua orang dan komunitas memiliki perangkat atau teknologi seperti *smartphone* yang memudahkan mereka mendapatkan informasi. Dengan akses yang lebih mudah, masyarakat bisa dengan cepat dan efisien menerima informasi terbaru. Para jurnalis atau komunikator juga mendapatkan kemudahan

¹⁶ Alex Sobur, *Analisis Teks Media Massa: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), hal. 83

dalam menyampaikan pesan mereka kepada publik.¹⁷

Seiring pesatnya penggunaan internet dan kemajuan teknologi informasi serta komunikasi, muncullah bentuk media baru yang dikenal sebagai *new media*. Media ini merupakan hasil perkembangan dari media lama dan menawarkan akses informasi kapan saja, di mana saja, melalui berbagai perangkat digital. Ciri khasnya adalah adanya interaksi pengguna, partisipasi kreatif, pembentukan komunitas, serta kecepatan penyebaran informasi secara *real-time*. Media *online*, yang juga dikenal sebagai media digital, disajikan melalui situs *web internet*. Jenis media ini mencakup teks, foto, video, dan suara, dan hanya bisa diakses melalui jaringan internet. Maka dari itu, email, blog, website, media sosial, dan milis juga termasuk dalam kategori media *online*.

Menurut Asep Syamsul M. Romli dalam bukunya *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media*

¹⁷ Eko Pamuji, *Media Cetak vs Media Online (Prespektif Manajemen dan Bisnis Media Massa)*, Cetakan-1 (Surabaya, Jawa Timur, Indonesia, Unitomo Press, 2019), hal. 114-115.

*Online*¹⁸, media *online* adalah bagian dari komunikasi massa yang memiliki ciri khas seperti publisitas dan keberkalaan (*periodisitas*). Media ini berbasis pada teknologi telekomunikasi dan multimedia, yang mencakup portal, situs berita, radio dan TV online, serta surat kabar digital. Dari sinilah lahir jurnalistik *online*, sebuah bentuk baru jurnalistik setelah media cetak dan penyiaran, dan sering juga disebut sebagai *cyber journalism* atau *web journalism*. Asep juga menjelaskan beberapa karakteristik utama media *online*, yaitu:

- 1) *Multimedia*: Dapat memuat atau menyajikan berita/informasi dalam bentuk teks, audio, video, grafis dan gambar secara bersamaan.
- 2) *Aktualitas*: Berisi info aktual karena kemudahan dan kecepatan penyajian.
- 3) *Cepat*: Saat berita diposting atau diupload, berita dapat langsung diakses oleh semua orang.

¹⁸ Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online*, ed. oleh Irwan Kurniawan, Cetakan ke (Bandung: Nuansa Cendikia, 2015), hal. 37.

- 4) *Update*: Pembaruan (updating) informasi dapat dilakukan dengan cepat baik dari sisi konten maupun redaksional, misalnya dalam kesalahan ketik/ejaan.
- 5) *Kapasitas luas*: Halaman web bisa menampung naskah sangat panjang.
- 6) *Fleksibilitas*: Pemuatan dan editing naskah bisa kapan saja dan dimana saja, juga jadwal terbit (update) bisa kapan saja, setiap saat.
- 7) *Luas*: Menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet.
- 8) *Interaktif*: Dengan adanya fasilitas kolom komentar dan chat room.
- 9) *Terdokumentasi*: Informasi tersimpan di "bank data" (arsip) dan dapat ditemukan melalui "link", "artikel terkait", dan fasilitas "cari" (search).
- 10) *Hyperlinked*: Terhubung dengan sumber lain (links) yang berkaitan dengan informasi tersaji.

Jurnalistik *online* mencakup berbagai istilah seperti jurnalistik, internet, dan website. Intinya, ini adalah proses

penyebaran informasi lewat media digital yang tumbuh seiring perkembangan internet. Teknologi berperan besar dalam media ini, dengan tantangan seperti kecepatan pembaruan informasi, ruang pemberitaan yang terbatas pada layar, serta fitur interaktif seperti komentar langsung dan tautan ke arsip atau sumber lain melalui *hyperlink*.¹⁹

D. Berita

Istilah berita berasal dari bahasa Sanskerta *vrit* yang berarti ada atau terjadi. Dalam bahasa Inggris, istilah yang mendekatinya adalah *write* atau menulis, yang kemudian oleh masyarakat Indonesia berkembang menjadi kata *vritta* atau berita. Berita merupakan hasil laporan, baik lisan maupun tulisan, yang bersumber dari peristiwa nyata dalam kehidupan. Sebuah berita harus memuat kejadian terbaru yang penting serta menarik bagi banyak orang. Menurut Mitchel V. Charnley, berita adalah laporan paling mutakhir mengenai fakta yang penting bagi publik. Sementara itu, Jakob Oetama

¹⁹ Eko Pamuji, *Media Cetak vs Media Online (Prespektif Manajemen dan Bisnis Media Massa)*. Cetakan-1 (Surabaya, Jawa Timur, Indonesia, Unitomo Press), hal. 115.

menyatakan bahwa berita adalah laporan tentang fakta-fakta yang telah dipublikasikan di media massa.²⁰

Dari berbagai pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa berita memiliki hubungan erat dengan kebutuhan informasi masyarakat. Karena kebutuhan itu selalu berubah, berita wajib bersifat faktual (berdasarkan kenyataan), aktual (terbaru), dan objektif (tanpa opini atau emosi penulis). Berita dapat ditemukan di berbagai media seperti televisi, radio, koran, majalah, hingga internet. Namun, tidak semua isi media dapat disebut berita, misalnya iklan, surat pembaca, resep, atau tips kesehatan. Informasi penting seperti kenaikan harga BBM merupakan contoh materi yang layak diberitakan.

Penyajian berita di Indonesia mengikuti aturan resmi, yakni Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999, Kode Etik Jurnalistik, serta *Code of Conduct*. UU Pers menjadi dasar hukum yang menentukan batasan apa yang boleh dan tidak boleh diberitakan. Pelanggaran terhadap UU ini dapat diproses secara hukum. Kode Etik Jurnalistik mengatur

²⁰ Inung Cahya S, *Menulis Berita di Media Massa* (Yogyakarta: PT.Citra Aji Parama, 2018), hal. 2-3.

perilaku wartawan tentang apa yang pantas dan tidak pantas diberitakan. Pelanggarannya dikenai sanksi moral seperti teguran atau skors. Di Indonesia, Kode Etik Wartawan Indonesia (KEWI) telah disepakati oleh seluruh organisasi profesi wartawan sejak 6 Agustus 1999 di Bandung.²¹

Kode Etik Wartawan Indonesia terdiri atas tujuh pasal sebagai berikut.

1. Wartawan Indonesia menghormati hak masyarakat untuk memperoleh informasi yang benar.
2. Wartawan Indonesia menempuh cara yang etis untuk memperoleh dan menyiarkan informasi, serta memberikan identitas kepada sumber informasi.
3. Wartawan Indonesia menghormati asas praduga tak bersalah, tidak mencampurkan fakta dan opini, berimbang dan selalu meneliti kebenaran informasi, serta tidak melakukan plagiat.
4. Wartawan Indonesia tidak menyiarkan informasi yang bersifat dusta, fitnah, sadis, dan cabul, serta tidak

²¹ Inung Cahya S, *Menulis Berita di Media Massa* (Yogyakarta: PT.Citra Aji Parama, 2018), hal. 3.

menyebutkan identitas korban kejahatan susila.

5. Wartawan Indonesia tidak menerima suap dan tidak menyalah-gunakan profesi.
6. Wartawan Indonesia memiliki hak tolak, menghargai ketentuan embargo, dan informasi latar belakang sesuai kesepakatan.
7. Wartawan Indonesia segera mencabut dan meralat kekeliruan dalam pemberitaan, serta melayani hak jawab.²²

Code of Conduct merupakan peraturan yang dikeluarkan oleh media pers tertentu tentang apa yang boleh dan tidak boleh diberitakan, Ruang lingkup peraturan ini lebih sempit karena hanya diberlakukan untuk wartawan yang bekerja di media tersebut Sanksi bagi pelangganya ditentukan sendiri oleh media pers yang mengeluarkan *Code of Conduct*, misalnya skorsing dan pemutusan hubungan kerja (PHK).

Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999, Kode Etik Jurnalistik, dan *Code of Conduct* itulah yang menjadi dasar

²² Inung Cahya S, *Menulis Berita di Media Massa* (Yogyakarta: PT.Citra Aji Parama, 2018), hal. 4.

pemberitaan di Indonesia. Dasar-dasar itu sengaja dibuat sebagai pedoman bagi para wartawan dalam mengolah dan menampilkan berita. Berita yang baik tidak cukup hanya berupa kumpulan informasi. Akan tetapi, berita harus mempunyai fungsi dan konsep pemberitaan yang jelas.

Pada hakikatnya, fungsi utama pemberitaan adalah untuk melaporkan atau memberi tahu suatu hal kepada khalayak. Memilih, mengolah, dan menerbitkan suatu berita adalah tugas media pers. Segala informasi yang diberitakan harus diperhitungkan nilai gunanya bagi kepentingan masyarakat. Contoh berita yang tidak memiliki nilai guna bagi masyarakat, yaitu berita tentang pertengkaran suami istri dan ulang tahun pernikahan seorang pejabat. Kedua berita tersebut bukanlah berita yang bermanfaat bagi kepentingan banyak orang sehingga tidak pantas untuk disiarkan.²³

Selain memiliki fungsi yang bermanfaat bagi kepentingan khalayak, berita harus memiliki konsep dasar pemberitaan. Unsur-unsur yang dijadikan konsep dasar

²³ Inung Cahya S, *Menulis Berita di Media Massa* (Yogyakarta: PT.Citra Aji Parama, 2018), hal. 5.

pemberitaan, yaitu sebagai berikut:

1. Berita sebagai Bentuk Laporan Tercepat

Kecepatan adalah unsur paling penting dalam penyajian sebuah berita. Namun, jika suatu peristiwa tidak bisa segera diberitakan, maka dapat disajikan dalam bentuk laporan mendalam (*in depth report*). Laporan mendalam ini bertujuan untuk membuat topik yang diangkat tetap terasa aktual, segar, dan tidak terlihat “kadaluwarsa”.

2. Berita sebagai Fakta Objektif

Berita merupakan sajian fakta yang bersifat objektif. Dengan demikian, penyampaiannya harus dilakukan secara jujur, apa adanya, tidak memihak, serta bebas dari opini subjektif penulis. Oleh karena itu, setiap media massa wajib berpedoman pada kode etik jurnalistik dalam proses peliputan dan penyajiannya.

3. Berita sebagai Bahan Interpretasi

Tidak semua berita dapat langsung dipahami oleh masyarakat. Oleh karena itu, untuk menghindari kesalahpahaman, berita perlu disampaikan dengan bahasa

yang jelas dan sederhana. Misalnya pada berita politik, ekonomi, dan hukum, penyajian informasi harus dilengkapi dengan penjelasan mengenai latar belakang, penyebab, dampak, situasi, serta keterkaitannya dengan faktor lain. Selain itu, ketelitian jurnalis dalam menulis berita sangat diperlukan agar informasi yang disampaikan akurat dan tidak menimbulkan bias.

4. Berita sebagai Rekaman dan Dokumentasi

Berita yang dipublikasikan di media massa juga berfungsi sebagai dokumentasi. Misalnya, surat kabar *New York Times* pernah menerima penghargaan *Pulitzer Prize* karena memuat laporan yang memiliki nilai dokumenter. Empat konsep dasar dalam penulisan berita tersebut harus diperhatikan dengan sungguh-sungguh oleh jurnalis. Penulis dapat memilih satu atau menggabungkan beberapa konsep sekaligus. Kejelasan konsep akan membantu pembaca memahami isi pemberitaan dengan lebih mudah. Oleh sebab itu, sebelum menayangkan berita, jurnalis perlu menetapkan konsep yang akan digunakan secara jelas.

Kejelasan isi berita juga dipengaruhi oleh penggunaan gambar atau foto sebagai ilustrasi objek yang diberitakan. Selain memberikan pemahaman visual, gambar atau foto mampu menampilkan fakta secara lebih objektif dibandingkan uraian kalimat yang panjang, sebab bahasa memiliki keterbatasan dalam menggambarkan suatu peristiwa secara menyeluruh.²⁴

Selanjutnya Nilai Berita. Pada dasarnya, berita selalu berkaitan dengan proses pelaporan sebuah peristiwa. Namun, tidak semua kejadian layak disampaikan kepada publik sebagai berita. Misalnya, aktivitas seorang guru yang mengajar di sekolah atau pertenggaran kecil antara pedagang dan pembeli di pasar. Peristiwa semacam ini tidak perlu diberitakan karena termasuk kejadian sehari-hari yang umum terjadi dan tidak memiliki nilai berita. Dengan kata lain, sebuah peristiwa hanya dapat diangkat menjadi berita apabila mengandung unsur penting, menarik, berdampak, atau memiliki aspek yang bernilai

²⁴ Inung Cahya S, *Menulis Berita di Media Massa* (Yogyakarta: PT.Citra Aji Parama, 2018), hal. 7-8.

bagi khalayak. ²⁵Agar sebuah berita dapat memberikan manfaat bagi banyak orang, berita tersebut harus memenuhi unsur nilai berita. Beberapa nilai berita yang dimaksud antara lain sebagai berikut.

1. Keluarbiasaan

Dalam perspektif jurnalistik, berita harus memuat hal-hal yang tidak biasa. Peristiwa yang bersifat umum atau rutin tidak memiliki nilai berita. Misalnya, pohon pisang yang berbuah pisang merupakan hal yang wajar sehingga tidak layak diberitakan. Sebaliknya, apabila pohon pisang berbuah durian, barulah peristiwa tersebut dianggap luar biasa dan layak dijadikan berita.

2. Kebaruan (Aktual)

Sebuah peristiwa dapat disebut berita apabila baru saja terjadi. Aktualitas sangat berkaitan dengan unsur waktu. Semakin cepat suatu peristiwa dilaporkan, semakin tinggi nilai beritanya. Dalam teori jurnalistik,

²⁵ Inung Cahya S, *Menulis Berita di Media Massa* (Yogyakarta: PT.Citra Aji Parama, 2018), hal. 9-10.

aktualitas berita dikategorikan ke dalam tiga jenis, yaitu:

a. Aktual Kalender

Aktual kalender merujuk pada keaktualan berita yang berkaitan dengan waktu dalam kalender. Biasanya, peristiwa tersebut berhubungan dengan peringatan hari-hari besar nasional maupun keagamaan. Contohnya adalah peringatan Hari Kemerdekaan Republik Indonesia setiap 17 Agustus, Hari Pahlawan pada 10 November, serta berbagai perayaan hari raya.

b. Aktual Waktu

Aktual waktu berkaitan langsung dengan kapan peristiwa tersebut terjadi. Semakin baru suatu kejadian, semakin tinggi nilai beritanya. Misalnya, ketika terjadi gempa di suatu wilayah, dalam hitungan menit media akan segera menyajikan laporan mengenai peristiwa tersebut. Cepatnya pelaporan menjadi penentu kuat nilai aktualitas.

c. Aktual Masalah

Aktual masalah menunjukkan bahwa suatu isu atau kasus tetap layak diberitakan selama persoalan tersebut belum terselesaikan. Misalnya, kasus pembunuhan atau korupsi. Meskipun kejadiannya sudah berlalu, selama pelaku belum ditemukan atau proses hukumnya masih berjalan, berita terkait kasus tersebut tetap relevan dan menarik untuk diberitakan.

3. Kedekatan

Nilai kedekatan dalam berita dibagi menjadi dua jenis, yaitu kedekatan geografis dan kedekatan psikologis. Kedekatan geografis mengacu pada jarak lokasi peristiwa dengan pembacanya. Semakin dekat suatu peristiwa dengan tempat tinggal khalayak, semakin tinggi pula minat mereka untuk membaca berita tersebut. Misalnya, peristiwa runtuhnya Jembatan Kutai Kartanegara di Kalimantan Timur akan lebih menarik perhatian masyarakat yang tinggal

di Kalimantan Timur dan wilayah sekitarnya. Demikian pula bagi orang-orang yang pernah tinggal atau berkunjung ke daerah tersebut, ketertarikannya akan cenderung lebih besar dibandingkan masyarakat dari daerah lain.

Sementara itu, kedekatan psikologis berkaitan dengan kedekatan emosional, kebutuhan, ataupun rasa kepedulian seseorang terhadap objek atau peristiwa yang diberitakan. Contohnya, berita mengenai pengeboman masjid di Palestina. Peristiwa tersebut akan lebih menyentuh dan menarik perhatian umat Islam di berbagai negara karena adanya ikatan emosional dan kesamaan nilai keagamaan.²⁶

4. Menimbulkan Ketertarikan Manusiawi (*Human Interest*)

Beberapa peristiwa memiliki kemampuan untuk membangkitkan emosi pembacanya, baik itu rasa haru, sedih, marah, maupun bahagia. Informasi yang

²⁶ Inung Cahya S, *Menulis Berita di Media Massa* (Yogyakarta: PT.Citra Aji Parama, 2018), hal. 11.

menggugah perasaan seperti ini layak diberitakan karena memiliki daya tarik tersendiri. Dalam dunia jurnalistik, kisah human interest biasanya digolongkan sebagai berita ringan. Contohnya adalah kisah orang tua dan anak yang akhirnya bertemu kembali setelah terpisah akibat bencana alam, atau berita mengenai kelahiran anak harimau dari spesies langka yang hampir punah.

5. Berhubungan dengan Orang Penting

Berita tidak hanya berfokus pada peristiwa di sekitar masyarakat atau kejadian alam. Informasi yang berkaitan dengan tokoh penting juga sering menjadi perhatian publik dan layak diberitakan. Misalnya, berita mengenai kehidupan pribadi pejabat, artis, atau figur publik lainnya. Peristiwa yang melibatkan mereka biasanya mendapat perhatian besar karena kedudukan dan pengaruh yang mereka miliki dalam masyarakat.²⁷

²⁷ Inung Cahya S, *Menulis Berita di Media Massa* (Yogyakarta:

Selanjutnya Unsur-Unsur Berita. Sebuah informasi dapat diangkat menjadi berita apabila memenuhi unsur 5W+1H. Unsur-unsur ini mencakup *what* (apa), *who* (siapa), *where* (di mana), *when* (kapan), *why* (mengapa), dan *how* (bagaimana).²⁸

Penjelasan masing-masing unsur adalah sebagai berikut.

1. *What*

Sebuah berita dinilai baik apabila mampu menjawab pertanyaan *apa* yang terjadi. Unsur ini menjadi inti dari peristiwa yang diberitakan.

2. *Who*

Berita yang baik juga harus memuat unsur *siapa*, yaitu informasi mengenai pihak-pihak atau tokoh yang terlibat dalam peristiwa tersebut.

3. *When*

Unsur *kapan* menjelaskan waktu terjadinya peristiwa.

PT.Citra Aji Parama, 2018), hal. 11.

²⁸ Inung Cahya S, *Menulis Berita di Media Massa* (Yogyakarta: PT.Citra Aji Parama, 2018), hal. 17.

Penyebutan waktu yang jelas sangat penting untuk memberikan konteks kepada pembaca.

4. *Where*

Berita yang lengkap harus memuat unsur *di mana*, yaitu deskripsi mengenai lokasi terjadinya peristiwa sehingga pembaca memahami tempat berlangsungnya kejadian.

5. *Why*

Unsur *mengapa* menjelaskan alasan, penyebab, atau latar belakang terjadinya peristiwa yang diberitakan. Hal ini membantu pembaca memahami konteks di balik sebuah kejadian.

6. *How*

Unsur *bagaimana* berisi penjelasan mengenai proses terjadinya peristiwa serta akibat yang ditimbulkan. Unsur ini memberikan gambaran yang lebih detail mengenai jalannya kejadian.

E. *TikTok*

1. Sejarah *TikTok*

TikTok adalah aplikasi video musik sekaligus jejaring sosial yang berasal dari Tiongkok dan secara resmi turut meramaikan industri digital di Indonesia. Aplikasi ini memungkinkan ponsel pengguna berfungsi layaknya studio portabel untuk membuat dan mengedit video. Dengan berbagai efek khusus yang menarik serta fitur yang mudah digunakan, *TikTok* memudahkan siapa pun untuk menghasilkan konten video kreatif. Aplikasi ini dikembangkan dan diperkenalkan oleh perusahaan teknologi asal Tiongkok, ByteDance, sebagai platform berbagi dan pengeditan video singkat.²⁹

Aplikasi ini pertama kali diluncurkan pada tahun 2016 dengan nama Douyin di negara asalnya, Tiongkok. Douyin merupakan platform video pendek yang dikembangkan oleh perusahaan teknologi ByteDance. Seiring perkembangannya, ByteDance memperluas jangkauan aplikasi tersebut ke pasar internasional dengan

²⁹ Susilowati, Pemanfaatan Aplikasi Tiktok sebagai Personal Branding di Instagram (Studi deskriptif kualitatif pada akun @bowo_allpennliebe), *Jurnal Komunikasi*, 2018, vol. 9 no.2

nama *TikTok*. Sama seperti *YouTube* yang mendorong kreativitas generasi muda, *TikTok* juga bertujuan menyediakan wadah berbagi video singkat agar pengguna dapat menyalurkan dan mengekspresikan kreativitas mereka secara luas.

Di Indonesia, *TikTok* mulai diluncurkan pada Mei 2017. Aplikasi yang dikembangkan oleh Zhang Yiming ini kemudian menunjukkan perkembangan yang pesat. Keberhasilan tersebut terlihat dari laporan firma intelijen aplikasi Sensor Tower yang mencatat bahwa jumlah unduhan *TikTok* di Amerika Serikat melampaui *Facebook*, *Instagram*, *Snapchat*, dan *YouTube*. Pada 29 September 2018, *TikTok* mencatat sekitar 29,7% dari total unduhan harian, melampaui empat aplikasi besar tersebut. Pangsa pasar aplikasi ini terus meningkat hingga mencapai 42,4% pada 30 Oktober tahun yang sama. Selain itu, jumlah unduhan *TikTok* di AS juga mengalami kenaikan sebesar 237% dibandingkan periode Oktober 2017.³⁰

³⁰ Sandi Marga Pratama dan Muchlis “Pengaruh Aplikasi Tik Tok

Pada tahun 2018, nama yang cukup identik dengan popularitas *TikTok* di Indonesia adalah Bowo Alpenliebe. Melalui gaya yang khas dan unik, ia menarik perhatian banyak penggemar lewat konten video yang diunggahnya, bahkan sempat mengadakan acara temu penggemar (*meet and greet*) berbayar. Pada tahun yang sama, Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) sempat memblokir aplikasi asal Tiongkok tersebut karena dinilai mengandung konten negatif yang tidak layak bagi anak-anak, seperti unsur pornografi dan pelecehan agama.³¹

Namun demikian, fenomena *TikTok* kini tampak menjadi bagian yang sulit dipisahkan dari kehidupan modern. Melalui beragam konten yang ditawarkan, *TikTok* berkembang menjadi salah satu platform media yang paling banyak digunakan. Pada tahun 2019, aplikasi ini bahkan telah diunduh oleh lebih dari 700 juta pengguna di

Terhadap Ekspresi Komunikasi Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya Tahun 2020”, *Jurnal Komunikasi*, Vol.01 No.2 (Agustus 2020), hal. 110.

³¹ <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20201210145006-185-580569/kisah-kejayaan-tiktok-di-2020/2> [diakses pada tanggal 24 Februari 2026].

seluruh dunia.

Pada tahun 2020, ketika pandemi virus corona melanda tidak hanya Indonesia tetapi juga seluruh dunia, masyarakat diimbau untuk menjalani karantina dan membatasi aktivitas di luar rumah. Dalam situasi tersebut, berbagai konten di *TikTok* seperti video imitasi, tutorial memasak, hingga tarian menjadi salah satu sarana hiburan yang membantu masyarakat mengisi waktu dan mengurangi kejenuhan selama masa pembatasan sosial.³²

TikTok saat ini menjadi salah satu platform media yang paling viral di Indonesia. Berbagai kalangan, mulai dari selebritas, influencer, tokoh publik, hingga remaja, turut meramaikan penggunaan aplikasi ini. Dengan karakteristik yang mendorong pengguna untuk berbagi konten serta memanfaatkan beragam fitur kreatif yang tersedia, *TikTok* menghadirkan ruang ekspresi yang unik dan inovatif bagi para penggunanya.

³² Rezki Pratami dan Umaimah Wahid dalam *Jurnal Kajian Komunikasi Metakom* 2020 Vol. 4 No. 1 halaman 59-72

F. Jurnalistik Dakwah

Jurnalisme dapat dipahami sebagai aktivitas yang mencakup proses pencarian, pengumpulan, pengolahan, hingga penyajian berita kepada masyarakat. Kegiatan ini tidak hanya bertujuan menyampaikan informasi mengenai peristiwa sehari-hari, tetapi juga berperan dalam membentuk opini, sikap, dan perilaku khalayak sehingga selaras dengan nilai-nilai yang ingin disampaikan melalui pemberitaan.³³

Dalam praktik jurnalistik, terdapat perbedaan antara jurnalistik secara umum dan jurnalistik dakwah. Proses produksi hingga penyebaran berita memiliki tahapan serta karakteristik tertentu yang menjadi indikator kualitas suatu pemberitaan. Seorang jurnalis memiliki tanggung jawab untuk mencari, mengolah, dan menyajikan informasi yang kemudian dipublikasikan kepada masyarakat. Oleh karena itu, setiap berita yang disajikan harus memenuhi kriteria kelayakan publikasi agar dapat memberikan informasi yang bermanfaat dan dapat dipercaya oleh khalayak.

³³ Mahi M. Hikmat, *Jurnalistik Literary Journalisme* (Jakarta Timur: PRENEDAMEDIA GROUP, 2018), hal. 88.

Jurnalistik dakwah merupakan aktivitas jurnalistik yang berlandaskan nilai-nilai Islam dalam proses pencarian, pengolahan, hingga penyajian berita. Dalam praktiknya, jurnalistik dakwah tidak hanya berpedoman pada kaidah jurnalistik, tetapi juga mengintegrasikan prinsip-prinsip dakwah Islam. Oleh karena itu, seorang jurnalis dakwah berperan sebagai penyampai pesan-pesan kebaikan melalui tulisan atau dakwah bil qalam, yang menjadi pelengkap dakwah yang disampaikan secara lisan.

Melalui media massa, jurnalis dakwah berupaya menanamkan nilai-nilai moral, etika, dan syariat Islam kepada masyarakat. Peran tersebut menjadikan jurnalis dakwah sebagai bagian penting dalam penyebaran informasi yang tidak hanya informatif, tetapi juga edukatif dan bernilai keislaman. Selain itu, keberadaan media yang menyajikan konten sesuai dengan prinsip-prinsip Islam juga diperlukan untuk memudahkan masyarakat memperoleh informasi yang bermanfaat dan sejalan dengan ajaran Islam.

Terdapat pandangan yang menyatakan bahwa kewajiban berdakwah hanya dibebankan kepada para dai atau pihak-pihak yang berperan langsung dalam kegiatan dakwah. Akan tetapi, pandangan tersebut perlu dikaji lebih lanjut, mengingat ajaran Islam mendorong umatnya untuk berpartisipasi dalam menyeru kepada kebaikan dan mencegah kemungkaran. Landasan mengenai hal tersebut dapat ditemukan dalam firman Allah Swt. pada Surah Ali Imran ayat 104.

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya : *“Dan hendaklah diantara kamu segolongan umat menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma’ruf dan mencegah dari yang mungkar, mereka adalah orang-orang yang beruntung”*.³⁴

Dari ayat tersebut muncul pertanyaan, apakah kewajiban dakwah itu hanya untuk golongan umat tertentu saja? Ibnu Katsir menafsirkan ayat ini, Harus ada segolongan orang dari umat ini yang mengemban *amar ma’ruf nahi mungkar*, meski kewajiban ini adalah untuk

³⁴ Mushaf At Tanwir Al-Qur’an dan Terjemah, hal: 63

setiap individu, sesuai bidang kemampuannya masing masing.³⁵

Dengan demikian, usaha *amar ma'ruf nahi mungkar* bukanlah tanggung jawab bukanlah para ulama atau juru dakwah saja. Setiap personal yang melihat suatu kejadian dan dinilainya sebagai bentuk kemungkaran, harus berusaha merubahnya semaksimal mungkin. usaha merubah tersebut, bisa disampaikan dalam bentuk ucapan ataupun tulisan, baik lewat buku, selebaran, atau media cetak. Seorang wartawan juga dituntut berlaku sama, pemberitaan tentang suatu kejadian yang dinilainya sebagai bentuk kemungkaran, harus didasari oleh niat dan misi ber-nahi mungkar (melarang kemungkaran).³⁶

Jurnalistik merupakan aktivitas yang berkaitan dengan pencarian, pengolahan, dan penyebarluasan informasi mengenai berbagai peristiwa yang memiliki nilai berita kepada masyarakat. Dalam menghasilkan karya jurnalistik,

³⁵ Faris Khairul Anam, *Fikih Jurnalistik : Etika Kebebasan Pers Menurut Islam* (Jakarta Timur: Pustaka Al-Kautsar, 2009), hal. 19-20.

³⁶ Anam, hal. 21-11.

wartawan menggunakan bahasa yang sederhana, jelas, dan komunikatif sehingga pesan yang disampaikan dapat dipahami oleh khalayak. Penggunaan bahasa jurnalistik tersebut dapat ditemukan dalam berbagai media, seperti surat kabar, majalah, siaran radio, maupun televisi.

Jurnalistik secara etimologis berasal dari kata *journ*. *Journ* adalah kata Perancis untuk catatan harian atau laporan. Jurnalistik dijelaskan dalam kamus sebagai proses membuat, mengedit, dan menulis untuk surat kabar, majalah, atau publikasi lainnya.³⁷

Jurnalistik memiliki keterkaitan yang sangat erat dengan pers dan komunikasi massa. Dalam praktiknya, jurnalistik berperan sebagai sarana untuk mengolah berbagai peristiwa yang terjadi di masyarakat menjadi informasi yang layak diberitakan. Proses tersebut mencakup kegiatan mencari, mengumpulkan, mengolah, hingga menyebarluaskan informasi kepada khalayak melalui berbagai media, baik media cetak, elektronik, maupun

³⁷ M. Hikmat, *Jurnalistik Literary Journalisme*, hal. 88.

media digital. Meskipun demikian, jurnalistik tidak dapat disamakan dengan pers atau media massa karena jurnalistik merupakan aktivitas atau proses kerja yang menghasilkan produk informasi. Kegiatan jurnalistik meliputi penyiapan bahan berita, penyuntingan, penulisan, serta penyajian informasi dalam surat kabar, majalah, dan berbagai bentuk publikasi lainnya.³⁸

Sedangkan *pers* berasal dari perkataan Belanda *pers* yang artinya menekan atau mengepres. Kata *pers* merupakan padanan dari kata *press* dalam bahasa Inggris juga berarti menekan atau mengepres. Jadi secara harfiah kata *pers* atau *press* mengacu pada pengertian komunikasi yang dilakukan dengan perantara barang cetakan. Tetapi, sekarang kata *pers* atau *press* ini digunakan untuk merujuk semua kegiatan jurnalistik, terutama yang berhubungan dengan menghimpun berita, baik oleh wartawan media elektronik maupun oleh wartawan media cetak.³⁹

³⁸ M. Hikmat, hal. 89.

³⁹ Hikmat Kusumaningrat, *Jurnalistik Teori dan Praktik* (Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2017), hal. 17.

Dalam jurnalistik dakwah, terdapat perbedaan signifikan antara jurnalistik saja dan jurnalistik dakwah. Dakwah sendiri merupakan kata yang sudah tidak asing lagi bagi masyarakat kita. Sebagai umat Islam, dakwah adalah kewajiban yang mesti dilakukan dengan cara yang baik sesuai dengan perintah dalam QS. An-Nahl ayat 125. Yang artinya “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik”. Dakwah berasal dari bahasa Arab yang berarti panggilan, ajakan, atau seruan. Istilah dakwah berasal dari kata *fi'il* (kata kerja) *da'a-yad'u*, yang berarti memanggil, mengajak, atau menyeru. Dakwah, di sisi lain, adalah ajakan kepada orang-orang untuk meyakini iman Islam (aqidah) dan syariat, yang telah diamalkan oleh *da'i* (pendakwah).⁴⁰

Namun, Syukriadi Sambas mencirikan dakwah sebagai proses transmisi, transformasi, dan internalisasi

⁴⁰ Moch. Fakhruroji, *Dakwah di Era Media Baru Teori dan Aktivitasme Dakwah di Internet* (Bandung: SIMBIOSA REKATAMA MEDIA, 2019), hal. 1-2.

ajaran Islam dengan memanfaatkan strategi, media, dan pesan untuk mencapai tujuan tertentu. Daripada hanya membahas tujuan melakukan dakwah itu sendiri, dakwah adalah prosedur yang panjang. Proses penyebaran dakwah lebih menekankan pada penggunaan teknik, media, dan pesan yang disesuaikan dengan keadaan dan kebutuhan mad'u (sasaran dakwah).⁴¹

Dari beberapa pengertian yang telah dijelaskan, dapat disimpulkan bahwa jurnalistik dakwah adalah kegiatan jurnalistik yang menjadikan prinsip-prinsip dakwah Islam sebagai landasan dalam proses pencarian, pengolahan, dan penyebaran informasi. Melalui jurnalistik dakwah, pesan-pesan keislaman disampaikan kepada khalayak melalui media massa dengan tujuan memberikan informasi sekaligus mengajak kepada nilai-nilai kebaikan. Oleh karena itu, jurnalistik dakwah dapat dipandang sebagai bentuk dakwah bil qalam, yaitu dakwah yang dilakukan melalui media tulisan atau karya jurnalistik.

⁴¹ Fakhruroji, hal. 2-3

Sebuah institusi yang disebut jurnalistik dakwah terlibat dalam upaya dakwah sambil menggunakan teknik jurnalistik untuk mencapai tujuannya. Bekerja sesuai dengan standar dan pedoman jurnalistik yang bersumber dari Al Qur'an dan Sunnah Rasulullah SAW, proses kerjanya mencakup pengumpulan, pengolahan, dan penyebaran informasi tentang berbagai peristiwa dengan fokus nilai-nilai Islam.

Jurnalistik yang memperjuangkan nilai-nilai Islam melalui dakwah dikatakan sebagai *crusade journalism* karena memperjuangkan cita-cita Islam. Tujuan amar ma'ruf nahi munkar dilakukan melalui jurnalistik dakwah, yang juga berfungsi sebagai pembimbing spiritual (QS. Ali Imran: 104). Keberadaannya menjadi faktor pendorong terciptanya dakwah dalam format berita yang dapat mencerahkan khalayak luas.

Pesan yang disampaikan dalam jurnalistik dakwah adalah bahwa prinsip-prinsip agama dapat dituangkan ke dalam komunikasi yang bersaing dengan ide-ide lain yang

diberikan kepada khalayak yang sama. Jurnalis yang bekerja di bidang informasi dan teknologi serta menerbitkan karya karya yang didedikasikan untuk cita-cita agama Islam dikenal sebagai jurnalis dakwah (islami). Tidak diragukan lagi ada tekanan pada pers, termasuk tabloid, majalah, dan surat kabar. Karena karya tulis yang diterbitkan di media berita adalah sarana utama penyebaran pesan dakwah, hal ini benar adanya. Tulisan jurnalistik untuk pers dapat berbentuk berita, feature, laporan, tajuk rencana, esai, dan bentuk lainnya.⁴²

1) Dakwah Bil Qalam dalam Persepektif Jurnalistik Dakwah

Perkembangan media yang begitu pesat saat ini menjadi salah satu metode atau cara yang baru bagi umat islam untuk menciptakan media dakwah sejalan dengan kondisi dan situasi yang semakin berkembang dari satu generasi ke generasi yang lain. Pemanfaatan media

⁴² Suf Kasman, "JURNALISTIK DAKWAH (SEBUAH MODEL KOMUNIKASI ISLAMI)," *Jurnal Jurnalisa* 3, no. 1 (1 agustus 2017): hal. 47, <https://doi.org/10.24252/jurnalisa.v3il.3058>.

komunikasi sebagai ajang dakwah dengan metode dakwah bil qalam, tentu mempunyai karakteristik yang berbeda dengan pelaksanaan dakwah dengan metode bil lisan yakni dakwah yang disampaikan melalui lisan, seperti seorang pendakwah yang menyampaikan dakwahnya dari satu masjid ke masjid yang lain atau dari satu majelis ke majelis yang lain. Jika berkaca dengan zaman sebelum adanya teknologi yang seperti saat ini, bisa dikatakan dakwah bil lisan adalah metode dakwah yang terkenal efektif pada saat itu. Namun pada dasarnya, terlepas dari tiga macam metode dakwah yakni dakwah bil lisan, dakwah bil hal (perbuatan) dan dakwah bil qalam (tulisan), ketiganya

Dakwah bil qalam sudah ada sejak zaman Rasulullah SAW bahkan di zaman-zaman sebelum itu. seperti pada saat Rasulullah mengajak para raja-raja terdahulu untuk memeluk agama islam. Rasulullah membangun komunikasi dengan para pemimpin tersebut melalui surat yang beliau tulis untuk kemudian

disampaikan, surat-surat tersebut ditujukan kepada Heraclius (kaisar Romawi), raja Negus (penguasa Ethiopia), dan Khusrau (penguasa Persia). Hal ini membuktikan bahwa asal mula dakwah bil qalam sendiri telah dicontohkan oleh Rasulullah SAW untuk kemudian diterapkan oleh kita sebagai umatnya.

Jurnalistik dakwah sebagai kategori dari dakwah bil qalam, pada akhirnya menggunakan prinsip-prinsip dan nilai-nilai islami sebagai rujukan dalam pembuatan berita. Sehingga penting untuk memahami bagaimana dan seperti apa penerapan nilai-nilai islami dalam dunia jurnalistik yang akan dilakukan oleh seorang jurnalis muslim.

2) Kode Etik Jurnalistik dan Jurnalistik Dakwah

a. Kode Etik Jurnalistik

Persatuan Wartawan Indonesia membuat kode etik jurnalistik sebagai norma untuk menjadi rambu rambu jurnalistik di Indonesia. Ada sejumlah pedoman yang harus dipatuhi oleh jurnalis/wartawan

di Indonesia, termasuk empat bab tentang kepribadian dan integritas, metode pelaporan dan pengungkapan opini, sumber berita, dan kelangsungan kode etik jurnalistik (Persatuan Wartawan Indonesia, 2008).⁴³

Mengenai masalah kepribadian dan integritas yaitu; Pertama, menyerukan agar jurnalis/wartawan Indonesia dipercaya untuk menjalankan tugasnya di samping tanggung jawabnya sebagai warga negara dan pengikut Tuhan Yang Maha Esa. Kedua, upaya jurnalistik (tertulis, lisan, dan visual) perlu diperhatikan agar tidak membahayakan keamanan nasional atau menimbulkan konflik SARA. Ketiga, menahan diri dari menayangkan jurnalistik yang sensasional, memfitnah, memutarbalikkan kebenaran, atau cabul. Keempat, tolak pembayaran yang bisa melencengkan objektivitas berita.

⁴³ Lim Rohimah, “Etika dan Kode Etik Jurnalistik dalam Media Online Islam”, *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 11, no. 2 (13 April 2018): hal. 2018, <https://doi.org/10.24090/komunika.v11i2.1054>.

Tentang pendekatan pemberitaan dan pengungkapan gagasan, yaitu memastikan berita akurat dan tidak memihak serta tidak mencampuradukkan fakta dengan opini; menghormati dan menjaga kehidupan pribadi dengan menahan diri dari penyebarluasan jurnalistik yang merugikan nama baik seseorang, kecuali menyangkut kepentingan umum; dalam melaporkan perbuatan jahat susila (asusila) tidak boleh melukai korban; menanggapi pelanggaran hukum atau proses peradilan harus mengikuti asas praduga tak bersalah, adil, dan jujur.

Ketika memperoleh informasi dari sumber berita, seseorang harus sopan dan hormat dan selalu mengidentifikasi diri. Seseorang juga harus segera mencabut atau mengoreksi berita yang kemudian terbukti tidak akurat dan memberikan kesempatan kepada sumber atau target berita untuk menanggapi. Keakuratan bahan berita juga harus diperhatikan

dengan seksama dan memperhatikan kompetensi dan kredibilitas sumber berita, tidak menyalin dari sumber lain atau mengutip sumber yang tidak diakui jurnalistiknya; mengidentifikasi sumber berita, kecuali jika subjek meminta anonimitas, dan kemudian jika terdiri dari fakta dan statistik, bukan opini.⁴⁴

b. Kode Etik Jurnalistik Dakwah

Menurut Karl Wallace (dalam Pasrah, 2008), kode etik jurnalistik dalam perspektif islami dapat disimpulkan pada prinsip-prinsip fairness, bebas bertanggung jawab, accuracy, dan kritik-konstruktif.⁴⁵

1. *Fairness* atau Kejujuran

Bersikap tidak memihak melalui penerbitan berita secara berimbang atau menjunjung tinggi prinsip moral kejujuran,

⁴⁴ Rohimah, "Etika dan Kode Etik Jurnalistik dalam Media Online Islam", 2018, hal. 218.

⁴⁵ Rohimah, "Etika dan Kode Etik Jurnalistik dalam Media Online Islam", 2018, hal. 224-226.

kebenaran, dan keadilan adalah contoh sikap adil.

Heri kemudian membandingkannya dengan sejumlah ayat Al-Qur'an, diantaranya surat an-Nisa ayat 58:

﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا﴾

Artinya : “*Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum diantara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha Melihat.*”⁴⁶

Dalam pemberitaan, seorang jurnalis dituntut untuk membuat berita sesuai dengan fakta yang ada atau tidak mengada-ada. Bahkan ayat lain dalam Al-Qur'an juga menyebutkan bahwa:

وَلَا تَلْبِسُوا الْحَقَّ بِالْبَاطِلِ وَتَكْتُمُوا الْحَقَّ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

⁴⁶ Mushaf At-Tanwir Al-Qur'an dan Terjemah (Yogyakarta, GRAMASURYA), hal:87

Artinya : *“Dan janganlah kamu campur adukkan yang hak dengan yang bathil dan janganlah kamu sembunyikan yang haq itu, sedang kamu mengetahui.”* QS. Al-Baqarah : 42.⁴⁷

Prinsip etika, keadilan, dan keseimbangan diterapkan dalam praktik jurnalistik untuk meningkatkan unsur kejujuran. Sangat penting untuk menggambarkan tulisan secara objektif, menyajikan informasi tentang suatu kasus yang berasal dari beberapa pihak yang masing-masing memiliki sudut pandang, pendapat, dan kepentingan sendiri. Menurut hukum Islam, bersikap adil adalah memberikan kepada seseorang apa yang menjadi haknya atau menghapus sesuatu darinya yang menjadi haknya. Di dalam al- Qur'an, kata al-adl di antaranya terdapat dalam surat al-An'am ayat 152 :

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ
وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ لَا تُكَلِّفُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا وَإِذَا قُلْتُمْ

⁴⁷ Mushaf At-Tanwir Al-Qur'an dan Terjemah, hal: 7

فَاعْدِلُوا وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ وَبِعَهْدِ اللَّهِ أَوْفُوا ذَلِكُمْ وَصْنُكُمْ بِهِ لَعَلَّكُمْ
تَذَكَّرُونَ

Artinya : “Dan apabila kamu berkata, Maka hendaklah kamu Berlaku adil, Kendatipun ia adalah kerabat(mu), dan penuhilah janji Allah. Yang demikian itu diperintahkan Allah kepadamu agar kamu ingat.”⁴⁸

2. Kebebasan Bertanggung Jawab

Dalam Islam, gagasan kebebasan pers akan selalu dikaitkan dengan gagasan akuntabilitas. Sementara pers diperbolehkan untuk menyiarkan apapun yang diinginkannya, isinya harus bertanggung jawab. Mengingat bahwa setiap tindakan yang benar pasti akan memberikan hasil yang positif, ia harus memastikan bahwa kebenaran dikomunikasikan kepada publik. Tindakan jahat, di sisi lain, akan menerima imbalan jahat. Wartawan Islam menjalankan kewajibannya kepada publik dan Allah SWT dengan sangat serius. Al-Qur'an

⁴⁸ Mushaf At-Tanwir Al-Qur'an dan Terjemah, hal:149

Surah at-Thur ayat 21 menyebutkan:

وَالَّذِينَ آمَنُوا وَاتَّبَعَتْهُمْ ذُرِّيَّتُهُمْ بِإِيمَانٍ أَلْحَقْنَا بِهِمْ ذُرِّيَّتَهُمْ

وَمَا أَلْتَنَاهُمْ مِنْ عَمَلِهِمْ مِنْ شَيْءٍ كُلُّ امْرِئٍ بِمَا كَسَبَ رَهِينٌ

Artinya : *“Dan orang-orang yang beriman, dan yang anak cucu mereka mengikuti mereka dalam keimanan, kami hubungkan anak cucu mereka dengan mereka[1426], dan kami tiada mengurangi sedikitpun dari pahala amal mereka. tiap-tiap manusia terikat dengan apa yang dikerjakannya.”*⁴⁹

3. Accuracy (Kecermatan, Ketelitian, dan Keakuratan Informasi)

Seorang jurnalis harus memiliki ketabahan untuk menelusuri banyak sumber berita hingga terbangun bahan yang terpercaya untuk memberikan berita yang jujur, valid, dan akurat. Kunci untuk mencegah berita yang tidak benar sampai ke pembaca, pendengar, dan pemirsa adalah penyebaran informasi yang tepat. Terkait dengan ketelitian informasi ini, selaras dengan surat al-Hujurat ayat 6:

⁴⁹ Mushaf At-Tanwir Al-Qur'an dan Terjemah, hal: 524

وَالَّذِينَ آمَنُوا وَاتَّبَعَتْهُمْ ذُرِّيَّتُهُمْ بِإِيمَانٍ أَلْحَقْنَا بِهِمْ ذُرِّيَّتَهُمْ

وَمَا أَلْنَاهُمْ مِنْ عَمَلِهِمْ مِنْ شَيْءٍ كُلُّ امْرِئٍ بِمَا كَسَبَ رَهِينٌ

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, Maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu.”⁵⁰

Istilah *tabayyun*, yang muncul dalam ayat di atas sebagai kata kerja perintah *fi'il amr*, menuntut penyelidikan yang seksama untuk menemukan ilmu yang jelas. Sehingga, penting untuk berhati-hati dan memikirkan informasi sebelum menyebarkannya ke masyarakat umum. Etika Al-Qur'an menunjukkan pentingnya melihat kejujuran dan keandalan sumber informasi di samping pengetahuan aktual yang telah diperoleh.

4. Kritik Konstruktif

Tugas menyebarkan kebenaran dijelaskan

⁵⁰ Mushaf At-Tanwir Al-Qur'an dan Terjemah, hal:515

dalam Al-Qur'an sebagai perintah yang harus dilakukan baik oleh individu maupun masyarakat (secara kolektif). Misalnya, dalam al-Qur'an surat Ali Imran ayat 104 :

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya : *“Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar, merekalah orang-orang yang beruntung.”*⁵¹

Kritik dimaksudkan untuk membuat seseorang menjadi lebih baik, bukan untuk mengekspos sisi buruknya. Diharapkan bahwa modifikasi akan dilakukan dengan cepat dengan cara ini. Ketersediaan informasi dari media bermanfaat bagi pejabat yang berwenang. Selain itu, masyarakat pembaca akan meminta pihak berwenang untuk bertindak sekarang. Inilah yang dimaksud dengan kritik konstruktif, yaitu kritik

⁵¹ Mushaf At-Tanwir Al-Qur'an dan Terjemah, hal: 63.

yang tidak bertujuan untuk merendahkan individu atau organisasi tertentu.

Selain prinsip-prinsip jurnalistik dakwah yang telah dijelaskan sebelumnya, kode etik jurnalistik dakwah juga dapat dirangkum secara singkat sebagai berikut:⁵²

1. Menginformasikan atau menyampaikan yang benar saja (tidak berbohong), juga tidak merekayasa dan memanipulasi fakta (QS. Al Hajj : 30)
2. Bijaksana, penuh nasihat yang baik, serta argumentasi yang jelas dan baik pula. Karakter, pola pikir, kadar pemahaman objek pembaca harus dipahami, sehingga tulisan berita yang dibuat pun akan disesuaikan sehingga mudah dibaca dan dicerna (QS. An-Nahl : 125).

⁵² Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Dakwah: Visi dan Misi Dakwah Bil Qalam* (Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2003), hal. 41-43.

3. Menghindari olok-olok, penghinaan, ejekan, atau caci-maki sehingga menumbuhkan permusuhan dan kebencian (Q.S. 49:11).
4. Menghindari prasangka buruk (*suuzhan*) atau memegang teguh “asas praduga tak bersalah” karena sebagian prasangka itu dosa (Q.S. 49:12).
5. Tidak mengandung unsur memata-matai atau mencari-cari kesalahan orang lain dan saling memfitnah atau bergunjing (*ghibah*), yakni membicarakan aib orang lain (Q.S. 49:12).
6. Menghindari pemberitaan hal-hal yang menjurus pada meruncingnya perbedaan pendapat (*khilafiyah*) sehingga memecah-belah umat islam.
7. Berita baik atau tentang kebaikan diarahkan kepada ajakan untuk mengikutinya (*‘amar ma’ruf*) dan berita buruk atau kejelekan diarahkan pada pencegahan (*nahyi munkar*).

c. Peran Jurnalis dalam Jurnalistik Dakwah

Selain sebagai sumber informasi, pendidikan, dan hiburan, jurnalisme Islam juga menjadi wadah dakwah dan pembimbing spiritual atau "amar ma'ruf nahi mungkar" (misi pertumbuhan). Sejalan dengan itu, ada 5 (lima) peran jurnalis dakwah yang harus diperankan dan dikembangkan oleh para penulis muslim.⁵³

1. Sebagai Pendidik (*Mu'addib*)

Pasti banyak berita yang lebih banyak memuat materi ajaran Islam terkait dengan peran pendidikan Islam. Muslim harus menerima instruksi tentang bagaimana mengikuti petunjuk Tuhan dan menghindari larangan-Nya. Melakukan kewajiban untuk menghentikan umat dari tindakan yang melanggar syariat, serta melindungi ummat dari perilaku yang tidak pantas dan pengaruh media anti-Islam yang tidak

⁵³ Andries Kango, "JURNALISTIK DALAM KEMASAN DAKWAH", *Jurnal Dakwah Tabligh* 15, no. 1 (2014): hal. 109-111.

Islami. Wartawan muslim berfungsi sebagai pendidik dan menjalankan tugas pendidikan Islam.

Jurnalis muslim harus terlebih dahulu memiliki pemahaman yang lebih dalam tentang ajaran Islam karena dia adalah seorang guru sebelum menerapkan ilmunya ke masyarakat. Dia melakukan tugas yang luar biasa sebagai seorang pendidik karena mengajar adalah profesi yang membutuhkan kecerdasan, ketelitian, kebijaksanaan, dan kesabaran.

2. Sebagai Pelurus Informasi (*Musaddid*)

Dalam hal ini, jurnalistik Islam setidaknya harus mengklarifikasi tiga hal: pertama, informasi tentang doktrin dan budaya Islam. Kedua, detail tentang kontribusi atau prestasi umat Islam. Ketiga, mereka harus mampu menginvestigasi dan melakukan studi tentang keadaan umat Islam di seluruh dunia. Jurnalistik dakwah diperlukan untuk

mengoreksi kesalahan informasi dan memerangi fobia Islam, yang merupakan hasil dari propaganda pers Barat yang anti-Islam.

Karena begitu banyak materi yang kita baca ternyata tidak akurat, maka tugas seorang musaddid menjadi krusial. Para orientalis yang dengan sengaja mencemarkan nama baik Islam dan orang-orang bodoh yang menyebarkan kutipan-kutipan yang tidak tepat adalah sumber pengetahuan ini.

3. Sebagai Pembaharu (*Mujaddid*)

Pembaru yang dimaksud adalah pendukung pemahaman baru dan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip Islam. Para pembaharu Islam harus menggunakan jurnalistik dakwah sebagai alat. Berpartisipasi aktif informasi dalam penyebarluasan sebagai perantara dalam upaya membersihkan agama umat dan penyembahan bid'ah, takhayul, dan paham asing lainnya yang

berakar di luar Islam, serta menerapkannya dalam segala aspek kehidupan umat.

Mujaddid harus menganggap serius proliferasi paham baru palsu. Musuh-musuh Islam sering menyebarkan ide-ide sesat, seperti liberalisme, sekularisme, sinkretisme, dan lain-lain yang memalingkan manusia dari agama. Siapapun yang peduli terhadap Islam harus menggerakkan jari-jarinya untuk menyebarkan prinsip-prinsip agama yang nyata dan murni seperti yang dibawa Rasulullah SAW.

4. Sebagai Pemersatu (*Muwahhid*)

Jurnalis dakwah dapat berperan sebagai penghubung antar umat Islam dengan menjalankan tugasnya sebagai muwahhid. Jurnalis dakwah diharapkan memiliki kode etik jurnalistik yang mencakup netralitas (tidak memihak kelompok tertentu) dan kemampuan untuk mengekspresikan sudut pandang yang berlawanan pada topik apa

pun. Wartawan yang meliput dakwah harus bisa mengesampingkan prasangka sektariannya. Seorang penulis Muslim harus berusaha untuk menyatukan orang-orang. Alih-alih memecah belah rakyat akibat karya-karyanya. Wartawan/jurnalis dakwah harus mampu menyatukan otak dan hati ummat sekaligus menguasai semua sudut pandang yang berlawanan. Seorang jurnalis dakwah tidak berwenang untuk mempertimbangkan sudut pandang lain ketika membagikan pemikiran dan keyakinannya sendiri. Jika ingin mengkritik, maka kritiklah dengan cara yang lembut dan tidak menyakiti. Itulah ciri dasar jurnalis muslim sejati.

5. Sebagai Pejuang (*Mujahid*)

Pejuang maksudnya berusaha menampilkan tulisan-tulisan yang berusaha keras membentuk pendapat umum yang mendorong penegakan nilai nilai Islam, menegakkan dan mempromosikan

syiar Islam, mempublikasikan citra Islam yang positif dan "rahmatan lil alamin" serta menanamkan ruhul jihad di tengah umat.

Mujahid yang bersenjatakan pena adalah pejuang yang membela Islam dalam karya karyanya. Sang mujahid akan berusaha keras untuk membentuk opini publik yang konstruktif tentang Islam. Jihad dengan kekuatan pena menurut Sayyid Qutub, seorang sastrawan dari Mesir, tak bisa lepas dari hati yang tulus ikhlas dengan keyakinan yang paripurna terhadap apa yang ditulisnya. Apa yang ditulis haruslah apa yang diyakini benar dalam hati. Hal itu karena sampai tidaknya pesan dakwah yang disampaikan lewat tulisan ditentukan pula oleh seberapa kuat keyakinan, semangat dan kepribadian yang dimiliki oleh seorang penulis agar kata katanya melahirkan mutiara yang siap diambil dan dijadikan harta berharga oleh para pembaca.