

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Jurnalisme

2.1.1 Pengertian Jurnalisme

Jurnalisme merupakan sebuah seni dan profesi yang memiliki tanggung jawab profesional atau dalam kata lain disebutkan oleh Luwi Ishwara sebagai *art anf craft with professional responsibilities*. Profesi tersebut dilakukan oleh wartawan yang disyaratkan untuk melihat dengan mata yang segar dan fokus pada setiap peristiwa untuk menangkap aspek-aspek yang unik (Ishwara, 2005). Meskipun secara harfiah jurnalisme atau kewartawanan merupakan kegiatan pencarian, pengolahan dan pelaporan atau penyebaran informasi, akan tetapi jurnalisme tidak berarti berhenti pada penyebaran informasi saja. Lebih dalam, jurnalisme juga memikirkan bagaimana suatu berita adalah objektif dan akurat, serta berpihak untuk kepentingan masyarakat sampai bagaimana efek yang akan ditimbulkan dari sebuah informasi (Kovach & Rosenstiel, 2007).

Sekali lagi, Jurnalisme tidak hanya berhenti pada penyebaran informasi yang aktual dan faktual saja. Jurnalisme harus menghasilkan produk yang berkualitas. Hal itu dapat dilakukan dengan praktik yang profesional, seperti skeptis terhadap informasi, terlibat langsung di tempat kejadian perkara, kreativitas dalam melaporkan hal-hal penting menjadi menarik. Jurnalisme harus mampu memberi perubahan yang berpihak pada warga masyarakat dengan menjadi telinga publik hingga pelapor apa yang tidak diketahui masyarakat (Ishwara, 2005). Hal-hal ini setidaknya dilakukan dalam setiap proses dan unsur dalam jurnalisme.

Dalam menjalankan profesi ini, wartawan memang kerap membuat beberapa pihak terlihat seperti kurang diuntungkan, misalnya seperti menulis tentang pejabat korup, ketidakadilan suatu perusahaan terhadap buruh, dan banyak hal lain lagi. Akan tetapi apabila hal tersebut dilakukan untuk melayani

kepentingan masyarakat yang lebih besar, maka hal tersebut masih bisa dianggap sebagai efek samping yang layak diterima (Ishwara, 2005).

2.1.2 Nilai-Nilai Berita dalam Jurnalisme

Berita merupakan produk jurnalistik yang dihasilkan oleh kerja-kerja jurnalis. Dalam proses membuat berita jurnalis harus mampu memilih dan memilah mana informasi yang penting, dan benar-benar penting. Dalam berita, terdapat karakteristik yang dikenal dengan *news value* atau nilai berita. Nilai berita itu kemudian yang menjadi parameter kegunaan, atau biasa diterapkan untuk menentukan suatu berita layak atau tidak (*newsworthy*). Menurut Mencher (1997), berita yang baik setidaknya memuat tujuh nilai berita sebagai berikut (Brawijaya, 2023):

- *Timeless*: Peristiwa baru atau suatu kejadian yang baru saja terjadi (aktual).
- *Impact*: Memiliki dampak terhadap khalayak luas.
- *Prominence*: Memiliki nilai kegunaan dan keunggulan bagi khalayak.
- *Proximity*: Memiliki kedekatan dengan seseorang secara geografis maupun emosional.
- *Conflict*: Memiliki nilai pertentangan baik dalam lingkungan individu, masyarakat, ataupun lembaga.
- *The Unusual*: Suatu kejadian, fenomena atau peristiwa yang *anti mainstream* atau tidak biasa terjadi.
- *The Currency*: Peristiwa yang tengah menjadi bahan perbincangan masyarakat.

Selanjutnya, menurut Charnely (1965) terdapat enam indikator untuk menilai kualitas berita, di antaranya:

- *Accurate*: Sebuah informasi harus akurat dengan cara melakukan pengecekan sebelum melakukan publikasi.

- *Properly Attributed*: Narasumber sebagai sumber berita harus memiliki kapasitas untuk memberikan informasi mengenai kejadian peristiwa atau topik yang diangkat.
- *Balanced and Fair*: Menggali informasi dari narasumber secara berimbang dan adil.
- *Objective*: Informasi yang ditulis harus objektif, sesuai fakta. Artinya antara kejadian dan yang ditulis harus sesuai.
- *Brief and Focused*: Materi berita disusun secara ringkas, padat, dan langsung sehingga mudah dipahami.
- *Well Written*: Informasi yang disajikan jelas, dan menarik.

2.1.3 Elemen Jurnalistik

Tujuan utama dari jurnalisme adalah menyebarkan informasi yang kredibel, akurat dan terpercaya agar masyarakat mampu berperan dalam membangun sebuah masyarakat yang bebas (Ishwara, 2005). Tujuan tersebut juga melingkupi keperluan lain, yakni sebagai hiburan, *watchdog*, kontrol sosial, dan *voice to the voiceless*. Maka dari itu, menurut (Kovach & Rosenstiel, 2014) dikutip dari (Fianto et al., 2023), ada sembilan elemen jurnalisme yang menjadi pedoman para jurnalis untuk menjalankan tugasnya. Sembilan elemen jurnalisme itu yaitu:

- Tunduk pada kebenaran (kewajiban pertama jurnalisme adalah pada kebenaran)
- Setia pada Masyarakat (loyalitas pertama jurnalisme adalah kepada warga masyarakat)
- Disiplin verifikasi (inti jurnalisme adalah disiplin untuk melakukan verifikasi)
- Independensi (para wartawan harus memiliki kebebasan dari sumber yang mereka liput)

- Pemantau kekuasaan dan penyumbang lidah masyarakat (wartawan harus mengemban tugas sebagai pemantau yang bebas terhadap kekuasaan)
- Menyediakan tempat kritik dan komentar bagi publik (jurnalisme harus menyediakan forum untuk kritik dan komentar publik)
- Jurnalisme harus membuat hal penting menjadi menarik dan relevan
- Wartawan harus menjaga agar berita komprehensif dan proporsional
- Bertindak atas hati nurani (wartawan itu memiliki kewajiban utama terhadap suara hatinya)

Untuk menciptakan jurnalisme yang berkualitas, sembilan elemen itu menjadi hal dasar bagi jurnalis untuk melaksanakan profesinya sebagai pembawa kepentingan umum.

2.1.4 Kode Etik Jurnalistik

Dalam menjalankan profesinya, jurnalis atau wartawan dijamin oleh undang-undang. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers (UU Pers) maka profesi jurnalis adalah profesi yang sah secara konstitusi. Dalam pelaksanaannya, profesi jurnalis diatur oleh Kode Etik Jurnalistik (KEJ). Sebagai pegangan dan pedoman dalam menjalankan profesi, KEJ dibuat supaya jurnalis dapat bertanggung jawab dalam menjalankan profesinya. KEJ merupakan landasan moral dan etika profesi sebagai pedoman operasional dalam menjaga kepercayaan publik dan menegakkan integritas profesionalisme (Sugiharto, 2019). Kode etik ini dirumuskan oleh organisasi profesi jurnalis atau wartawan di Indonesia. Beberapa yang diakui Dewan Pers adalah KEJ yang dirumuskan oleh Persatuan Wartawan Indonesia (PWI), Aliansi Jurnalis Independen (AJI), dan Ikatan Jurnalis Televisi Indonesia (IJTV) serta Kode Etik Wartawan Indonesia (KEWI).

KEJ bagi jurnalis atau wartawan memiliki lima fungsi, yakni menjadi pelindung bagi seorang profesional dalam menjalankan profesinya, menjadi

pelindung masyarakat dari praktik tidak profesional yang dilakukan oleh praktisi, mendorong terciptanya kompetisi sehat antar praktisi, menghindari kecurangan dengan praktisi lain, serta menghindari terjadinya manipulasi informasi oleh sumber berita (Sugiharto, 2019). Berikut adalah butir-butir dalam KEJ:

- Pasal 1, wartawan Indonesia bersikap independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang, dan tidak beriktikad buruk.
- Pasal 2, wartawan Indonesia menempuh cara-cara yang profesional dalam melaksanakan tugas jurnalistik.
- Pasal 3, wartawan Indonesia selalu menguji informasi, memberitakan secara berimbang, tidak mencampurkan fakta dan opini yang menghakimi, serta menerapkan asas praduga tak bersalah.
- Pasal 4, wartawan Indonesia tidak membuat berita bohong, fitnah, sadis, dan cabul.
- Pasal 5, wartawan Indonesia tidak menyebutkan dan menyiarkan identitas korban kejahatan susila dan tidak menyebutkan identitas anak yang menjadi pelaku kejahatan.
- Pasal 6, wartawan Indonesia tidak menyalahgunakan profesi dan tidak menerima suap.
- Pasal 7, wartawan Indonesia memiliki hak tolak untuk melindungi narasumber yang tidak bersedia diketahui identitas maupun keberadaannya, menghargai ketentuan embargo, informasi latar belakang, dan *off the record* sesuai dengan kesepakatan.
- Pasal 8, wartawan Indonesia tidak menulis atau menyiarkan berita berdasarkan prasangka atau diskriminasi terhadap seseorang atas dasar perbedaan suku, ras, warna kulit, agama, jenis kelamin, dan bahasa serta tidak merendahkan martabat orang lemah, miskin, sakit, cacat jiwa atau cacat jasmani.
- Pasal 9, wartawan Indonesia menghormati hak narasumber tentang kehidupan pribadinya, kecuali untuk kepentingan publik.

- Pasal 10, wartawan Indonesia segera mencabut, meralat, dan memperbaiki berita yang keliru dan tidak akurat disertai dengan permintaan maaf kepada pembaca, pendengar, atau pemirsa.
- Pasal 11, wartawan Indonesia melayani hak jawab dan hak koreksi secara proporsional.

2.2 Jurnalisme Profetik

2.2.1 Pengertian Jurnalisme Profetik

Jurnalisme Profetik atau *Prophetic Journalism* secara bahasa memiliki arti jurnalisme kenabian. Artinya, pemikiran ini memiliki definisi jurnalisme yang segala bentuk praktiknya berlandaskan pada cinta, damai dan memberi rahmat untuk seluruh alam (*rahmatan lil 'alamin*). Kewartawanan atau jurnalisme sendiri merupakan kegiatan pencarian, penyusunan, dan pelaporan informasi. Proses tersebut dilakukan oleh pewarta atau wartawan yang biasa disebut sebagai jurnalis (Rudin & Ibbotson, 2013). Jurnalisme Profetik merupakan hal baru dalam khasanah jurnalistik pada bidang ilmu komunikasi. Profetik dimaknai sebagai segala perilaku yang meniru dengan apa yang dicontohkan oleh para Nabi (Purnama, 2019).

Jurnalisme Profetik adalah penyebaran informasi yang dilandasi iman, dan mempertimbangkan dampak baik dan buruk di masyarakat. Pemikiran jurnalisme ini berpedoman risalah yang telah dicontohkan oleh Nabi. Dalam Islam, peninggalan Nabi itu terletak pada dua perkara yang telah diwariskan dalam Al-Qur'an dan sunnahnya. Dalam khasanah bahasa keilmuan, hal ini juga dapat disebut dengan teologi jurnalisme.

Pemikiran mengenai Jurnalisme Profetik salah satunya digagas oleh seorang wartawan senior Indonesia, Parni Hadi. Pemikiran tersebut mendasarkan pada penafsiran bahwa Nabi Muhammad merupakan jurnalis atau wartawan pembawa berita terbesar, terpenting dan terabadi di dunia (Hadi, 2014).

Membawa dan menyampaikan berita adalah tugas dari seorang Nabi. Hal ini dapat dilihat dari arti kata Nabi dalam Bahasa Arab. Kata Nabi berasal dari “*naby*”, akar kata dari “*na-ba-a*” yang juga memiliki sejumlah kata derivatif seperti *nabba’ a*, *anba’ a*, *yunabbiu* (kata kerja), *nabbi’* (kata perintah), *nubuwwah* (*prophecy*, ramalan dan *prophethood*, kenabian) *istanba’ a* (meminta untuk diceritakan), dan lain-lain. Semuanya bermakna warta (*news*), berita (*tidings*), cerita atau kisah (*story*), dan dongeng (*tale*), persis seperti dalam pengertian istilah jurnalistik. Dalam Bahasa Arab, kantor berita ditulis dengan *wakalat al-anba’* (bentuk jamak dari *naba’*) (Hadi, 2014).

Dalam Islam, penafsiran Nabi dan Rasul sebagai seorang pembawa berita sudah ada sejak Nabi Adam diutus sebagai nabi pertama. “Hai Adam, beritakanlah kepada mereka nama-nama benda ini.” (QS Al-Baqarah 2: 33). Pada ayat sebelumnya juga disebutkan bahwa Allah telah mengajarkan kepada Adam nama-nama benda itu dengan cara memasukkan pengetahuan itu ke dalam kalbu Nabi Adam.

Perintah untuk menyampaikan berita juga diturunkan hingga kepada Nabi terakhir (*the last prophet*), sama dengan Nabi-nabi sebelumnya. Dalam surah Al-Hijr 15: 49, menegaskan dengan gamblang, “Beritakanlah, (hai Muhammad), kepada hamba-hamba-Ku bahwa sesungguhnya Akulah Yang Maha Pengampun Lagi Maha Penyayang.” Muhammad juga diperintah menyampaikan “berita dahsyat,” yakni ihwal kiamat (QS Shad 38: 67). Di ayat lain, “Dan bacakanlah kepada mereka (yakni orang-orang kafir Mekkah) berita tentang Ibrahim.” (QS Al-Syu’ara’ 26: 69). Firman Allah yang lain ada dalam surah Al-Kahfi 18: 56, “Dan Kami tidak mengutus Rasul-rasul melainkan sebagai pembawa berita gembira dan sebagai pemberi peringatan.”

Ayat-ayat di atas mengandung makna yang sama, tugas seorang pembawa berita yakni menyampaikan informasi dan menghibur, sekaligus melakukan kontrol sosial melalui kritik dan menyebarkan fakta yang ada untuk memberi peringatan. Dapat ditarik kesimpulan bahwa wartawan adalah pewaris tugas kenabian (Hadi, 2014).

2.2.2 Konsep Jurnalisme Profetik

Konsep mengenai Jurnalisme Profetik berangkat dari pemikiran Kuntowijoyo tentang gagasan Ilmu Sosial Profetiknya. Pemikiran ini dilanjutkan, salah satunya oleh Iswandi Syahputra tentang Komunikasi Profetik yang ditulis di dalam bukunya, *Komunikasi Profetik Konsep dan Pendekatan* (2007). Komunikasi Profetik mengacu pada bagaimana pola komunikasi kenabian Rasulullah Muhammad yang sarat dengan kandungan nilai dan etika (Permadi, 2018).

Dari asal pemikiran tersebut, Jurnalisme Profetik berbeda dengan Jurnalisme Islam. Menurut Parni Hadi, Jurnalisme Profetik tidak bisa langsung dicap sebagai Jurnalisme Islam karena di dalam pemikiran Jurnalisme Islam masih terdapat kecenderungan perbedaan pendapat yang melahirkan perdebatan yang cukup panjang. Hal ini terjadi karena pelabelan kata “Islam” setelah kata “Jurnalisme” yang membuat penafsiran dari pemikiran ini menjadi multitafsir. Secara praktis, Jurnalisme Islam adalah praktik jurnalistik yang berdasarkan pada Al-Qur’an dan Hadis Rasulullah SAW (Hadi, 2014).

Secara sederhana, jika mengacu pada pemikiran Kuntowijoyo yang berangkat dari penafsirannya terhadap QS Ali-Imron ayat 110, Jurnalisme Profetik dapat diartikan sebagai paham tentang jurnalisme yang dilandasi konsep humanisasi (*ta'muruuna bil ma'ruf*), liberasi (*tan hauna 'anil munkar*), dan transendensi (*tu'minuna billah*). Kuntowijoyo memaknai profetik sebagai kesadaran sosial dalam sejarah para Nabi dalam memanusiakan manusia atau mengangkat derajat kemanusiaan, membebaskan manusia, dan membawa manusia untuk beriman kepada Tuhan (Permadi, 2018).

Akan tetapi perlu digaris bawahi bahwa pemikiran ini tidak bisa dikatakan eksklusif. Artinya bisa digunakan atau diterapkan oleh seluruh umat beragama. Dalam kata lain, Jurnalisme Profetik diistilahkan sebagai jurnalisme cinta. Dalam pengantar editor buku karya Parni Hadi tentang Jurnalisme Profetik, Ahmadi Thaha ditemukan jika istilah Jurnalisme Profetik juga dipakai oleh penganut ajaran gereja. Istilah tersebut ditemukan dalam buku berjudul *From Yahweh to*

Yahoo!: The Religious Roots of The Secular Press karya Doug Underwood. Underwood mengungkap konsep Jurnalisme Profetiknya berdasarkan ajaran gereja. Underwood mendefinisikan Jurnalisme Profetik sebagai jurnalisme gairah, polemik dan opini moral yang muncul bersamaan dengan etika objektivitas modern dan unsur-unsur komersial penciptaan keuntungan yang telah mendikte apa yang membentuk jurnalisme sekarang. Sementara Parni Hadi mendasarkan ide Jurnalisme Profetik pada ajaran cinta, kepedulian dan keikhlasan yang telah dipraktikkan para Nabi dalam dakwahnya (Hadi, 2014).

Selanjutnya, konsep utama Jurnalisme Profetik adalah meneladani sifat Nabi. Sifat Nabi yang menjadi inti dari jiwa seorang wartawan atau jurnalis yaitu seperti jujur (*shiddiq*), menyampaikan (*tabligh*), terpercaya (*amanah*), dan cerdas (*fathanah*) (Hadi, 2014). Salah satu pemikiran konsep yang dijelaskan Parni Hadi adalah wartawan sebagai pewaris tugas Nabi seperti dalam surah Saba ayat 28. “Dan Kami tidak mengutus engkau (Muhammad), melainkan kepada semua umat manusia sebagai pembawa berita gembira dan sebagai pemberi peringatan, tetapi kebanyakan manusia tidak mengetahui.” Satu lagi, Parni Hadi menambahkan satu ciri menonjol yang harus dimiliki Jurnalisme Profetik, yakni melakukan semuanya dengan sukacita dan sukarela, tanpa pamrih, kepada siapa saja, tanpa memandang asal-usul, suku, ras, bangsa, budaya, dan agama karena Cinta sebagai ibadah kepada Yang Maha Pencipta (Hadi, 2014).

Dalam ayat lain, Allah menegaskan bahwa Nabi juga mengemban tugas untuk menyampaikan kebenaran. “(Sesungguhnya Kami mengutus kamu dengan membawa kebenaran) yakni petunjuk (sebagai pembawa berita gembira) bagi orang yang mau menerima kebenaran itu (dan sebagai pemberi peringatan) kepada orang yang tidak mau menerimanya. (Dan tidak ada) (suatu umat melainkan telah ada) telah lewat (padanya seorang pemberi peringatan) Nabi yang telah memberi peringatan kepada mereka.” (QS Al-Fathiir: 24).

Meskipun menitikberatkan pentingnya cinta dan damai sebagai pondasi yang berasal dari ajaran agama, Jurnalisme Profetik bukan berarti lemah dan membiarkan kesewenang-wenangan. Jurnalisme Profetik menolak hal itu dan

menyerukan perang terhadap kesewenang-wenangan dengan menggalakkan laporan investigasi (Hadi, 2014)

Jurnalisme Profetik juga memiliki peran untuk mengedukasi dan memberdayakan masyarakat luas. Dengan menggunakan dasar kebebasan, independensi, kebenaran, keadilan, kesejahteraan, agama akan mampu menjadi *rahmatan lil 'alamin*. Menurut Parni Hadi, tahapan proses mewujudkan Jurnalisme Profetik adalah sebagai berikut:

- Cinta
- Kepedulian
- Kebebasan
- Kemandirian
- Kebenaran
- Keadilan
- Kesejahteraan
- Perdamaian
- Kemanusiaan universal

Selanjutnya, Hadi menyebutkan wartawan atau jurnalis yang menerapkan Jurnalisme Profetik sebagai Wartawan Profetik, yaitu wartawan yang sadar dengan panggilan hati nuraninya (*conscience*) serta melakukan aktivitas berdasarkan ajaran agama sebagai aktualisasi diri (mengaktualisasikan dan mengabdikan seluruh potensi dan kompetensinya; energi, intelegensi, emosi dan nuraninya) sebagai Ibadah (Hadi, 2014). Wartawan Profetik bekerja untuk publik dan pembawa kebenaran. Artinya dengan keyakinannya, wartawan profetik adalah mereka yang berani mengambil risiko demi mewujudkan kesejahteraan dan perdamaian. Wartawan Profetik atau wartawan yang mengemban Jurnalisme Kenabian dapat dikatakan sebagai berikut:

- Orang yang Tercerahkan (*Enlightened*)
- Orang yang Terpanggil/Terpilih (*Chosen*)
- Orang yang Yakin (*Convinced*)

- Orang yang Berkhidmat untuk Berbuat (*Committed*) (Hadi, 2014).

Dengan praktik-praktik yang sesuai dengan risalah Nabi tersebut, Jurnalisme Profetik memiliki tujuan untuk memberi kebermanfaatan untuk orang lain berdasarkan Cinta sebagai bentuk ibadah, dengan cara:

- Mengungkap kebenaran (*Truth*)
- Menegakkan keadilan (*Justice*)
- Mendorong terciptanya Kesejahteraan (*Prosperity*)
- Menciptakan perdamaian (*Peace*)
- Menjunjung tinggi Kemanusiaan universal (*Universal Humanity*)

Tujuan Jurnalisme Profetik dapat ditinjau dari karya-karya jurnalistik yang memiliki fungsi untuk memberi informasi (*informing*), mengedukasi (*educating*), menghibur (*entertaining*), menganjurkan atau memberi solusi (*advocating*), mencerahkan (*enlightening*), menginspirasi (*inspiring*), dan memberdayakan (*empowering*).

Fungsi-fungsi Jurnalisme Profetik itu hanya bisa diejawantahkan jika praktik yang dilakukan adalah berdasar pada tauhid atau hanya takut kepada Allah. Artinya harus memiliki rasa kebebasan berekspresi tanpa takut dan tekanan (*freedom of expression*). Wartawan Profetik juga dituntut untuk memiliki kemandirian (*independence*) dalam sikap.

Syarat utama menjadi Jurnalis Profetik adalah mempunyai kepedulian yang berlandaskan Cinta untuk menciptakan kemaslahatan umat. Keberhasilan Wartawan Profetik sangat ditentukan oleh bagaimana jurnalis mengolah, mengasah bakat/talenta, kemampuan otak, dan kecerdasan yang dimilikinya, serta pengalaman kerja dan tingkat spiritualitasnya. (Hadi, 2014).

2.3 Nilai-Nilai Jurnalisme Profetik

Jurnalisme Profetik memiliki nilai-nilai yang menjadi dasar aktivitasnya. Hal tersebut dapat ditarik dari nilai-nilai profetik dan sifat-sifat Nabi.

Kuntowijoyo dalam bukunya “Islam sebagai Ilmu”, mengungkapkan jika mencontoh sifat-sifat Nabi atau profetik bagi umat Islam adalah tuntunan yang mendasar pada perintah Allah dalam QS Ali-Imron ayat 110, yang artinya “*Kamu adalah umat terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah.*” Ayat tersebut ditafsirkan oleh Kuntowijoyo sebagai tiga pilar profetik, yakni laku humanisasi (memanusiakan manusia), liberasi (membebaskan), dan transendensi (transendental) atau laku spiritual (Hadi, 2014).

Dengan melihat seluruh pembahasan sebelumnya, peneliti mendefinisikan Jurnalisme Profetik memiliki nilai-nilai yang menjadi poin penting dalam melakukan aktivitas jurnalistik. Nilai-nilai itu mengelaborasi konsep-konsep jurnalisme secara umum dengan pemikiran mengenai Jurnalisme Profetik, yakni empat sifat kenabian dan tiga pilar ilmu sosial profetik pemikiran Kuntowijoyo. Peneliti mendefinisikan empat sifat kenabian sebagai etos atau cara yang harus ditempuh oleh Jurnalis Profetik dalam melakukan profesinya. Dengan membuatnya sebagai pegangan, kemudian tujuan dari Jurnalisme Profetik mencakup tiga ranah, tiga pilar ilmu sosial profetik, yakni humanisasi, liberasi, dan transendensi.

Pertama, sifat-sifat Nabi yakni *Siddiq, Amanah, Tabligh, dan Fathanah*, menjadi hal yang melekat pada diri seorang Jurnalis Profetik sesuai dengan tugasnya sebagai pewaris risalah kenabian. Oleh karena itu, dalam nilai yang pertama ini, peneliti menyebutnya sebagai Etika Jurnalistik Profetik (EJP). Untuk mewujudkan tujuan jurnalistik yang berkualitas, berpihak pada warga masyarakat, melawan ketidakadilan, dan bertanggung jawab, nilai tersebut relevan dengan konsep-konsep jurnalisme secara umum, termasuk pada KEJ yang secara umum telah menjadi landasan profesi jurnalis di Indonesia.

Kedua, tiga pilar profetik pemikiran Kuntowijoyo yang diambil dari QS. Ali-Imron ayat 110 menjadi nilai tujuan dari Jurnalisme Profetik. Nilai-nilai yang terkandung di dalamnya sangat relevan dengan tujuan-tujuan dari jurnalisme secara universal, baik apa yang telah disebutkan oleh Bill Kovach & Rosenstiel

dan pemikiran jurnalisisme lainnya. Pada nilai kedua ini, peneliti memberikan definisinya sebagai Arah Jurnalisme Profetik (AJP).

2.3.1 Nilai Etika Jurnalisme Profetik

Jurnalisme Islami, atau dalam hal ini Jurnalisme Profetik, merupakan jurnalisisme yang meneladani empat kode etik Nabi “pembawa berita” sebagai cara yang harus ditempuh oleh jurnalis atau Etika Jurnalisme Profetik (EJP). Hal ini sejalan dengan fungsi dari media, yakni *shiddiq* (menyampaikan, *to inform*), *amanah* (mendidik, *to educate*), *tabligh* (menghibur, *to entertain*) *fathanah* (melakukan kontrol sosial, *social control*). Keempat sifat Nabi itu bisa juga diartikan: *shiddiq* (berdasar kebenaran), *tabligh* (disampaikan dengan cara mendidik), *amanah* (dapat dipercaya), dan *fathanah* (dengan penuh kearifan).

2.3.1.1 Shiddiq

Jurnalisme Profetik bekerja dengan akhlak kebenaran, mendasarkan diri pada asas kebenaran, dan mengungkap serta memberitakan kebenaran. Nabi dan Rasul memiliki sifat *shiddiq* atau benar, baik dalam tutur kata maupun perbuatan sesuai dengan ajaran Allah, “Kami jadikan mereka buah tutur baik lagi mulia,” (QS. Maryam: 50). Dalam hadist riwayat Bukhari, disebutkan Abdullah bin Mas’ud memberitakan Nabi Muhammad bersabda “Sesungguhnya *shiddiq* itu membawa pada kebaikan, dan kebaikan akan menunjukkan pada surga. Seseorang berperilaku *shiddiq*, hingga ia dikatakan sebagai seorang *shiddiq*. Sementara dusta akan membawa kepada keburukan, dan keburukan akan mengantarkan mereka pada neraka. Seseorang berperilaku dusta, hingga ia dikatakan sebagai pendusta”.

Sudah seharusnya Jurnalis Profetik meliput dan menulis kebenaran dan tidak menyebarkan sesuatu yang tidak sesuai fakta (Hadi, 2014). Ketika seorang jurnalis dihadapkan pada situasi yang memaksanya untuk menyembunyikan fakta, maka hal semacam itu tidak akan dilakukan karena setiap tindakan adalah dilihat oleh Allah dan akan mendapat imbalan yang serupa. Hal tersebut sesuai dengan

pasal 3 dalam KEJ yang berbunyi “Wartawan Indonesia selalu menguji informasi, memberitakan secara berimbang, tidak mencampurkan fakta dan opini yang menghakimi, serta menerapkan asas praduga tak bersalah,” dan pasal 4, “Wartawan Indonesia tidak membuat berita bohong, fitnah, sadis, dan cabul.”

Selain KEJ, konsep ini juga sesuai dengan elemen-elemen yang disebutkan oleh Bill Kovach & Rosenstiel, tentang kewajiban pertama jurnalisme adalah pada kebenaran dan para wartawan harus memiliki kebebasan dari sumber yang mereka liput.

2.3.1.2 Amanah

Jurnalisme Profetik merupakan jurnalisme yang bekerja dengan penuh tanggung jawab *amanah*, sehingga menjadi kepercayaan yang dihormati publik. Seorang Jurnalis Profetik melaksanakan tugas dengan benar, bersungguh-sungguh dan penuh tanggung jawab terhadap profesinya. Dia tidak akan bertindak khianat dan curang karena itu adalah bentuk tanggung jawabnya kepada Allah. Amanah juga berarti taat verifikasi dan tidak akan menyebarkan informasi yang sumbernya masih rancu (Permadi, 2018).

Konsep *amanah* jika dikaitkan dengan KEJ maka akan berkesinambungan dengan pasal 6, wartawan Indonesia tidak menyalahgunakan profesi dan tidak menerima suap, pasal 10, wartawan Indonesia segera mencabut, meralat, dan memperbaiki berita yang keliru dan tidak akurat disertai dengan permintaan maaf kepada pembaca, pendengar, atau pemirsa. Jika dihubungkan dengan elemen jurnalistik, konsep *amanah* berkaitan dengan elemen-elemen seperti loyalitas pertama jurnalisme adalah kepada warga masyarakat dan inti jurnalisme adalah disiplin untuk melakukan verifikasi.

2.3.1.3 Tabligh

Kode etik ini erat dengan fungsi Nabi dan Rasul untuk menyampaikan risalah dan amanah Allah kepada manusia. Sesuai dengan firman Allah dalam QS.

Al-Maidah ayat 67 yang artinya “Wahai Rasulullah, sampaikanlah apa yang telah diturunkan kepadamu dari Tuhanmu.” Artinya Jurnalisme Profetik menyampaikan informasi dengan tidak mengurangi atau menambahkan informasi yang tidak benar sesuai dengan tugas Nabi yang telah dijelaskan di dalam Al-Qur’an (Hadi, 2014). Jurnalis Profetik akan senantiasa merekonstruksi fakta yang diperolehnya di lapangan dengan benar, termasuk dalam menulis tidak menimbulkan tafsir-tafsir ganda yang berpotensi menyesatkan.

Konsep *tabligh* sebagai sifat kenabian yang memberi contoh untuk selalu menyampaikan informasi akurat tersebut sesuai dengan Pasal 1 KEJ, wartawan Indonesia bersikap independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang, dan tidak beriktikad buruk dan pasal 11 yang berbunyi wartawan Indonesia melayani hak jawab dan hak koreksi secara proporsional. Nilai *tabligh* juga sangat berhubungan dengan elemen jurnalistik yang memiliki prinsip sebagai pemantau kekuasaan dan penyumbang lidah masyarakat. Lebih lagi kedua konsep memiliki kesamaan yang berhubungan di mana jurnalisme harus menyediakan forum untuk kritik dan komentar publik, serta wartawan itu memiliki kewajiban utama terhadap suara hatinya.

2.3.1.4 Fathanah

Fathanah atau cerdas menjadi kode etik penting yang harus dimiliki Jurnalisme Profetik. Jurnalis harus cerdas mengenali situasi dan kondisi sekitarnya, sehingga mampu mengambil pendekatan yang bijak dan penuh hikmah. Seorang Jurnalis Profetik akan selalu melibatkan dirinya secara langsung dengan narasumber, mengajukan pertanyaan wawancara, serta melaporkan hasil liputannya kepada khalayak. Jurnalis juga dituntut untuk memiliki kecerdasan sehingga mampu menganalisis situasi dengan cermat agar informasi yang disebarkan menjadi akurat. Orientasinya bukan hanya pada penyebaran berita, tetapi bagaimana berita tersebut memiliki dampak yang berpihak pada warga masyarakat luas (Permadi, 2018).

Dalam KEJ pasal 2, wartawan Indonesia menempuh cara-cara yang profesional dalam melaksanakan tugas jurnalistik. Ini sesuai dengan nilai dari konsep *fathanah* yang menuntut wartawan untuk mampu menjadi orang yang cerdas dalam menyelia informasi. Konsep ini juga sesuai dengan beberapa pasal lain. Kesesuaian itu ada pada pasal 5, wartawan Indonesia tidak menyebutkan dan menyiarkan identitas korban kejahatan susila dan tidak menyebutkan identitas anak yang menjadi pelaku kejahatan. Pasal 7, wartawan Indonesia memiliki hak tolak untuk melindungi narasumber yang tidak bersedia diketahui identitas maupun keberadaannya, menghargai ketentuan embargo, informasi latar belakang, dan *off the record* sesuai dengan kesepakatan. Pasal 8, wartawan Indonesia tidak menulis atau menyiarkan berita berdasarkan prasangka atau diskriminasi terhadap seseorang atas dasar perbedaan suku, ras, warna kulit, agama, jenis kelamin, dan bahasa serta tidak merendahkan martabat orang lemah, miskin, sakit, cacat jiwa atau cacat jasmani. Pasal 9, wartawan Indonesia menghormati hak narasumber tentang kehidupan pribadinya, kecuali untuk kepentingan publik.

Fathanah juga sesuai dengan pemikiran Bill Kovach & Rosenstiel di mana jurnalisme harus membuat hal penting menjadi menarik dan relevan. Wartawan juga harus menjaga agar berita komprehensif dan proporsional.

2.3.2 Nilai Arah Jurnalisme Profetik

Dalam konteks praktiknya secara umum, dimensi profetik dapat dilihat dari tiga aspek yakni aspek pelakunya, aspek niat, dan aspek sarana atau cara untuk mencapainya. Aspek-aspek tersebut menjadi aspek yang kemudian menentukan kualitas produk jurnalistik yang dihasilkan. (Permadi, 2018). Arah Jurnalisme Profetik (AJP) menjadi tujuan dari ketiga aspek tersebut setelah menempuh cara-cara dalam Etika Jurnalisme Profetik (EJP).

2.3.2.1 Humanisasi

Dalam konteks jurnalistik, humanisasi (*ta'muruna bil ma'ruf*) dapat dilihat dari tiga hal. Pertama, selalu menjadi petunjuk dan pelajaran (*education*). Jurnalisme Profetik senantiasa memastikan jika apa saja peristiwa yang diberitakan mampu memberikan manfaat dan pelajaran untuk semua elemen masyarakat, termasuk untuk dirinya sendiri. Kedua, mendukung terciptanya kesejahteraan (*prosperity*). Informasi yang diberitakan melalui praktik *Prophetic Journalism* harus mampu membangun optimisme di kalangan masyarakat. Ketiga, menjaga martabat kemanusiaan (*human dignity*). Ditunjukkan dengan selalu menjunjung tinggi asas praduga tak bersalah dan tidak menghukum (*trial by the press*), serta selalu memiliki sikap santun dalam baik dalam sikap maupun dalam karya jurnalistik (Permadi, 2024).

Konsep humanisasi erat kaitannya dengan elemen-elemen jurnalistik yang menjadi buah pikiran Bill Kovach & Rosenstiel. Tujuh dari sembilan elemen yang dikemukakan olehnya merupakan poin-poin yang berbicara tentang tugas jurnalisme di tengah masyarakat. Di antaranya adalah kewajiban jurnalisme untuk kebenaran, loyal kepada masyarakat, disiplin verifikasi, bebas dari sumber yang diliput, menyediakan forum untuk kritik dan komentar publik, membuat berita penting menjadi menarik, serta menjaga agar berita itu proporsional dan komprehensif. Pemikiran tersebut sangat erat dengan konsep humanisasi yang menekankan bagaimana peran jurnalistik di tengah masyarakat.

2.3.2.2 Liberasi

Dalam Jurnalisme Profetik, liberasi (*tanhauna 'anil munkar*) memiliki arti mendorong keadilan dan membebaskan masyarakat dari sistem yang menindas. Jurnalisme harus mampu membela dan membawa kepentingan umum. Konsep ini dapat ditandai senantiasa mengungkapkan kebenaran (*truth*), memberitakan secara berimbang (*balance*), adil (*fairness*), sesuai fakta atau objektif (*objective*), dan turut menciptakan perdamaian (*peace*) (Permadi, 2024).

Pada konsep ini, membebaskan artinya adalah membebaskan atau melawan sistem yang merugikan masyarakat. Hal tersebut sesuai dengan elemen jurnalistik yang salah satu fungsinya adalah sebagai pemantau kekuasaan dan penyumbang lidah masyarakat. Hal ini memiliki pengertian bahwa wartawan harus mengemban tugas sebagai pemantau yang bebas terhadap kekuasaan.

2.3.2.3 Transendensi

Transendensi (*tu' minuuna billah*) merupakan bentuk penghambaan kepada Tuhan. Artinya, praktik Jurnalisme Profetik merupakan ibadah sosial atau perintah dari Tuhan. Dalam kata lain untuk mencapai *hablum minallah* maka manusia wajib hukumnya untuk senantiasa ber-*hablum minannas*. Dalam konteks jurnalistik, konsep transendensi dicirikan melalui akuntabilitas dan spiritualitas. Setiap praktik atau kegiatan jurnalisme yang dilakukan akan dipertanggungjawabkan di hadapan Allah, sehingga wartawan profetik harus menimbang antara manfaat dan *mudharat* yang akan ditimbulkan dari sebuah berita yang dibuat. Wartawan Profetik sudah seharusnya sadar bahwa kegiatan mencari, melakukan peliputan, mengolah, dan menyebarkan informasi merupakan kendaraan atau sarana mendekatkan diri kepada Tuhan (Permadi, 2024).

Nilai transendensi ini, berkaitan dengan elemen jurnalistik yang menegaskan jika wartawan harus bertindak atas hati Nurani. Dalam Jurnalisme Profetik, ini memiliki arti bahwa wartawan memiliki kewajiban utama terhadap suara hati, karena segala bentuk tindakannya akan memiliki pertanggung jawaban di hadapan Tuhan Yang Maha Esa.

2.4 Newsroom Studies

Newsroom studies atau studi ruang redaksi merupakan sebuah proses atau pendekatan yang dilakukan untuk melihat proses kerja atau rutinitas suatu media di dalam ruang redaksi. Ini membahas mengenai bagaimana suatu berita diproduksi. Willig menjelaskan bahwa kajian *newsroom* dengan metode etnografi

memungkinkan peneliti untuk langsung masuk ke dalam inti organisasi dan menunjukkan kepada peneliti bagaimana jurnalis menjalani rutinitas sehari-hari (Willig, 2013). Melalui apa yang dilakukan di dalam ruang redaksi, jurnalis kemudian menjalankan apa yang menjadi bagian tugasnya. Ruang redaksi juga mengatur bagaimana kerja-kerja dilakukan sehingga berita dapat disebarluaskan kepada khalayak (Nurrahmani, 2017). Melalui *newsroom studies*, kegiatan-kegiatan atau rutinitas redaksi akan dapat diketahui, termasuk bagaimana alur sebuah berita diproduksi oleh sebuah media. Ada banyak latar belakang yang mempengaruhi pembentukan konten seperti peraturan redaksi, investor, ideologi, klien, wartawan atau jurnalis sebagai penulis dan pendistribusi informasi kepada publik.

Seperti halnya pabrik yang perlu melalui banyak tahap dalam memproduksi barang, produk berita juga perlu melewati banyak tahap sehingga bisa dikatakan sebagai berita. Proses tersebut dilakukan salah satunya dilakukan dalam ruang redaksi. Beberapa kegiatan redaksi pada umumnya adalah bagaimana proses pengambilan keputusan dan bagaimana jurnalis melakukan tugas-tugasnya. Menurut (Azwar, 2018) dalam buku karyanya 4 Pilar Jurnalistik, pengajaran jurnalistik di Indonesia dan di beberapa belahan dunia pada dasarnya dikelompokkan menjadi empat pilar besar, yakni laku wartawan, manajemen ruang redaksi, reportase/liputan, dan penulisan. Terkait dengan manajemen ruang redaksi, Luther Gulick dikutip dari penelitian terdahulu oleh (Wijaya, 2021), menyebutkan fungsi manajemen redaksi yakni *Planning* (merencanakan), *Organizing* (mengorganisir), *Staffing* (menempatkan), *Directing* (mengarahkan), *Coordinating* (mengkoordinasikan), *Reporting* (melaporkan), dan *Budgeting* (menganggarkan).

Setelah peran ruang redaksi berjalan, maka proses tersebut dapat menghasilkan karya jurnalistik. Karya jurnalistik merupakan hasil kerja dari wartawan atau jurnalis. Menurut Brian. S Brooks, George Kennedy, Darly R. Moen, dan Don Ranly, dikutip dari (Wijaya, 2021), karya tulis dapat dikatakan sebagai karya yang memiliki nilai jurnalistik apabila memiliki keluarbiasaan

(*unusualness*), kebaruan (*newness*) akibat (*impact*), actual (*timeless*), kedekatan (*proximity*), informasi (*information*), konflik (*conflict*), orang penting (*prominence*), serta kejutan (*surprising*).

2.5 Redaksi Suara Muhammadiyah

Suara Muhammadiyah sebagai salah satu media bercorak Islam memiliki pedoman nilai-nilai ajaran Islam; Al-Quran dan As-Sunnah, dalam melakukan praktik jurnalistiknya. Media ini menjadi salah satu lahan ber-*amar ma'ruf nahi munkar*, serta dakwah *bil qalam* milik Muhammadiyah di samping dakwah *bil hal*. Praktik jurnalistik di dalamnya tentu tidak terlepas dari praktik jurnalisme pada Suara Muhammadiyah yang berlandaskan pada nilai-nilai Islam yang dimaknai oleh Muhammadiyah.

Praktik jurnalistik dalam Suara Muhammadiyah sebagai media bercorak Islam tentu membawa konsep-konsep nilai sumber ajaran agama. Majalah yang sudah terbit sejak 1915 itu hingga sekarang masih eksis menerbitkan majalah cetak di tengah menjamurnya media *online* sebagai bentuk transformasi media cetak. Berbeda dengan media cetak serupa di tahun itu yang kini hanya bisa dilihat di museum, seperti Sinpo, Medan Priyayi, dan lain sebagainya. Kini Suara Muhammadiyah juga bertransformasi dengan menerbitkan media *online* yang sesuai dengan zaman. Suara Muhammadiyah tentu memiliki alasan mengapa bisa bertahan sejauh ini.

Dalam *website* suaramuhammadiyah.id, tertulis jika Majalah Suara Muhammadiyah merupakan majalah sebagai corong informasi resmi milik Pimpinan Pusat Muhammadiyah. Media ini diinisiasi oleh Kiai Haji Ahmad Dahlan dan Haji Fachroddin. Majalah Suara Muhammadiyah (*Soeara Moehammadijah*) menerbitkan tulisan pertama kali pada bulan Dzulhijjah tahun 1333 H (1915 M). Sekarang Majalah Suara Muhammadiyah telah berusia seabad konsisten terbit dua kali setiap minggu. Moto yang dipegang oleh Majalah Suara Muhammadiyah adalah “Siyar Islam Berkemajuan” sebelumnya “Meneguhkan

dan Mencerahkan”. Suara Muhammadiyah Muhammadiyah hadir dengan versi digital dan cetak, dan dikelola oleh kader-kader muda Muhammadiyah yang tergabung dalam PT Syarikat Cahaya Media (amal usaha milik Pimpinan Pusat Muhammadiyah). Mengenai sejarah kelahiran berdirinya Suara Muhammadiyah salah satunya dimuat dalam satu karya buku Haji Fachroedin Lokomotif Literasi dan Pers Islam oleh Roni Tabroni. Dalam buku tersebut dijelaskan bagaimana peran Haji Fachroedin dalam memperjuangkan kehormatan diri, rakyat dan bangsa hingga akhirnya menjadi benih berdirinya media Suara Muhammadiyah. (Tabroni, 2024).

2.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan peneliti sebagai inspirasi sekaligus pembanding untuk penelitian ini. Pertama, penelitian terdahulu yang digunakan adalah penelitian dengan judul “Implementasi Nilai Jurnalisme Profetik dalam Produksi Berita di Lembaga Pers Mahasiswa Ara Aita” (Wijaya, 2021). Penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian ini menggunakan objek yang sama dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, yakni implementasi nilai Jurnalisme Profetik pada praktik jurnalisme suatu redaksi. Penelitian tersebut dilakukan pada Lembaga dalam lingkup perguruan tinggi, yakni lembaga pers mahasiswa Ara-Aita. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa pemikiran Jurnalisme Profetik diimplementasikan oleh Redaksi Ara-Aita dalam memproduksi berita, akan tetapi belum dilakukan secara komprehensif.

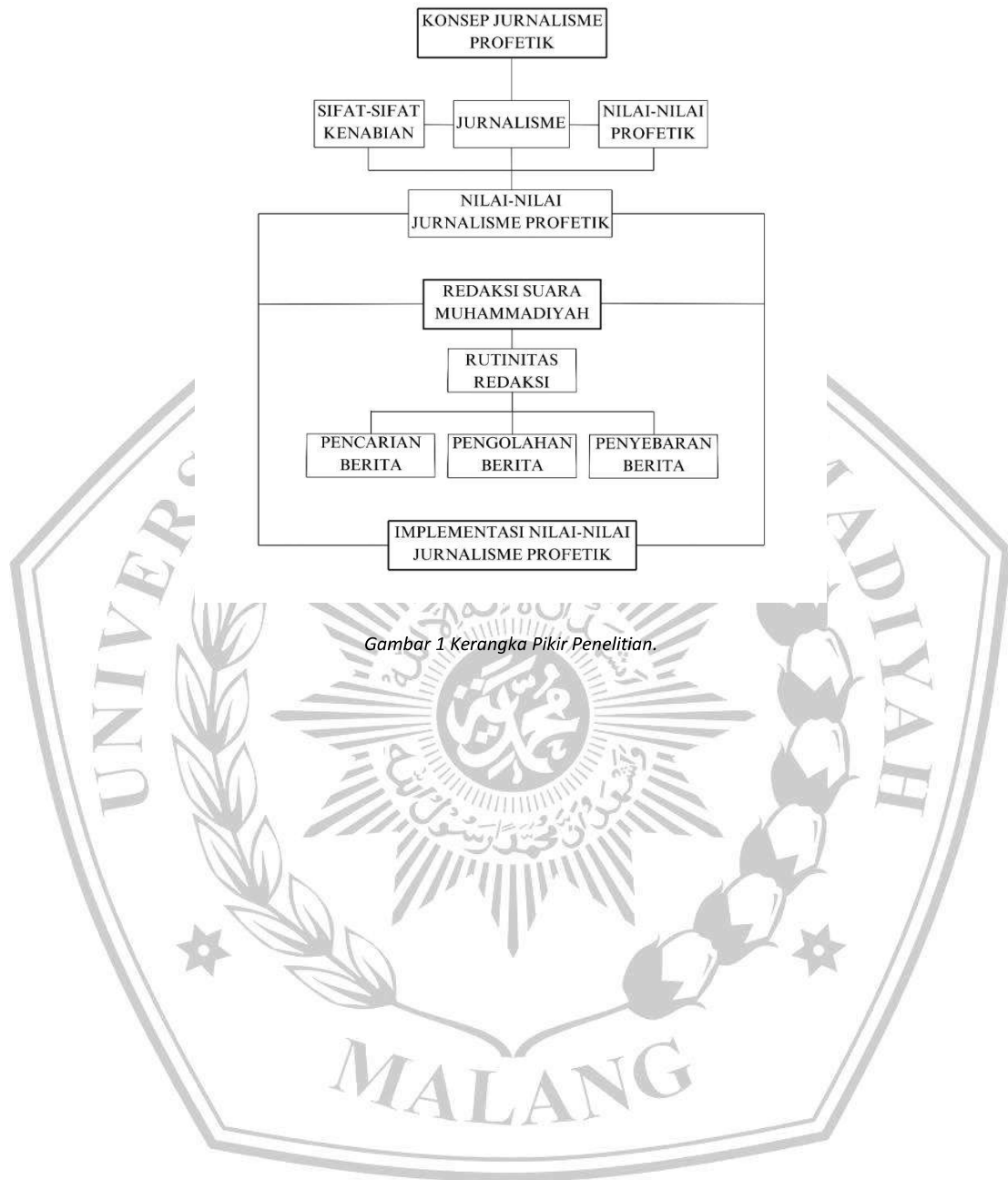
Selanjutnya, penelitian terdahulu yang berjudul “Pemahaman Jurnalisme Profetik Dalam Redaksi www.suaramuhammadiyah.id” (Pamungkas, 2021). Penelitian kedua ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Penelitian tersebut memakai subjek yang sama yakni Redaksi Suara Muhammadiyah versi *online*. Akan tetapi objek penelitian ini hanya dilakukan terhadap satu berita yang dibuat oleh Redaksi Suara Muhammadiyah. Penelitian ini mengkaji pemahaman redaksi www.suaramuhammadiyah.id terhadap

pemberitaan penolakan Perpres miras yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana Jurnalisme Profetik dipahami dan diterapkan oleh pihak redaksi www.suaramuhammadiyah.id, untuk melaksanakan dakwah *bil qalam* melalui berita.

Selanjutnya penelitian terdahulu ketiga yang berjudul “Pesan Jurnalisme Profetik di Harian Republika” (Subarkah & Muksin, 2022). Penelitian ini menggunakan studi fenomenologi dengan pendekatan deskriptif-kualitatif. Tujuannya untuk menganalisis dan mendeskripsikan gagasan serta praktik komunikasi pesan Jurnalisme Profetik di media Republika. Sama dengan penelitian terdahulu kedua, penelitian ini menggunakan objek yang sama namun dengan subjek yang berbeda. Dari penelitian tersebut, ditemukan bahwa sejak berdiri pada tahun 1993, Republika konsisten mengimplementasikan gagasan Jurnalisme Profetik pada setiap beritanya.

2.7 Kerangka Pikir

Sebagaimana tinjauan pustaka yang telah dipaparkan di atas, berikut adalah kerangka pikir mengenai penelitian ini. Kerangka pikir ini juga menjadi acuan tentang apa saja yang menjadi fokus penelitian. Mula-mula penelitian akan menganalisis bagaimana nilai Jurnalisme Profetik, berdasarkan elaborasi dari pilar profetik (humanisasi, liberalisasi, dan transendensi), yang tercermin dari sifat Nabi; *Shiddiq, Amanah, Tabligh, Fathanah*, dilakukan oleh Redaksi Suara Muhammadiyah. Mulai dari bagaimana proses pencarian, pengolahan, hingga penyebaran berita (rutinitas redaksi/newsroom). Konsep ini kemudian digunakan untuk meninjau bagaimana penerapannya di Redaksi Suara Muhammadiyah.



Gambar 1 Kerangka Pikir Penelitian.