

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Perkembangan komunikasi saat ini, menjadikan media semakin dibutuhkan oleh masyarakat. Radio siaran merupakan salah satu bentuk dari media massa yang memiliki keunikan tersendiri, yang hingga saat ini belum sepenuhnya dimiliki oleh media massa lain. Salah satu keunikannya adalah bentuk komunikasi antar pribadi. Melalui bentuk komunikasi tersebut dapat memungkinkan munculnya kedekatan dengan pendengarnya dari sisi emosional, yang menjadikan radio siaran tetap eksis dan lekat di hati penggemarnya sepanjang zaman.¹

Seperti majalah, radio juga merupakan media yang memiliki jangkauan selektif terhadap segmen pasar tertentu. Dalam masyarakat agraris dengan jangkauan wilayah yang sangat luas, radio telah menjawab kebutuhan untuk meyakinkan komunikasi yang dapat memacu perubahan masyarakat sebagai media. Radio memiliki beberapa kekuatan, antara lain:

1. Menjangkau jumlah khalayak sasaran yang besar pada waktu yang bersamaan.
2. Menjangkau individu atau kelompok masyarakat yang hidup terpencil dan terpencar seperti kehidupan masyarakat agraris pada umumnya.
3. Cepat menyampaikan pesan sehingga dapat memberikan informasi mutakhir yang berguna.

¹ Wanda Yulia, *Andai Aku Jadi Penyiar* (Yogyakarta: ANDI, 2010), 16.

4. Mengatasi berbagai kendala geografis.
5. Mudah dimengerti dan tidak memerlukan kemampuan membaca yang memang belum banyak dimiliki rakyat kebanyakan.

Dalam perkembangannya, radio sangat akrab dengan masyarakat tradisional dan kaum muda. Seorang tokoh di bidang ini, David Lerner menyebutnya sebagai “*The Passing of the Traditional Society*”. Tak heran bila media ini berkembang dengan cepat sebagai subsistem dalam sistem komunikasi nasional di semua negara yang sedang membangun.²

Dalam pemahaman modern, pendengar radio bukan lagi objek yang menggunakan telinga untuk menyimak sebuah acara. Mereka juga menggunakan nalar pikir dan sekaligus empati, sehingga membentuk sikap kritis. Jika program yang ditayangkan radio tidak sesuai, maka sikap mereka tidak sekedar memindah *channel* atau gelombang ke stasiun lain, tetapi akan bersikap antipati terhadap stasiun yang dinilai mengecewakan. Sebagai contoh, dominasi menu hiburan yang muncul di radio menimbulkan kebosanan jika tidak mampu menyuguhkan variasi program. Dan salah satu pertimbangan untuk memvariasikan program radio adalah sikap pemberdayaan pendengar dengan memberikan mereka suguhan informasi yang bersifat aktual dan yang dapat mencerdaskan intelektual pendengarnya.³

Sebagai media penyiaran, radio serumpun dengan televisi. Dalam Sistem Penyiaran Indonesia sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Penyiaran 2002, disebutkan bahwa penyiaran radio adalah media komunikasi massa dengar, yang

² Wanda Yulia, *Andai Aku Jadi Penyiar* (Yogyakarta:ANDI, 2010), 62-63.

³ Masduki, *Jurnalistik Radio* (Yogyakarta, LkiS, 2001), 3.

menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara secara terbuka, berupa program yang teratur dan berkesinambungan. Radio merupakan media publik yang bersifat auditif karena hanya bisa didengar. Radio juga biasa disebut dengan media elektronik karena hanya dapat berfungsi dengan bantuan tenaga listrik. Hal itulah yang membedakan radio dengan media cetak yang bersifat visual.⁴

Sejarah radio di Indonesia menunjukkan bahwa media ini punya peran besar dalam berdirinya Indonesia. Gaung proklamasi Indonesia ditangkap seantero Nusantara melalui gelombang radio yang berpusat di Bandung, tepatnya di Palasari Dayeuhkolot Bandung. Naskah proklamasi dibacakan pada pukul 19.00 tanggal 17 Agustus 1945 oleh Sakti Alamsjah, didampingi oleh Sam Amir, R.A. Darya, dan Ny. Odas Sumandilaga. Peran heroik radio tidak berhenti sampai di sini. RRI yang didirikan pada 11 September 1945 oleh Adang Kadarisman dan Abdulrahman Saleh (Pak Karbol) menyiarkan propaganda berupa pidato-pidato pembakar semangat ketika *psy war* dengan pihak musuh berlangsung. Fungsi jurnalisme radio dipraktikkan oleh *Radio Republik Indonesia (RRI)* sebagai bagian dari tanggung jawab sosial. RRI mengemban fungsi yang sangat strategis, RRI menjadi bagian dari pendidikan massa dan pemersatu bangsa, disamping tentunya menghibur.⁵

Ketika radio-radio swasta bermunculan, beberapa radio mengambil peran untuk berkiprah dalam dunia jurnalistik. Di Bandung, tercatat *Radio Mara* yang berupaya menjalankan fungsi ini secara konsisten. Di Jakarta ada *Radio Trijaya FM* dan *Elshinta*. Di Surabaya, ada *Suara Surabaya* yang sukses mengembangkan

⁴ Anwar Arifin, *Sistem Komunikasi Indonesia* (Bandung, Remaja Rosdakarya, 2014), 187.

⁵ Santi Indra Astuti, *Jurnalisme Radio Teori dan Praktik*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2008), 57.

jurnalisme radio di Jawa Timur, bahkan menjadi model bagi aplikasi jurnalisme di wilayah lainnya. Tetapi memang harus diakui bahwa radio yang menerjuni bidang ini jauh lebih sedikit daripada radio hiburan.⁶

Perkembangan teknologi radio akhirnya meningkatkan fungsi radio sebagai media jurnalisme. Keberadaan radio, kemudian, terkait dengan berbagai kepentingan masyarakat, seperti: kebutuhan-kebutuhan kehidupan modern akan pengaruh opini publik, dengan fungsi jurnalisme radio dalam sistem komunikasi massa, dengan kreasi-kreasi dari dunia publikasi, dengan sajian *feature* yang bersifat auditif, dengan berbagai aturan perhubungan sosial lainnya. Jurnalisme membawa beberapa peran penting jurnalistik. Jurnalisme radio membawahi fungsi-fungsi: informasi, analitis dan dokumen artistik.⁷

Di Kediri terdapat stasiun radio yang juga berkiprah dalam dunia jurnalistik, yakni Radio ANDIKA. Radio ANDIKA didirikan pada tahun 1989, beberapa tokoh radio siaran Jawa Timur khususnya yang ada di wilayah Kediri Raya bersepakat untuk mendirikan sebuah stasiun radio siaran. Melalui persiapan yang cukup panjang, lahirlah stasiun radio siaran dengan bendera perusahaan PT Radio Swara ANDIKA Jaya. Sejalan dengan salah satu misinya, Radio ANDIKA melakukan inovasi-inovasi baru di program siar, maka sejak awal 2014 Radio ANDIKA mempertegas format siaran jurnalistik dengan memberi ruang yang lebih luas untuk saling berbagi informasi.⁸

⁶ Ibid., 58.

⁷ Septiawan Santana K., *Jurnalisme Kontemporer*, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2005), 110-111.

⁸ Profil Radio ANDIKA, <http://www.andikafm.com>, diakses tanggal 29 Maret 2018.

Sejak beralih menjadi radio jurnalistik, Radio ANDIKA menerapkan *Citizen Journalism*, sehingga setiap orang bisa menjadi wartawan, berbagi pengetahuan, berbagi informasi dan bisa membantu orang lain. *Citizen Journalism* dapat didefinisikan sebagai praktik jurnalistik yang dilakukan oleh orang biasa, bukan wartawan profesional yang bekerja di sebuah media. Kehadiran blog dan media sosial menjadikan setiap orang bisa menjadi wartawan dalam pengertian juru warta atau menyebarkan informasi sendiri kepada publik. Sebelumnya kita mengenal istilah “*public journalism*” atau “*civic journalism*” yang semakna dengan *citizen journalism*, yakni laporan *by the people* (oleh publik) sehingga jurnalistik atau pemberitaan tidak lagi dimonopoli para wartawan.⁹

Dalam satu hari, informasi yang masuk di *news room* Radio ANDIKA sangatlah banyak. Informasi tersebut meliputi; berita kehilangan dan penemuan, informasi lalu lintas, cuaca, kecelakaan, kebakaran, pencurian, penjambretan, kegiatan masyarakat, kondisi jalan, keluhan masyarakat, dll. Informasi ini masuk melalui telepon, pesan, *whatsapp*, kiriman pengunjung Ag243, *inbox* Ag243 dan masyarakat yang datang langsung ke Radio ANDIKA. Informasi yang masuk di *News Room* Radio ANDIKA diterima oleh seorang *Gatekeeper*.

Berdasarkan banyaknya informasi yang masuk di *News Room* Radio ANDIKA, mengharuskan seorang penyiar dikawal oleh 2-5 *Gatekeeper* pada saat siaran. Tujuannya agar *Gatekeeper* bisa membantu penyiar untuk menggali kebenaran sebuah informasi yang disampaikan oleh pendengar. Supaya informasi tersebut dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya kepada masyarakat.

⁹ Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online*, (Bandung: Nuansa Cendekia, 2012), 21-22.

Dalam menerima informasi dari pendengar, Radio ANDIKA menempatkan *gatekeeper* di posisi terdepan. Akan ada proses penyeleksian dan pertimbangan dalam memilih informasi yang masuk sebagai berita yang akan di udarkan atau di *on air*-kan serta di *posting* di Facebook Radio ANDIKA, yakni ag243. Dibutuhkan proses penyeleksian sebelum informasi yang masuk ditulis menjadi berita. Proses penyeleksian layak atau tidak untuk diterbitkan inilah yang disebut dengan kegiatan *gatekeeping*.

Gatekeeper adalah penjaga gerbang, dimana dia seperti penjaga, hanya informasi yang baik dan penting yang boleh melewati gerbang informasi menuju *audience*. Ia bertanggung jawab terhadap seluruh informasi yang disampaikan oleh media, seluruh informasi harus melalui *gatekeeper* sebelum diubah menjadi pesan.¹⁰

Gatekeeper berperan sangat penting karena mereka memiliki kewenangan untuk memperluas atau membatasi informasi yang akan disebarkan. *Gatekeeper* bisa menjadi wartawan, editor, sutradara dan sebagainya.

Dalam Al-Quran surah Al-Hujurat ayat 6 menyebutkan :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا

عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ (٦)

Artinya : Wahai orang-orang yang beriman! Jika seseorang yang fasik datang kepadamu membawa suatu berita, maka telitilah kebenarannya agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena kebodohan (kecerobohan) yang akhirnya kamu menyesali perbuatanmu itu.

¹⁰ Khomsahrial Romli, *Komunikasi Massa*, (Jakarta: Grasindo, 2017), 12.

Surat Al-Hujurat merupakan salah satu dari beberapa surat yang fokus pembahasan mengenai aspek akhlak dan pergaulan hidup manusia. Allah mewahyukan surat tersebut untuk memberikan pengajaran dan sekaligus meletakkan aturan tingkah laku serta moral ideal bagi orang-orang muslim maupun kemanusiaan global. Nilai-nilai dan pesan moral yang ada dalam surat Al-Hujurat antara lain, dalam bentuk perintah seperti sikap *tabayyun* (klarifikasi), *islah* (perdamaian), dan *musawah ukhwa* (persaudaraan), *ta'aruf* (saling mengenal), *musawah* (persamaan derajat). Sementara dalam bentuk larangan, seperti tidak mendahului Allah dan Rasul-Nya, tidak meninggikan suara, tidak mengolok-olok, tidak berprasangka buruk, tidak mencari-cari keburukan, dan tidak menggunjing. Yang semua nilai-nilai itu merupakan pondasi penting bagi pembentukan gerakan muslim untuk perubahan masyarakat sosial.¹¹

Tugas menyampaikan informasi yang benar merupakan dasar dari dunia jurnalisisme. Menyampaikan kebenaran adalah prinsip dasar, bahkan bisa menimbulkan suatu kerugian pihak tertentu. Di sini kecerdasan seorang jurnalis diuji. Dalam jurnalisisme, *reporter* harus menyajikan informasi otentik berdasarkan fakta pada publik. Keakuratan informasi juga membutuhkan identitas sumber, tapi hal tersebut dapat mengakibatkan kerugian pada individu yang terlibat dalam suatu kasus.¹²

Diakui atau tidak, kehadiran *hoax* telah mengubah banyak hal. Masyarakat begitu mudah menelan mentah-mentah informasi yang diperoleh dari media, dan itu tanpa diimbangi dengan budaya literasi, *crosscheck*, atau klarifikasi berita

¹¹ Departemen Agama, Alquran dan Terjemahannya, 844.

¹² Helena Olli, *Reportase Radio*, (Jakarta: PT Indeks, 2006), 141-142.

(*tabayun*). Tak jarang sebab *hoax*, beberapa peristiwa menjadi semakin memanas lantaran masyarakat saling melempar opini yang bernada provokatif, ujaran kebencian (*hate speech*), mendiskreditkan, dan lain-lain. Parahnya masyarakat menjadi terpolarisasi akibat berbagai peristiwa yang dibumbui banyak *hoax*.¹³

Pengamatan menunjukkan bahwa perkembangan teknologi informasi terus berlanjut. Oleh karena itu, salah satu ujian bagi kemahiran manajemen di masa depan ialah kemampuannya memanfaatkan perkembangan teknologi tersebut, begitu pun dengan Radio ANDIKA. Perkembangan teknologi informasi yang pesat, membuat Radio ANDIKA turut hadir dalam versi radio informasi dengan menjalani fungsi manajemen redaksi secara independen.

Manajemen media terbagi menjadi dua, yaitu bagian redaksi dan perusahaan. Bagian redaksi membawahi semua kegiatan yang berhubungan dengan produk, yakni berita. Mulai dari perencanaan peliputan, pencarian, pengolahan data, penancangan tampilan (*layout*), pemilihan narasumber, pemilihan foto dll.

Menurut Stefanus Akim, manajemen keredaksian adalah perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan terhadap pengadaan pengembangan, kompensasi, integrasi dan pemeliharaan orang-orang dengan tujuan membantu mencapai tujuan organisasi (pers), individual dan masyarakat.¹⁴

Di dalam sebuah organisasi media, tentulah ada yang disebut dengan dewan redaksi. Di mana dewan redaksi tersebut diikat dalam suatu manajemen guna

¹³ M. Zidni Nafi', *Menjadi Islam, Menjadi Indonesia*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2018),162.

¹⁴ Stefanus Akim, *Manajemen Keredaksian*, artikel diakses pada 13 Agustus 2018 jam 20.35 WIB dari http://stefanusakim.multiply.com/journal/item/19/manajemen_keredaksian.

menghasilkan *output* yang bagus, baik dalam *content* media maupun daya manusia itu sendiri.

Fungsi utama dari manajemen redaksi ialah agar bagaimana informasi yang disajikan dalam dunia maya itu dapat diterima dengan baik oleh khalayak. Oleh sebab itu, manajemen redaksi yang teratur dan terarah sangatlah penting. Manajemen redaksi sendiri terkait erat dalam hal proses pembuatan berita hingga berita siap terbit. Tentunya hal ini menyangkut berita mana yang layak muat atau pun tidak. Kelayakan berita yang dimuat atau tidak kembali kepada kebijakan dari seorang manajer atau dalam bahasa manajemennya ialah pengambil keputusan (*decision maker*).

Pembuatan keputusan diperlukan pada semua tahap kegiatan administrasi dan manajemen. Dalam hal ini, pembuatan keputusan merupakan fungsi utama dari seorang manajer atau administrator.¹⁵ Begitupun dengan Radio ANDIKA, karena merupakan salah satu organisasi media, pasti ada yang mengatur dan membuat keputusan terhadap informasi mana yang ditampilkan, dan mana yang tidak boleh ditampilkan.

Berdasarkan pemaparan di atas, peneliti ingin mengetahui dan tertarik melakukan penelitian dengan judul “**Manajemen Redaksional di *News Room* Radio ANDIKA dalam Perspektif Jurnalistik Islam**”.

B. Fokus Penelitian

Dari latar belakang masalah yang telah penulis paparkan di atas, maka agar skripsi ini terarah penulis membuat rumusan masalah sebagai berikut : Bagaimana

¹⁵ Azhar Kasim, *Teori Pembuatan Keputusan* (Jakarta : Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 1995)

manajemen redaksional di *news room* Radio ANDIKA dalam perspektif jurnalistik Islam?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari permasalahan yang telah dirumuskan di atas, maka pembahasan ini mempunyai tujuan yang hendak dicapai oleh penulis dengan mengkaji permasalahan ini adalah untuk mengetahui manajemen redaksional di *news room* Radio ANDIKA dalam perspektif jurnalistik Islam.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Lembaga Pendidikan, khususnya IAIN Kediri

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khasanah ilmu pengetahuan dan dapat digunakan untuk memperkaya pustaka Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri, khususnya Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.

2. Bagi Radio ANDIKA

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat terhadap Radio ANDIKA, terutama untuk mengetahui manajemen redaksional di *news room* Radio ANDIKA dalam perspektif jurnalistik Islam.

3. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan keilmuan peneliti, khususnya pada ilmu komunikasi kepenyiaran.

4. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi masyarakat, untuk menambah pengetahuan lebih dalam tentang manajemen redaksional di *news room* Radio ANDIKA dalam perspektif jurnalistik Islam.

E. Telaah Pustaka

Telaah pustaka berfungsi untuk menghindari kesamaan penulisan dan plagiat khususnya dalam penelitian, maka penulis mencantumkan beberapa hasil penelitian yang ada kaitannya rencana penelitian penulis. Penelitian yang sama telah dilakukan peneliti lainnya ada beberapa menurut pengamatan peneliti sendiri.

Ina Salmah Febriani, mahasiswi dari UIN Syarif Hidayatullah Jakarta pada tahun 2010 menulis skripsi “Analisis Deskriptif Manajemen Redaksi Pada *Republika Online*”. Dalam penelitian ini, menjelaskan bagaimana penerapan fungsi manajemen redaksi pada *Republika Online*, hingga informasi dapat diakses tepat waktu demi memenuhi kebutuhan khalayak luas akan informasi yang akurat.

M. Irfan Fazryansyah, Heriyani Agustina, dan Nuruzzaman dari Universitas Swadaya Gunung Jati Cirebon, pada tahun 2013 menulis tentang Manajemen Redaksional Pada Surat Kabar Harian Umum Radar Cirebon (Studi Deskriptif Kualitatif Manajemen Redaksional pada Surat Kabar Harian Umum Radar Cirebon Periode Januari - Mei 2013). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perencanaan, pengorganisasian, penggerakan serta pengawasan dalam manajemen redaksional pada Surat Kabar Harian Umum Radar Cirebon. Metode penelitian ini

adalah deskriptif kualitatif, data dikumpulkan dengan menggunakan wawancara langsung, observasi dan studi kepustakaan.

Aliyah Nur'aini Hanum, seorang dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura Pontianak, pada tahun 2012 menulis jurnal yang berjudul Falsafah Jurnalisme Islami. Jurnal ini berisi tentang jurnalisme dalam Islam, pedoman jurnalis Islami, serta peran jurnalis muslim. Ada lima peran jurnalis Muslim yang bisa dicantumkan di sini; sebagai pendidik (*mujaddib*), sebagai korektor informasi yang salah (*musaddid*), sebagai reformer (*mujaddid*), sebagai pembuat perdamaian (*muwahid*) dan sebagai pejuang (*mujahid*).

Cendikia Dwi Fitria, mahasiswi dari Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Riau pada tahun 2016 menulis jurnal tentang Manajemen Redaksional Tribunpekanbaru.com Dalam Menentukan Berita Yang Layak. Hasil dari penelitiannya, menunjukkan fungsi manajemen pada *editor* portal berita TribunPekanbaru.com dalam menentukan berita yang layak. Manajemen perencanaan yang dilakukan, dalam rapat yang membahas rapat perencanaan konten berita, anggaran rapat, dan evaluasi. Sedangkan untuk organisasi, ditentukan distribusi wartawan untuk berita. Bentuk pengawasan yang dilakukan salah satunya adalah evaluasi kerja pada monitoring berita-berita yang akan di posting adalah salah satu teori *gatekeeper* aplikasi.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Manajemen

Manajemen berasal dari kata kerja “*manage*” yang berarti memimpin, menangani, mengatur, membimbing. Kata manajemen juga berasal dari bahasa Prancis kuno *menagement*, yang memiliki arti seni melaksanakan dan mengatur. George Terry mendefinisikan manajemen sebagai sebuah proses yang khas dan terdiri dari tindakan-tindakan seperti perencanaan, pengorganisasian, pengaktifan dan pengawasan yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lain.¹⁶

Henry Fayol memberikan definisi yang hampir senada. Baginya manajemen ialah proses menginterpretasikan, mengkoordinasikan, sumber daya, sumber dana dan sumber-sumber lainnya untuk mencapai tujuan dan sasaran melalui tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerak, pengawasan, dan penilaian.¹⁷

Mary Parker Follet mendefinisikan manajemen sebagai seni menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain. Sementara itu, Ricky W. Griffin mendefinisikan manajemen sebagai sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran (*goals*).

¹⁶ Yayat M. Herujito, *Dasar-dasar Manajemen*, (Jakarta: PT Grasindo, 2001), 3.

¹⁷ Totok Djuroto, *Manajemen Penerbitan Pers*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004), 15.

Secara operasional dapat didefinisikan bahwa manajemen ialah proses mengkoordinasikan, mengintegrasikan, menyederhanakan, dan mensinkronisasikan (*coordination, integration, simplification, synchronization* /CISS) sumber daya manusia, material, dan metode (*men, materials, methods/3M*).¹⁸

Dari beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa manajemen ialah proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan untuk mencapai suatu tujuan tertentu dengan memanfaatkan sumber daya manusia, sumber daya alam serta sumber-sumber lainnya dengan dipimpin oleh seorang manajer yang bertugas mengarahkan para anggotanya.

B. Redaksi

Redaksi ialah bagian atau sekumpulan orang dalam sebuah organisasi perusahaan media massa (cetak, elektronik, *online*) yang bertugas untuk menolak atau mengizinkan pemuatan sebuah tulisan atau berita melalui berbagai pertimbangan, diantaranya ialah bentuk tulisan berupa berita atau bukan, bahasa, akurasi, dan kebenaran tulisan.¹⁹

Dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), kata redaksi memiliki arti badan pada persuratkabaran yang memiliki dan menyusun tulisan yang akan dimasukkan ke dalam surat kabar.

Redaksi adalah suatu bagian terpenting dalam organisasi media komunikasi massa yang tugas pokoknya mengelola isi atau acara media massa baik cetak

¹⁸ Zulkifli Amsyah, *Manajemen Sistem Informasi*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005), 59.

¹⁹ Kurniawan Junaedhie, *Ensiklopedia Pers Indonesia*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1991), 226-227.

maupun elektronik. Secara umum, redaksi mempunyai tugas dan wewenang untuk pengadaan, pengelolaan, penampilan, dan penyusunan komposisi naskah sesuai dengan misi media tersebut.²⁰

Bidang redaksi mempunyai tugas yaitu mengisi surat kabar atau majalah dengan berita setiap terbit. Tentunya berita yang menarik dan bermanfaat untuk para pembacanya. Sasaran objektif bidang redaksi adalah menyediakan setiap terbit naskah berita, naskah opini, dan *layout* sesuai dengan tujuan yang ditetapkan dewan redaksi.²¹

Dalam tugas jurnalistik atau persuratkabaran, redaksi merupakan ‘dapur’ dan menjadi jantung seluruh aktivitas wartawan sehingga semua redaksi masing-masing halaman diwajibkan harus serba bisa. Di samping redaksi berdasarkan spesialisasi bidang.²²

Dari definisi di atas, secara ringkas dapat disimpulkan bahwa redaksi adalah sekumpulan orang atau tim kerja (*team work*) dalam sebuah organisasi media massa yang bekerja sama dan bersinergi untuk mencapai tujuan bersama yang tugas utamanya ialah mempertimbangkan atau memilih berita mana yang layak muat dan tidak layak muat baik dari segi bahasa, akurasi maupun kebenaran tulisan. Semuanya itu akan dipertimbangkan oleh redaktur pada sebuah berita.

C. Manajemen Redaksi

Menurut Stefanus Akim, manajemen redaksi adalah perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan terhadap pengadaan,

²⁰ Maskun Iskandar, *Ensiklopedia Nasional Indonesia*, (Jakarta: PT Cipta Adi Pustaka, 1990), 125.

²¹ A.M Hoeta, Soehoet, *Manajemen Media Massa*, (Jakarta: Yayasan Kampus Tercinta IISIP, 2003), 43.

²² Henny S.W dan Alexander Rumondor, *Manajemen Media Massa*, (Jakarta: Universitas Terbuka, 2004), 23.

pengembangan, kompensasi, integrasi, dan pemeliharaan orang-orang dengan tujuan membantu mencapai tujuan organisasi (pers), individual dan masyarakat.²³

Dalam manajemen media, ada beberapa pembagian manajemen agar setiap departemen fokus menjalankan tugas masing-masing. Pembagian beberapa manajemen itu ialah bagian redaksional, produksi maupun bisnis.

Bagian redaksional merupakan bagian yang mengurus pemberitaan. Bagian ini dipimpin oleh redaksi yang pekerjaannya terkait pencarian dan penyampaian berita. Jajaran ini disibukkan oleh rapat redaksi yang akan membahas berita mana yang akan diangkat dan ditangguhkan.²⁴

Terkait dengan fungsi manajemen redaksi menurut Stefanus Akim, diawali dengan fungsi perencanaan, dimana setiap fungsi manajemen selalu didahulukan dengan sebuah perencanaan. Perencanaan yang baik, tentu akan menghasilkan *output* yang baik pula. Berikut ini akan dipaparkan fungsi manajemen redaksi dalam sebuah media massa.

1. Fungsi Perencanaan

Perencanaan ialah semua kegiatan yang dimulai dari pembahasan ide (gagasan) awal sampai dengan pelaksanaan proses pencarian berita. Dalam perencanaan ini terjadi proses interaksi dan kreativitas manusi dengan peralatan pendukung yang tersedia. Baik buruknya proses produksi akan sangat ditentukan oleh sebuah perencanaan yang dikonsep di atas kertas

²³ Stefanus Akim, *Manajemen Keredaksian*, artikel diakses pada 13 Agustus 2018 jam 20.35 WIB dari http://stefanusakim.multiply.com/journal/item/19/manajemen_keredaksian.

Septiawan Santana, *Jurnalisme Kontemporer*, (Jakarta: Yayasan Obor, 2005), 188.²⁴

(*outline*) berupa pembagian tugas pencarian berita hingga berita siap siar dalam rapat redaksi.²⁵

Dari definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa perencanaan ialah kegiatan merencanakan sesuatu untuk mencapai tujuan tertentu. Dengan kata lain, perencanaan mencakup semua kegiatan yang dimulai dari pembahasan ide (gagasan) awal sampai dengan pelaksanaan proses pencarian berita.

2. Proses Pengorganisasian

Fungsi kedua ialah fungsi pengorganisasian. Pengorganisasian (*organizing*) merupakan proses penyusunan struktur organisasi yang sesuai dengan tujuan, organisasi, sumber daya yang dimiliki dan lingkungan yang melingkupinya.²⁶

Dua aspek di atas, dapat disimpulkan bahwa fungsi pengorganisasian ialah proses kegiatan penyusunan struktur organisasi sesuai dengan tujuan-tujuan, dan sumber-sumber. Hasil dari fungsi pengorganisasian ialah struktur organisasi. Melalui struktur organisasi tersebutlah para tim redaksi bekerja sesuai posisinya.

²⁵ Morissan, *Media Penyiaran; Strategi Mengelola Radio dan Televisi*, (Jakarta: PT Ramdina Prakarsa, 2005), 277.

²⁶ Morissan, *Managemen Media Penyiaran* (Jakarta: Prenada Media, 2018), 142.

Ada umumnya, media penyiaran komersil memiliki departemen sebagai berikut:

a. Departemen Pemasaran.

Departemen ini fokus dalam menangani kegiatan yang berkaitan dengan pemasaran dan mempromosikan program maupun segala kegiatan kepada beberapa pihak atau parter kerja.

b. Departemen Program.

Departemen ini bertanggung jawab untuk merencanakan, memilih, menjadwalkan dan membuat program.

c. Departemen Berita.

Departemen ini dipimpin oleh seorang pemimpin redaksi. Departemen berita bertanggung jawab terhadap produksi program berita, olahraga, dokumenter dan program-program yang terkait kepentingan khalayak.

d. Departemen Teknik.

Departemen ini bertanggung jawab penuh terhadap segala hal yang terkait dengan peralatan siaran agar program atau berita dapat disiarkan.

a. Departemen Bisnis.

Departemen bisnis melaksanakan berbagai pekerjaan yang berhubungan dengan bisnis. Bekerja sama dengan beberapa pihak terkait masalah periklanan.²⁷

²⁷ Peter K. Priangle dkk, *Electronic Media Management* (Focal Press: Boston, 1991), 13.

3. Fungsi Pengarahan

Setelah fungsi pengorganisasian dapat berjalan secara sistematis dan terarah, maka fungsi selanjutnya yang perlu dijalankan ialah fungsi pengarahan.

Fungsi pengarahan berarti fungsi yang dijalankan pada media massa berupa pengarahan seorang pemimpin agar stafnya bersedia melaksanakan tugas dan memotivasi bawahan, serta menciptakan iklim atau suasana pekerjaan yang kondusif sehingga timbul saling pengertian, kepercayaan yang baik, menumbuhkembangkan disiplin kerja dan rasa saling memiliki.²⁸

Dari definisi tersebut, ringkasnya pengarahan adalah komunikasi persuasif untuk memotivasi bawahan agar bersedia bekerja semaksimal mungkin untuk menghasilkan produktivitas dari para bawahan.

Fungsi pengarahan sangat penting dalam sebuah organisasi media untuk menciptakan hubungan yang baik antara seorang manajer dengan bawhaannya untuk melaksanakan tugas yang sejalan dengan visi dan misi media itu sendiri.

4. Fungsi Pengawasan

Fungsi pengawasan dalam media massa meliputi persiapan suatu standar kuantitas dan kualitas hasil kerja, baik berbentuk produk, pelaksanaan tugas (tupoksi) setiap jabatan, menyeleksi produk, mengawasi

²⁸ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relation & Media Komunikasi* (Bandung: Rosdakarya, 2005), 2-3.

penjualan yang diberikan perusahaan organisasi dalam usaha pencapaian tujuan, produktivitas dan terciptanya citra yang positif.²⁹

Robert J. Mockler memberikan definisi yang hampir senada seputar pengawasan. Menurut Mockler, pengawasan ialah suatu usaha sistematis untuk menetapkan standar pelaksanaan dengan tujuan-tujuan perencanaan, merancang sistem informasi umpan balik, membandingkan kegiatan nyata dengan standar yang telah ditetapkan sebelumnya, menentukan dan mengukur penyimpangan-penyimpangan serta mengambil tindakan koreksi yang diperlukan untuk menjamin bahwa semua sumber daya perusahaan digunakan dengan cara paling efektif dan efisien dalam pencapaian tujuan-tujuan perusahaan.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa fungsi pengawasan ialah fungsi yang dijalankan pada setiap departemen di sebuah organisasi media untuk mengawasi jalannya setiap kegiatan. Semua itu diawasi guna menghasilkan yang terbaik untuk media tersebut.

D. Radio

Radio adalah suatu alat komunikasi yang memanfaatkan gelombang elektromagnetik sebagai pembawa pesan yang dipancarkan. Gelombang elektromagnetik dipancarkan melalui udara dengan kecepatan yang menyamai kecepatan cahaya.³⁰ Pesan yang disampaikan melalui pemancar radio, kemudian diterima radio. Pemancar radio adalah alat pembangkit getaran listrik dengan frekuensi radio. Penyuntikan audio ke dalam gelombang pembawa itu disebut

²⁹ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relation & Media Komunikasi*, 2-3.

³⁰ Edi Warsidi, *Ketika Anda Mengudara di Radio* (Jakarta Pusat: PT Setia Purna Inves, 2007), 1.

proses modulasi. Energinya yang tersalur melalui antena terlempar ke segala arah sebagai gelombang elektromagnetik. Sebelum disalurkan ke antena, getaran listrik yang lain berupa informasi. Informasi ini dapat berupa suara musik, orang menyanyi, gambar kode morse, atau data komputer.

Getaran listrik berupa informasi itu seolah-olah digendong oleh gelombang pembawanya dan dibawa melanglang buana ke segala arah untuk diterima oleh jutaan penerima radio yang sedang ada pada frekuensi yang sama dengan frekuensi gelombang pembawa tadi. Energi listrik berupa gelombang radio itu sebagian kecil diterima oleh antena pesawat yang sedang diputar. Dalam pesawat penerima, terdapat detektor yang memisahkan informasi dari gelombang pembawanya.

Radio memiliki daya tarik yang disebabkan oleh ketiga unsur yang melekat padanya, yaitu kata-kata lisan, musik, dan efek suara. Dengan dihiasi musik dan didukung efek suara suatu acara yang disajikan Radio menjadi hidup. Meskipun kemudian muncul televisi, namun pesawat radio tidak bergeser karena untuk menikmati acara di radio dapat dengan tidur-tiduran, mandi, bekerja atau sambil mengemudikan kendaraan.³¹

E. Fungsi Sosial Radio

Di dalam proses komunikasi sosial, peran ideal radio sebagai media publik adalah mewadahi sebanyak mungkin kebutuhan dan kepentingan pendengarnya. Ada tiga bentuk kebutuhan, yaitu informasi, pendidikan dan hiburan. Tidak terpenuhinya salah satu kebutuhan tersebut akan membuat radio kehilangan fungsi

³¹ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1993), 108-109

sosial, kehilangan pendengar, dan pada akhirnya akan digugat masyarakat karena tidak berguna bagi mereka. Para insan radio dewasa ini sadar betul bahwa fungsi sosial mereka sedang disorot. Program hiburan sebagai primadona harus dikaji ulang kembali, guna disinergikan dengan program informasi, sekecil apapun persentasinya. Konsep acara *infotainment* menjadi jawaban awal terhadap upaya kolaborasi musik sebagai simbol program hiburan dengan berita sebagai simbol informasi pendidikan. Hanya saja, pendengar dan juga insan radio sendiri tentu tidak pernah merasa puas jika hanya berhenti sampai disitu. Apalagi jika idealismenya tidak tersalurkan secara maksimal pada satu bentuk program saja.

Ada beberapa tingkatan peran sosial yang diemban radio dalam kapasitasnya sebagai media publik, atau yang dikenal dalam konsep *radio for society*. Pertama, radio sebagai media penyampaian informasi dari satu pihak ke pihak lain. Kedua, radio sebagai sarana mobilisasi pendapat publik untuk mempertemukan dua pendapat yang berbeda/diskusi untuk mencari solusi bersama yang saling menguntungkan. Keempat, radio sebagai sarana untuk mengikat kebersamaan dalam semangat kemanusiaan dan kejujuran. Beberapa fungsi tersebut bisa diemban sekaligus, tetapi ada kalanya hanya salah satu saja. Yang penting adalah konsistensi dan optimalisasi pada satu peran.³²

F. Radio Sebagai Media Jurnalisme

Pada awal permunculannya, tak seorang pun menyangka kalau radio bakal menjadi media jurnalisme yang ampuh. Namun, sebuah bencana dramatis memulai era radio sebagai media komunikasi massa. Bencana dramatis itu adalah

³² Masduki, *Jurnalistik Radio* (Yogyakarta, LkiS, 2001), 2-3.

tenggelamnya kapal pesiar raksasa nan mewah, *Titanic* tahun 1992. Ketika *Titanic* tenggelam, pesan SOS-nya dipancarkan ke seantero dunia. Tapi, yang tidak kalah penting, melalui musibah itu orang belajar bagaimana menyampaikan kabar berita secepat mungkin.

Para pemerhati komunikasi massa ternyata punya tahun *start* yang berbeda-beda, kapan radio memasuki bidang jurnalisme. Joseph R. Dominick dalam *The Dynamic of Mass Communication*, menyebutkan dekade 1930-an hingga 1940-an ketika radio terlibat dalam penyampaian berita-berita dari medan Perang Dunia II. Ini dimulai bahkan sejak ‘pemanasan’ perang, saat radio menyiarkan secara *live* pidato-pidato para pemimpin seperti Adolf Hitler, dan perdana menteri Inggris Neville Chamberlain. Inilah era yang dikenal sebagai *psy-war*, perang psikologis, dimana para pemimpin negara berseteru saling melontarkan ancaman dan bujukan pada warga masing-masing, untuk mendukung misi mereka. Tidak sekedar menyiarkan *live speech*, program ini dibumbui oleh komentator-komentator yang menganalisis implikasi politis dari pernyataan para pemimpin dunia tersebut. Jutaan orang menyimak pidato dan analisisnya, dan opini mereka terbentuk lewat gabungan dua unsur acara itu.

Walaupun sepakat bahwa Perang Dunia II menjadi awal kejayaan radio sebagai jurnalisme, John Vivian punya pendapat yang berbeda ihwal pionir atau perintis *radio news*. Dalam bukunya *The Media of Mass Communication*, Vivian menetapkan November 1916 sebagai titik mulai jurnalisme radio, ketika Lee De Forest menandatangani perjanjian dengan sebuah koran New York, *The*

American, untuk menyiarkan hasil pemilu. Waktu itu, sifatnya memang eksperimental. Pendengar radio baru mencapai ratusan orang dan beritanya salah.

Apa yang menyebabkan radio menjadi magnet ampuh untuk menarik perhatian pendengar dalam mencari berita? *Radio personalized the news*, lewat para komentator, radio membuat informasi faktual menjadi sesuatu yang pribadi, persisnya ketika opini-opini subjektif mulai terbentuk. Selain itu radio membawa peristiwa ke dalam ruang-ruang pendengar, membuat mereka seolah-olah berada di sana.³³

G. Berita

Berita menurut kamus besar Bahasa Indonesia adalah cerita atau keterangan mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat. Menurut Dean Lyle Spencer berita adalah suatu kejadian atau ide yang benar yang dapat menarik perhatian sebagian dari pembaca. Adapula pengertian berita yang lebih sempurna menurut William S. Maulsby bahwa berita dapat didefinisikan sebagai suatu penuturan secara benar dan tidak memihak dari fakta-fakta yang mempunyai arti penting dan baru terjadi, yang dapat menarik perhatian para pembaca surat kabar yang memuat berita tersebut.

Berdasarkan pengertian berita tersebut memperlihatkan adanya beberapa unsur yang penting dalam suatu berita. Unsur – unsur tersebut adalah: merupakan suatu laporan atau keterangan, laporan itu berisi tentang suatu kejadian atau peristiwa, peristiwa itu bersifat terbaru.³⁴

³³ Santi Indra Astuti, *Jurnalisme Radio Teori dan Praktik*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2008), 53-54.

³⁴ Imam Suhirman, *Menjadi Jurnalis Masa Depan*, (Bandung: Dimensi Publisher, 2006), 1.

Paul D. Maessenner dalam bukunya *Here's the News* mengatakan bahwa *news* merupakan sebuah informasi baru tentang peristiwa yang menarik perhatian dan minat pendengar. Berita radio dapat pula berarti apa yang terjadi saat ini, apa yang segera terjadi dan yang akan terjadi. Prof. Mitcel V. Charnley dalam bukunya *Reporting* mengatakan bahwa *news* merupakan laporan tentang fakta atau opini yang menarik perhatian dan penting, yang dibutuhkan oleh sekelompok masyarakat. Berita radio sebagai laporan tentang suatu peristiwa, opini, kecenderungan, serta situasi kondisi yang penting, menarik, masih baru, dan harus secepatnya disampaikan kepada khalayak. Charneley dan James M. Neal menyatakan bahwa berita merupakan laporan tentang suatu peristiwa, opini, kecenderungan, situasi, kondisi, serta interpretasi yang penting, menarik, masih baru dan harus secepatnya disampaikan kepada masyarakat.³⁵

H. Kriteria Berita Untuk Radio

1. Baru (*new*)

Sama seperti media lainnya, radio menuntut kualifikasi berita yang sungguh-sungguh baru. Pada radio justru ada peluang untuk menyampaikan sesuatu yang terbaru karena radio membutuhkan proses yang relatif cepat dalam penyampaian informasi, ketimbang media cetak dan TV. Menurut Paul D. Maessenner, pemahaman “baru” dalam kapasitas kecepatan radio adalah berita apa yang terjadi saat ini, berita apa yang segera terjadi, dan berita apa yang akan terjadi.

³⁵ Wanda Yulia, *Andai Aku Jadi Penyiar* (Yogyakarta:ANDI, 2010), 113-114.

2. Berarti (*significant*)

Berita haruslah berarti bagi khalayak pendengar karena inilah dasar nilai dari berita yang disampaikan. Untuk mengetahui nilai ukur apakah sebuah berita punya arti atau tidak, ada 3 pertanyaan yang perlu diajukan : apakah berita ini penting atau tidak?, peristiwa besar dan hebatkah berita ini?, apakah masyarakat peduli dan hirau terhadap peristiwa itu, serta merasa jadi bagian dari peristiwa itu?

3. Melayani kebutuhan (*interest*)

Berita menjadi berarti bagi khalayak pendengar kalau isinya menyangkut kebutuhan dan interes mereka. Informasi seputar kebutuhan selalu merupakan daya tarik. Untuk menggapi sebuah informasi yang hendak disiarkan, penulis naskah hendaknya mengamati sisi (*angel*) manakah yang paling menarik dari sebuah peristiwa.

4. *Government action*

Setiap kegiatan pemerintah, terutama keputusan-keputusan yang menyangkut kehidupan masyarakat selalu menarik perhatian. Dari setiap keputusan pemerintah, masyarakat ingin tahu apakah hal itu merupakan kabar gembira atau sebaliknya.

5. *Development news*

Butir ini membicarakan informasi yang bersangkutan dengan gerak maju negara yang sedang berkembang. Bagi penduduknya, informasi-informasi seputar pembangunan negara cukup menarik perhatian karena hal

itu juga menyangkut masa depan mereka. Di Indonesia, istilah ini sudah diformulasikan sebagai berita pembangunan.

6. *Human interest*

Masalah *human interest* atau minat insani juga selalu menyentuh kepekaan emosional setiap orang. Yang tergolong berita kategori ini adalah humor, percintaan, tragedi, simpati, serta kisah anak-anak, alam, binatang, duka cita, dan lain sebagainya.

7. Cuaca dan peristiwa alam.

Berita tentang kegiatan alam dan cuaca selalu dirasakan penting karena menyangkut masalah hidup orang banyak. Klasifikasi berita ini bukan saja peristiwa yang sudah terjadi, tetapi mencangkup ramalan tentang cuaca atau peristiwa alam lainnya yang juga ingin diketahui sejauh mana peristiwa itu terjadi.

8. *Sport*

Olahraga juga merupakan bagian hidup manusia yang paling menarik. Meskipun tidak tampil sebagai pelaku olahraga, tetapi banyak orang yang butuh menonton olahraga sebagai hiburan. Pada dasarnya, informasi tentang olahraga dapat melarutkan emosi orang. Selain itu, dunia olahraga sering melahirkan tokoh-tokoh yang menarik perhatian masyarakat. Di masyarakat sendiri sudah tumbuh sikap tidak ingin dikategorikan sebagai manusia yang “*knowing nothing about sports*”.³⁶

³⁶ Wanda Yulia, *Andai Aku Jadi Penyiar* (Yogyakarta:ANDI, 2010), 116-118.

I. Media Citizen Journalism

Media *citizen journalism* bermacam-macam, mulai dari kolom komentar di situs berita hingga blog pribadi. Menurut J.D. Lasica dalam bukunya *Online Journalism Review*, mengategorikan media *citizen journalism* ke dalam enam tipe:

1. ***Audience participation***: seperti komentar *user* yang di-*attach* pada berita, blog-blog pribadi, foto, atau video *footage* yang diambil dari *handycam* pribadi, atau berita lokal yang ditulis oleh anggota komunitas.
2. ***Independent news and information website***: situs web berita atau informasi independen seperti *consumer report* *drudge report* yang terkenal dengan “*monicagate*-nya”
3. ***Full-fledged participatory news sites***: situs berita partisipatoris murni atau situs kumpulan berita yang murni dibuat dan dipublikasikan sendiri oleh warga seperti *OhmyNews*, *NowPublic*, dan *GroundReport*.
4. ***Collaborative and contributory media sites***: situs media kolaboratif seperti *Slashdot*, *Kuro5hin*, dan *Newsvine*.
5. ***Other kinds of “thin media”***: bentuk lain dari media “tipis” seperti *mailing list* dan *newsletter e-mail*.
6. ***Personal broadcasting sites***: situs penyiaran pribadi seperti ken radio.

Citizen Journalism mengubah peran publik yang selama ini menjadi “obyek berita” atau audiens menjadi sangat aktif layaknya wartawan profesional. Dapat dibayangkan, betapa kian dahsyatnya pengaruh *citizen journalism* jika sang warga “sedikit” memiliki ilmu dan ketrampilan jurnalistik sehingga mampu menyajikan

berita bagus, obyektif, akurat, dan enak dibaca layaknya berita media *mainstream*.³⁷

J. Pengertian dan Sejarah Jurnalistik Islam

Jurnalistik Islam adalah semua kegiatan jurnalistik yang didasari oleh prinsip-prinsip Islam. Prinsip-prinsip Islam tersebut misalnya kejujuran, keadilan, tabayun dan lain sebagainya. Kegiatan jurnalistik sangat perlu berlandaskan oleh prinsip-prinsip Islam supaya kegiatan jurnalistik yang dilakukan tidak keluar dari kerangka kebenaran dan diridhai oleh Allah subhnanu wa ta'la.³⁸

Beberapa tokoh mendefinisikan jurnalistik Islam, antara lain:

1. Emha Ainun Nadjib, menyatakan:

Jurnalistik Islam adalah sebuah teknologi dan sosialisasi informasi (dalam kegiatan penerbitan tulisan) yang mengabdikan diri kepada nilai agama Islam bagaimana dan kemana semestinya manusia, masyarakat, kebudayaan, dan peradaban mengarahkan dirinya.

2. Abdul Muis

Jurnalistik Islam adalah menyebarkan, menyampaikan informasi kepada pendengar, pemirsa atau pembaca tentang perintah dan larangan Allah SWT (Al-Qur'an dan Hadist Nabi).

3. Dedy Djamaluddin Malik

Jurnalistik Islami adalah proses yang meliputi, mengolah, dan menyebarkan berbagai peristiwa yang menyangkut umat Islam dan ajaran Islam kepada khalayak. Jurnalistik Islami adalah *crusade journalism*,

³⁷ Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online*, (Bandung: Nuansa Cendekia, 2012), 22.

³⁸ Anton Ramdan, *Jurnalistik Islam*. (E-book : Shahara digital Publishing), 11.

yaitu jurnalistik yang memperjuangkan nilai-nilai tertentu, yakni nilai-nilai Islam.

4. Asep Syamsul Rami

Jurnalistik Islam ialah proses pemberitaan atau pelaporan tentang berbagai hal; yang sarat dengan muatan nilai-nilai Islam.³⁹

Dari sejumlah definisi jurnalistik Islam yang telah dipaparkan, ditarik kesimpulan bahwa jurnalistik Islam adalah suatu proses meliput, mengolah, dan menyebarluaskan berbagai peristiwa dengan muatan nilai-nilai Islam dengan mematuhi kaidah-kaidah jurnalistik yang bersumber dari Al-Qur'an dan Sunnah Rasulullah SAW. Jurnalistik Islami diutamakan kepada dakwah islamiyah, yaitu mengemban misi *amar ma'ruf nahi mungkar* (QS. Ali Imron : 104).

Berbicara tentang sejarah jurnalistik dalam Islam, maka sangat perlu untuk melihat sejarah 14 abad yang lalu dimana Rasulullah SAW pertama kali diutus. Kita telah mengetahui bahwa ketika beliau diutus, mayoritas bangsa Arab tidak bisa baca tulis. Memang ada beberapa orang ketika itu bisa membaca dan menulis. Tetapi jumlahnya sangat sedikit. Karena masyarakat Arab kala itu begitu mengagungkan kekuatan hafalan. Mereka bisa menghafal panjangnya silsilah keturunan dan bisa menyebutkannya satu persatu. Mereka juga mampu menghafal ratusan syair di luar kepala. Kemampuan menghafal merupakan salah satu kekuatan bangsa Arab dibanding bangsa lainnya. Identitas buta huruf melekat pada bangsa Arab dinyatakan oleh Allah dalam ayat berikut:⁴⁰

³⁹ Suf Kasman, *Jurnalisme Universal, Menelusuri Prinsip-Prinsip Da'wah Bi AlQalam dalam Al-Qur'an.* (Jakarta: Teraju Khazanah Pustaka Keilmuan, 2004), 50-51.

⁴⁰ Anton Ramdan, *Jurnalistik Islam.* 13.

“Dia-lah yang mengutus seorang Rasul kepada kaum yang buta huruf dari kalangan mereka sendiri, yang membacakan kepada mereka ayat-ayat-Nya, menyucikan (jiwa) mereka dan mengajarkan kepada mereka Kitab dan Hikmah (As Sunnah), meskipun sebelumnya, mereka benar-benar dalam kesesatan yang nyata,”.(QS: Al Jumu’ah : 2)

Ayat di atas ditegaskan oleh hadist berikut: dari Ibnu ‘Umar radiallahu ‘anhuma dari Nabi SAW bersabda: “Kita ini adalah ummat yang ummu, yang tidak bisa menulis dan juga tidak bisa menghitung” (HR. Bukhari 1780).

Seperti yang telah kita pelajari bahwa ayat Al-Qur’an yang pertama kali turun yaitu surat Al-Alaq ayat 1 sampai 5 yang memerintahkan Rasulullah untuk membaca. Ketika Jibril menyampaikan ayat tersebut dan menyuruh beliau membaca. Maka beliau menjawab, *“Sesungguhnya aku tidak dapat membaca”*. Malaikat Jibril mengulanginya sampai tiga kali. Tapi beliau pun menjawab dengan jawaban yang sama tiga kali.

Dari beberapa ayat Al-Qur’an dan hadist di atas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas bangsa Arab adalah buta huruf, tidak bisa membaca dan menulis. Tapi memang ada beberapa orang yang sudah mengerti baca tulis, bahkan diantaranya ada yang mengerti bahasa non-Arab dari segi tulisan maupun lisan. Kesimpulannya kedua adalah memang benar bahwa Rasulullah SAW juga tidak bisa membaca dan menulis seperti kebanyakan orang Arab ketika itu. Namun itu bukan berarti meniadakan kepintaran dan kecerdasan beliau.

Penulisan ayat-ayat Al-Quran kemudian disebarkan tentang berita penurunan dan maknanya sudah merupakan kegiatan jurnalistik. Penyebaran hadist-hadist Rasulullah yang tercatat atau tidak pun sudah merupakan kegiatan jurnalistik.

Seiring pergantian masa dan terus berkembangnya masyarakat Islam, berkembang pula aktivitas jurnalistik ilmiah. Pada masa-masa berikutnya, aktivitas jurnalistik ilmiah tidak lagi sebatas ilmu-ilmu pokok Islam seperti tafsir, hadist dan fiqih. Tetapi juga ilmu-ilmu umum seperti astronomi, matematika, dan kedokteran.

Perkembangan jurnalistik Islam tidak bisa dipisahkan dari perkembangan jurnalistik dunia beserta teknologinya. Kertas pertama kali ditemukan oleh bangsa China. Penemuan ini sangat berpengaruh terhadap kegiatan jurnalistik dan tulis menulis pada peradaban Islam. Penemuan tersebut masuk ke dalam peradaban Islam melalui interaksi yang tidak biasa, yaitu melalui peperangan.

K. Fungsi Jurnalistik Islam

Jurnalistik Islam memiliki dua fungsi, yaitu fungsi internal dan fungsi eksternal. Fungsi internal berkaitan dengan umat Islam sendiri, sedangkan fungsi eksternal berkaitan dengan pihak-pihak di luar umat Islam.⁴¹

Fungsi internal meliputi menyampaikan informasi dan berita, sarana amar ma'ruf nahi mungkar, dan sebagai stabilisasi masyarakat muslim. Fungsi internal jurnalistik sebagai penyampai informasi dan berita, dalam Al-Quran banyak ayat-ayat yang memerintahkan kepada nabi untuk menyampaikan kabar atau berita dari Allah. Banyak ayat yang menunjukkan pentingnya tugas para Rasul dalam menyampaikan berita kebenaran dan peringatan dari Allah Ta'ala. Salah satu ayatnya :

“Dan tidaklah Kami mengutus para rasul itu melainkan untuk memberikan kabar gembira dan memberi peringatan. Barangsiapa yang beriman dan

⁴¹ Ibid., 27.

mengadakan perbaikan, maka tak ada kekhawatiran terhadap mereka dan tidak pula mereka bersedih hati.” (QS. Al-An’am:48).

Fungsi internal jurnalistik Islam yang kedua adalah sebagai sarana amar ma’ruf nahi mungkar. Jurnalistik Islam mempunyai peranan yang cukup penting dalam hal saling menasehati kebaikan dan mencegah kemungkaran. Salah satu ayat yang terkait hal itu adalah :⁴²

“(Yaitu) orang-orang yang mengikut Rasul, Nabi yang ummi yang (namanya) mereka dapati tertulis di dalam Taurat dan Injil yang ada di sisi mereka, yang menyuruh mereka mengerjakan yang ma’ruf dan melarang mereka dari mengerjakan yang mungkar dan menghalalkan bagi mereka segala yang baik dan mengharamkan bagi mereka segala yang buruk dan membuang dari mereka beban-beban dan belenggu-belenggu yang ada pada mereka. Maka orang-orang yang beriman kepadanya, memuliakannya, menolongnya dan mengikuti cahaya yang terang yang diturunkan kepadanya (Al Quran), mereka itulah orang-orang yang beruntung.”(QS Al-Araf:157)

Fungsi internal jurnalistik Islam yang ketiga, yaitu menjaga stabilitas keamanan atau ketentraman masyarakat. Kita sudah sama-sama mengetahui bahwa tidak jarang media massa dengan kegiatan jurnalistiknya membuat atau menambah kisruh suatu keadaan masyarakat. Entah sengaja atau tidak, para jurnalis media massa sering mengeluarkan berita, informasi, pernyataan kesimpulan dan sebagainya yang menyulut emosi atau reaksi negatif masyarakat.

Berbeda dengan jurnalistik liberal, jurnalistik Islam harus memiliki peran dalam menjaga keamanan dan ketentraman masyarakat. Minimal tidak membuat atau menjadi sumber keresahan, kericuhan, apalagi kerusuhan di masyarakat. Oleh karena itu, media Islam dengan kegiatan jurnalistiknya harus berhati-hati dan teliti dalam menyampaikan informasi, berita, atau membuat analisa kesimpulan. Para

⁴² Ibid., 28.

jurnalistik muslim tidak boleh asal menyampaikan berita tanpa meneliti kebenarannya. Karena itu berdampak buruk bagi dunianya ataupun akhiratnya. Hal itu bisa berakibat negatif terhadap pekerjaannya ataupun kehidupan agamanya. Dalam sebuah hadist, Rasulullah SAW pernah bersabda: dari Abu Hurairah dia mendengar Rasulullah SAW bersabda “sesungguhnya seorang hamba mengucapkan kalimat tanpa diteliti yang karenanya ia terlempar ke neraka sejauh antara jarak ke timur.”(HR. Bukhari 5996)

Kemudian jurnalistik Islam juga memiliki fungsi eksternal yaitu sebagai sarana dakwah atau syiar dan pembela dari kezoliman media yang selalu saja menyerang Islam. Sebagai sarana dakwah, jurnalistik salah satu alat yang tepat. Karena kini jurnalistik telah menjadi keseharian masyarakat dunia. Atau dengan kata lain telah menjadi kebutuhan sehari-hari. Setiap hari kita menikmati kegiatan jurnalistik melalui televisi, radio, majalah, berita online, ataupun media sosial.

L. Kode Etik Wartawan Muslim

Dalam buku *Jurnalisme Universal, Menelusuri Prinsip-Prinsip Da'wah Bi Qalam dalam Al-Qur'an*, karya **Suf Kasman**, dinyatakan mengenai kode etik wartawan muslim, yakni sebagai berikut: ⁴³

Pertama, wartawan muslim adalah hamba Allah yang karena individu maupun profesinya wajib menggunakan, menyampaikan, dan memperjuangkan kebenaran di setiap tempat dan saat dengan segala konsekuensinya. Hal ini dapat dilihat pada firman Allah dalam QS An Nahl 125:

⁴³ Suf Kasman, *Jurnalisme Universal, Menelusuri Prinsip-Prinsip Da'wah Bi AlQalam dalam Al-Qur'an*. (Jakarta: Teraju Khazanah Pustaka Keilmuan, 2004), 67.

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalanNya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.”

Kedua, dalam menyampaikan informasi, wartawan muslim hendaknya melandasinya dengan i'tikad yang tinggi untuk senantiasa melakukan pengecekan kepada pihak-pihak yang bersangkutan, sehingga tulisannya pribadi dan khalayaknya tidak akan dirugikan. Seperti dalam QS Al Hujurat ayat 6:

“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”.

Ketiga, ketika menyampaikan karyanya, wartawan muslim hendaknya menggunakan bahasa yang baik dan benar dalam gaya bahasa yang santun dan bijaksana. Dengan demikian apa yang disampaikannya dapat dimengerti, dirasakan, dan menjadi hikmat bagi khalayak. Firman Allah dalam QS Al Isra ayat 23:

“Sekali-kali janganlah kamu mengatakan kepada keduanya (ibu bapak) perkataan, ‘ah’ dan janganlah kamu membentak mereka dan ucapkanlah kepadanya perkataan yang mulia.”

Keempat, dalam melaksanakan tugas jurnalistik, hendaknya wartawan muslim melakukannya secara profesional dalam iklim kerja yang produktif, sehingga karyanya akan memiliki hasil yang optimal untuk selanjutnya akan dipandang sebagai aset utama perusahaan. Firman Allah dalam QS An Nisa ayat 58:

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hakmu di antara manusia, supaya kamu menetapkan yang adil. Sesungguhnya Allah

memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.”

Kelima, dalam melaksanakan tugas-tugasnya, wartawan muslim hendaknya menghindarkan sejauh mungkin prasangka maupun pemikiran negatif sebelum menemukan kenyataan objektif berdasarkan pertimbangan yang adil dan berimbang dan diputuskan oleh pihak yang berwenang. Firman Allah SWT dalam Al Hujurat ayat 12:

”Hai orang-orang yang beriman, jauhilah kebanyakan dari prasangka, sesungguhnya sebagian prasangka itu adalah dosa dan janganlah kamu mencari-cari kesalahan orang lain dan janganlah sebgaimana kamu menggunjing sebagian yang lain. Sukakah salah seorang di antara kamu memakan daging saudaranya yang sudah mati? Maka tentulah kamu merasa jijik kepadanya...”

Keenam, dalam kehidupan sehari-hari, wartawan muslim hendaknya senantiasa dilandasi etika Islam dan gemar melaksanakan aktivitas sosial yang bermanfaat bagi umat. Wartawan muslim sudah seharusnya selalu memperkaya wawasan ke-Islamannya untuk meningkatkan amal ibadah sehari-hari. Allah SWT berfirman dalam Al-Jumu‘ah ayat 2:

“Dialah yang mengutus kepada kaum yang buta huruf seorang Rasul diantara mereka, yang membacakan ayat-ayat Nya kepada mereka, mensucikan mereka, dan mengajarkan kepada mereka Kitab dan Hikmah (Al Sunnah). Dan sesungguhnya mereka sebelumnya benar-benar dalam kesesatan yang nyata.”

Ketujuh, dalam melaksanakan tugasnya, wartawan muslim hendaknya menjunjung tinggi azas kejujuran, kedisiplinan, dan selalu menghindarkan diri dari hal-hal yang akan merusak profesionalisme dan nama baik perusahaannya. Komitmen yang tinggi seyogyanya diberikan pada profesionalisme dan bukan pada ikatan primordialisme yang sempit. Fiman Allah dalam Al Hujurat ayat 13:

“Hai manusia, sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku, supaya kamu saling kenal mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia di antara kamu di sisi Allah adalah orang yang paling bertaqwa di antara kamu. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal.”

Kedelapan, dalam melaksanakan tugasnya, wartawan muslim hendaknya senantiasa mempererat persaudaraan sesama profesi berdasarkan prinsip ukhuwah Islamiyah tanpa harus meninggalkan azas kompetisi sehat yang menjadi tuntutan perusahaan modern. Firman Allah SWT dalam Al Baqarah 148:

“Berlomba-lombalah kamu dalam berbuat kebaikan. Dimana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.”

Kesembilan, dalam melaksanakan tugasnya, wartawan muslim hendaknya menyadari betul bahwa akibat dari karyanya akan memiliki pengaruh yang luas terhadap khalayaknya. Karena itu, hendaknya semua kegiatan jurnalistiknya ditujukan untuk tujuan-tujuan yang konstruktif dalam rangka pendidikan dan penerangan umat. Firman Allah SWT dalam Ali Imran ayat 138:

“Al Qur’an ini adalah penerangan bagi seluruh umat manusia, dan petunjuk serta pelajaran bagi orang-orang yang bertaqwa.”

Kesepuluh, dalam melaksanakan tugasnya, wartawan muslim hendaknya dengan penuh kesadaran memahami bahwa profesinya merupakan amanat Allah, umat, dan perusahaan. Karena itu wartawan muslim hendaknya selalu siap mempertanggungjawabkan pekerjaannya kepada Allah, umat dan perusahaannya. Sesuai dengan firman Allah SWT dalam Al Ahzab 71:

“Niscaya Allah memperbaiki bagimu amalan-amalanmu dan mengampuni bagimu dosa-dosamu. Dan barang siapa mentaati Allah dan Rasul Nya, maka sesungguhnya ia telah mendapat kemenangan yang besar.”

M. *Newsroom*

Newsroom adalah tempat di mana jurnalis, baik itu reporter, editor, produser maupun staf-staf yang lain bekerja bersama untuk mendapatkan berita yang selanjutnya dipublikasikan dalam koran atau majalah atau disiarkan dalam televisi dan radio. Bagaimana *newsroom* disusun, tergantung pada kebutuhan dan sumber daya yang ada, serta terutama adalah jenis dan besarnya perusahaan.⁴⁴

Salah satu bentuk *newsroom* yang populer adalah *newsroom* model Amerika Serikat. *Newsroom* model ini terdiri dari sebuah ruangan besar yang berisi meja dan kursi, komputer dan saluran telepon serta peralatan penunjang lain, di mana para krunya bekerja secara keras dan cepat. Mereka membaca catatan informasi yang dikirim oleh reporter yang berada di lapangan, berbicara di telepon, mengetik naskah, saling beradu argumen satu dengan yang lain. Model *newsroom* Amerika Serikat ini, menghasilkan berita yang disajikan apa adanya sesuai apa yang ditemui di lapangan, tanpa memperdulikan “*cost*”(implikasi) dari pemberitaan tersebut.⁴⁵

Model ini berkembang menyesuaikan dengan perkembangan zaman. Penemuan internet menjadi penyumbang terbesar dalam penyesuaian kerja di *newsroom*. Komunikasi yang dilakukan oleh awak media yang berada di *newsroom* banyak dilakukan dengan menggunakan teknologi berbasis internet, seperti e-mail, *chatting* dan *video conference*.

⁴⁴ Fajar Junaedi, *Jurnalisme Penyiaran dan Reportase Televisi* (Jakarta : Kencana Prenada Media, 2013), 24.

⁴⁵ *Ibid.*, 25.

N. *Gatekeeper*

Gatekeeper pada media massa menentukan penilaian apakah suatu informasi penting atau tidaknya, ia menaikkan berita yang penting dan menghapus informasi yang tidak memiliki nilai berita. *Gatekeeper* adalah penjaga gerbang, dimana dia seperti penjaga, hanya informasi yang baik dan penting yang boleh melewati gerbang informasi menuju *audience*. Ia bertanggung jawab terhadap seluruh informasi yang disampaikan oleh media, seluruh informasi harus melalui *gatekeeper* sebelum diubah menjadi pesan.

Di dalam media massa, *gatekeeper* memiliki jabatan sebagai pemimpin redaksi, ia bertanggung jawab secara formal dan informal terhadap seluruh pesan yang disampaikan oleh media, pemimpin redaksi bisa ditangkap dan dipidanakan apabila pesan yang disebarkan oleh media melanggar peraturan, dia juga memiliki tanggung jawab moral kepada seluruh khalayak yang membaca media, karena pesan tidak dapat lolos sebelum persetujuan seorang pemimpin redaksi/*gatekeeper*.⁴⁶

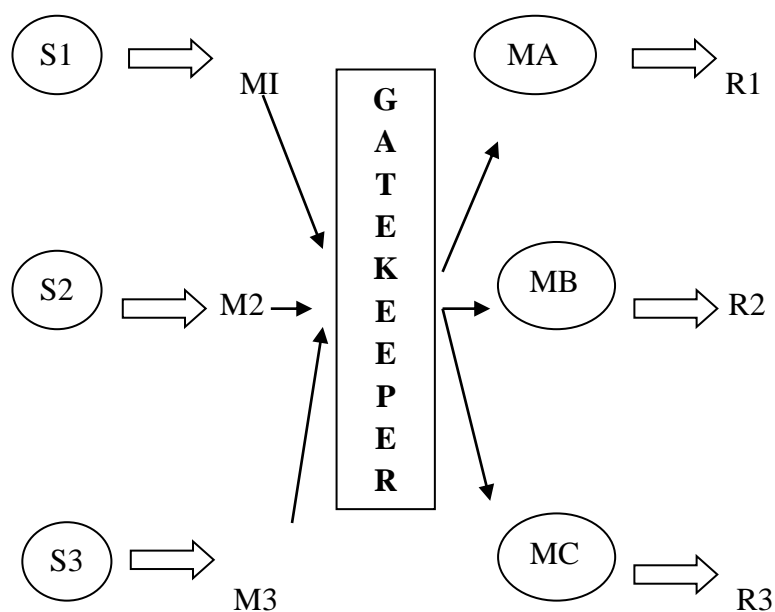
Dalam proses perjalanan sebuah pesan dari sumber media massa kepada penerimanya, *gatekeepers* ikut terlibat didalamnya. Istilah *gatekeepers* pertama kali digunakan oleh Kurt Lewin dalam bukunya *Human Relations*. Istilah ini mengacu pada proses: suatu pesan berjalan melalui berbagai pintu, selain juga pada orang atau kelompok yang memungkinkan pesan lewat. *Gatekeepers* dapat

⁴⁶ Khomsahrial Romli, *Komunikasi Massa*, (Jakarta: Grasindo, 2017), 12.

berupa seorang atau satu kelompok yang dilalui suatu pesan dalam perjalanannya dari sumber kepada penerima.⁴⁷

Fungsi utama *gatekeeper* adalah menyaring pesan yang diterima seseorang. Ketika menyampaikan pesan tersebut, *gatekeeper* mungkin memodifikasi dengan berbagai cara dan berbagai alasan, *gatekeeper* membatasi pesan yang diterima komunikan.

Editor surat kabar, majalah, penerbitan juga dapat disebut sebagai *gatekeeper*. Mereka melewatkan sebagai informasi dan menahan yang lainnya. Seorang *gatekeeper* dapat memilih, mengubah, bahkan menolak pesan yang disampaikan kepada penerima.⁴⁸



Gambar 1.1

Sumber : Joseph A De Vito, *Komunikasi Antar Manusia* (1996)

⁴⁷ Isti Nursih Wahyuni, *Komunikasi Massa*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), 15.

⁴⁸ *Ibid.*, 15.

Pesan – pesan (M1, M2, M3) diterima oleh *gatekeeper* dari berbagai sumber yang berbeda (S1, S2, S3). Dalam hal ini pesan diseleksi oleh *gatekeeper*. Selanjutnya *gatekeeper* secara aktif menyampaikan pesan-pesan tersebut (MA, MB, MC) kepada komunikan yang berbeda (R1, R2, R3). Aspek terpenting yang harus diperhatikan melalui proses ini adalah bahwa pesan-pesan yang diterima *gatekeeper*, tidak sama dengan pesan-pesan yang dikirimkan oleh *gatekeeper*.

Keputusan *gatekeeper* mengenai informasi yang harus dipilih atau ditolak dipengaruhi oleh beberapa variabel. Bittner dalam bukunya *Human Communication*, mengidentifikasi variabel-variabel tersebut sebagai berikut:

1. Ekonomi

Kebanyakan media massa di negara Indonesia mencari keuntungan, misalnya beberapa stasiun radio siaran memberi kesempatan kepada pendengar untuk merespons program acara yang tidak mereka sepakati. Oleh karena itu, para pemasang iklan, sponsor dan kontributor dapat memengaruhi seleksi berita dan editorial.

2. Pembatasan Legal

Yang dimaksud dengan pembatasan ilegal adalah semacam hukum atau peraturan baik yang bersifat lokal maupun nasional yang dapat mempengaruhi seleksi dan penyajian berita, contohnya peraturan tentang film yang dikategorikan untuk orang dewasa di televisi harus ditayangkan pada jam-jam tertentu, hukum mengenai pencemaran nama baik dan sebagainya.

3. Batas waktu (*Deadline*)

Batas waktu dapat memengaruhi apa yang akan disiarkan. Penjaga gawang membuat pilihan-pilihan mengenai tingkat pentingnya sebuah berita.

4. Etika Pribadi dan Profesionalisme

Etika pribadi dan profesionalisme seorang penjaga gawang juga dapat memengaruhi berita yang akan disiarkan. Sebagai contoh seorang kolumnis keuangan akan memengaruhi harga saham suatu perusahaan lewat tulisannya dan mempersilahkan teman-temannya memperoleh informasi pada saat pracetak tulisannya.

5. Kompetisi

Kompetisi diantara media juga berpengaruh terhadap sebuah berita. Kompetisi atau persaingan demikian cenderung untuk meningkatkan tingkat informasi profesionalisme sehingga dapat menjamin penyajian informasi yang lebih obyektif.

6. Nilai Berita

Intensitas suatu berita dibandingkan dengan berita lainnya yang tersedia dalam ruang berita, jumlah ruang dan waktu yang diperlukan untuk menyajikan berita harus diseimbangkan. Disini penjaga gawang harus menilai pandangan-pandangan pihak lain baik di tingkat lokal maupun tingkat nasional.

7. Reaksi terhadap *feedback* (umpan balik) tertunda

Misalnya, dalam sebuah surat kabar ada ilustrasi kartun bertemakan politik yang menyinggung suatu kelompok etnik tertentu, kemudian kelompok etnik tersebut menulis surat keberatan atau menuntut permohonan maaf dari media yang bersangkutan.⁴⁹

⁴⁹ Ibid.,16-17.

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah strategi umum yang digunakan atau dianut dalam pengumpulan dan analisis data yang digunakan untuk menjawab masalah yang dihadapi.⁵⁰ Adapun metode yang digunakan penulis meliputi:

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif yaitu suatu penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat diperoleh dengan menggunakan prosedur-prosedur skilistik atau dengan cara kuantifikasi (pengukuran). Metode ini dapat digunakan untuk melakukan penelitian tentang kehidupan masyarakat.⁵¹

Sedangkan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan studi kasus. Studi kasus merupakan suatu pendekatan untuk mempelajari, menerangkan, dan atau menginterpretasikan suatu kasus dalam konteks secara natural tanpa adanya intervensi pihak luar, yang sumber informasinya dapat diperoleh dari semua pihak yang bersangkutan, dengan kata lain data dalam studi ini dikumpulkan dari berbagai sumber. Arikunto mengemukakan bahwa metode studi kasus sebagai salah satu jenis pendekatan deskriptif, adalah penelitian yang dilakukan secara

⁵⁰ Sudikin Mundir, *Metode Penelitian Membimbing dan Mengantar Kesuksesan Anda dalam Dunia Penelitian*, (Surabaya: Insane Cendekia, 2005), 6.

⁵¹ Anselm Strauss dan Juliet Corbin, *Dasar-dasar Penelitian Kualitatif Prosedur (Teknik dan Teori)*, (Surabaya: Grunded, PT. Bina Ilmu, 1997), 11.

intensif, terperinci dan mendalam terhadap suatu organisme (individu), lembaga atau gejala tertentu dengan daerah atau subjek yang sempit.⁵²

B. Kehadiran Peneliti

Dalam penelitian kualitatif, kehadiran peneliti bertindak sebagai instrumen sekaligus pengumpul data. Kehadiran peneliti mutlak diperlukan, karena disamping itu kehadiran peneliti juga sebagai pengumpul data. Sebagaimana salah satu ciri penelitian kualitatif dalam pengumpulan data dilakukan sendiri oleh peneliti. Sedangkan kehadiran peneliti dalam penelitian ini sebagai pengamat partisipan/berperan serta, artinya dalam proses pengumpulan data peneliti mengadakan pengamatan dan mendengarkan secermat mungkin sampai pada yang sekecil-kecilnya sekalipun.⁵³ Atau dengan kata lain, penelitian kualitatif ini memfokuskan dari pada prosedur-prosedur riset yang menghasilkan data kualitatif, ungkapan atau data orang itu sendiri/tingkah laku mereka yang melakukan observasi. Pendekatan itu digunakan untuk melakukan penelitian kinerja redaksi Radio ANDIKA dalam perspektif Islam.

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif, yaitu penelitian yang berusaha menggambarkan situasi atau kejadian. Data yang dikumpulkan semata – mata bersifat deskriptif, sehingga tidak bermaksud mencari penjelasan, menguji hipotesis, membuat prediksi, maupun mempelajari implikasi.⁵⁴ Tujuannya adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis faktual dan akurat tentang fakta-fakta serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

⁵² Limas Dodi, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta:Pustaka Ilmu, 2015), 291.

⁵³ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2002), 117.

⁵⁴ Saifudin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), 7.

C. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di *news room* Radio ANDIKA yang berada di Jalan Semeru 243 Kota Kediri.

D. Sumber Data

Data studi kasus dapat diperoleh dari semua pihak yang mengetahui dan mengenal kasus tersebut dengan baik. Menurut Sugiono, sumber data dapat berupa sumber data primer maupun sekunder.⁵⁵

Sumber data primer adalah subyek utama beserta subyek pendukung yang memiliki hubungan dengan subyek utama. Sedangkan sumber data sekunder adalah data yang dikumpulkan dari tangan kedua atau dari sumber lain yang tersedia, berupa data dan dokumen yang didapatkan dari lembaga penanggung jawab subyek.

Menurut Lofland, sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan. Selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lainnya.⁵⁶

E. Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standart data yang ditetapkan.

Secara umum terdapat 3 teknik pengumpulan data, yaitu observasi, wawancara, dokumentasi. Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data

⁵⁵ Sugiono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2005), 59.

⁵⁶ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2002), 157.

dilakukan *natural setting* (kondisi yang alamiah), sumber data primer, dan teknik pengumpulan data lebih banyak pada observasi berperan serta (*participation observation*), wawancara mendalam (*in depth interview*), dan dokumentasi.⁵⁷

Dengan mengacu pada teori di atas, maka metode pengumpulan data yang dilakukan sebagai berikut:

1. Observasi

Nasution menyatakan bahwa, observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi. Data itu dikumpulkan dan sering dengan bantuan alat yang sangat canggih, sehingga benda-benda yang sangat kecil (proton dan elektron) maupun yang sangat jauh (benda ruang angkasa) dapat diobservasi dengan jelas. Menurut Marshall, melalui observasi peneliti belajar tentang perilaku dan makna dari perilaku tersebut.⁵⁸

Dalam penelitian ini, metode observasi yang akan digunakan adalah observasi partisipasif, yaitu peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang akan digunakan untuk sumber data penelitian. Sambil melakukan pengamatan, peneliti ikut melakukan apa yang dikerjakan oleh sumber data, dan ikut merasakan suka dukanya. Dengan observasi partisipasi ini, maka data yang akan diperoleh akan lebih lengkap, tajam, dan sampai mengetahui pada tingkat mana dari setiap pelaku yang nampak.

⁵⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 224-225.

⁵⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 226.

Proses observasi dimulai dengan mengidentifikasi tempat yang hendak diteliti. Setelah tempat penelitian diidentifikasi, dilanjutkan dengan membuat pemetaan, sehingga diperoleh gambaran umum tentang sasaran penelitian. Kemudian peneliti mengidentifikasi siapa yang akan diobservasi, kapan, berapa lama dan bagaimana. Lantas peneliti menetapkan dan mendesain cara merekam wawancara tersebut.⁵⁹

2. Wawancara

Wawancara adalah proses komunikasi atau interaksi untuk mengumpulkan informasi dengan cara tanya jawab antara peneliti dan informan atau subyek penelitian.

Ada tiga jenis wawancara, yaitu: terstruktur, semi terstruktur, dan tidak terstruktur. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara semi terstruktur untuk mengetahui manajemen redaksional yang menjadi fokus dari penelitian ini.⁶⁰

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), cerita, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar, misalnya foto, gambar hidup, dan lain-

⁵⁹ Jozep R. Raco, *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya* (Jakarta:Grasindo, 2010), 112.

⁶⁰ Limas Dodi, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta:Pustaka Ilmu, 2015), 211.

lain. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.⁶¹

F. Analisis Data

Menurut Lexy J. Moleong, analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data kedalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data.⁶²

Menurut Sugiono, analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah selesai di lapangan. Analisis data menjadi pegangan bagi penelitian selanjutnya sampai jika mungkin, teori yang “grounded”. Namun dalam penelitian kualitatif, analisis data lebih difokuskan selama proses di lapangan bersamaan dengan pengumpulan data.

Pada penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan peneliti menggunakan model Miles and Huberman. Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai

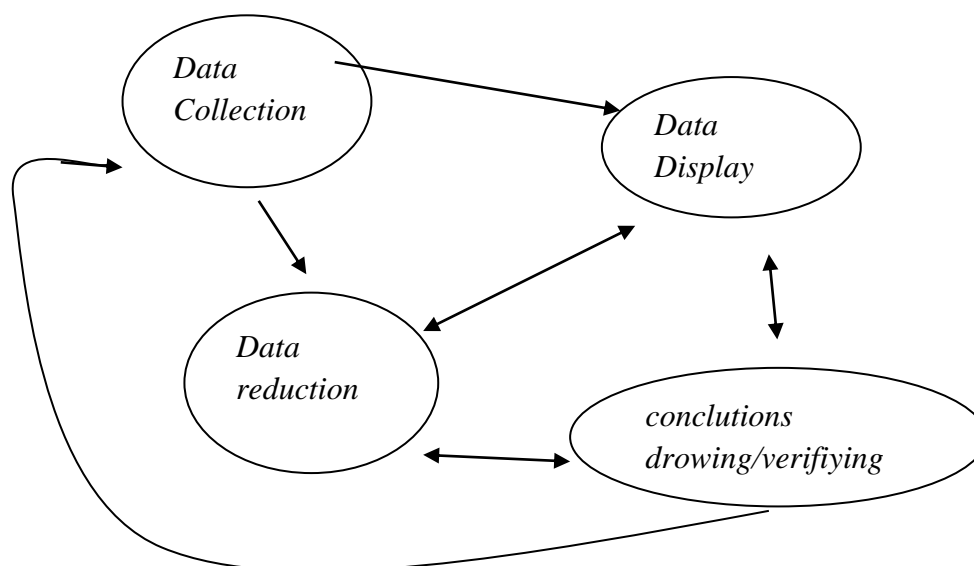
⁶¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 240.

⁶² Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2002), 103.

pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai.

Miles and Huberman, mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis dan kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivis dalam analisis data, yaitu *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification*.⁶³

Dalam analisis data, peneliti menggunakan model *interactive model*, yang unsur-unsurnya meliputi reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan *conclusions drowing/verifiying*. Alur teknik analisis data dapat dilihat seperti gambar di bawah ini.



Gambar 1.2. Komponen dalam analisis data (*interactive model*)

⁶³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 224-246.

Teknik analisis data pada penelitian ini penulis menggunakan tiga prosedur perolehan data.

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data adalah proses penyempurnaan data, baik pengurangan terhadap data yang dianggap kurang perlu dan tidak relevan, maupun penambahan data yang dirasa masih kurang. Data yang diperoleh di lapangan mungkin jumlahnya sangat banyak. Reduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang akan direduksi memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

2. Penyajian Data/ *Display*

Dengan men-*display* atau menyajikan data akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi selama penelitian berlangsung. Setelah itu perlu adanya perencanaan kerja berdasarkan apa yang telah dipahami. Dalam penyajian data selain menggunakan teks secara naratif, juga dapat berupa bahasa nonverbal seperti bagan, grafik, denah, matriks, dan tabel. Penyajian data merupakan proses pengumpulan informasi yang disusun berdasarkan kategori atau pengelompokan-pengelompokan yang diperlukan.

Miles and Huberman dalam penelitian kualitatif penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antarkategori, flowchart dan sejenisnya. Dalam hal ini Miles and Huberman menyatakan

yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.

3. Verifikasi Data (*Conclusions drawing/verifying*)

Langkah terakhir dalam teknik analisis data adalah verifikasi data. Verifikasi data dilakukan apabila kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan ada perubahan-perubahan bila tidak dibarengi dengan bukti-bukti pendukung yang kuat untuk mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Bila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung dengan bukti-bukti yang valid dan konsisten saat penelitian kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel atau dapat dipercaya.⁶⁴

G. Pengecekan Keabsahan Data

Pemeriksaan terhadap keabsahan data pada dasarnya, selain digunakan untuk menyanggah balik yang dituduhkan kepada penelitian kualitatif yang mengatakan tidak ilmiah, juga merupakan sebagai unsur yang tidak terpisahkan dari tubuh pengetahuan penelitian kualitatif.⁶⁵

Keabsahan data dilakukan untuk membuktikan apakah penelitian yang dilakukan benar-benar merupakan penelitian ilmiah sekaligus untuk menguji data yang diperoleh. Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi uji: *credibility, transferability, dependability, dan confirmability*.⁶⁶

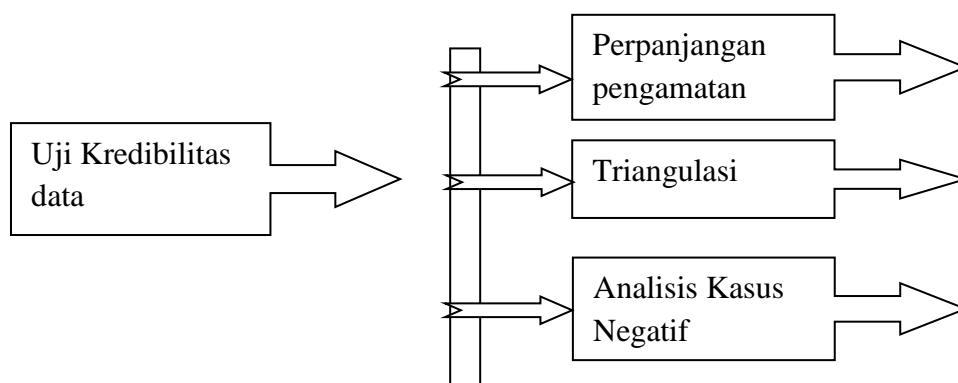
⁶⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 246-253.

⁶⁵ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2002), 320.

⁶⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 270.

1. Uji Kredibilitas

Beragam-macam cara pengujian kredibilitas data ditunjukkan pada gambar 3. Berdasarkan gambar tersebut, terlihat bahwa uji kredibilitas data atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian kualitatif antara lain dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian, triangulasi, diskusi dengan teman sejawat, analisis kasus negatif dan *membercheck*.⁶⁷



Gambar 1.3

Uji Kredibilitas data dalam penelitian kualitatif

2. Uji *Transferability*

Transferability ini merupakan validitas eksternal yang menunjukkan derajat ketepatan atau dapat diterapkannya hasil penelitian ke populasi di mana sampel tersebut diambil.

Nilai transfer ini berkenaan dengan pertanyaan, hingga mana hasil penelitian dapat diterapkan atau digunakan dalam situasi lain. Bagi peneliti

⁶⁷ Ibid., 270-277.

naturalistik, nilai transfer bergantung pada pemakai, hingga manakala hasil penelitian tersebut dapat digunakan dalam konteks dan situasi sosial lain.

Oleh karena itu, supaya orang lain dapat memahami hasil penelitian kualitatif, sehingga ada kemungkinan untuk menerapkan hasil penelitian tersebut, maka peneliti dalam membuat laporannya harus memberikan uraian yang rinci, jelas, sistematis, dan dapat dipercaya.

3. Pengujian *Depenability*

Dalam penelitian kualitatif, uji *depenability* dilakukan dengan melakukan audit terhadap keseluruhan proses penelitian. Kalau proses penelitian tidak dilakukan tetapi datanya ada, maka penelitian tersebut tidak reliabel atau *dependable*. Untuk itu pengujian *depenability* dilakukan dengan cara melakukan audit terhadap keseluruhan proses penelitian.

4. Pengujian *Confirmability*

Dalam penelitian kualitatif, uji *confirmability* mirip dengan uji *depenability*, sehingga pengujiannya dapat dilakukan secara bersamaan. Menguji *confirmability* berarti menguji hasil penelitian, dikaitkan dengan proses yang dilakukan. Bila hasil penelitian merupakan fungsi dari proses penelitian yang dilakukan, maka penelitian tersebut telah memenuhi standar *confirmability*. Dalam penelitian, jangan sampai proses tidak ada, tetapi hasilnya ada.⁶⁸

⁶⁸ Ibid., 270-277.