

TEOLOGI, ETIKA, DAN ISLAMISASI JURNALISME

Dudi Iskandar

dudisabiliskandar@yahoo.com

Dosen Fikom Universitas Budi Luhur, Jakarta Selatan.

ABSTRAK

Jurnalisme harus tetap berpijak pada prinsip kebenaran, independensi, check and balance, cover all (multi) sides, verifikasi fakta, dan keberpihakan pada yang lemah. Etika jurnalisme berfungsi untuk menjamin media memproduksi jurnalisme yang berkualitas dan publik pun mendapat informasi yang sehat dan mencerahkan. Dalam konteks agama (Islam), jurnalisme,--sebagai salah satu bagian kecil dari aspek kehidupan manusia--harus sinergis dengan dasar-dasar agama (teologi). Inilah yang penulis maksud dengan sintesis dan simbiosis-mutualisme antara jurnalisme dan teologi.

ABSTRACT

Journalism must remain grounded in the principles of truth, independence, check and balance, cover all (sides), verification of facts, and alignments to the weak. The ethics of journalism serve to ensure the media produces quality journalism and the public gets well-informed and enlightening information. In the context of religion (Islam), journalism, - as one small part of the human life aspect - should be synergistic with the fundamentals of religion (theology). This is what the author means by synthesis and the mutualism between journalism and theology.

Secara tradisional teologi didefinisikan sebagai seperangkat konsep dan pemahaman manusia terhadap aspek agama yang bersifat esoteris. Kepercayaan terhadap Tuhan, malai-kat, kitab suci, kenabian, hari akhir, pahala, dosa, dan balasannya. Sebagai sesuatu yang bersifat intrapersonal, sesungguhnya teologi harus sudah selesai pada ranah individu. Ia tidak perlu dibawa ke ranah publik dan diperdebatkan. Sebab apapun hasilnya keyakinan tidak bisa diganggu gugat atau dihakimi. Jika keyakinan dibawa ke ranah publik, konflik antar dan intra agama pasti terjadi. Setiap orang memiliki konsep dan pemahaman yang berbeda tentang dimensi esoteris agama. Oleh sebab itu, aspek keyakinan terhadap sesuatu yang abstrak dalam beragama wajib berhenti dalam ranah hati.

Sebagai sebuah konstruksi pemikiran

manusia (*human construction*) terhadap pesan inti agama, teologi bersifat nisbi, temporer, dan terus menyempurnakan diri. Perkembangan ruang dan waktu merupakan faktor paling fundamental hadirnya perubahan makna teologi. Munculnya istilah teologi pembebasan, misalnya, adalah respon terhadap kebekuan teologi yang senantiasa berkuat dalam konsep-konsep yang melangit dan di "alam sana." Selain itu juga hadir juga istilah teologi politik, teologi kebudayaan, teologi transformatif, dan sejenisnya. Inti semua istilah itu adalah menjadikan teologi sebagai titik tolak aktivitas keberagamaan.

Menarik gagasan yang diapungkan Ioanes Rakhmat, *Mengapa Agama Perlu Diteliti secara Saintifik*.¹ Tulisan itu menggelingkan tantangan baru agama. Selain

1 Koran Tempo, 24 September 2010

menyeret agama yang dianggap sakral dan berada di “alam sana” ke ranah sosial yang profan, ia pun menghilangkan konsep teologi dalam agama yang bersumber dari yang di “Atas.”

Menurutnya, agama bukanlah suatu fakta suprarasional atau supernatural, melainkan suatu fakta sosial antropologis. Ada lima unsur sosiologis antropologis dari agama yakni, (a) ada suatu komunitas sosial (*community*); (b) ada berbagai ritual yang dijalankan (*cult*); (c) ada sekumpulan kitab atau dokumen yang dipandang suci oleh komunitas sosial (*canon*); (d) ada sekumpulan doktrin yang dirumuskan secara sosial dan dinyatakan sebagai syahadat (*creed*); (e) ada sekumpulan kaidah moral yang disusun bersama (*code*).

Dalam tataran sosiologis-antropologis, salah satu implementasi teologi (agama) terwujud jurnalistik dalam media massa. Seraya melontarkan kritik terhadap Berger dan Luckmann, Burhan Bungin² menyebutkan media massa, termasuk surat kabar, menjadi variable yang sangat substantif dalam proses eksternalisasi, objektivikasi, dan internalisasi.³ Hal ini pun tentu saja termasuk dalam kehidupan beragama. Karena pengaruh media massa itulah ia memunculkan teori baru sekaligus revisi terhadap Berger dan Luckmann dengan tiga terminologi, yaitu, eksternalisasi, subjektivikasi, dan intersubjektif. Inti dari teori ini terletak pada sirkulasi informasi yang cepat dan luas yang disebarkan oleh media massa sehingga konstruksi sosial berlangsung sangat

cepat dan sebarannya merata. Realitas yang dibangun media massa tersebut membentuk opini publik, massa cenderung apriori, dan opini massa cenderung sinis.

Menurut Burhan Bungin⁴, ada empat tahapan kelahiran konstruksi sosial media massa. Yaitu, penyiapan materi konstruksi, sebaran konstruksi, pembentukan konstruksi realitas, dan konfirmasi. Dari empat tahapan itu melahirkan dua model konstruksi realitas media massa, yaitu model analog dan refleksi realitas. Model pertama terjadi dan dibangun secara rasional dan dramatis terhadap suatu kejadian. Dari sini masyarakat mendapat realitas yang dikonstruksi media mssa dari sebuah peristiwa yang terjadi dalam masyarakat. Namun, realitas yang dikonstruksi media massa bukan realitas sebenarnya. Sedangkan model kedua terbangun dari refleksi yang pernah terjadi dalam masyarakat.

Dengan demikian, berita sebagai hasil konstruksi media massa terhadap suatu peristiwa —yang dijadikan acuan khalayak— bukan realitas yang sebenarnya. Ia menjadi realitas buatan atau realitas kedua (*second hand reality*).⁵ Bahkan, berita yang disajikan dalam dua model seperti digambarkan Burhan Bungin merupakan realitas bayangan (*shadow reality*). Realitas bayangan mengandung pengertian realitas yang disodorkan media massa kepada masyarakat hanyalah bayangan dari suatu peristiwa. Yang namanya bayangan bukan atau bahkan jauh dari yang sebenarnya. Ia hanya mirip sebuah peristiwa tetapi tidak memiliki “ruh” peristiwa yang sebenarnya.

Ada tiga pertimbangan sebuah peristiwa menjadi berita di media, yaitu ideologis, politis,

2 *Konstruksi Realitas Media Massa ; Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan Televisi, dan Keputusan Konsumen Serta Kritik Terhadap Peter L. Berger dan Thomas Luckmann, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2008: 194*

3 *Tentang eksternalisasi, objektivikasi, dan internalisasi ajaran agama (Islam) selengkapnya bisa dibaca dalam Paradigma Islam; Interpretasi untuk Aksi Koentowijoyo, Mizan, Bandung, 1999.*

4 *Konstruksi Realitas Media Massa;Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan Televisi, dan Keputusan Konsumen Serta Kritik Terhadap Peter L. Berger dan Thomas Luckmann, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2008: 195-205*

5 *Pencitraan dalam Politik, Anwar Arifin, Pustaka Indonesia, Jakarta, 2006:5*

dan bisnis.⁶ Pertimbangan ideologis terjadi karena faktor pemilik atau nilai-nilai yang dihayatinya. Pertimbangan politis berangkat dari kenyataan bahwa pers tidak terlepas dari kehidupan politik. Apalagi pers adalah disebut sebagai pilar keempat demokrasi (*the fourth estate of democracy*). Sedangkan kepentingan bisnis berkaitan dengan pemasukan dari iklan. Ketiga pertimbangan itu juga berpengaruh pada perspektif/sudut pandang (*angle*) berita. Di sinilah kebijakan redaksi--biasanya melalui rapat proyeksi atau bujet berita-- menentukan arah sebuah berita.

Makanya tidak ada berita yang netral, tuna ideologi, dan tanpa kepentingan. Sebab berita, seperti produk media lain, merupakan hasil seleksi dan rekonstruksi.⁷ Oleh sebab itu, setiap teks berita atau media dipastikan berpotensi mengandung bias berita. Kondisi ini sangat sulit dihindari kalau bukan merupakan sesuatu yang *given*. Sebab siaran, tayangan, dan teks berita tidak berada dalam ruang hampa. Ia selalu berada dalam konteks sosial dan dalam pergulatan tertentu. Karena itu lumrah bila teks berita selalu berada dalam situasi dan keberpihakan pada pihak tertentu pula.

Semua yang disajikan media kepada khalayak memiliki ideologi, mengandung kepentingan, dan nilai dari lembaga dari media tersebut. Muatan ideologi dan kepentingan tersebut ditransformasi dalam bentuk berita. Dalam konteks itu menurut Jacob Oetama, berita bukan hanya penyajian sejumlah fakta yang tersusun sehingga enak dibaca tetapi juga mengandung dan menyajikan interpretasi akan arti dan makna dari peristiwa tersebut.⁸

6 *Jurnalistik Baru*, Sudirman Tebba, *Kalam Indonesia*, Jakarta, 2005:153-154

7 *Yang Tersembunyi di Balik Media; Pengantar kepada Kajian Media*, Graeme Burton, *Jalastura*, Yogyakarta, 2008:162

8 *Esai-Esai Bentara, Bunga Rampai, Editor JB Kristanto dkk*, Kompas, Jakarta, 2004:30

Munculnya kepentingan bukan hanya pada wacana yang disajikan, tetapi juga pada penempatan dan pembingkaihan berita dalam sebuah media. Penempatan berita pada berita utama akan berbeda pengaruhnya di benak publik atau pendengar, penonton, dan pembaca dengan berita yang diletakkan bukan berita utama. Selain itu kelengkapan sebuah berita seperti unsur 5W+1H, foto, grafis, dan ilustrasi juga menentukan ketertarikan masyarakat terhadap berita tersebut.

Tidak semua peristiwa bisa dibuat berita. Semuanya tergantung sudut pandang yang mau diambil oleh redaksi yang keputusannya ditentukan oleh kebijakan redaksi.⁹ Wartawan yang berada di lapangan hanyalah mencari fakta dari sebuah peristiwa. Sedangkan editor hanyalah merapikan berita. Mereka tidak bisa menentukan berita yang dibuatnya ditampilkan di dalam media. Sebab keputusan pemuatan berita ditentukan oleh kebijakan redaksi yang tercermin dalam rapat redaksi. Dengan demikian, kebijakan redaksi merupakan gabungan dari cita-cita institusi, di satu sisi, dan keinginan khalayak, pemiras, dan pembaca, pada pihak lain.¹⁰ Artinya ada mekanisme dan urutan-urutan tertentu sebuah berita bisa dimuat atau diturunkan.

Kemunculan internet yang kerap disebut media baru di satu sisi mempertajam tentang media. Di sisi lain, media yang menggunakan internet menyisakan banyak persoalan. Merebaknya *hoax*, berita tuna verifikasi, dan yang merambah ke wilayah privasi adalah beberapa implikasi negatif media massa berbasis internet. Meski demikian, kita harus akui internet memiliki kemampuan yang belum ada sebelumnya

9 *Jurnalistik Baru*, Sudirman Tebba, *Kalam Indonesia*, Jakarta, 2005:150

10 *Analisis Pers; Teori dan Praktek*, Ana Nadhya Abrar, *Cahaya Atma Pustaka*, Yogyakarta, 2011:36

untuk memperkembangkan bentuk baru relasi sosial. Untuk mendeskripsinya adalah melalui kebaruan interaktivitasnya. Karena itu internet benar-benar menjadi sumber individu bebas dan kelompok kecil, dalam dunia egalitarian yang di dalamnya individu tidak dirintangi oleh batasan bangsa, kelas, gender, atau properti.¹¹ Setelah media cetak dan elektronik menghegemoni masyarakat, dalam beberapa dekade terakhir, internet menjadi biang arus informasi. Selain sebagai media akses, internet juga kerap disandingkan sebagai konvergensi media dan media internal. Kini, hampir semua media cetak dan elektronik membarenginya dengan bentuk berita *online*, *e-paper*, dan *live streaming*.

Seperti diungkapkan di atas, akurasi dan verifikasi informasi yang berbasis internet masih perlu diuji, tetapi dalam ranah kecepatan penyebaran informasi, internet adalah yang pertama. Kehadiran internet di telepon selular, misalnya, kian mempertegas dominasi kecepatan informasi melalui internet. Selain, kecepatan berita, internet juga menumbuhkan jejang sosial (*facebook*, *twitter*, dan grup-grup yang berlandaskan hobi, profesi, dan kesamaan nasib). Mereka tergabung dalam *cybercommunity* atau komunitas maya.

Harus diakui internet menciptakan kebebasan individu yang tidak pernah ada dan terbayangkan sebelumnya. Tanpa sekat kultural apapun --etnis, ras, agama, geografis, dan strata sosial-- individu bebas melakukan aktivitas di ruang *cyberpublik*. Ia bebas berpendapat, berekspresi, dan berserikat tanpa ketakutan. Dalam situasi dan kondisi ini kontrol etika dan moral mengendur. Etika sosial dari keluarga, masyarakat, negara, dan institusi formal lain yang selama ini mengikat

11 Tony Thwaites dkk *Introducing Cultural and Media Studies*, penerjemah Saleh Permana, Jalasutra, Yogyakarta, 2009: 330-331

dan membatasi ruang gerak memudar. John Perry Barlow melihat internet sebagai keterputusan yang membebaskan diri dari semua bentuk kekuasaan negara yang akan mencoba meregulasinya.¹²

Implikasi dari kebebasan tak terbatas di ruang maya inilah yang menjadi akselator dan katalisator kedewasaan masyarakat. Kematangan individu dan masyarakat dalam berbagai aspek kehidupan inilah yang memperkuat terciptanya paradigma dan terbangunnya masyarakat adil, terbuka, dan demokratis. Dengan kata lain, tidak mungkin masyarakat kritis tumbuh jika tanpa kebebasan individu di ruang maya --yang kemudian berimbas ke dunia nyata-- tanpa internet.

PERDEBATAN ETIKA JURNALISME

Etika jurnalistik --karena hasil kreasi manusia-- masih perlu diperdebatkan. Bahkan, etika dalam beberapa perspektif tergantung yang mempergunakan. Hal ini pula yang sedang terjadi pada jurnalisme *online* (situs berita), yang secara kasat mata sudah mengubah tradisi jurnalisme tradisional. Jurnalisme *online* sering disorot karena kerap kali mengorbankan akurasi, validasi, verifikasi, dan kelengkapan suatu berita demi mengejar kecepatan dan kesegeraan. Ini tentu sangat diametral dengan jurnalisme tradisional (cetak). Di sisi lain, secara teoritis etika jurnalistik bersifat global, meski implementasinya di media tradisional menyesuaikan dengan kondisi lokal.

Secara filosofis, jurnalisme harus tetap berpijak pada prinsip kebenaran, independensi, *check and balance*, *cover all (multi) sides*, verifikasi fakta, dan keberpihakan pada yang lemah. Etika jurnalisme berfungsi untuk

12 *Introducing Cultural and Media Studies*, penerjemah Saleh Permana, Jalasutra, Yogyakarta, 2009 : 339

menjamin media memproduksi jurnalisme yang berkualitas dan publik pun mendapat informasi yang sehat dan mencerahkan. Inilah yang disampaikan dua –pakar jurnalisme Bill Kovach dan Tom Rosentiels. “*Journalism’s first obligation is to the truth.*”¹³ Meski bersifat *debatable* dan plural, kebenaran yang diusung teks berita adalah kebenaran milik masyarakat. Inilah yang kemudian menjadikan kepentingan masyarakat sebagai elemen jurnalistik kedua. Cara yang paling penting dalam memihak kebenaran adalah loyalitas kepada masyarakat (warga negara) (*Journalism’s first loyalty is to citizens*)¹⁴ dan dengan elemen ketiga, yaitu disiplin dalam memverifikasi fakta (*the essence of journalism is a discipline of verification*).¹⁵

Dalam konteks agama (Islam), jurnalisme,--sebagai salah satu bagian kecil dari aspek kehidupan manusia--harus sinergis dengan dasar-dasar agama (teologi). Inilah yang penulis maksud dengan sintesis dan simbiosis-mutualisma antara jurnalisme dan teologi.

Dalam tataran praktis, etika jurnalisme berwujud dalam UU Nomor 40 tahun 1999 tentang Pers, UU 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, UU nomor 11 tahun 2008 tentang Internet dan Transaksi Elektronik, Kode Etik Jurnalistik yang dimiliki Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) atau Aliansi Jurnalis Independen (AJI), dan sembilan elemen jurnalisme versi Bill Kovach dan Tom Rosentiels, misalnya. Semua aturan main jurnalisme lebih praktis biasanya dituang-

kan dalam peraturan masing-masing media. Artinya, setiap media memiliki aturan main masing-masing. Tetapi semuanya merujuk kepada UU yang dikemukakan di atas tergantung pada ranah mereka. Televisi berpijak pada UU Pers dan UU Penyiaran, situs berita harus tunduk pada UU Pers dan UU ITE, misalnya, dan seterusnya.

Ketaatan pada UU atau hukum positif adalah salah satu bentuk implementasi dari ketaatan dalam beragama. Alquran, hadist, dan ijma ulama sebagai landasan kehidupan beragama harus diderivasi dalam tataran kehidupan masing-masing, termasuk dalam dunia media dan jurnalisme. Dengan kata lain, ketundukan pada UU dalam bekerja di dunia jurnalisme adalah bukti ketundukan pada Alquran dan hadist. Dengan demikian, pemahaman beragama jurnalis atau pekerja media tidak kaku atau rigid berlandaskan Alquran hadis dalam pengertian tekstualitas. Justru sebaliknya, dunia jurnalisme sebagai bidang yang langsung bersentuhan dengan kebutuhan masyarakat di bidang informasi harus menjadi contoh bagi bidang yang lain. Yakni, memadukan ketaatan pada Tuhan (Alquran), Rasul (hadist) dengan ketaatan pada negara.

Keberadaan situs berita di Indonesia berkembang dalam beragam bentuk dan isi, baik yang bersifat umum atau isi yang khusus ditujukan pada kelompok atau komunitas tertentu. Salah satu jenis situs berita yang memiliki isi dan tujuan khusus adalah situs berita Islam Indonesia. Perkembangan atau keberadaan media berlabel agama atau diidentifikasi menyuarakan kelompok agama tertentu merupakan upaya yang baik dan diharapkan dapat menjadi sarana berwacana bagi umat agama (Islam).

Merujuk pada cara pandang tersebut maka tidak heran jika dengan mudah Islam

13 Bill Kovach and Tom Rosenstiel, *The Elements of Journalism*, Three Rivers Press, New York, Amerika Serikat, 2007:36

14 Bill Kovach and Tom Rosenstiel, *The Elements of Journalism*, Three Rivers Press, New York, Amerika Serikat, 2007:52

15 Bill Kovach and Tom Rosenstiel, *The Elements of Journalism*, Three Rivers Press, New York, Amerika Serikat, 2007:79

dikaitkan dengan berbagai aksi teroris dan kejahatan. Islam sama sekali tidak dipandang sebagai sebuah ajaran agama yang tentunya memuat nilai-nilai kemanusiaan. Tantangan bagi media Islam Indonesia tidak saja memberikan ruang yang memadai untuk umatnya mendapatkan informasi yang tidak didasari kecurigaan, prasangka atau rasa benci kepada Islam, akan tetapi juga menjadi media yang menyatukan umatnya tanpa memicu konflik dengan umat lain. Hal ini perlu ditekankan karena media Islam Indonesia tidak saja berhadapan dengan media Barat yang memiliki kecurigaan pada Islam akan tetapi harus mampu bersanding dengan realitas keragaman agama yang dipeluk masyarakat Indonesia.

Kerap kali terjadi kesalahpahaman antara pengelola situs berita dan pemerintah dalam menginterpretasikan ajaran agama (teks-teks agama). Di satu sisi, pengelola situs berita Islam ingin menegakkan ajaran agamanya dan pemerintah berusaha menjaga harmoni, di sisi lainnya. Tak heran jika beberapa kali situs berita yang mengklaim dakwah Islam diblokir. Yang terbaru adalah 22 situs berita Islam yang diblokir karena dianggap menyebarkan ajaran yang bertentangan dengan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945. Ajaran yang dianggap bertentangan pemerintah itu adalah berkaitan dengan terorisme.

ISLAMISASI JURNALISME

“Ketika orang-orang kafir menanamkan dalam hati mereka kesombongan (yaitu) kesombongan jahiliyyah lalu Allah menurunkan ketenangan kepada Rasul-Nya dan kepada orang-orang mumin dan Allah mewajibkan kepada mereka kalimat takwa, dan adalah mereka berhak atas kalimat takwa tersebut dan patut memilikinya. Dan adalah Allah yang Maha Mengetahui segala

sesuatu.” (QS Al Fath : 26)¹⁶

Dalam berbagai majelis, pengajian, atau buku, kata “jahiliyah” kerap diartikan kebodohan. Ketika menyebut zaman jahiliyah berarti sebuah masa kebodohan/kegelapan. Label zaman jahiliyah selalu dikaitkan dengan masa sebelum kedatangan Nabi Muhammad SAW di tanah Arab. Dengan pengertian itu, jahiliyah terikat dalam satu ruang dan waktu. Ia pernah ada di masa lampau. Bukan masa kini atau yang akan datang. Biasanya lawan kata jahiliyah adalah ilmu (berpengetahuan) atau zaman keislaman.

Adalah ilmuan Jerman, Ignaz Goldziher yang mengemukakan bahwa pengertian “*jahiliyah*” tidak tepat jika diartikan kebodohan. Menurutnya, kata dasar jahiliyah (JHL) dalam makna primer dan generik tidak terkait dalam satu ruang dan waktu tertentu. Ia abadi selama kehidupan ini masih ada sebab berupa salah satu sifat manusia.

Menurutnya, lawan kata jahiliyah bukan ilmu, tetapi hilm (kelayakan moral bagi orang-orang beradab yang bisa menahan diri). Reynold A. Nicholson yang dikutip Toshihiko Izutsu,¹⁷ pengertian JHL yang hakiki ditemukan dalam puisi pra-Islam. Jahiliyah bukan berarti kebodohan tetapi sebuah sikap mental. Pengertian jahiliyah sebagai kebodohan hanya dipakai dalam kata sekunder.

Menurut Fuad Hasem,¹⁸ jahiliyah diartikan zaman kebodohan (*ignorance*) mungkin suatu pengertian untuk membongkang pengertian agama Kristen bahwa jahiliyah itu adalah “zaman sebelum datangnya nabi”, seperti tercantum dalam Kitab Injil (Rasul-

¹⁶ Alquran dan Terjemahnya, Departemen Agama Republik Indonesia, Gema Risalah Press, Bandung, 93 : 842

¹⁷ Konsep-Konsep Etika Religius dalam Qur'an, Tiara wacana, Yogyakarta, 1994:33-35

¹⁸ Lihat Sirah Muhammad Rasulullah; Suatu Penafsiran Baru, Mizal, Bandung, 1992:65

Rasul 17:30), korban pengaruh Kristen seperti kata teolog Mikaelis.

Dengan pengertian itu, karakteristik manusia jahiliyah adalah mereka yang berurat batu, tiranik, sombong, dendam, paganis, dan kejam. Lawan kata yang paling tepat adalah takwa (menahan diri). (lihat Q.S. 3:154; 5:50; 33:33; 48:26).

Dengan pendekatan semantik, Izutsu mengambil kesimpulan tentang jahiliyah ini. Pertama, jahiliyah bukanlah menunjukkan sesuatu yang dinamis. Sebagai suatu keadaan psikologis tertentu yang dilenyapkan oleh kekuatan Islam (Nabi Muhammad SAW). Ia akan hidup lagi secara diam-diam di dalam setiap jiwa, termasuk orang mukmin. Ia siap meledak kapan saja mengoyak hati nurani termasuk dirasakan Nabi Muhammad SAW.

Kedua, jahiliyah tidak ada hubungannya dengan “kebodohan.” Maknanya berdasarkan realitas sebagai rasa kemuliaan kesukuan, semangat persaingan, keangkuhan, dan semua perbuatan kasar yang muncul dari sifat yang dipenuhi hawa nafsu. Singkat kata, jahiliyyah berkaitan dengan karakter syetan yang mendorong ke arah perbuatan buruk. Makanya lawan kata dari jahiliyyah adalah hilm (sebuah sikap yang penuh dengan ketenangan). Orang yang bertakwa memiliki sifat hilm ini.

Redefinisi jahiliyah ini mempertegas bahwa sifat tersebut selalu aktual. Setiap muslim wajib menyadari karakteristik jahiliyah senantiasa mengintai untuk masuk dan bersemayam di dalam hati. Secara implisit jahiliyah akan mewarnai setiap gerak dan langkah manusia, karena relevan karakteristik setan. Mental dan sikap jahiliyah pun kini menghegemoni masyarakat kita. Materialisme, hedonis, keras kepala, dan pragmatis, merupakan beberapa indikator sikap jahiliyah.

Dari redefinisi terminologi jahiliyyah di atas, kita dapat ambil kesimpulan bahwa

jahiliyyah pun bisa diterapkan pada dunia jurnalistik. Dengan kata lain, kita bisa menyebut jurnalisme jahiliyyah. Sebuah istilah jurnalisme yang dilatarbelakangi, cara-cara, dan tujuan untuk keburukan. Menumpuk kekayaan di segelintir kalangan, menghabisi karakter orang lain, dipergunakan untuk kepentingan sesaat dan sebagainya. Jurnalisme tanpa etika; jurnalisme tuna nilai; jurnalisme yang melenceng dari tujuan sesungguhnya.

Jurnalisme adalah salah satu cara atau metode mengungkap dan menemukan sebuah kebenaran. Kebenaran tentang apa saja selama ia berhubungan dengan urusan publik, khususnya dalam pemantauan terhadap penyelenggaraan kekuasaan. Karena itu jurnalisme kerap dianggap sebagai *watchdog* (anjing pengawas) kekuasaan. Bahkan diagung-agung sebagai elemen keempat demokrasi (*the fourth estate of democracy*) dalam sebuah sistem ketatanegaraan yang menganut azas trias politika. Makanya tepat ketika Bill Kovach dan Tom Rosentiels menjadikan pencarian kebenaran sebagai elemen pertama yang menjadi kewajiban jurnalisme.¹⁹

Dalam posisi seperti ini (mencari dan menemukan kebenaran), jurnalisme sama dengan kedudukannya dengan kepolisian, kejaksaan, dan kehakiman. Hanya saja masing-masing memiliki cara yang berbeda dalam mengungkap dan menemukan kebenaran. Metode jurnalisme menemukan kebenaran adalah merangkai fakta yang bersebaran. Fakta dicatat, ditulis, atau direkam. Ia kemudian diurut, diverifikasi, dan validasi. Dari situlah akan kelilahatan arah pencarian kebenaran. Kerja jurnalisme mirip merangkai *puzzle*. Sekeping demi sekeping dirangkai; membutuhkan proses panjang. Bahkan, mung-

¹⁹ Selengkapnya tentang elemen-elemen jurnalisme bisa dibaca dalam *The Elements of Journalism*, Bill Kovach and Tom Rosenstiel, Three Rivers Press, New York, Amerika Serikat, 2007

kin mentok atau terbentur tembok yang tidak bisa ditembus. Tetapi itulah kerja jurnalisisme.

Inti dari kerja jurnalisisme adalah fakta dan publik. Yang pertama berkaitan dengan sesuatu yang akan dirangkai untuk menemukan kebenaran. Sedangkan yang kedua berkenaan dengan tujuan jurnalisisme. Dengan dua prinsip mendasar tersebut, jurnalisisme tidak berhubungan bahkan menolak sesuatu yang bersifat fiksi atau mitos dan privat atau pribadi. Singkat kata, kerja jurnalisisme adalah fakta, fakta, dan fakta. Publik, publik, dan publik.

Seperti halnya jahiliyyah dalam berbagai aspek, jurnalisisme jahiliyyah pun harus disadarkan atau dikembalikan ke nilai asasinya, yakni jurnalisisme islami; jurnalisisme yang *hilm* (sebuah karakter yang berlawanan dengan jahiliyyah); jurnalisisme yang penuh dengan ketakwaan. Jurnalisisme model ini bisa mengambil pelajaran atau terminologi seperti pertautan antara Islam dan ilmu pengetahuan.

Sesungguhnya terminologi islamisasi jurnalisisme ini terinspirasi oleh islamisasi (ilmu) pengetahuan ala Raji Ismail Al Faruqi²⁰ yang dikumandangkan beberapa dekade lalu. Gagasan islamisasi pengetahuan ini pun mendapat respon positif dan negatif. Diskursus tentang ini kemudian berkembang dengan munculnya berbagai tandingan gagasan Raji Ismail Al Faruqi tersebut. Istilah lain yang muncul sebagai banding, ‘lawan’ atau perbedaan perspektif. Antara lain, (ilmu) pengetahuan Islam dan (ilmu) pengetahuan islami.

Tentu saja tulisan ini tidak akan membahas polemik tiga terminologi di atas karena ranah dan fokusnya berbeda. Hanya saja penulis ingin mengambil tiga terminologi sintesis Islam dan ilmu pengetahuan itu ke dalam dunia jurnalisisme. Dengan mengikuti

tiga terminologi di atas, maka hubungan Islam dan jurnalisisme bisa dirangkai dengan jurnalisisme Islam, jurnalisisme islami, dan islamisasi jurnalisisme.

Terminologi jurnalisisme Islam lebih menekankan pada nama atau formalitas daripada substansi atau isi jurnalisisme yang berbasis Islam. Masyarakat mengenal jurnalisisme Islam seperti tabloid Salam, surat kabar Republika, Alif TV, arrahmah.com, hidayatullah.com dan sebagainya. Dengan kata lain jurnalisisme Islam dan non Islam dibedakan hanya dari bentuk luarnya saja. Kompas, RCTI, dan detik.com, misalnya, tidak termasuk jurnalisisme Islam sebab ketiga nama media tersebut tidak Islam. Meski terkadang jurnalisisme Islam kerap mempraktikkan jurnalisisme yang tidak islami. Misalnya, berita hasil dari *copy paste*, tanpa verifikasi fakta, dipergunakan untuk kepentingan sesaat, dan sebagainya.

Di sisi lain, muncul istilah jurnalisisme islami. Model jurnalisisme ini berpendapat tidak penting nama (bentuk atau formal) Islam. Yang paling penting adalah substansi atau isi jurnalisisme tersebut. Nama boleh Media Indonesia, SCTV, Viva.co.id, misalnya, (sesuatu yang tidak ‘berbau Islam’) tetapi dalam kinerja dan kerjanya islami. Artinya, nilai-nilai Islam di praktikkan dalam jurnalisisme model ini. Dalam model jurnalisisme islami ini kaidah-kaidah Islam dipraktikkan. Berita dihasilkan dari kerja keras wartawan, bukan *copy paste*, jurnalisisme dipergunakan melawan kekuasaan yang lalim, dan taat dalam melaksanakan kaidah-kaidah jurnalisisme yang lainnya.

Dengan demikian, jurnalisisme Islam dan jurnalisisme islami bertolak belakang. Yang satu mementingkan bentuk (nama Islam), sedangkan di pihak yang bersebrangan (jurnalisisme islami) tidak mementingkan nama tetapi lebih mendahulukan isi jurnalisisme. Hingga

²⁰ Sebagai landasan islamisasi pengetahuan lihat dalam *Tauhid*, Pustaka, Bandung, 1992.

saat ini dua bentuk jurnalisme tersebut masih mewarnai perjalanan jurnalisme di negeri ini.

Sedangkan istilah islamisasi jurnalisme lebih cenderung dalam konteks epistemologi. Istilah ini lebih dekat dengan jurnalisme islami yang lebih menekankan pada proses dan kinerja bukan pada bentuk. Seperti dalam jurnalisme Islam. Islamisasi jurnalisme berarti semua proses dan kinerja dalam jurnalisme berlandaskan nilai-nilai Islam. Mulai dari produksi, distribusi, dan konsumsi pesan serta makna dihiasi nilai-nilai Islam yang universal.

Sesungguhnya, islamisasi pengetahuan atau islamisasi jurnalisme pun masih mengundang perdebatan. Pertanyaan mendasarnya adalah apakah proses islamisasi jurnalisme itu hanya pada tataran landasan ontologis (hakikat jurnalisme), landasan epistemologis (cara dalam jurnalisme), dan landasan aksiologis (nilai jurnalisme) sekaligus atau hanya pada tataran landasan aksiologis (nilai). Sama dengan ilmu pengetahuan, islamisasi jurnalisme juga dipastikan mengundang dan mengandung banyak kontroversi. Semuanya diserahkan ke masyarakat (penonton, pemirsa, pendengar atau pembaca) sebagai penilainya. *Wallahu 'alam bishowab.*

DAFTAR BACAAN

- Abrar, Ana Nadhya, Analisis Pers; Teori dan Praktek, Cahaya Atma Pustaka, Yogyakarta, 2011
- Agama, Departemen, Republik Indonesia Alquran dan Terjemahnya, Gema Risalah Press, Bandung, 1993
- Al Faruqi, Raji Ismail, Tauhid, Penerjemah Rahmani Astuti, Pustaka, Bandung, 1992.
- Arifin, Anwar, Pencitraan dalam Politik, Pustaka Indonesia, Jakarta, 2006
- Bungin, Burhan, Konstruksi Realitas Media Massa ; Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan Televisi, dan Keputusan Konsumen Serta Kritik Terhadap Peter L. Berger dan Thomas Luckmann, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2008
- Burton, Graeme, Yang Tersembunyi di Balik Media; Pengantar kepada Kajian Media, Jalasutra, Yogyakarta, 2008
- Hashem, Fuad, Lihat Sirah Muhammad Rasulullah; Suatu Penafsiran Baru, Mizal, Bandung, 1992
- Izutsu, Toshihiko, Konsep-Konsep Etika Religius dalam Qur'an, Tiara Wacana, Yogyakarta, 1994
- Koentowijoyo, Paradigma Islam; Interpretasi untuk Aksi, Mizan, Bandung, 1999.
- Kovach, Bill and Tom Rosenstiel, The Elements of Journalism, Three Rivers Press, New York, Amerika Serikat, 2007
- Kristanto, JB dkk (ed), Esai-Esai Bentara, Bunga Rampai, Kompas, Jakarta, 2004

Tebba, Sudirman, *Jurnalistik Baru*, Kalam Indonesia, Jakarta, 2005

Thwaites, Tony dkk, *Introducing Cultural and Media Studies*, penerjemah Saleh Permana, Jalasutra, Yogyakarta, 2009

Rakhmat, Ioanes, *Mengapa Agama Perlu Dikaji secara Saintifik*, Koran Tempo, 24 September 2010