

## Jurnalisme Dakwah di Media *Online* (Framing Rubrik Feature Hidayatullah.com)

Eko Wahyudi<sup>a</sup>, Dina Nakita<sup>b</sup>, Septyan Dwi Nuryanto<sup>c</sup>

<sup>(abc)</sup> UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

\*Korespondensi Penulis, E-mail: [weko1797@gmail.com](mailto:weko1797@gmail.com)

### ABSTRACT

*Keywords:*

Da'wah, Journalism,  
Media

This paper discusses how the practice of da'wah journalism is practiced in reporting in digital media. This paper wants to see how the form of Islamic da'wah in the dynamics of digital media. Currently, along with the development of information technology, journalism is transforming by presenting digital/online journalism as a variant of print and electronic journalism. This transformation makes the process of delivering information different from the existing ones, including how the da'wah is packaged will also be different. The focus of this research is to examine how the form of da'wah is carried out by Hidayatullah.com in its various reports in the virtual universe. The research also wants to see what Islamic values are spread by *Hidayatullah.com* in its da'wah process on the internet. By using a qualitative descriptive approach, the results of this study indicate that Hidayatullah.com can present da'wah without violating the journalistic code of ethics. Da'wah is presented with content in the form of features that contain stories that are intended to stir the hearts of readers. In addition, the da'wah practiced by *Hidayatullah.com* presents novelty because it is packaged through writing that uses language styles and writing structures such as literary works. This is different from conventional mass media practices which often use rigid and formal Indonesian in their writings.

### ABSTRAK

*Kata Kunci:*

Dakwah, Jurnalistik,  
Media

Tulisan ini mengkaji bagaimana praktik jurnalisme dakwah dipraktikkan dalam pemberitaan di media digital. Tulisan ini ingin melihat bagaimana bentuk dakwah Islam dalam dinamika media digital. Saat ini, beriringan dengan perkembangan teknologi informasi, jurnalisme bertransformasi dengan menghadirkan jurnalisme digital/daring sebagai varian dari jurnalisme cetak dan elektronik. Transformasi ini membuat proses penyampaian informasi akan berbeda dengan yang telah ada, termasuk bagaimana dakwah dikemas juga akan berbeda. Fokus penelitian ini adalah mengkaji bagaimana bentuk dakwah yang dilakukan Hidayatullah.com dalam berbagai pemberitaannya di jagat virtual. Penelitian juga ingin melihat nilai-nilai Islam apa yang disebarkan *Hidayatullah.com* dalam proses dakwahnya di internet. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Hidayatullah.com dapat menyajikan dakwah tanpa harus melanggar kode etik jurnalistik. Dakwah disajikan dengan konten berbentuk feature yang berisi kisah-kisah yang dimaksudkan untuk menggugah hati pembaca. Selain itu, dakwah yang dipraktikkan

*Hidayatullah.com* menyajikan kebaruan karena dikemas melalui tulisan yang menggunakan gaya bahasa dan struktur penulisan seperti karya sastra. Hal ini berbeda dengan praktik media massa konvensional yang sering kali menggunakan bahasa Indonesia yang kaku dan formal dalam tulisannya.

---

## PENDAHULUAN

Perkembangan jurnalisme dakwah sebagai bagian dari produk jurnalistik merupakan bagian yang tak terelakkan dari perkembangan teknologi informasi dalam iklim dunia digital (Sulaeman, 2019). Hal ini diperkuat dengan sebuah era baru teknologi yang disebut Industri 4.0 yang membuat transformasi komprehensif dari segala aspek produksi yang terjadi di dunia industri melalui penggabungan antara teknologi digital serta internet dengan industri konvensional (Schwab, 2019). Christian Fuchs menyebut bahwa dulu orang-orang menggunakan internet hanya sebagai hiburan dari kepenatan rutinitas sehari-hari. Namun, saat ini dengan berkembangnya teknologi informasi, memakai internet justru menjadi aktivitas rutin, bukan lagi semata hiburan (Fuchs, 2014).

Bersamaan dengan perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat, jurnalistik bertransformasi sedemikian rupa hingga akhirnya membentuk model jurnalistik baru yang jamak disebut jurnalisme digital/daring. Jurnalisme model ini sedikit berbeda dengan jurnalisme konvensional. Letak perbedaannya terlihat dari tempat berita/informasi tersebut disiarkan. Jurnalisme konvensional menyiarkan informasi lewat media cetak dan elektronik. Sedangkan jurnalisme digital menyebarkan informasi melalui internet. Selain itu, jurnalisme digital berbeda secara prinsip dengan jurnalisme konvensional.

Jurnalisme digital prinsipnya melaporkan peristiwa yang sedang terjadi, sedangkan jurnalisme konvensional justru melaporkan peristiwa yang sudah terjadi (Haryanto, 2014).

Jika dilacak ke belakang, asal usul berkembangnya jurnalisme digital atau daring sebenarnya telah terjadi sejak tahun 1970-1980an. Mulanya, ia hanya digunakan oleh segelintir ilmuwan. Namun seiring berjalannya waktu, jurnalisme *online* menyebar dan bertransformasi dengan cepat ke dalam beberapa *platform* digital seperti blog, *mobile* jurnal, jurnalisme media sosial, dan jurnalisme umpan klik.

Pada era digital, arus informasi bergerak dengan sangat cepat. Semua orang bisa saling menyebar informasi dan terkoneksi satu sama lain tanpa perlu diperantarai apa pun. Masyarakat luas kini punya peran yang sama dengan berbagai media konvensional dalam menyebarkan informasi. Di Indonesia peran masyarakat dalam menyebarkan informasi di jagat digital terhitung besar. Merujuk pada laporan *We Are Social*, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 191 juta orang pada Januari 2022. Jumlah itu telah meningkat 12,35% dibandingkan pada tahun sebelumnya yang sebanyak 170 juta orang (DataIndonesia, 2022). Artinya lebih dari setengah penduduk Indonesia tiap harinya berinteraksi dengan dunia digital. Hal ini terjadi selain karena faktor kemudahan akses dalam memiliki perangkat teknologi, disinyalir juga dipengaruhi oleh legitimasi teologis yang dipercayai

sebagian masyarakat Indonesia.

Sebagaimana jamak diketahui, penduduk Indonesia mayoritas beragama Islam. Di dalam Islam terdapat ajaran yang berarti dakwah. Menurut pengertian Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), dakwah berarti penyiaran agama dan pengembangannya di kalangan masyarakat; seruan untuk memeluk, mempelajari, dan mengamalkan ajaran agama (KBBI, 2016). Dalam konteks Islam, dakwah bermakna menyampaikan atau menyerukan (Dermawan, 2005). Maksudnya umat Islam diperintahkan untuk menyerukan ajaran yang terdapat dalam agama kepada semua orang. Dakwah merupakan sarana untuk menyampaikan ajaran yang bersumber dari Tuhan kepada manusia sehingga dapat dipahami dan diterima dengan baik. Islam mengarahkan dakwah untuk senantiasa mengajak manusia agar berbuat kebaikan dan mendorong orang lain untuk menjadi insan yang berakhlak dan berpengetahuan.

Saat ini, media digital menjadi salah satu unsur penting dalam menjembatani penyebaran suatu informasi, termasuk menyampaikan ajaran yang terkandung dalam Islam. Dakwah yang dulunya hanya dilakukan dalam mimbar tempat ibadah, kini bisa disebarkan lewat media digital. Tidak heran jika kemudian kini muncul banyak media daring berbasis Islam dengan berbagai variasinya. Salah satu media daring di Indonesia yang berbasis Islam ialah *Hidayatullah.com*. Media ini menyajikan dakwah melalui konten jurnalistik yang konten di dalamnya berisi tentang ramadan, haji, dan sebagainya. *Hidayatullah.com* memberikan ruang untuk berita-berita Islami yang dapat dikonsumsi banyak khalayak melalui kecepatan media daring. Kehadiran media daring seperti *Hidayatullah.com* menjadi manifestasi dari bergabungnya konsep dasar jurnalisme

dengan dakwah yang kemudian disebut jurnalisme dakwah.

Sebelum penelitian ini dilakukan, telah ada beberapa penelitian sebelumnya yang juga mengangkat tema sejenis. Penelitian Andries Kango yang berjudul *Jurnalistik dalam Kemasan Dakwah* (2014), menjelaskan bagaimana pesan dakwah di media harus memperhatikan akan dikonsumsi oleh siapa tulisan yang disajikan. Apakah kepada media khusus berideologi Islam atau media umum. Dalam penelitian tersebut dikatakan bahwa sebuah konten yang menjadi produk jurnalistik perlu memperhatikan kebaikan bahasa. Menurut penelitian ini, dakwah di media sebaiknya dilakukan dengan cara-cara yang baik, arif, dan bijaksana (Kango, 2014).

Fokus penelitian Andries hanya membahas seputar media cetak. Ia belum mengulik bagaimana dinamika dakwah dalam praktik jurnalisme *online* seperti sekarang. Hal ini penting dicermati mengingat setelah kurang lebih delapan tahun sejak penelitian tersebut dipublikasi, perkembangan media *online* semakin marak di sekitar masyarakat. Media daring penting diperhatikan karena terdapat perbedaan signifikan antara media *online* dengan media konvensional, yakni media *online* dapat menerima *feed back* (umpan balik) sehingga komunikasi dapat langsung merespons konten yang diterbitkan, sedangkan media konvensional cenderung perlu jeda atau waktu untuk menerima umpan balik (Vivian, 2018). Oleh karena itu, media *online* mempunyai ciri khas tersendiri dalam menyajikan berita, ditambah lagi media *online* unggul dalam kecepatan menyebarkan informasi.

Penelitian lain yang juga mengangkat tema jurnalisme dakwah adalah penelitian yang ditulis oleh Masduki berjudul *Kurikulum Komunikasi dan Jurnalistik Dakwah*

*Perbandingan dan Rekomendasi Pembelajaran* (2015). Dalam penelitian tersebut, disimpulkan bahwa jurnalisme dakwah merupakan salah satu pilar pendidikan komunikasi pada perguruan tinggi Islam (Masduki, 2015).

Dari berbagai penelitian tersebut, perbedaan penelitian ini dengan yang sudah dilakukan terletak pada ruang lingkup yang berbeda. Penelitian ini ingin melihat bagaimana jurnalisme dakwah dalam dinamika pemberitaan media daring di *Hidayatullah.com*. Sedangkan penelitian sebelumnya tidak ada yang mengkaji jurnalisme dakwah dalam bingkai media daring. Penelitian ini bermaksud mencari tahu lebih jauh bagaimana dakwah berjalan dalam media daring yang merupakan produk baru dari dunia jurnalistik. Penelitian ini menggunakan analisis framing sebagai pendekatan utama untuk melihat bagaimana jurnalisme dakwah dalam pemberitaan *Hidayatullah.com*.

## Metode

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang dilakukan secara holistik atau utuh dalam mengambil isi konten dan menganalisisnya dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata. Secara paradigmatis, penelitian ini menggunakan paradigma konstruksionis model Peter L. Berger (L. Berger & Luckmann, 2012). Menurut paradigma konstruksionis, pembuat berita atau media adalah penentu yang mampu mengarahkan pola pikir pembaca. Bagi paradigma konstruksionis, sebuah realitas tidak terjadi atau terbentuk secara alamiah begitu saja terjadi, melainkan realitas itu sendiri dibentuk dan dikonstruksikan oleh individu atau struktur tertentu (Bungin, 2008). Oleh karena itu,

dapat dikatakan bahwa setiap orang mempunyai konstruksinya tersendiri terhadap sebuah realitas sosial (Eriyanto, 2002).

Permasalahan atau pertanyaan utama yang menjadi fokus paradigma konstruksionis adalah mengenai bagaimana peristiwa atau realitas dikonstruksi serta mencari tahu cara mengonstruksinya. Paradigma ini mampu memberi arahan untuk mengetahui serta memberikan penilaian terhadap bagaimana media, wartawan, dan bahkan berita itu sendiri dibentuk. Dengan paradigma ini berita akan dibaca cenderung menyesuaikan kepentingan dan ideologi dari media selaku pembuat berita. Hal ini menarik karena akan membuka peluang untuk melihat bagaimana berita itu dibentuk. Selain itu, paradigma konstruksionis mempermudah untuk mengetahui bagaimana *framing* di balik sebuah berita yang diterbitkan suatu media. Dalam penelitian ini, model analisis *framing* milik Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki menjadi alat analisis utama untuk melihat apa yang dibentuk dari sebuah berita kepada khalayak.

## Hasil dan Pembahasan

*Hidayatullah.com* merupakan salah satu *platform* media yang menayangkan informasi Islami berbasis daring berupa *website*. Informasi yang ditayangkan terbagi menjadi berita, kajian, artikel, kolom, ramadan, *feature*, spesial, konsultasi, redaksi, foto, dan video. *Hidayatullah.com* berdiri pada tahun 1996 yang dinaungi oleh PT Lentera Jaya Abadi (LJA) dan telah terdaftar dalam kementerian hukum dan hak asasi manusia RI.

Dengan rubrik yang beragam, konten-konten yang disajikan dalam media tersebut juga beragam, tidak kaku,

dan mengikuti bagaimana media *main-stream* lainnya. Hal tersebut bukan berarti Hidayatullah.com kemudian kehilangan ideologinya seperti media lainnya. Hidayatullah.com justru sampai sekarang masih konsisten dengan konten Islam dalam seluruh publikasinya.

Jika ditinjau memakai perspektif moderasi Islam, konten yang termuat di Hidayatullah.com bisa dikatakan masuk dalam kategori demikian. Moderasi sendiri di dalam dinamika media tersebut, diketahui sebagaimana yang disebutkan oleh Darlis Dawing dalam penelitiannya berjudul *Mengusung Moderasi Islam di Tengah Masyarakat Multikultural* (2017), yang mengatakan bahwa moderasi dapat dijumpai dalam tiap disiplin keilmuan Islam, mulai dari aspek akidah, syariah, tasawuf, tafsir hadis dan dakwah (Dawing, 2017). Dengan kata lain, karya jurnalistik di dalam *Hidayatullah.com* mempunyai nilai jurnalisme yang tidak terlepas dengan nilai-nilai keIslaman.

Melalui Hidayatullah.com, nilai keislaman dalam dunia jurnalistik hadir sebagai sarana dakwah. Hal demikian dapat dinilai bagaimana pesan-pesan dari tokoh Islam yang tersirat dan tersurat langsung di dalam pemberitaan. Pencarian narasumber *muslimin/muslimah* juga patut diperhitungkan dalam media yang berideologikan Islam, sebab pesan yang sampai adalah pesan dari sesama *muslimin/muslimah*. Diketahui juga bahwa setiap media yang beragam di Indonesia ini masing-masing mempunyai ideologinya sendiri sehingga membentuk sebuah *framing* dengan tujuan tertentu pada produk yang diterbitkan. Oleh karena itu, penelitian ini berkaitan dengan bagaimana *framing* dari Hidayatullah.com sebagai media yang berideologi keIslaman terhadap pemahaman pembaca.

### Teori Framing

Proses *framing* berhubungan dengan gagasan ide terhadap suatu peristiwa atau tanda dibingkai sedemikian rupa untuk menghadirkan makna yang kemudian diyakini masyarakat sebagai suatu kebenaran. Pada penelitian ini difokuskan analisa mengenai bagaimana penyajian *feature* pada media daring *hidayatullah.com* edisi Maret 2021 dengan mengacu pada model *framing* Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki.

Analisis *framing* seringkali dipakai dalam mengkaji sebuah berita ataupun tulisan. Fokus dan perhatian *framing* ini adalah untuk merincikan mengenai suatu realitas yang dikonstruksi melalui media. Produk jurnalistik dari media itu sendiri mempunyai tujuan tertentu dalam penyajiannya. Analisis *framing* ingin menjelaskan realitas yang dalam lingkup subjek, kelompok atau apa saja yang dibuat media telah melalui proses konstruksi pada praktiknya. *Framing* ini dijalankan media dengan melakukan seleksi terhadap isu tertentu serta menonjolkan satu hal dan menutupi hal lain.

Analisis *framing* Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki digunakan dalam penelitian ini karena model keduanya dapat membantu menganalisa bagaimana bingkai/*framing* dari sebuah berita berdasar fungsinya sebagai titik fokus dari kumpulan ide. Dalam *framing* model Pan dan Kosicki, terdapat empat struktur/unit analisis. *Pertama*, struktur sintaksis merupakan susunan dari kata atau frasa dalam kalimat. Pada teks berita, sintaksis ini berarti susunan dari bagian-bagian berita berupa *headline*, *lead*, latar informasi, kutipan, pernyataan sumber/opini dan penutup. Sintaksis dalam hal ini memiliki definisi tentang bagaimana wartawan menyusun fakta dalam berita. *Kedua*, skrip merupakan cara wartawan

Tabel 1.  
 Kerangka Analisis Framing Model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki

STRUKTUR	PERANGKAT <i>FRAMING</i>	UNIT YANG DIAMATI
<b>Sintaksi</b> Cara wartawan menyusun kata	1) Skema Berita	<i>Headline, lead</i> , latar informasi, kutipan, sumber, pernyataan, penutup.
<b>Skrip</b> Cara wartawan mengisahkan fakta	2) Kelengkapan Berita	5W + 1H
<b>Tematik</b> Cara wartawan menulis fakta	3) <i>Detil</i> 4) Kohenrensi 5) Bentuk Kalimat 6) Kata Ganti	Paragraf, proposisi, kalimat, hubungan antar kalimat.
<b>Retoris</b> Cara wartawan menekankan fakta	7) Leksikon 8) Grafis 9) Metafora	Kata, idiom, gambar/foto, grafik.

dalam menuliskan fakta. Pola pada berita terdiri dari 5W+1H yaitu *what* (apa), *who* (siapa), *when* (kapan), *where* (di mana), *why* (mengapa) dan *how* (bagaimana). *Ketiga*, tematik menjelaskan bagaimana cara pandang wartawan dalam menulis dan memaparkan fakta dalam peristiwa. Yang diamati pada struktur ini adalah hubungan antar kata (*koherensi*), proposisi atau kalimat. *Keempat*, retoris membahas mengenai cara wartawan menggambarkan kejadian/peristiwa melalui gaya bahasa tertentu. Struktur retoris ini di antaranya adalah leksikon, pemilihan dan pemakaian kata-kata tertentu untuk menandai atau menggambarkan peristiwa. Juga, penekanan pesan terdapat pada elemen grafis yang mencakup foto, tabel, huruf tebal, miring, garis bawah dan huruf kapital (Eriyanto, 2002).

*Feature*

Berita terbagi menjadi dua yaitu *hard news* yang mana sarat akan peristiwa dan perlu disiarkan secepat-cepatnya dan *soft news* yang mana tidak terikat waktu, memuat informasi penting, menarik, dan mendalam. Sedangkan *feature* merupakan perpaduan antara *news* dan *views*, pada tulisannya terdapat ciri khas berupa tulisan yang bersifat ringan, fleksibel, memiliki daya tarik tinggi, serta mampu membuka cakrawala peristiwa dari sisi yang berbeda, serta terdapat penekanan aspek humanis. *Feature* merupakan karangan khas, bukan berita lurus (*straight/spot/hard news*) dan tidak memiliki tata penulisan baku yang dimiliki berita lurus (Djatnika, 2020).

*Feature* didefinisikan juga sebagai artikel kreatif, kadang subyektif dan diran-

cang untuk memberitahu serta menghibur pembaca mengenai sebuah peristiwa, situasi atau aspek kehidupan. Selain itu, *feature* mengacu pada hal yang faktual dan bukan karya tulis fiksi atau imajinasi, karena *feature* bersifat fakta dan termasuk dalam berita, maka nilai dasar penulisan *feature* mengacu pada nilai dasar berita (*news value*). Terdapat elemen-elemen dalam penulisan *feature* yaitu karakter (objek yang diangkat) di mana ini merupakan bagian pengikat cerita. Dalam *feature* terdapat peran utama dan peran pembantu. Pada *feature* profil, kepribadian atau sosok mengulas mengenai subjek yang diangkat yakni seseorang yang diperbincangkan karena capaian prestasinya atau karena kasus hukum yang menjeratnya, lebih dari itu pada sajian *feature* ini dijelaskan pula akan lebih efektif saat rekaman mengenai kehidupan sehari-harinya dituliskan.

## Hasil Diskusi

Media massa hadir dengan beberapa fungsi yang di antaranya sebagai fungsi pendidikan, kontrol sosial, fungsi informasi, dan fungsi hiburan (Quadratullah, 2016). Dalam hal ini media massa hadir dalam bentuk daring yang mudah diakses. Jurnalisme *online* sendiri semakin berkembang. Era yang disebut dengan era digital ini dimulai tahun 1990-an ketika pemakai internet bertambah populer yang secara langsung membuat revolusi digital mempengaruhi kinerja dunia cetak (Rosyid, 2013).

Perubahan atau yang disebut dengan evolusi jurnalisme sesudah hadirnya internet banyak menuai perhatian dari para peneliti 20 tahun ini. Hal demikian terjadi karena perkembangan pesat teknologi *new media* (media baru) yang

mana dilihat sebagai suatu kekuatan yang kuat yang bahkan barangkali dapat mengubah wajah jurnalisme di masa yang akan datang. Maka dari itu, jurnalisme *online* disambut antusias sebagai sebuah “revolusi” (Suciati & Puspita, 2019). Hingga kini studi tentang perkembangan jurnalisme ini selalu diperhatikan dengan bukti banyaknya jurnal ilmiah yang membahas media-media daring sebagaimana sebuah lembaga dalam media cetak.

Sementara itu, dunia telekomunikasi saat ini banyak dikemas dengan berbagai macam rupa, ada yang fokus kepada dunia kuliner, dunia *traveling*, dan bahkan ada yang menamai lembaga mereka dengan identitas agama. Dalam urusan agama, Islam tidak dapat dilepaskan dengan kegiatan dakwah. Dalam dunia internet sendiri, terkhususnya pada kegiatan jurnalistik, media dakwah Islami harus mewujudkan pesan *kalimatun sawa, amar makruf nahi munkar* dan mewujudkan *rahmatan lil alamin* (Rosyid, 2013).

Pendakwah dan da'i diharuskan mampu mengikuti dan mengembangkan strategi komunikasi guna menarik obyek dakwah. Dalam era digital seperti sekarang, pendakwah harus mampu beradaptasi dan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi untuk kepentingan dakwah. Meskipun, dalam jagat digital budaya yang berkembang di sana tidak serta merta dapat dijalani dengan baik, sebab dunia digital mempunyai sifat yang seketika cair, labil, tak terduga, mudah berpindah, dan bertahan seketika (Rosyid, 2013). Maka dari itu, pendakwah di sini juga harus memperhatikan minat pembaca.

Pada titik itu kemudian jurnalisme dakwah lahir. Jurnalisme dakwah sendiri secara istilah diartikan sebagai proses meliput, mengolah, dan menyebarkan berita yang bermuatan Islam dan menuruti

kaidah jurnalistik serta aturan-aturan yang bersumber dari Al-Qur'an dan As-Sunnah (Hakim & Meidayanti, 2020). Salah satu media dakwah yang berlandaskan konten jurnalisme dakwah ialah Hidayatullah.com, yang mana isi berita maupun pembahasan yang diangkat tidak terlepas dengan tema keIslaman.

Sedangkan jika ditilik dalam dunia politik, media menempatkan dirinya bisa bermacam-macam; dari yang netral hingga memihak. Maka dari itu, di dunia politik media mengkonstruksikan realitas dengan menggunakan tiga komponen, yaitu pemakaian simbol-simbol politik, strategi pengemasan pesan (*framing strategies*), dan media menyediakan atau memberi tempat (*agenda setting function*) kepada sebuah pembahasan. Ketiga hal itulah yang menentukan bagaimana opini nanti terbentuk (Hamad, 2004).

Media massa dapat menjadi alat atau mediator yang efektif dalam publikasi satu ideologi politik tertentu. Cara bagaimana agar ideologi tersebut tersebar dalam dunia jurnalistik bekerja lewat perantara penulisan berita. Teks berita dapat dikatakan merupakan salah satu bentuk praktik ideologi yang tercermin lewat bahasa, tulisan, pilihan kata maupun struktur gramatika yang mampu dipahami sebagai pilihan yang diungkapkan memberikan makna ideologi tertentu dalam ukuran sebuah pro atau kontra dalam hubungannya dengan sudut pandang khalayak (Halwati, 2014). Media sangat layak dijuluki pisau bermata dua, ia dapat memberi doktrin atau pemahaman kepada pembaca hanya dengan teks-teks, di samping memberi informasi atas suatu peristiwa. Maka dari itu, konstruksi yang dilakukan oleh media sangat perlu juga untuk dipelajari.

Sementara itu, sebagai sebuah fakta sosial di dalam dunia media, Islam

sendiri dipahami dalam banyak versi, baik versi yang positif maupun negatif. Secara internal, bagi umat Islam, Islam tidak hanya diyakini sebagai jalan hidup, tetapi juga dipercaya sebagai agama penyempurna dari agama-agama samawi sebelumnya; Yahudi dan Nasrani. Dengan hal itu Islam dipandang sebagai agama yang paling sempurna. Sementara secara eksternal, bagi non-muslim, terutama di Barat, Islam cenderung dan terkadang dipahami secara lain atau berbeda. Adapun perbedaan itu ialah Islam dipandang dengan stigma, *prejudice* dan *stereotype* tertentu, seperti sebagai agama yang pro pada kekerasan, dan sarang terorisme (Fahmi et al., 2015).

Dalam dunia Barat, pandangan Islam sebagai agama yang buruk tidak hanya terlihat pada tataran sosiologis, tetapi juga merambah kepada wacana akademik. Orientalisme misalnya sering dikritik sebagai kajian akademik yang dianggap bias karena kental berbalut praduga dan sakwasangka negatif pada Islam. Hal tersebut menggambarkan "pengetahuan" yang dinamakan orientalisme ini sengaja dibuat dengan menyembunyikan motif nonakademis, yaitu apa yang disebut oleh seorang filsuf, Nietzsche, mengatakan "kehendak untuk berkuasa". Dengan begitu, ilmu pengetahuan kehilangan motifnya yang sebagai sarana yang mencerdaskan dan mencerahkan, malah terjadi penyimpangan di dalamnya yang terjadi karena bias dari kepentingan dan ideologi Barat (Fahmi et al., 2015).

#### *Analisis Konten di Rubrik Feature*

Konten-konten yang dianalisis ialah untuk mencari pesan-pesan dakwah yang tertuang di dalamnya dengan menggunakan analisis *framing* model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Kemudian,

adapun kegunaan penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana media Islam membungkus sebuah konten tulisan dan keterkaitannya dengan kemajuan dakwah Islam melalui tulisan populer.

### Analisis Pertama

Judul: Hijrahnya Seorang Pencuri Ulung  
Reporter: Sirajuddin

Tulisan *feature* yang diceritakan dengan sudut pandang orang pertama ini dimulai dengan pengakuan narasumber yang terang-terangan mengatakan bahwa mencuri sudah menjadi pekerjaan pribadinya. Fakta yang dihadirkan di awal ini jika dianalisis dengan fokus pada struktur sintaksis, dapat ditemukan bahwa hal tersebut guna memperkuat sebuah ketimpangan moral dan agama (menjadi seorang pencuri). Hal demikian dihadirkan di awal untuk seakan-akan memberikan kesan yang negatif terhadap pembaca.

Fakta-fakta yang dihadirkan di awal ialah cenderung kepada konotasi negatif dalam moral dan agama. Apalagi dengan penekanan bahwa narasumber telah mencuri kotak amal masjid hingga rumah sakit. Ditambah lagi, di awal-awal berita digambarkan narasumber seperti tidak ada penyesalan dan malah seakan-akan membanggakan dirinya sebagai pelaku yang menyimpang. Maka dari itu, poin dalam sudut pandang agama di sini disinggol dengan penyimpangan perilaku manusia.

Tulisan yang dengan gamblang menuliskan fakta ini jika dianalisis pada struktur tematiknya, dapat didapatkan pada bagaimana penulis memberikan *detail-detail*, bentuk kalimat, dan kata ganti yang semakin membuat narasumber berkonotasi negatif. Setelah memberikan fakta-fakta

yang menurut agama menyimpang di tiga paragraf awal, kemudian penulis mengalirkan tulisannya dengan cerita dari narasumber dalam pengalaman mencuri. Maka di sini, setelah menerima informasi yang berkonotasi negatif, dapat menarik pembaca untuk mencari tahu lebih lanjut tentang cerita dari narasumber.

Dalam menuliskan cerita narasumber, di sini terlihat ada fakta-fakta yang lebih ditekankan. Tulisan *feature* ini lebih menitikberatkan kepada fakta perilaku yang menyimpang pada awal hingga pertengahan berita; fakta yang ditekankan adalah yang berhubungan dengan penyimpangan dalam nilai moral dan agama, seperti yang terdapat dalam alasan mengapa mencuri, apa yang dicuri, dan seakan-akan semuanya baik-baik saja. Dengan begitu, dilihat dari unsur retorik juga dapat dilihat bagaimana pembuat berita memberikan metafora-metafora, seperti pada kalimat “Saya masih terus menyisir hingga merasa cukup puas”, menyisir di sini dalam makna aslinya adalah memasuki rumah.

Setelah panjang lebar menceritakan perilaku menyimpang dari narasumber, pada bagian akhir tulisan *feature* ini terdapat penggabungan cerita narasumber dengan ayat Al-Qur’an. Dengan cerita narasumber yang diakhiri dengan berujung taubat dari perbuatan menyimpang (maksiat), perilaku dari narasumber seakan-akan digambarkan dengan klimaks yang berujung pencarian Tuhan. Pada akhir ini juga dituliskan dengan banyaknya pesan dakwah pada fakta tentang penyesalan, pencarian Tuhan, sebuah hidayah, dan disertakannya Surah An-Nisa ayat 17 yang tentang taubat di sisi Allah. Maka dapat dianalisis pada unsur skrip, bahwa kelengkapan 5W+1H dalam tulisan ini dilengkapi dengan *How* yang menjadi titik klimaks dalam pesan dakwah tentang pertaubatan.

## Analisis Kedua

Judul: Dulu Kandang Kambing, Kini Berkembang ke Sekolah Alam Unik

Reporter: Azzam Habibullah

Ditinjau dari struktur sintaksis, cara penulis dalam menyusun kata yaitu dengan menggunakan sudut pandang orang pertama dalam skema tulisan *feature*. Sebagai pembuka, pembuat berita menyisipkan kutipan pernyataan dari narasumber yang mengisahkan mimpinya untuk bisa menyekolahkan anak-anaknya di tempat terbaik dan menyenangkan, sekaligus menjadi kesempatannya untuk akhirnya bisa mewujudkan Sekolah Alam Langit Biru (SALABI). Penulis juga mendukung sudut pandangannya dengan menyertakan pernyataannya terkait bagaimana latar belakang 'Pak Laso' yang diasumsikan sebagai segelintir orang yang akhirnya memberanikan diri untuk mendirikan sekolah, meski dijelaskan bahwa ia tidak memiliki latar pendidikan sebelumnya. Penulis juga menjelaskan sebab yang akhirnya membuat narasumber menyadari akan pentingnya pendidikan.

Dalam sub judul 'Berburu Lahan', penulis menceritakan fakta bagaimana proses narasumber dalam mewujudkan impiannya untuk mendirikan Sekolah Alam. Hal ini tercermin pada struktur tematiknya melalui detil dan bentuk kalimat, koherensi, serta kata ganti sebagai pendukung dari uraian penggambaran penulis terhadap narasumber. Penulis juga menyertakan bagaimana pengalaman narasumber dalam prosesnya membentuk Sekolah Alam. Selain itu, penulis juga mendukung dengan menyelipkan gambaran bagaimana suka dan duka serta cara narasumber menghadapi rintangan dalam prosesnya sampai akhirnya bisa terlahir Sekolah Alam.

Adapun dalam unsur retorik, pe-

nulis mencoba untuk menekankan fakta dengan cara menggambarkan narasumber melalui metafora. Salah satu kalimat metafora yang diselipkan penulis dari narasumber yaitu "Kambingnya di keluarin, anaknya dikandangin". Kalimat ini sekaligus mengisahkan bagaimana cara narasumber yang tidak menyerah saat dihadapkan kenyataan bahwa ia dan istrinya harus merapikan lahan yang jauh dari kata layak agar bisa dijadikan tempat untuk mendirikan Sekolah Alam.

Pada bagian akhir tulisan *feature* ini, penulis menyertakan secara implisit bagaimana cara narasumber menghadapi segala bentuk rintangan yang sempat menghadangnya dalam proses mewujudkan impiannya untuk bisa mendirikan Sekolah Alam. Penulis menyisipkan bentuk-bentuk perilaku positif yang sesuai dengan ajaran Islam dan tercantum dalam Al-Quran seperti mengamalkan ilmu yang dimiliki, senantiasa bersabar dalam menghadapi ujian, tidak mudah menyerah, selalu berprasangka baik meski kepada orang yang tidak menyukai kita, dan selalu menyerahkan segala urusan hanya kepada Allah. Hal ini sesuai dengan unsur skrip, yaitu bagaimana cara penulis dalam mengisahkan fakta dengan menyertakan unsur 5W+1H.

## Analisis Ketiga

Judul : Suraidah Merajut Mimpi Anak-anak di Perbatasan

Reporter : Sirajuddin

*Feature* ini mendeskripsikan tentang perjuangan ibu Suraidah untuk membangun pendidikan yang layak bagi anak-anak di perbatasan. Topik dari *feature* ini menitikberatkan pada kesenjangan pendidikan anak-anak di kawasan Pulau

Sebatik. Sudut pandang yang dipakai dalam tulisan *feature* ini menggunakan sudut pandang orang ketiga, berupa penjelasan mengenai tokoh Suraidah menggunakan kata ganti nama. Pada *headline feature* ditampilkan informasi dengan mengambil inti permasalahan yang diangkat dari topik “Suraidah Merajut Mimpi Anak-anak di Perbatasan.” Hal ini juga diperkuat dengan pernyataan tokoh terkait alasan mereka putus sekolah sehingga menjadi bukti bahwa ia benar-benar ingin memperbaiki pendidikan anak-anak di perbatasan tersebut dengan membangun sekolah di pulau itu.

Jika dilihat dari segi tematik, dalam *feature* ini paragraf yang dituliskan terlihat sistematis dengan rentang jumlah kalimat antara tiga hingga lima kalimat. Koherensi antar kalimat yang digunakan untuk mendeskripsikan isi berita menggunakan kata sambung yang tepat dengan diselingi pernyataan tokoh sehingga mudah dipahami. Fakta-fakta yang disampaikan pada awal berita cenderung memiliki konotasi positif dalam hal moral dan agama. Terlebih dengan adanya deskripsi bahwa Suraidah telah mendirikan Madrasah Ibtidaiyah (MI) Darul Furqon pada tahun 2014, yang targetnya agar anak-anak dapat menghafal 30 juz ketika lulus MI. Sehingga dalam sudut pandang agama hal ini merupakan perilaku terpuji yang dapat menjadi inspirasi untuk berbuat baik bagi orang lain.

Sementara itu jika dilihat dari unsur retorik, *feature* ini ditulis dengan menekankan pada gambaran tentang narasumber melalui metafora ucapan narasumber “anak-anak tidak sekadar butuh pengetahuan, tetapi juga pendidikan karakter. Pesantren sangat tepat untuk mendidik karakter mereka.” Kutipan tersebut membuktikan tentang perjuangan Ibu Suraidah yang ingin memajukan pendidikan dan sikap

pantang menyerah untuk anak-anak di Pulau Sebatik

Dalam judul *feature* ini juga kisah yang diangkat memuat fakta dengan mendeskripsikan secara mendalam menggunakan bahasa yang relatif santai dan mudah dipahami. Berita yang berjudul “Suraidah Merajut Mimpi Anak-anak di Perbatasan” menjelaskan mengenai aksi nyata yang dilakukan Suraidah dalam membangun sekolah di kawasan Pulau Sebatik. Sasaran dari peserta didik yang diajar adalah anak tenaga kerja Indonesia yang sempat putus sekolah karena keterbatasan ekonomi dan akses daerah. Tempat belajar yang didirikan oleh Suraidah sendiri hanya berukuran 6x9 meter dan merupakan kolong rumahnya sendiri yang dibatasi dengan potongan triplek sebagai penyekat. Usaha yang dilakukan pun tidak main-main untuk mendatang anak didiknya serta wali agar bersedia untuk dilaksanakan proses belajar mengajar. Maka, dari teks *feature* tersebut sudah memenuhi unsur skrip dengan adanya unsur 5W+1H.

#### Analisis Keempat

Judul: Hidayatullah Soppeng ‘Bengkel’ Anak-anak Berprestasi

Reporter: Sirajudin

Pada *feature* ini, jika pertama-tama dianalisis dengan struktur sintaksis, maka dapat ditemukan bahwa pembuat berita menggambarkan suasana dalam berita dengan memberikan penggambaran yang terkesan membuat penasaran. Adapun alasan semacam itu dilakukan adalah untuk menarik perhatian pembaca yang pada akhirnya diarahkan kepada pokok pembahasan. Maka dari itu, penulis dengan teliti menggambarkan keadaan sekitar,

yang berujung kepada menampilkan daya tarik terhadap Pesantren Hidayatullah Salaonro-Soppeng. *Lead* yang membuat pembaca penasaran tersebut, disusun dengan kata-kata yang baik sehingga pembaca memfokuskan kepada tujuan akhir yang akan dibahas di dalam *feature* tersebut.

Sementara, jika ditinjau dengan struktur skrip, pengisahan fakta pada *feature* ini hampir lengkap. Penulis mengurutkan kejadian, seperti kondisi waktu sekarang, kemudian kembali ke hari sebelumnya sebagai mana keterangan narasumber. Adapun pada unit 5W+1H, belum dapat dikatakan lengkap sebab pada *how*, data yang diambil dari narasumber karena hasil wawancaranya belum cukup memuaskan untuk tergolong kedalam unit *how*. Namun, hal semacam itu tidak mengurangi esensi dari berita dalam mengisahkan fakta. Nilai keIslaman yang disampaikan pada bagian ini cukup unik, penulis memasukkan unsur “menggelitik” kala menuliskan narasumber mengoleksi dan mempreteli mobil tua hanya sebagai hobi, sedangkan narasumber itu sebagai pengelola pondok pesantren. Hal semacam ini terlihat seperti ingin memberitahu bahwa lingkungan pesantren tidaklah kaku.

Dalam penyusunan paragraf atau hubungan antara kalimat, didapati bahwa penulis memasukkan unsur-unsur keIslaman dalam tulisan dengan cukup menarik. Jika dianalisis dengan struktur tematik, maka dapat ditemukan detil-detil yang menerangkan sisi berbeda dari pokok awal dalam pembahasan *feature* ini. Adapun bentuk kalimat yang terdapat dalam berita ini terlihat lugas tanpa memberatkan dengan bahasa-bahasa yang sulit dipahami masyarakat awam. Pada poin tersebut, terlihat bagaimana penulis ingin mengabarkan tentang pondok pesantren kepada seluruh lini masyarakat dengan

bahasa yang mudah dimengerti.

Pesan dakwah dalam *feature* ini dapat diketahui menggunakan struktur analisis retorik karena dapat ditinjau dengan menekankan fakta. Adapun fakta yang ditekankan adalah kondisi Pondok Pesantren Hidayatullah Salaonro-Soppeng yang harus dikembangkan. Penekanan tersebut dapat terlihat pada salah satu kalimat, “...*semoga Allah memberikan kekuatan serta keistiqomahan bagi pengurus dan santri Hidayatullah Soppeng agar terus berjuang*”. Makna berjuang yang dimaksud ialah ditegaskan pada kalimat setelahnya, yaitu untuk mengembangkan pesantren lebih baik lagi. Pesan dakwah dengan memberikan informasi mengenai suatu kondisi umat muslim, terlebih lagi dalam bidang pendidikan semacam ini dapat menarik simpati orang-orang bahwa umat Islam seharusnya saling membantu dalam urusan agama.

## Penutup

Berdasarkan analisis, Hidayatullah.com dapat dikatakan mampu untuk menyajikan konten-konten dakwah tanpa mengurangi kode etik jurnalistik. Konten yang disajikan di rubrik *feature* merupakan jenis tulisan yang menarik. Hidayatullah.com menyediakan gaya penulisan dengan struktur retorik yang unik, terutama pada idiom yang dipilih. Adapun dakwah yang diutamakan dalam Rubrik *Feature* ini ialah memberikan cerita yang mampu menggugah hati pembaca. Di antaranya, Hidayatullah.com memilih isu yang tragis dan beberapa mengangkat isu yang terkesan lucu. Oleh karena itu, penyajian dakwah lewat dunia jurnalistik memberikan warna baru, terutama pada pemilihan isu, pengolah fakta yang baik,

serta memberikan *framing* sebagai dakwah.

Ditinjau dengan perspektif jurnalisme dakwah, kehadiran Hidayatullah.com menyuguhkan pembaruan. Peralpnya, pesan-pesan dakwah tersalurkan melalui jenis tulisan *feature* sehingga pembaca dapat bertahan lama untuk membacanya karena disajikan dengan gaya bahasa dan struktur penulisan seperti karya sastra. Hal ini berbeda dengan media konvensional yang dominan memakai bahasa Indonesia yang kaku. Maka dari itu, pertimbangan menyajikan sebuah karya jurnalisme dakwah perlu dimulai dari memilih isu yang akan diangkat sehingga mampu *related* dengan keadaan pembaca, kemudian mengolah fakta dengan gaya bahasa yang tidak kaku, dan memberikan kesimpulan di bagian akhir dengan elemen yang mampu menguatkan pesan dakwah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, B. (2008). *Konstruksi Sosial Media Massa: Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan Televisi dan Keputusan Konsumen serta Kritik Terhadap Peter L. Berger & Thomas Luckmann*. Kencana.
- DataIndonesia. (2022). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022*. DataIndonesia.id. <https://dataIndonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>
- Dawing, D. (2017). *Mengusung Moderasi Islam di tengah Masyarakat Multikultural*. Rausyan Fikr: Jurnal Ilmu Studi Ushuluddin Dan Filsafat, 13(2), 225–255. <https://doi.org/10.24239/rsy.v13i2.266>
- Dermawan, A. (2005). *Ibda bi Nafsika: Tafsir Baru Keilmuan Dakwah*. Tiara Wacana.
- Djatnika, R. B. (2020). *Penyajian feature sosok inspiratif: Studi analisis framing model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki mengenai feature sosok inspiratif di media Beritabaik.id edisi Maret 2020* [Diploma, UIN Sunan Gunung Djati Bandung]. <http://digilib.uinsgd.ac.id/37756/>
- Eriyanto. (2002). *Analisis Framing*. LKiS.
- Fahmi, M., Abdullah, I., Noviani, R., & Udasmoro, W. (2015). *Diskursus Islam dalam Konstruksi Media*. LiNGUA: Jurnal Ilmu Bahasa Dan Sastra, 10(2), 55–64. <https://doi.org/10.18860/ling.v10i2.3214>
- Fuchs, C. (2014). *Digital Labour and Karl Marx*. Routledge.
- Hakim, L., & Meidayanti, A. (2020). *Implementasi Jurnalisme Dakwah dalam Media Online Islam: Analisis Isi Berita VOA-Islam.com*. Jurnal Komunikasi Islam, 10(1), 173–193. <https://doi.org/10.15642/jki.2020.10.1.173-193>
- Halwati, U. (2014). *Membongkar Konstruksi Politik di Media Massa, Analisis Wacana terhadap Harian Kompas Tahun 2013-2014*. Jurnal Penelitian Agama, 15(2).
- Hamad, I. (2004). *Konstruksi Realitas Politik Dalam Media Massa (Studi Pesan Politik Dalam Media Cetak Pada Masa Pemilu 1999)*. MAKARA of Social Sciences and Humanities Series, 8(1).
- Haryanto, I. (2014). *Jurnalisme Era Digital: Tantangan Industri Media Abad 21*. Buku Kompas.
- Kango, A. (2014). *Jurnalistik dalam Kemasan Dakwah*. Jurnal Dakwah Tabligh, 15(11).
- KBBI. (2016). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. <https://kbbi.kemdikbud>.

go.id/entri/dakwah

- L. Berger, P., & Luckmann, T. (2012). *Tafsir Sosial atas Kenyataan: Risalah Tentang Sosiologi Pengetahuan*. LP3ES.
- Masduki. (2015). Kurikulum Komunikasi dan Jurnalistik Dakwah Perbandingan dan Rekomendasi Pembaruan. *Jurnal Pendidikan Islam*, 4(1), 95–114. <https://doi.org/10.14421/jpi.2015.41.95-114>
- Qudratullah. (2016). Peran dan Fungsi Komunikasi Massa. Vol. 17 No. 2 Desember 2016(Vol. 17 No. 2 (2016)), 41–46. <https://doi.org/10.24252/jdt.v17i2.6024>
- Rosyid, M. (2013). Mengevaluasi Jurnalisme Online sebagai Dakwah. *At-Tabsyir, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 1.
- Schwab, K. (2019). *Revolusi Industri Keempat*. Gramedia Pustaka Utama.
- Suciati, T. N., & Puspita, R. (2019). Bukan Hanya Situs Berita: Ikhtisar dan Tren Jurnalisme Online Indonesia. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 9(2), 20–30. <https://doi.org/10.35814/coverage.v9i2.1123>
- Sulaeman, A. R. (2019). Peluang Jurnalisme Dakwah di Era Digital. *STIMULUS: International Journal of Communication and Social Sciences*, 1(2), 39–54.