

## PERS ISLAM DI ERA KONVERGENSI MEDIA

---

**Sri Hadijah Arnus**

IAIN Kendari

Jl. Sultan Qaimuddin No 17, Baruga, Kota Kendari, Sulawesi Tenggara, Indonesia

E-mail: [didasri@yahoo.com](mailto:didasri@yahoo.com)

### **Abstract**

*Pers function, beside as an information between the public and the government, also could be a transfer of social control and social values and culture in society too. The press can also be a media propaganda that conveys the teachings of Islam and Islamic values to people of Indonesian that dominant of in Muslim. But, in the era of media convergence at this time, press Islam in Indonesia is not able to develop properly. It is caused by a lack of capital from the manager of the press Islam, the lack of professional personal are educated to understand the combination of business activities, editorial, printing techniques and a variety of advanced devices and the lack of interest in reading among Muslims especially the themes of Islam. Thus resulting in less interesting views of Islam with media content that impressed "heavy" to read. Industrialisasi of mass media today demanded the Islamic press is not the only idealism, but also develop media businesses to finance the smooth operation of the press, in addition to the need for professionalism of workers in managing the Islamic press media. Release Islam also needs to understand the market taste and class audience of readers who want a rational religious offerings, which can be digested by common sense and is relevant to the level of their lives. In addition to media contents, press Islam also should pay attention to their physical appearance that appeal to readers. With so releases Islam can survive amid tough competition in the era of media convergence.*

**Keywords:** *Pers of Islamic, Jurnalistic, Convergence of Media.*

### **Abstrak**

*Pers selain sebagai jembatan informasi antara masyarakat dan pemerintah dapat pula menjadi kontrol social, mentrasfer nilai-nilai sosial budaya di masyarakat. Pers dapat menjadi media dakwah yang menyampaikan ajaran agama Islam dan nilai-nilai Islami kepada masyarakat yang dominan beragama Islam. Namun patut disayangkan, di era konvergensi media saat ini, pers Islam di Indonesia tidak mampu berkembang dengan baik. Hal ini disebabkan kurangnya modal pengelola pers Islam, kurangnya tenaga profesional yang terdidik memahami perpaduan antara kegiatan bisnis, redaksional, teknik cetak dan berbagai perangkat canggih dan masih kurangnya minat baca dikalangan umat Islam khususnya terhadap tema-tema Islam. Akibatnya kurang menariknya tampilan dari media Islam dengan isi yang terkesan "berat" untuk dibaca. Industrialisasi media massa saat ini menuntut pers Islam tidak hanya mengedepankan idealismenya namun juga mengembangkan bisnis media untuk membiayai kelangsungan kegiatan persnya. Selain itu perlu profesionalisme dari pekerja pers Islam dalam mengelola media. Pers Islam juga perlu memahami selera pasar dan golongan khalayak pembaca yang menginginkan sajian agama yang rasional, dapat dicerna akal sehat, dan relevan dengan tingkat kehidupan mereka. Selain isi media, pers Islam juga harus memperhatikan tampilan fisiknya sehingga memiliki daya tarik bagi pembacanya. Dengan begitu Pers Islam dapat bertahan ditengah kerasnya persaingan di era konvergensi media saat ini.*

**Kata Kunci:** *Pers Islam, Jurnalistik, Konvergensi Media*

## **PENDAHULUAN**

Pers merupakan salah satu unsur penting dalam masyarakat selain pemerintah dan masyarakat itu sendiri. Berbicara mengenai pers tentu saja tidak dapat dipisahkan dengan komponen utamanya yaitu media massa dan jurnalis atau wartawan sebagai orang yang menggerakkan pers. Istilah pers tidak hanya sebatas pada para jurnalis dan media tempat jurnalis tersebut bekerja, akan tetapi mencakup segala aktivitas jurnalistik yang dilakukan oleh sebuah media. Pers dianggap penting karena merupakan jembatan informasi antara masyarakat dan pemerintah yang menjalin hubungan trikotomi. Dikatakan sebagai jembatan informasi karena pers dapat menyebarluaskan informasi dari pemerintah kepada masyarakat dengan sangat mudah dan cepat, dengan dukungan kemajuan teknologi media massa seperti saat ini, demikian pula sebaliknya, pemerintah dapat mengetahui opini publik tentang kebijakan yang diterapkan di masyarakat melalui pers, sebagai contoh, dengan liputan demonstrasi yang biasanya dilakukan oleh masyarakat saat menolak kebijakan pemerintah atau kegiatan *polling* pendapat yang dilakukan di masyarakat tentang suatu aturan baru yang diberlakukan oleh pemerintah.

Selain fungsinya sebagai jembatan informasi, pers dapat pula menjadi suatu kontrol sosial dalam masyarakat, pers dapat mengungkap kebobrokan pemerintahan ataupun kebijakan yang merugikan masyarakat. Selain fungsi diatas pers juga memiliki fungsi pendidikan, mentrasfer nilai-nilai sosial dan budaya serta menghibur. Bagi umat Islam, selain mentransfer nilai-nilai sosial, pers juga dapat menjadi media dakwah yang sangat efektif untuk menyampaikan ajaran-ajaran Islam dan nilai-nilai islami. Dikatakan sebagai media dakwah yang efektif karena pers dapat menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada khalayak yang sangat luas dengan mudah dan cepat secara serentak.

Pers tumbuh dalam memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi yang telah menjadi kebutuhan pokok masyarakat saat ini, yang hidup di era informasi. Pesatnya perkembangan teknologi komunikasi dan informasi membawa pers berkembang menuju era industrialisasi media massa, dimana selain membawa misi menyampikan informasi kepada masyarakat, pers juga bertujuan untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya dari kegiatannya tersebut. Dampak dari industrialisasi media massa mengarah kepada terbentuknya konvergensi media dan fenomena demassafikasi, yaitu isi media ditujukan untuk segmen yang lebih sempit meski masih besar jumlahnya. Hal ini disambut dengan baik oleh para pengiklan karena mereka dapat dengan mudah menentukan sasaran kelompok konsumen yang mereka

kehendaki<sup>1</sup>. Demassafikasi secara otomatis akan membentuk segmentasi khalayak penikmat media massa, sehingga munculla berbagai media sesuai dengan target pasar dari media massa saat ini, baik itu media cetak maupun media elektronik. Menurut Kasali segmentasi dikenal sebagai proses mengotak-ngotakkan pasar (yang heterogen) kedalam kelompok konsumen potensial (*potencial customers*) yang memiliki kesamaan kebutuhan dan atau kesamaan karakter yang memiliki respons yang sama dalam membelanjakan uangnya<sup>2</sup>.

Gambaran terhadap adanya segmentasi media dapat kita lihat pada media cetak, majalah dan tabloid yang beredar di masyarakat saat ini, misalnya majalah Gadis yang merupakan majalah dengan segmentasi kelompok usia remaja putri, Femina yang merupakan majalah yang segmentasinya untuk perempuan yang lebih dewasa, lain halnya dengan Majalah Hai yang menyasar kaum lelaki muda sebagai target pembacanya. Pada kelompok Tabloid dapat dijumpai Tabloid Wanita Indonesia dan Nova yang lebih menyasar pembaca perempuan dewasa khususnya wanita yang telah berumah tangga dengan menampilkan artikel maupun rubrik untuk merawat anak, maupun memasak dan memelihara rumah, sedangkan Tabloid Genie yang lebih banyak memuat artikel dan rubrik tentang idola-idola remaja, yang tentunya lebih banyak disenangi bagi remaja atau yang biasa disebut dengan "ABG". Sama halnya dengan media cetak, media elektronikpun tidak lepas dari segmentasi khalayak. Di Indonesia terdapat puluhan stasiun televisi yang memiliki segmentasi masing-masing, seperti Metro TV dan TV One yang lebih dominan menyiarkan berita dibandingkan film atau hiburan, hal ini menampakkan bahwa sasaran televisi ini adalah kelompok umur dewasa, dan memiliki tingkat pendidikan yang lebih tinggi. Setidaknya anak-anak kurang menyukai tayangan berita, mereka lebih menyukai film kartun yang banyak ditayangkan oleh stasiun TV yang bersegmen keluarga seperti MNC TV yang memiliki tayangan andalan film UpinIpin untuk anak-anak dan Global TV untuk film Sponsobnya. Kita juga dapat melihat stasiun TV yang lebih banyak menayangkan olahraga dan film ataupun fashion, hal ini sudah dapat kita lihat pada beberapa TV milik MNC group yang diadopsi dari tayangan-tayangan dari stasiun luar negeri seerti ESPN, HBO, dll.

Konsep segmentasi khalayak ini diaadopsi dari konsep pemasaran, karena informasi saat ini telah merambah ke era industri maka konsep ini diterapkan oleh perusahaan-perusahaan media massa saat ini. Segmentasi

---

<sup>1</sup> John Vivian, *Teori Komunikasi Massa*, 8th ed. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), 25.

<sup>2</sup> Heri Budianto and Farid Hamid, *Ilmu Komunikasi: Sekarang Dan Tantangan Masa Depan* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), 103.

khalayak dapat dibedakan berdasarkan jenis kelamin, status sosial, pekerjaan, tingkat ekonomi, geografis, maupun Agama. Segmentasi media massa berdasarkan agama atau religi dapat kita lihat dengan banyaknya kemunculan majalah, tabloid, newsletter, surat kabar, radio, dan televisi yang mengkhususkan tayangan dan isinya pada suatu ajaran agama tertentu, media massa yang paling banyak bersegmentasi agama di Indonesia adalah Islam, kita dapat temukan beberapa majalah seperti Panji Masyarakat dan Sabili. Sedangkan yang menyasar pembaca wanita Islam seperti Majalah UMMI dan Annida. Surat kabar Republika adalah salah satu surat kabar nasional yang berafiliasi pada agama Islam, sedangkan di media audio beberapa radio lokal telah mengusung Islam sebagai tema utamanya, seperti di Kota Kendari dapat ditemui Radio Muaz Bin Jabal sebagai media audio yang mengusung ajaran Islam dalam siarannya atau Radio Al- Khawakib di Kota Makassar .

Segmentasi khalayak dapat dibedakan dari isi yang ditampilkan oleh media tersebut. Segmentasi media juga dibutuhkan dalam kaitannya dengan target pasar dan kemudahan pihak pemasang iklan dari media tersebut, karena tidak dapat dipungkiri bahwa media membutuhkan suplai dana untuk menjaga kelangsungan hidup media itu sendiri, dalam bisnis media massa penghasilan terbesar akan didapatkan dari iklan yang dipasang pada media, kemudian dari penjualan media itu sendiri, dan yang ketiga berasal dari penghasilan lainnya, berupa *event-event* yang digelar oleh media bersangkutan ataukah bekerjasama dengan perusahaan atau lembaga lainnya.

Persaingan merebut pasar pembaca juga semakin ketat dalam era konvergensi media saat ini. merebut pangsa pasar juga harus dilakukan oleh media massa yang mengusung segmentasi agama khususnya dalam hal ini adalah Islam, banyak kita jumpai media- media Islam yang “tumbang” karena tidak mampu bertahan di belantara industri media saat ini, hal ini menjadi ironi dimana penduduk Indonesia sebagian besar memeluk agama Islam. Dalam tulisan ini penulis akan membahas masalah pers Islam tersebut di era konvergensi media saat ini. Tujuan tulisan ini untuk menjelaskan kekurangan apa yang dimiliki oleh media atau pers Islam, serta bagaimana solusi agar pers Islam dapat bangkit dan bertahan dalam persaingan media di era konvergensi media saat ini.

## **PEMBAHASAN**

Tulisan ini akan memfokuskan pada media massa yang isinya berorientasi pada ajaran Islam. Media massa yang mengusung tema tentang Islam, menyebut dirinya sebagai pers Islam atau jurnalistik Islam. Meskipun tidak sedikit pula media-media Islam melakukan peliputannya dengan

menggunakan prinsip-prinsip seperti pada pers umum, berikut penulis akan menjelaskan apa yang dimaksud dengan pers Islam, perkembangan pers Islam serta bagaimana perkembangan pers Islam dalam era konvergensi media.

## PENGERTIAN PERS ISLAM

Pers Islam muncul pada awal abad ke-20, Pers Islam tersebut bersamaan dengan era reformasi yang berkembang di Timur Tengah terutama di Mesir yang menebarkan ide-ide reformasi yang disebar melalui dua majalah besar di Mesir *Urwatul Wutsqo* dan *Al Manar*. Ide-ide tersebut menyebar hingga ke pulau Jawa. Para anggota organisasi ini kemudian mendirikan organisasi sendiri yang membangun iklim diskusi bagi pemikiran Islam mutakhir yang memunculkan kebutuhan akan pers Islam. Pers Islam mulanya tampak sebagai media “partisan”, karena kecenderungan untuk menyebarkan ideologi kelompok penerbitnya. Namun setelah pintu reformasi terbuka pada akhir 1997 dan berkembang pada era 1998, keberadaan pers Islam semakin luas, baik itu sebagai media dakwah maupun sebagai wadah perlawanan rezim, hal inilah yang menjadi pemicu dari semakin berkembangnya pers Islam di Indonesia<sup>3</sup>.

Menurut Zakiah Pers Islam adalah bagian dari komunikasi Islami. Komunikasi Islami adalah komunikasi yang berbasiskan pada nilai-nilai yang termaktub dalam Al-Qur’an dan sunah Rasulullah SWT<sup>4</sup>.

Mukhtamar Media Massa Islam Sedunia I (Jakarta, 1-3 September 1980) merumuskan Pers Islam sebagai berikut: Pers Islam ialah segala liputan dan tulisan lainnya yang senantiasa mendasarkan segala liputan dan tulisan lainnya yang senantiasa mendasarkan pemberitaannya atas kebenaran Islam dengan cara dan metode yang diatur agama Islam, yakni *bi al-mau’izhah al-hasanah* (pendekatan yang baik), sehingga memungkinkan terjalannya pengertian pembaca terhadap Islam<sup>5</sup>.

Ainur Rofiq Sophian menyebutkan dua metode dalam menelisik pers Islam yaitu metode pendekatan formal dan metode pendekatan informal. Metode formal melihat pers Islam adalah pers yang diterbitkan oleh umat Islam, menyuarakan aspirasi dan aktivitas umat Islam dan bertujuan untuk mempertahankan misi dan eksistensi Islam. Metode kedua, yaitu pendekatan informal. Pendekatan ini melihat pers Islam dari misi yang diembannya yaitu sebagai rahmat untuk alam semesta (*rahmatan lil alamin*) dapat dilihat dari

---

<sup>3</sup> Rahmat Hidayat, “Apakah yang dimaksud dengan pers Islam?,” *Berbagi Cerita Rasa Cita-Cita*, January 16, 2011, <http://kpidakwah.blogspot.co.id/2011/01/apakah-yang-dimaksud-dengan-pers-islam.html>.

<sup>4</sup> Budianto and Hamid, *Ilmu Komunikasi: Sekarang Dan Tantangan Masa Depan*, 109.

<sup>5</sup> Ibid.



*“Maka tidak lama kemudian (datanglah hud-hud), lalu ia berkata: “Aku telah mengetahui sesuatu yang kamu belum mengetahuinya; dan kubawa kepadamu dari negeri Saba suatu berita penting yang diyakini.”*

Ayat diatas menceritakan tentang kisah nabi sualaiman yang memanggil burung hud-hud yang terlambat datang, ketika Nabi Sulaiman menanyakan apa sebenarnya yang mengakibatkan burung tersebut terlambat datang maka berceritalah burung hud-hud tentang kaum sabah yang dipimpin oleh Ratu Bilqis yang menyembah matahari, kepada Nabi sulaiman. Kabar yang disampaikan burung hud-hud itu benar dan akurat sehingga Nabi Sulaiman memaafkan keterlambatan burung hud-hud tersebut.

Ayat lain yang menunjukkan pentingnya kebenaran dalam berita adalah pada Q.S.Al Hujurat/49: 6. yakni:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْاۤ اِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌۭ بِنَبَاٍۭ فَتَبَيَّنُوْاۤ اَنْ تُصِيْبُوْا قَوْمًاۭ مَّجْهَلًاۙ فَتُصِِحُّوْا عَلٰۤى مَا فَعَلْتُمْۙ نَدِيْمِيْنَ (6)

Terjemahnya:

*“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”.*

## **PERKEMBANGAN PERS ISLAM**

Perkembangan Pers Islam di Indonesia cenderung tidak menggembirakan hal ini menjadi ironi dimana penduduk Indonesia sebagian besar memeluk agama Islam. Banyak media islam yang “gulung tikar” ataupun hanya dinikmati oleh kelompok kecil tertentu. Rusjdi Hamka menyatakan dalam media dan citra Islam menjelaskan beberapa faktor yang menyebabkan pers Islam sulit berkembang dan berhenti terbit yaitu, terbatasnya modal, kurang profesional, minat baca umat yang rendah, dan kurang menarik bagi kalangan menengah keatas, merupakan empat aspek keterbatasan pers Islam<sup>9</sup>.

*Pertama*, terbatasnya modal. Pers Islam yang misi utamanya sebagian besar untuk berdakwah dan menyebarkan agama Allah membuat para pemilik dan tim redaksional pers Islam terdiri dari orang-orang ang memiliki paham yang sama. Sehingga membuat sifat pers Islam cenderung sulit menghindari sifat eksklusivitas, hal ini membuat pers Islam kurang diminati

<sup>9</sup> Ibid., 104.

oleh kalangan luar yang tidak sepaham dengan konsep-konsep isi media tersebut untuk membacanya ataupun berlangganan.

Pers Islam sebagian besar terkendala dengan masalah modal karena sebagian besar pers Islam tidak mengutamakan segi bisnisnya, karena pers Islam hakekatnya adalah tujuan utamanya adalah berdakwah, sehingga banyak agen maupun pembaca menjadi mitos “demi dakwah” sebagai dalih untuk tidak menyelesaikan utangnya. Selain itu kurangnya pengusaha muslim yang berani untuk menginvestasikan modalnya untuk perkembangan pers Islam. Selain itu penerimaan iklan di media ini sangat selektif dipengaruhi oleh faktor segmentasi media itu sendiri. Sedangkan iklan merupakan “darah segar” bagi hidupnya suatu penerbitan pers, sehingga pers Islam hanya mengandalkan dana dari sumbangan, zakat, atau infak umat Islam sendiri.

*Kedua*, kurangnya tenaga profesional yang terdidik dan memahami seluk beluk penerbitan pers yang merupakan perpaduan antara kegiatan bisnis, redaksional, teknik cetak dan berbagai perangkat canggih. Pers saat ini telah berkembang, tidak hanya memerlukan idealisme akan tetapi harus berkembang dari segi bisnisnya yaitu memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya, karena tanpa bisa dielakkan pers saat ini telah berkembang menjadi suatu industri yang memerlukan modal besar dan melibatkan banyak manusia, wartawan, karyawan administrasi, percetakan, sampai kepada agen dan pengecer.

*Ketiga*, minat baca dan selera masyarakat yang masih rendah terhadap media Islam. Hal kemungkinan disebabkan oleh keadaan perekonomian umat Islam yang sebagian besar masih terbelakang sehingga menganggap koran dan majalah sebagai suatu barang yang mahal dan tidak perlu untuk dibeli. Selama ini pangsa pasar pers Islam ialah masyarakat *rural*, di daerah-daerah, seperti kaum santri, aktivis organisasi Islam. Mereka menjadi pelanggan pers Islam karena solidaritas dan harganya yang lebih murah.

*Keempat*, dari ketiga aspek diatas melahirkan pers Islam secara penampilan kurang menarik dan secara isi terlalu “berat” untuk dapat dikonsumsi oleh orang awam yang banyak di antara mereka adalah kalangan menengah keatas yang hidup di kota, mungkin mereka merasa kurang bergengsi membaca pers Islam. Begitu pula kalangan pengusaha lebih tertarik mempromosikan perusahaannya pada media non-Islam.

Pandangan serupa yang telah diungkapkan oleh Rusjdi Hamka yang telah dipaparkan diatas, David T. Hill menyatakan<sup>10</sup>:

“ ...*It is someone surprising to many foreign observers that while more than 80% of the Indonesian populations is categorized as Muslim, two of the largest newspaper are associated with Cristian interst. Overall, there has been a*

---

<sup>10</sup> Ibid., 105.

*sorry history of unsuccessful attempts to establish and sustain explicit Muslim papers. Since the banning of Abadi in 1974 and particularly during the the mid 1980-an, the Islamic media has been marginalized by more professional,, secular or Christian interest."*

Menurut Djafar H. Assegaf, faktor yang mengakibatkan lemahnya dan terpinggirkannya pers Islam antara lain sebagai berikut:

1. Kurang dan lemahnya dukungan dana
2. Lemahnya manajemen akibat atau kurang profesionalnya pengelola sehingga gaya bahasa, teknik penulisan, pemilihan dan pemilahan topik serta tampilan produk yang kurang menarik perhatian dan minat pembaca.
3. Masih lemahnya kesadaran informatif umat Islam akan masalah-masalah keislaman. Mereka lebih tertarik informasi non Islam atau lebih senang membaca atau membeli pers umum daripada pers Islam.

Dari beberapa survei yang dilakukan, mengungkapkan bahwa, yang menjadi faktor penghambat perjalanan pers Islam di Indonesia adalah sebagai berikut:

1. Masalah rendahnya kesadaran umat Islam akan informasi berkaitan dengan tingkat pendidikan umat Islam, sebagai penduduk mayoritas Indonesia.
2. Masalah dana. Banyak pers Islam yang beroperasi dengan dana seadanya, bahkan beberapa pers Islam mengaku bahwa kehidupan surat kabar mereka sangatlah tergantung pada sumbangan pribadi, tokoh-tokoh, donatur dan pengusaha muslim yang bersimpati.
3. Masalah manajemen dan sumber daya. Rata-rata media massa Islam yang masih mengandalkan manajemen dan pemasaran modern yang belum dipraktekkan oleh sebagian besar pengelola pers Islam. Proses rekrutmen sumber daya manusianya sangat mengkhawatirkan. Mengingat motif idealisme lebih menentukan dari pada motif profesionalisme dalam perekrutan seseorang menjadi wartawan atau reporter.

Penyajian beritanya. Beberapa pemerhati dan pembaca media massa Islam mengeluhkan adanya kecenderungan yang berlebihan dalam menyajikan berita-berita yang bersifat menggugah. Sehingga berita lebih mengedepankan kesadaran emosional ketimbang berita-berita yang menyentuh rasionalitas. Selain itu rendahnya kualitas media dalam hal penulisan, bahasa, dan daya tarik lainnya<sup>11</sup>.

---

<sup>11</sup> Rahmaniar, "Pers Islam Di Indonesia."

## **PERS ISLAM DALAM ERA KONVERGENSI MEDIA**

Industrialisasi media massa melahirkan era konvergensi media. Kebutuhan akan informasi yang semakin besar yang didukung oleh pesatnya perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang menghasilkan beberapa jenis media baru seperti *smartphone*, *tablet*, *ipad*, dan lain-lain. Hal tersebut juga mengakibatkan pergeseran perusahaan media massa yang dahulu semata-mata untuk menyampaikan informasi kepada khalayak kini menjadi industri media massa yang mengaharapkan laba yang besar. Kita dapat membandingkan konsumsi media kita pada seputaran tahun awal 90an dimana masyarakat Indonesia hanya disuguhi tayangan dari stasiun TVRI dibandingkan dengan saat ini, dimana Televisi swasta berkembang sangat pesat, baik itu dari dalam maupun luar negeri, ditambah lagi oleh hadirnya media baru yang berbasis internet yang memudahkan masyarakat memperoleh berbagai tayangan atau informasi. Konvergensi berasal dari bahasa Inggris yaitu *convergence*. Kata konvergensi merujuk pada dua hal/ benda atau lebih bertemu dan bersatu dalam suatu<sup>12</sup>.

Konvergensi Media memungkinkan masyarakat memiliki banyak pilihan dalam mengakses jenis informasi, konvergensi media banyak menimbulkan perubahan dalam masyarakat dalam hal mengakses informasi, oleh karena itu perusahaan media pula berlomba-lomba untuk memperluas jaringannya agar dapat diakses dengan menggunakan berbagai jenis media misalnya saja, group Kompas yang awalnya hanya memiliki satu jenis media yaitu surat kabar kini memiliki stasiun televisi, dan portal berita online melalui internet.

Bagaimana pers Islam menghadapi era konvergensi media tersebut? Berdasarkan pembahasan diatas mengenai pers Islam, dapat ditarik kesimpulan, apabila pers Islam ingin tetap berkembang di era konvergensi media saat ini adalah dengan cara menyeimbangkan antara idealisme dan kepentingan bisnis. Dibutuhkan pengelolaan pers Islam secara profesional yaitu pers yang dikelola oleh kader-kader pers Islam yang terlatih dari lembaga pendidikan dan atau pelatihan kewartawanan , dan memiliki pengalaman pada media massa yang profesional. Salah satu upaya dalam menciptakan kader-kader pers Islam yang profesional adalah dengan adanya program studi Komunikasi Penyiaran Islam di perguruan tinggi Islam yang akan mencetak jurnalis yang berakhlak mulia memiliki pengetahuan selain tentang jurnalistik juga pengetahuan keislaman. Profesionalitas pers Islam ini diharapkan dapat mempertemukan dua pihak, pengelola pers Islam dan umat Islam. Pengelola butuh dukungan umat Islam dengan menjadi pelanggan tetap dan turut menyebarkannya dengan menjadi agen. Umat

---

<sup>12</sup> "Satrio Arismunandar - Bangkitlah Indonesia!," accessed October 30, 2016, <http://satrioarismunandar6.blogspot.com/search?q=konvergensi+merujuk+pada+dua+hal>.

Islam yang menjadi pelanggan juga butuh profesionalisme pengelola dan kepuasan membaca.

Hal terpenting lainnya yang harus dimiliki oleh pers Islam agar dapat berkembang dan bersaing dengan pers umum adalah pers Islam harus independen sehingga tidak terjebak pada pers sektarian yang eksklusif. Hal ini dijelaskan oleh Djafar H. Assegaf yang menyatakan bahwa hubungan antara penerbit dan wartawannya harus dilandaskan kepada “ kebebasan redaksional “ sehingga tidak semua orang yang menganggap dirinya pimpinan umat dapat mencampuri urusan pemuatan berita dan selera pemilihan berita.”<sup>13</sup> Karena alasan inilah mengapa pers Islam selalu dituntut untuk menyeimbangkan idealismenya dan kepentingan bisnisnya, karena idealisme dapat bertahan karena adanya dana. Pers Islam yang menggantungkan dana penerbitan dari infak dan zakat biasanya mudah untuk dicampurtangani isi dan kebijakan redaksinya oleh para ulama atau agamawan yang tidak tahu seluk-beluk jurnalistik<sup>14</sup>

Segmentasi pers Islam tidak kalah pentingnya dalam merebut perhatian umat Islam, karena pada dasarnya menurut Asep Romli terdapat tiga golongan umat yaitu<sup>15</sup>:

1. Golongan cerdik-cendekiawan yang cinta kebenaran, berfikir kritis, dan cepat tanggap. Mereka harus dihadapi dengan alasan dalil, dan hujah yang dapat diterima oleh kekuatan akal mereka.
2. Golongan awam , yaitu orang kebanyakan yang belum dapat berfikir kritis dan mendalam, belum dapat menangkap pengertian tinggi-tinggi.
3. Golongan yang tingkat kecerdasannya diantara kedua golongan tersebut mereka dihadapi dengan bertukar pikiran, guna mendorong mereka supaya berpikir secara sehat.

Berdasarkan segmentasi diatas, pers Islam dalam menyajikan isi media berdasarkan keinginan pasar bukan berdasarkan pada paham-paham pemilik atau pengelola media yang mengarah kepada eksklusivisme. Menurut Djafar H. Assegaf Umat Islam yang semakin terdidik sekarang ini menginginkan sajian agama yang rasional, yang dapat dicerna dengan akal sehat dan relevan dengan tingkat kehidupan mereka. Selain isi media, pers Islam juga harus memperhatikan tampilan fisiknya sehingga memiliki daya tarik bagi pembacanya<sup>16</sup>. Dengan begitu Pers Islam dapat bertahan ditengah kerasnya persaingan media di era konvergensi media.

---

<sup>13</sup> Budiando and Hamid, *Ilmu Komunikasi: Sekarang Dan Tantangan Masa Depan*, 113.

<sup>14</sup> *Ibid.*, 112.

<sup>15</sup> *Ibid.*, 114.

<sup>16</sup> *Ibid.*, 481.

## **SYARIAH JURNALISM SEBAGAI PERS ALTERNATIF**

Pada bagian awal dari tulisan ini telah dijelaskan tentang pengertian pers Islam menurut beberapa pendapat, dari pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa pers Islam adalah pers yang tujuannya menyebarkan nilai-nilai Islam atau sebagai media dakwah bagi umat Islam, menyuarakan aspirasi umat Islam, dan pers yang dimiliki oleh umat Islam. Berbeda dari pendapat dari beberapa pengertian mengenai pers Islam yang telah dipaparkan sebelumnya, Asep Saeful Romli mengatakan bahwa Jurnalistik Islami bukanlah media massa Islam atau pers Islam<sup>17</sup>. Media massa Islam yang isinya memuat ajaran-ajaran Islam dan sebagai wadah menyampaikan aspirasi umat Islam dan dimiliki oleh umat Islam belum tentu menjalankan jurnalistik Islami, Asep memberikan analogi bahwa sebuah masyarakat Islam belum tentu mencerminkan diri sebagai masyarakat Islami (hidup sesuai dengan nilai-nilai Islam), contohnya saja Agama Islam mengajarkan tentang pentingnya kebersihan, karena kebersihan sebagian dari iman, akan tetapi kenyataannya masih banyak umat Islam yang tidak menjaga kebersihan dengan baik disekitar lingkungan mereka, perilaku yang tidak menjaga kebersihan merupakan perilaku yang tidak islami, bahkan perilaku menjaga kebersihan malah diterapkan pada masyarakat yang nonmuslim, jadi dapat disimpulkan bahwa masyarakat muslim belum tentu berperilaku islami, begitu pula sebaliknya masyarakat nonmuslim bisa saja berperilaku Islami. Menurut Asep, Jurnalistik Islami merujuk pada proses atau aktivitas jurnalistik yang bernafaskan nilai-nilai Islam sedangkan media massa Islam adalah produk dari suatu proses aktivitas jurnalistik yang umumnya berupa media dakwah atau himpunan karya jurnalistik dengan bahan baku konsep ajaran Islam dimana kegiatan jurnalistik dalam menghimpun maupun menulis isi media tersebut belum tentu sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Sejalan dengan pendapat Asep Saeful Romli diatas, penulis mengusulkan suatu konsep syariah jurnalism yang ditulis dalam paper yang dipresentasikan pada ajang Annual International Conference Of Islamic Studies (AICIS) XIV tahun 2015 di Manado Sulawesi Utara. Dalam paper tersebut penulis menawarkan konsep syariah jurnalism sebagai suatu kegiatan jurnalistik alternatif yang dapat diterapkan di era konvergensi media saat ini, yang semakin mengarah pada industrialisasi media. Istilah syariah pada syariah jurnalism ini terinspirasi dari konsep syariah yang tengah banyak berkembang di masyarakat, dimana konsep syariah ini banyak diminati oleh masyarakat Indonesia, *image* konsep syariah di masyarakat Indonesia lebih terpercaya dan dimininati. Misalnya saja konsep perbankan syariah, hotel syariah, asuransi syariah dan lain sebagainya. Disini

---

<sup>17</sup> Budianto and Hamid, *Ilmu Komunikasi: Sekarang Dan Tantangan Masa Depan*.

penulis menawarkan konsep jurnalistik yang kembali kepada penerapan kode etik jurnalistik yang sebenarnya yaitu memberitakan suatu peristiwa dengan obyektif tanpa memihak salah satu pihak, adanya *cover both side*, yang memungkinkan adanya keadilan dalam memberitakan suatu peristiwa, sehingga tidak menzalimi salah satu pihak, mentransmisikan budaya-budaya tanpa kekerasan, pornografi, fitnah, kebohongan, membicarakan orang lain, dan hal-hal yang banyak mudaratnya bagi masyarakat, dan selalu menayangkan tayangan-tayangan yang bermanfaat bagi masyarakat seperti pendidikan dan lainnya dengan mengembangkan nilai-nilai budaya asli Indonesia untuk mewujudkan masyarakat yang *update* informasi, yang berkualitas, menciptakan kerukunan dan keharmonisan dalam masyarakat yang multikultur.

Konsep syariah journalism mengedepankan kegiatan jurnalistik yang Islami, meskipun berita-berita ataukah isi media tidak semuanya bermuatan nilai-nilai ajaran Islam, sehingga konsep ini memberikan peluang bagi masyarakat nonmuslim untuk mengaplikasikan konsep ini dalam kegiatan jurnalistiknya. Konsep Syariah journalism dapat menjadi bukti bahwa konsep Islam sebenarnya dapat diterapkan mengikuti perkembangan pers di masyarakat. Konsep ini tentunya akan mengubah sistem kerja maupun kebijakan redaksional dalam sebuah perusahaan media. Penerapan konsep ini tentulah masih membutuhkan pengembangan dan komitmen yang kuat apabila ingin diterapkan oleh salah satu perusahaan media massa.

## **PENUTUP**

Keberadaan pers Islam harus tetap dipertahankan, pers islam berfungsi dalam mendidik masarakat dan sebagai media dakwah yang berperan dalam menciptakan masyarakat yang berakhlak mulia dan membangun karakter bangsa Indonesia. Pers Islam merupakan wadah dalam menyuarakan aspirasi Islam dan memperjuangkan nilai-nilai Islam, atau membela kepentingan agama dan umat Islam.

Berkembangnya pers Islam di era konvergensi media sangat baik, untuk menetralsir tayangan- tayangan yang semakin tidak terkendali di masyarakat akibat perusahaan media sibuk untuk mengejar profit dari tayangannya yang dapat mendatangkan iklan yang banyak, untuk kelangsungan "hidup" perusahaan mereka.

Saat ini media di Indonesia belum ada yang mengusung pers Islam secara total akan tetapi terdapat beberapa tayangan baik itu di media elektronik maupun media cetak yang isi tayangannya bermuatan ajaran-ajaran Islam. Diharapkan pers Islam terus berbenah diri dengan cara membuat tampilan dan isi yang semakin menarik, serta meningkatkan

profesionalitas pengelolaan pers Islam sehingga lebih berkembang di masyarakat dan dapat sejajar dengan pers umum yang telah ada di era konvergensi media saat ini.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Budianto, Heri, and Farid Hamid. *Ilmu Komunikasi: Sekarang Dan Tantangan Masa Depan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013.
- Rahmaniar, Ulfah. "Pers Islam Di Indonesia," September 25, 2012. [http://www.kompasiana.com/ulfahrahmaniar/pers-islam-di-indonesia\\_5517dade813311ae689de622](http://www.kompasiana.com/ulfahrahmaniar/pers-islam-di-indonesia_5517dade813311ae689de622).
- Rahmat Hidayat. "Apakah yang dimaksud dengan pers Islam?" *Berbagi Cerita Rasa Cita-Cita*, January 16, 2011. <http://kpidakwah.blogspot.co.id/2011/01/apakah-yang-dimaksud-dengan-pers-islam.html>.
- "Satrio Arismunandar - Bangkitlah Indonesia!" Accessed October 30, 2016. <http://satrioarismunandar6.blogspot.com/search?q=konvergensi+merujuk+pada+dua+hal>.
- Vivian, John. *Teori Komunikasi Massa*. 8th ed. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008.

Received 26 Oktober 2016, Revised 30 Oktober 2016, Accepted 30 Oktober 2016, Available online xx-xxxx-2016