

**KEBIJAKAN REDAKSIONAL SUARAMUHAMMADIYAH.ID
DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI SEBAGAI MEDIA
DAKWAH**



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1**

Disusun Oleh :

Rifa Nopianti Hamidah

NIM 19102010011

Dosen Pembimbing :

Dra. Hj. Evi Septiani Tavip Hayati, M.Si

NIP 19640923 199203 2 001

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2023**

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-2095/Un.02/DD/PP.00.9/12/2023

Tugas Akhir dengan judul : KEBIJAKAN REDAKSIONAL SUARA MUHAMMADIYAH.ID DALAM
MEMPERTAHANKAN EKISTENSI SEBAGAI MEDIA DAKWAH

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : RIFA NOPIANTI HAMIDAH
Nomor Induk Mahasiswa : 19102010011
Telah diujikan pada : Rabu, 15 November 2023
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Dra. Hj. Evi Septiani Tavip Hayati, M.Si
SIGNED

Valid ID: 65727ab431418



Penguji I

Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si
SIGNED

Valid ID: 6571a1baa6fe9



Penguji II

Dian Eka Permanasari, S.Ds., M.A.
SIGNED

Valid ID: 657298acaf15e



Yogyakarta, 15 November 2023

UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 657a987464279

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:
Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamualaikum. Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Rifa Nopianti Hamidah

NIM : 19102010011

Judul Skripsi :“(Kebijakan Redaksional Suaramuhammadiyah.id dalam Mempertahankan Eksistensi Sebagai Media Dakwah)”

Sudah dapat di ajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata I dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi tersebut diatas dapat segera dimunaqsyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum. Wr. Wb

Yogyakarta, 30 Oktober 2023

Ketua Prodi

Pembimbing Skripsi

Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si
NIP 19840307 201101 1 013

Dra. Hj. Evi Septiani Tavip Hayati, M.Si
NIP 19640923 199203 2 001

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rifa Nopianti Hamidah
NIM : 19102010011
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul **“Kebijakan Redaksional Suaramuhammadiyah.id dalam Mempertahankan Eksistensi Sebagai Media Dakwah”** adalah hasil karya pribadi dan sepanjang pengetahuan penyusun tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-baagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka sepenuhnya menjadi tanggungjawab penyusun.

Yogyakarta, 30 Oktober 2023
Yang menyatakan,



Rifa Nopianti Hamidah
NIM 19102010011

HALAMAN PERNYATAAN BERJILBAB

HALAMAN PERNYATAAN BERJILBAB

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rifa Nopianti Hamidah
Tempat dan Tanggal Lahir : Ciamis, 06 November 2023
NIM : 19102010011
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Alamat : Desa Kertaharja Cijeungjing Ciamis
No. Hp : 085559168681

Menyatakan bahwa saya menyerahkan diri dengan mengenakan hijab dengan mengenakan jilbab untuk dipasang pada ijazah saya. Atas segala konsekuensi yang timbul di kemudian hari sehubungan dengan pemasangan pasfoto berjilbab pada ijazah saya tersebut adalah menjadi tanggung jawab saya sepenuhnya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 30 Oktober 2023



Rifa Nopianti Hamidah
NIM 19102010011

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan sepenuhnya kepada kedua orang tua hebat yang senantiasa berjuang dan tidak kenal lelah untuk bisa memenuhi kebutuhan penulis baik moril maupun materiil sehingga penulis bisa menyelesaikan pendidikan hingga menjadi seorang sarjana.

Skripsi ini juga menjadi salah wujud bakti penulis kepada ayahanda dan ibunda tercinta karena merekalah yang menjadi alasan kuat untuk penulis bisa bertahan hingga sampai pada titik ini.

Skripsi ini juga penulis persembahkan kepada keluarga dan rekan dekat penulis yang senantiasa menjadi pendukung dalam proses pengerjaan skripsi ini.

Tidak lupa penulis persembahkan skripsi ini untuk Almameter kebanggaan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

MOTTO

Ketahuiilah bahwa kemenangan bersama kesabaran, kelapangan bersama
ke sempitan dan kesulitan bersama kemudahan.

(HR Tirmizi)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim.

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada kehadiran Allah Swt. Karena atas berkah dan rahmatnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Kebijakan Redaksional Suaramuhammadiyah.id dalam Mempertahankan Eksistensi Sebagai Media Dakwah”. Tak lupa Sholawat serta salam semoga selalu senantiasa tercurahkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad *Shallallahu alaihi wasallam*, yang telah membawa umatnya dari zaman kegelapan hingga terang-benderang.

Penulisan skripsi ini tentu menjadi salah satu syarat bagi penulis untuk memenuhi tugas akhir guna mencapai gelar Sarjana Sosial. Tidak dapat dipungkiri bahwa penulisan skripsi ini membutuhkan banyak usaha dan kerja keras baik secara fisik maupun nonfisik. Akan tetapi berkat kesungguhan hati dan juga dukungan dari orang-orang tercinta akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan dengan waktu yang terbaik. Oleh karena itu, dengan segala bentuk kerendahan hati penulis ingin mengucapkan banyak kata terima kasih kepada :

1. Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Bapak Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A.
2. Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Ibu Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.

3. Kaprodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Bapak Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos, M.Si.
4. Almarhum Bapak Dr. Musthofa, S. Ag, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan saran-saran selama perkuliahan.
5. Ibu Dra. Hj. Evi Septiani Tavip Hayati, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan, arahan serta pengalaman yang sangat berarti bagi penulis.
6. Seluruh Bapak, Ibu dosen dan Segenap civitas akademik di Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan banyak ilmu, pengetahuan, pembelajaran dan juga dukungan kepada penulis.
7. Kepada Ayahanda Didi Hadiana dan Ibunda Tuti Sutihat yang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau mampu mendidik, memotivasi dan memberikan dukungan penuh hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai mendapat gelar sarjana.
8. Untuk kedua adik penulis, Dini Yulianti Rosidah dan Muhammad Dika Nur Fadhilah. Terimakasih sudah menjadi mood boster bagi penulis.
9. Bapak Isngadi selaku Redaktur Suara Muhammadiyah, Bapak Rizki Putra Dewantoro selaku Managing Editor Suara Muhammadiyah dan Mas Diko Ahmad Riza selaku Reporter Suara Muhammadiyah serta seluruh keluarga besar Suara Muhammadiyah yang telah membantu penulis dalam kelancaran baik memberikan data ataupun dokumen yang sangat

diperlukan dalam penulisan skripsi ini.

10. Teman seperjuangan prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam 2019 yang telah berjuang bersamadan sudah menjadi teman baik selama di bangku perkuliahan.
11. Teman- teman KKN 108 Mandiri Desa Kertaharja yang sudah memberikan pengalaman baru dan juga cerita baru selama dunia perkuliahan.
12. Terima kasih kepada semua orang yang telah sengaja ataupun tidak sengaja hadir dalam hidup penulis. Terima kasih telah memberikan penulisan banyak masukan dan juga pembelajaran untuk menjadikan penulis menjadi pribadi yang lebih baik ke depannya.

Semoga kebaikan yang kalian berikan semua kepada penulis bisa mejadikan ladang pahala di akhirat dan semoga Allah swt. membalas kebaikan dengan keberkahan hidup. Dalam penulisan skripsi ini tentu sangat jauh dari kata sempurna. Namun penulis berharap semoga skripsi ini menja manfaat untuk banyak orang dan bisa digunakan sebaik-baiknya.

Yogyakarta, 9 September 2023



Rifa Nopianti Hamidah

19102010011

ABSTRAK

Rifa Nopianti Hamidah (19102010011) 2023, Kebijakan Redaksional Suaramuhammadiyah.id dalam Mempertahankan Eksistensi Sebagai Media Dakwah.

Kebijakan redaksional adalah dasar pertimbangan suatu lembaga media massa untuk menyiarkan suatu berita, juga merupakan sikap redaksi suatu lembaga media massa terutama media cetak terhadap masalah aktual yang sedang berkembang. Sama halnya bagi Suara Muhammadiyah, kebijakan redaksional merupakan suatu hal yang sangat penting dalam mempertahankan eksistensinya sebagai media dakwah. Karena kebijakan redaksional inilah Suara Muhammadiyah mampu bertahan lebih dari 100 tahun. Dengan latar belakang tersebut, penulis memiliki ketertarikan untuk meneliti bagaimana kebijakan redaksional Suaramuhammadiyah.id dalam mempertahankan eksistensi sebagai media dakwah.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan teori hirarki pengaruh oleh Pamela J Shoemaker dan Stephen D. Reese yang memaparkan kebijakan redaksional suatu media dapat dipengaruhi oleh faktor internal dan juga eksternal. Faktor faktor tersebut yakni level individu media, level rutinitas media, level organisasi media, level ekstra media dan level ideologi media. Metode pengumpulan data penelitian ini adalah wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah kebijakan redaksional Suaramuhammadiyah.id dalam mempertahankan eksistensinya sebagai media dakwah dipengaruhi oleh lima level internal dan juga eksternal yakni level individu media, level rutinitas media, level organisasi media, level ekstra media dan level ideologi. Level yang paling mempengaruhi kebijakan redaksional Suaramuhammadiyah.id adalah level ideologi media. Sedangkan level yang tidak terlalu berpengaruh terhadap kebijakan redaksional yakni level individu media.

Kata Kunci: Kebijakan Redaksional, Eksistensi, Teori Hirarki Pengaruh, Media Dakwah

ABSTRACT

Rifa Nopianti Hamidah (19102010011) 2023, Suaramuhammadiyah.id Editorial Policy in Maintaining Existence as a Da'wah Media.

Editorial policy is the basic consideration of a mass media institution for broadcasting news, it is also the editorial attitude of a mass media institution, especially print media, towards actual problems that are currently developing. Likewise, for Suara Muhammadiyah, editorial policy is very important in maintaining its existence as a da'wah media. It is because of this editorial policy that Suara Muhammadiyah has been able to survive for more than 100 years. With this background, the author has an interest in researching the editorial policies of Suaramuhammadiyah.id in maintaining its existence as a da'wah media.

In this research, the author uses a qualitative descriptive research method with a hierarchy of influence theory approach by Pamela J Shoemakr and Stephen D. Reese which explains that the editorial policy of a media can be influenced by internal and external factors. These factors are the individual media level, media routine level, media organization level, media extra level and media ideology level. The data collection methods for this research are in-depth interviews, observation and documentation. The results of this research are that Suaramuhammadiyah.id's editorial policy in maintaining its existence as a da'wah media is influenced by five internal and external levels, namely the individual media level, the media routine level, the media organization level, the extra media level and the ideological level. The level that most influences the editorial policy of Suaramuhammadiyah.id is the level of media ideology. Meanwhile, the level that does not have much influence on editorial policy is the individual media level.

Keywords: Editorial Policy, Existence, Hierarchy of Influence Theory, Da'wah Media

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN BERJILBAB	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Batasan dan Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
D. Kajian Pustaka	7
E. Kajian Teori.....	10
F. Metode Penelitian	23
G. Teknik Analisis Data	26
H. Sistematika Penulisan.....	27
BAB II GAMBARAN SUARAMUHAMMADIYAH.ID.....	29
A. Awal Pendirian Suara Muhammadiyah.....	29
B. Perkembangan Menjadi Suaramuhammadiyah.id	32
C. Moto Suara Muhammadiyah	34
D. Visi dan Misi Suara Muhammadiyah	34
E. Konsep Manajemen Suara Muhammadiyah.id.....	34
F. Konsep dan Cakupan Isu Suara Muhammadiyah.id.....	35

G. Tujuan Suara Muhammadiyah	35
H. Bentuk dan Karakter News.....	36
I. Struktur Manajemen & Redaksi Suara Muhammadiyah.....	37
J. Jobdesk dan Alur Manajemen	38
K. Alur Kerja Suara Muhammadiyah.id	43
BAB III ANALISIS KEBIJAKAN REDAKSIONAL	
SUARAMUHAMMADIYAH.ID DALAM MEMPERTAHANKAN	
EKSISTENSI SEBAGAI MEDIA DAKWAH	45
A. Level Individu Media	58
B. Level Rutinitas Media	61
C. Level Organisasi Media.....	68
D. Level Ekstra Media.....	70
E. Level Ideologi.....	73
BAB IV PENUTUP	75
A. Kesimpulan.....	75
B. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....	80
A. Transkrip Wawancara	80
B. Daftar Riwayat Hidup.....	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Pengguna Internet di Indonesia.....	2
Gambar 1. 2 Data Google Analytic Suara Muhammadiyah	5
Gambar 1. 3 Teori Hirarki Pengaruh	13
Gambar 2. 1 Cover Majalah Suara Muhammadiyah Edisi II Tahun 1915.....	29
Gambar 2. 2 Beranda Website Suaramuhammadiyah.id	33
Gambar 3. 1 Rubrik Berita Suaramuhammadiyah.id	46
Gambar 3. 2 Rubrik Advestising Suaramuhammadiyah.id.....	47
Gambar 3. 3 Rubrik Bingkai Suaramuhammadiyah.id	47
Gambar 3. 4 Rubrik Sajian Khusus Suaramuhammadiyah.id.....	48
Gambar 3. 5 Rubrik Sajian Khusus Suaramuhammadiyah.id.....	48
Gambar 3. 6 Rubrik Tajuk Suaramuhammadiyah.id	49
Gambar 3. 7 Rubrik Akidah Akhlak Suaramuhammadiyah.id	49
Gambar 3. 8 Rubrik Resensi Suaramuhammadiyah.id	50
Gambar 3. 9 Rubrik Bina Jamaah Suaramuhammadiyah.id	50
Gambar 3. 10 Rubrik Beranda Suaramuhammadiyah.id	51
Gambar 3. 11 Rubrik Keluarga Sakinah Suaramuhammadiyah.id	51
Gambar 3. 12 Rubrik Cerpen Suaramuhammadiyah.id	52
Gambar 3. 13 Rubrik Dunia Islam Suaramuhammadiyah.id	52
Gambar 3. 14 Rubrik Hadist Suaramuhammadiyah.id	53
Gambar 3. 15 Rubrik Jejak Persyarikatan Suaramuhammadiyah.id.....	53
Gambar 3. 16 Rubrik Khutbah Suaramuhammadiyah.id	54
Gambar 3. 17 Rubrik Fatwa Tarjih Suaramuhammadiyah.id	54

Gambar 3. 18 Rubrik Kolom Suaramuhammadiyah.id.....	55
Gambar 3. 19 Rubrik Opini Suaramuhammadiyah.id.....	55
Gambar 3. 20 Rapat Redaksi Rutin Suara Muhammadiyah	63
Gambar 3. 21 Data Google Analytic Suara Muhammadiyah	72

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Latar Belakang Individu Pekerja Media Suara Muhammadiyah	60
Tabel 3. 2 Peta Penyebaran Majalah (Pulau)	65

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Media *online* merupakan media baru (*new media*) yang memiliki cara penyampaian informasi berbeda dari media cetak dan media elektronik. Dalam penyampaian informasi media *online* membutuhkan perangkat berbasis komputer dan koneksi internet agar dapat mencari dan mendapatkan informasi. Menurut Ashadi Siregar media online sendiri merupakan istilah umum untuk media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Didalamnya terdapat *website* (situs web), portal berita, pers *online*, mail *online*, radio *online*, TV *online* dan lainnya. Dengan memiliki karakteristik masing masing yang sesuai dengan fasilitas memungkinkan pengguna atau konsumen dalam memanfaatkannya.¹

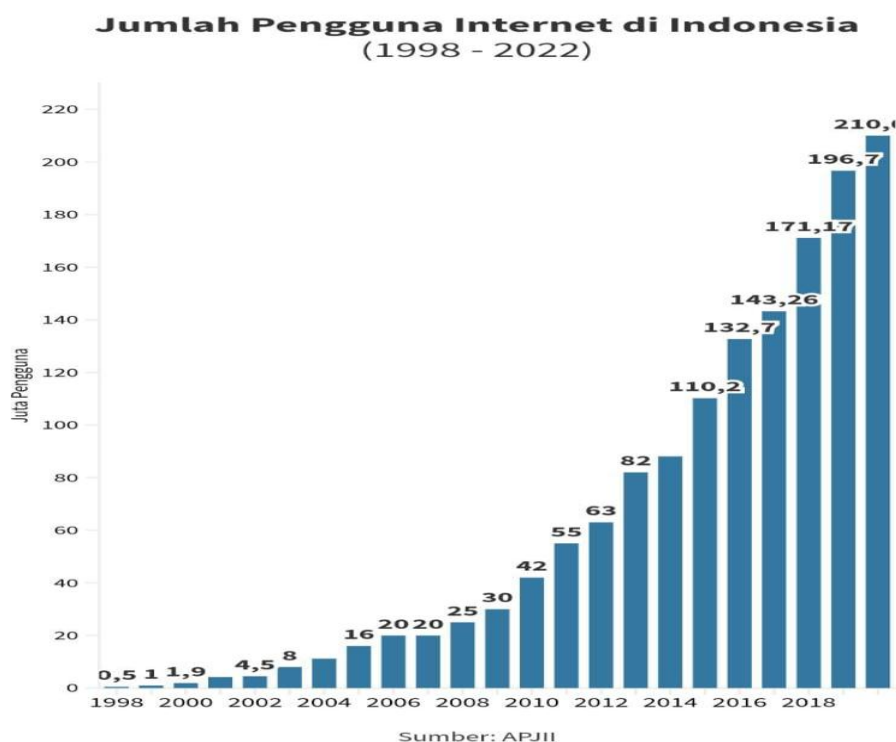
Fenomena media massa *online* merupakan sebuah tantangan baru dalam industri media massa saat ini. Dilihat dari perkembangan surat kabar *online* yang bermula pada tahun 1990-an, dimana pada saat itu web portal hanya sekedar halaman pelengkap saja, dan berfungsi untuk memindahkan dari versi cetak ke versi *online*. Namun dalam satu dekade belakangan ini penggunaan teknologi berbasis internet, termasuk media *online* semakin marak digunakan masyarakat. Saat ini ada banyak *website* yang bisa di akses, lebih dari 155

¹ Agung Kurniawan, *Transformasi Pelayanan Publik*. (Yogyakarta: Pustaka, 2005), hlm.20.

juta *website*, baik itu *website* individu, *website* lembaga atau *website* media massa *online*.²

Hal ini dapat dilihat dari data survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang menyebutkan bahwa pengguna internet di Indonesia pada periode tahun 2021-2022 telah mencapai angka 210,03 juta pengguna internet di dalam Negeri. Jumlah itu meningkat 6,78% dibandingkan pada periode sebelumnya yang sebesar 196,7 juta orang. Hal itupun membuat tingkat penetrasi internet di Indonesia menjadi sebesar 77,02%.

Gambar 1. 1 Grafik Pengguna Internet di Indonesia³



Sumber: Jumlah Pengguna Internet di Indonesia APJII

² Syarifudin Yunus, *Jurnalistik Terapan*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), hlm. 32.

³ APJII, "Website Survei", *Website*, <https://dataindonesia.id/digital/detail/apjii-pengguna-internet-indonesia-tembus-210-juta-pada-2022>, diakses pada 22 Desember 2022 pukul 21.54 WIB.

Berdasarkan data di atas, dapat dikatakan bahwa antusias masyarakat terhadap teknologi internet atau media *online* begitu besar. Banyak masyarakat yang begitu menyukai media *online* dan sudah beralih kepada teknologi *online*, termasuk beralih kepada portal berita *online*. Melihat hal ini, tak heran jika berbagai organisasi media melebarkan sayapnya lebih luas dengan memiliki ruang berita baru di media *online*. Hampir sebagian besar atau bahkan sudah hampir seluruh organisasi media mendistribusikan berita dari media konvensional seperti TV, Koran, majalah, radio ke media *online*. Seperti Koran Kompas dengan Kompas.com, Tribun dengan Tribunnews, Majalah Suara Muhammadiyah dengan Suaramuhammadiyah.id.

Media online inilah yang dapat dimanfaatkan atau dipergunakan sebagai media dakwah di zaman modern ini. Media dakwah sendiri merupakan alat yang dipergunakan untuk menyampaikan maddah dakwah (isi pesan dakwah) kepada mad'u. Menurut Asmuni Syukir media dakwah merupakan segala sesuatu yang dapat digunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan dakwah yang telah ditentukan.⁴ Maka pemanfaatan media online sebagai media dakwah disini berarti upaya menggunakan atau memakai media online sebagai alat untuk menyalurkan pesan dakwah kepada mad'u yaitu pembaca media online.

Salah satu portal media *online* yang juga sebagai media dakwah yang didalamnya menyajikan berbagai macam informasi atau berita adalah

⁴ Asmuni Syukir, Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1993), hlm. 61.

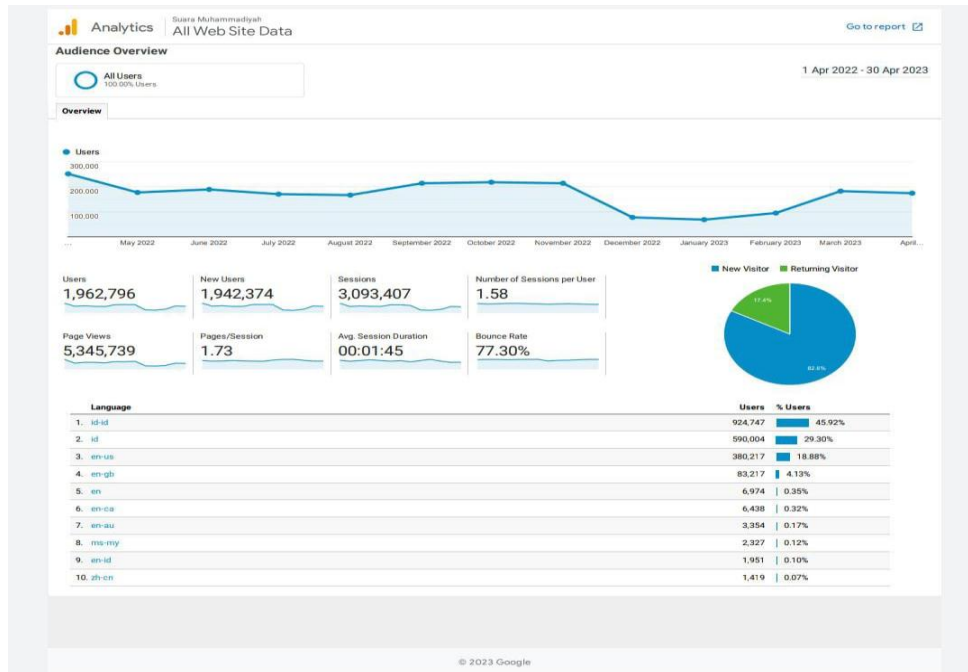
Suaramuhammadiyah.id. Media *online* yang bermula dari majalah fisik yang berdiri sejak tahun 1915 ini berhasil bertahan hingga 100 tahun dan mengikuti perkembangan teknologi serta minat masyarakat akan internet dengan membuat portal berita *online* untuk terus mempertahankan eksistensinya sebagai media sarana dakwah.⁵ Portal berita *online* Suaramuhammadiyah.id yang bisa diakses dengan mudah di internet ini menyajikan informasi atau berita dengan kategori keislaman yang *relate* dengan kehidupan saat ini. Meskipun memiliki segmen pembaca terbatas, portal berita media online Suaramuhammadiyah.id ini berhasil mempertahankan eksistensinya hingga saat ini.

Hal ini dibuktikan dengan pengunjung portal berita media *online* Suaramuhammadiyah.id yang selalu ramai dan tidak pernah sepi pengunjung hingga saat ini. Berikut adalah grafik pengunjung portal berita media *online* Suaramuhammadiyah.id beberapa tahun terakhir yang didapatkan peneliti dari hasil wawancara bersama Rizki Putra Dewantoro M.Si selaku Managing Editor Suaramuhammadiyah Online.

Berdasarkan grafik Data Google Analytic Suara Muhammadiyah 1 Apr 2022 - 30 Apr 2023 Pengunjung berjumlah 1,962,796 (dibuat rata2 perbulan dengan dibagi 12) dan Page Views (tayangan halaman yang dibuka) 5,345,739 (dibuat rata2 perbulan dengan dibagi 12). Sedangkan Pengunjung berdasar negara Indonesia berjumlah 45.92%+29.30%, Amerika 18.88%, Inggris 4.13% dan seterusnya.

⁵ Suaramuhammadiyah.id, *Website*, <https://www.suaramuhammadiyah.id/>, di akses pada tanggal 20 Desember 2022 pukul 14.50.

Gambar 1. 2 Data Google Analytic Suara Muhammadiyah



Sumber: Data Google Analytic Suara Muhammadiyah

Keberhasilan Suaramuhammadiyah.id dalam mempertahankan eksistensinya sebagai media dakwah tidak luput dari bagaimana pengelolaannya. Standar untuk berkompetisi menyalurkan informasi yang akurat juga perlu diperhatikan, salah satu standart tersebut adalah kebijakan redaksional. Mampu bertahan dalam jangka waktu yang lama dan tetap konsisten dalam memberikan informasi dakwah bukanlah hal yang mudah di tengah banyaknya media baru yang semakin marak. Maka dari itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Kebijakan Redaksional Suaramuhammadiyah.id dalam Mempertahankan Eksistensi Sebagai Media Dakwah”**. Hal ini menjadi menarik untuk diteliti, mengingat media Suaramuhammadiyah.id mampu bertahan dalam jangka waktu yang lama dan tetap eksis hingga saat ini.

B. Batasan dan Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini, untuk menghindari pembahasan secara meluas maka penulis memberikan batasan dalam pembahasan. Penelitian ini berfokus pada Kebijakan Redaksi Suaramuhammadiyah.id dalam Mempertahankan Eksistensi Sebagai Media Dakwah.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan maka rumusan masalah yang dikaji adalah **“Bagaimana Kebijakan Redaksional Suaramuhammadiyah.id dalam Mempertahankan Eksistensi Sebagai Media Dakwah?”**.

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian yang hendak dicapai pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini untuk mendeskripsikan kebijakan redaksional Suaramuhammadiyah.id dalam mempertahankan eksistensi sebagai media dakwah.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada disiplin ilmu jurnalistik, serta menambah wawasan dan pengetahuan khususnya tentang kebijakan redaksional sebuah portal media online dalam mempertahankan eksistensinya.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi praktisi komunikasi, agar lebih mengetahui bagaimana pola produksi pemberitaan dalam media massa online, khususnya di Suaramuhammadiyah.id dalam mempertahankan eksistensi sebagai media dakwah.

D. Kajian Pustaka

Setelah melakukan penelusuran studi pustaka, penulis menemukan beberapa penelitian yang memiliki kesamaan, baik objek yaitu kebijakan redaksi maupun metodologi penelitiannya. Namun belum ada satupun yang meneliti Kebijakan Redaksi Suaramuhammadiyah.id dalam mempertahankan eksistensi sebagai media dakwah. Adapun penelitian tersebut adalah:

Penelitian Pertama yang menjadi referensi bagi peneliti adalah Kebijakan Redaksional Harian Fajar dalam menentukan foto Headline (2013). Penelitian ini dilakukan oleh Muhammad Idham Ama dengan judul Kebijakan Redaksional Harian Fajar dalam Menentukan Foto Headline dengan jenis penelitian Kualitatif Deskriptif. Teknik pengumpulan datanya dilakukan dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi. Data yang diperoleh di olah secara deskriptif kualitatif yaitu dengan mengadakan analisis data yang berupaya menggambarkan tentang masalah yang akan dibahas dalam penelian tersebut serta dikembangkan berdasarkan teori yang ada. Hasil dari penelitian ini adalah proses kebijakan redaksional Harian Fajar dalam menentukan foto headline dimulai ketika fotografer menyetor foto ke

server redaksi dan berakhir dengan diskusi antara coordinator kompartemen/redaktur halaman satu, coordinator foto, layouter dan pemimpin redaksi.⁶ Persamaan penelitian ini dan penelitian yang akan dilakukan terletak pada metode penelitian. Sedangkan perbedaannya ada di subjek dan objek penelitian.

Penelitian kedua yang menjadi acuan peneliti adalah Kebijakan Redaksional Harian Tribun Timur dalam Menyajikan Rubrik Tribun Nasional (2016). Penelitian yang dilakukan oleh Kartika ini menggunakan metode kualitatif dekriptif dengan pendekatan ilmu komunikasi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yakni teori hirarki pengaruh. Adapun hasil dari penelitian ini adalah kebijakan redaksional harian Tribun Timur dalam menyajikan rubrik Tribun Nasional memiliki pertimbangan khusus.⁷ Persamaan penelitian ini dan penelitian yang akan dilakukan terletak pada metode penelitian dan teori penelitian, teknik analisis data yang digunakan. Sementara perbedaannya terletak pada subjek dan objek penelitian.

Penelitian ketiga yang menjadi acuan peneliti adalah Kebijakan Redaksional Tribunstyle.com dalam menentukan berita yang layak (2018). Penelitian dilakukan oleh Wimbo Aji Setyabudi mengangkat judul Kebijakan Redaksional Tribunstyle.com dalam menentukan berita yang layak dengan jenis penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif pada situs berita Tribunstyle.com. Hasil dari penelitian ini menunjukkan fungsi

⁶ Muhammad Idham Ama, "*Kebijakan Redaksional Harian Fajar dalam Menentukan Foto Headline*". (Hasanudin Makasar, 2013).

⁷ Kartika, "*Kebijakan Redaksional Harian Tribun Timur dalam Menyajikan Rubrik Tribun Nasional*". (UIN Alaudin Makasar, 2016).

manajemen pada portal berita Tribunstyle.com benar dilaksanakan oleh manajemen dalam pengelolaan berita meliputi: *Planning, Organizing, Actuating* dan *Controlling*.⁸ Persamaan penelitian ini dan penelitian yang akan dilakukan terletak pada metode penelitian yang digunakan. Sementara perbedaannya terletak pada subjek dan objek penelitian.

Penelitian keempat yang menjadi acuan peneliti adalah Manajemen Redaksional Tribunpekanbaru.com dalam Menentukan Berita yang Layak. Jurnal Vol.3 No.2 – Oktober 2016 Karya Cendikia Dwi Fitriani Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Riau. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis deskriptif. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini adalah TribunPekanbaru.com mengimplementasikan fungsi-fungsi manajemen seperti *planning, organizing, actuating* dan *controlling*.⁹ Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada metode penelitian yang digunakan. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan ada di objek penelitian dan subjek penelitian.

Penelitian kelima yang menjadi referensi peneliti adalah penelitian yang berjudul Kebijakan Redaksional Surat Kabar Republika dalam Menentukan Berita yang dipilih Menjadi Headline (2013). Skripsi karya Muhammad Tohir, mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah. Penelitian ini membahas

⁸ Wimbo Aji Setyabudi, "*Kebijakan Redaksional Tribunstyle.com dalam menentukan berita yang layak*" (Muhammadiyah Surakarta, 2018).

⁹ Cendikia Dwi Fitriani, "*Manajemen Redaksional Tribunpekanbaru.com dalam Menentukan Berita yang Layak*", (Universitas Riau, 2016).

tentang berita-berita yang layak dan tidak layak untuk menjadi headline. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif yang bersifat kualitatif. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yakni teori hirarki pengaruh. Hasil dari penelitian ini mengemukakan bahwa menentukan berita headline berpijak kepada kriteria dan standar headline dan tidak melenceng dari visi misi serta ideologi yang dianut oleh Republika yakni berkebangsaan, kerakyatan, dan keislaman.¹⁰ Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada metode penelitian dan teori penelitian yang digunakan. Sedangkan perbedaan penelitian ada di subjek dan objek penelitian.

E. Kajian Teori

1. Kebijakan Redaksional

Kebijakan redaksional merupakan hal yang penting bagi sebuah media, karena kebijakan redaksional adalah salah satu pembeda antara media satu dengan media yang lainnya. Gunawan Wiradi mengatakan bahwa kebijakan secara umum diartikan sebagai kearifan mengelok. Dalam ilmu sosial, kebijakan diartikan sebagai dasar-dasar haluan untuk menentukan langkah-langkah untuk tindakan dalam mencapai suatu tujuan.¹¹

¹⁰ Muhammad Tohir “*Kebijakan Redaksional Surat Kabar Republika dalam Menentukan Berita yang dipilih Menjadi Headline*”, (UIN Syarif Hidayatullah, 2013), hlm. 88.

¹¹ Dewan Pers, *Ensiklopedia Nasional Indonesia, Jilid 8*, (Jakarta: PT Cipta Adi Pustaka, 1991), hlm. 263.

Dalam kamus bahasa Indonesia, kebijakan adalah rangkaian konsep dasar yang menjadi garis besar dan dasar rencana dalam pelaksanaan suatu pekerjaan kepemimpinan dan cara bertindak, pernyataan cita-cita, tujuan, prinsip dan maksud sebagai garis pedoman untuk manajemen dalam usaha untuk mencapai sasaran.¹² Kebijakan diatur oleh pimpinan dalam lingkup organisasi, tujuan dari kebijakan ialah untuk menentukan suatu tujuan agar tercapai sesuai yang diinginkan. Sedangkan redaksional memiliki kata dasar yaitu redaksi yang artinya bagian yang sangat penting dalam dunia media komunikasi massa, tugas seorang redaktur yakni mengelola isi atau acara yang terdapat di media massa elektronik maupun cetak.

Kebijakan Redaksional adalah dasar pertimbangan suatu lembaga media massa untuk memberitakan atau menyiarkan suatu berita. Kebijakan redaksional juga merupakan sikap redaksi suatu lembaga media massa terutama media cetak, terhadap masalah aktual yang sedang berkembang, yang biasanya dituangkan dalam bentuk tajuk rencana.¹³

Menurut Dominick, struktur organisasi dalam ruang redaksi media massa meliputi:¹⁴

- a) Pemimpin umum (*publisher*) → *CEO* yang mengatur kebijakan perusahaan.
- b) Pemimpin redaksi (*Editor*) → mengawasi dan mengarahkan gerak redaksi.

¹² Lukman Ali, et.al, *Kamus Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka), hlm. 66.

¹³ Sudirman Tebba, *Jurnalistik Baru*, (Ciputat: Kalam Indonesia, 2005), hlm. 150.

¹⁴ Joseph R. Dominick, *The Dynamics of Mass Communication – Media in the Digital Age*, (New York: McGraw-Hill, 2005), hlm 166.

- c) Redaktur pelaksana (*Managing editor*) → bertanggung jawab atas operasi harian.
- d) Redaktur departemen (*Departemen editor*) → bertanggung jawab atas desk pemberitaan.

Struktur organisasi tersebut memungkinkan terjadinya koordinasi antarawak redaksi, sehingga terjadi sebuah alur kerja. Alur kerja diartikan sebagai rangkaian aktivitas yang dilakukan dalam sebuah pekerjaan.

Dalam buku *Jurnalistik Baru*, Sudirman Tebba mengatakan bahwa:¹⁵ “Kebijakan redaksi itu penting untuk menyikapi suatu peristiwa karena dalam pemberitaan yang penting bukan saja peristiwa, tetapi juga sikap terhadap peristiwa itu sendiri. Kalau suatu media tidak memiliki kebijakan redaksi, maka dapat dipastikan beritanya tidak akan konsisten, karena ia tidak mempunyai pendirian dalam memberitakan suatu peristiwa, ia seperti keranjang sampah yang memuat saja”.

2. Teori Hirarki Pengaruh

Pamela J Shoemakr dan Stephen D. Reese dalam buku *Mediating The Message: Theories of Influence on Mass Media Content* memperkenalkan sebuah teori yang menjelaskan sebuah pengaruh internal dan eksternal di dalam isi pemberitaan suatu media yang bernama teori hirarki pengaruh.

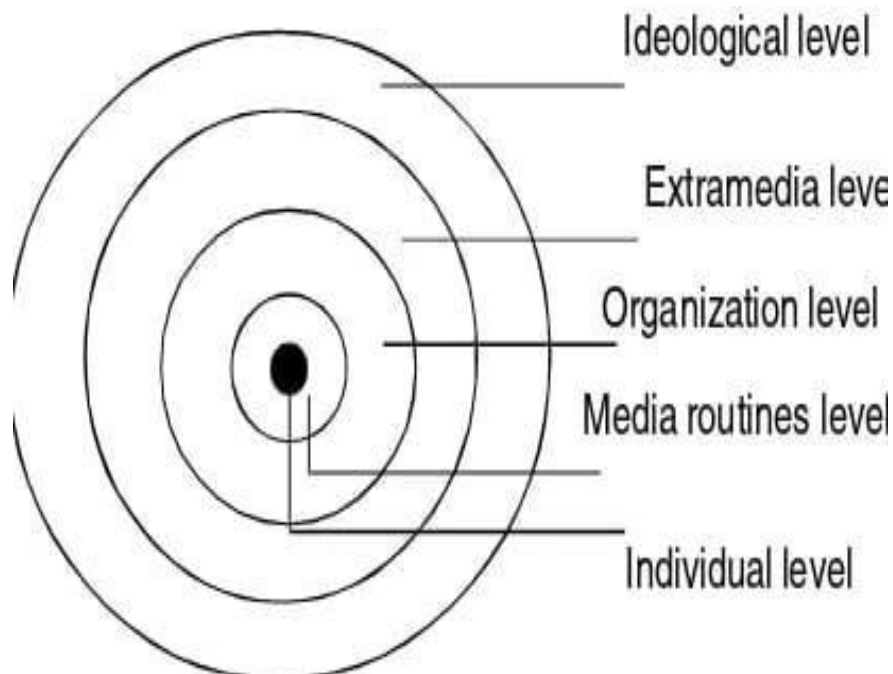
¹⁵ Sudirman Tebba, *Jurnalistik Baru*, (Ciputat: Kalam Indonesia, 2005), hlm. 150.

Pengaruh internal pada konten media sebenarnya berhubungan dengan kepentingan dari pemilik media, individu wartawan sebagai pencari berita, rutinitas organisasi media. Sedangkan faktor eksternal yang berpengaruh pada konten media berhubungan dengan para pengiklan, pemerintah masyarakat dan faktor eksternal lainnya.

Dalam mengukur kebijakan redaksional *Suara Muhammadiyah*, maka peneliti menggunakan teori hirarki, karena teori ini menjelaskan level-level apa saja yang dapat memengaruhi isi pemberitaan media.

Shoemaker dan Reese membagi kepada beberapa level pengaruh isi media. Berikut skemanya.¹⁶

Gambar 1. 3 Teori Hirarki Pengaruh



Sumber: *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di dalam Media Massa*

¹⁶ Werner J. Saverin, dan James W. Tankard, *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa, Edisi 5 cet 2*, (Jakarta: Kencana, 2007), hlm. 226.

a. Level Individu Media

Setiap konten atau isi media massa agar tercapainya visi misi suatu media biasanya dapat dipengaruhi oleh individu-individu atau pekerja media yang ada di dalamnya. Karena seorang jurnalis memiliki orientasi nilai tertentu dalam berhadapan dengan realitas yang sedang terjadi, memiliki pengaruh dalam menciptakan konstruksi sosial.

Faktor individual dari seorang pekerja media sangat memengaruhi pemberitaan sebuah media, ini dikarenakan seorang jurnalis sebagai pencari berita serta dapat mengkonstruksi pemberitaan sebuah media. Seorang jurnalis sebagai sosok yang mengumpulkan dan membuat sebuah berita dapat dilihat dari segi personalnya. Salah satu faktor yang membentuk level individual dari teori hirarki pengaruh ini adalah faktor latar belakang dan karakteristik.

Faktor latar belakang dan karakteristik dari seorang pekerja media menurut Shoemaker dan Reese dibentuk oleh beberapa faktor dari segi karakteristik dan latar belakang individu yang dapat memengaruhi isi media, diantaranya adalah faktor *gender*, faktor etnis, faktor orientasi seksual dan faktor latar belakang pendidikan.¹⁷

Faktor *gender* atau jenis kelamin seorang jurnalis seperti proporsi jumlah wanita dan laki-laki dalam berita media akan memengaruhi berita yang dibuat. Misalnya seberapa seringkah isu tentang wanita diangkat jika kebanyakan pekerjaannya adalah laki-laki? Dari suatu

¹⁷ Pamela Shoemaker and Stephen D. Reese, *Mediating The Message: Theories of Influence on Mass Media Content*, (New York: Longman Publisher, 1996), hlm. 66-103.

penelitian yang dilakukan oleh *Asian American Journalist Association* (AAJA) pada tahun 1993, terbukti adanya berita yang dipengaruhi *gender*.

Kemudian faktor etnis yang merupakan suatu ciri atau pribadi seseorang, serta suku atau adat istiadat yang merupakan faktor kepercayaan, nilai-nilai dan perilaku pada seorang jurnalis. Faktor-faktor ini sangat memengaruhi sebuah pemberitaan yang dibentuk oleh seorang jurnalis. Karena segala pengalaman dan nilai-nilai yang didapatkan secara tidak langsung dapat berefek pada pemberitaan yang dikonstruksi oleh seorang jurnalis.

Faktor orientasi seksual yang merupakan faktor diikuti dari kebiasaan seorang jurnalis ketika harus memilih apakah seorang jurnalis yang *gay* akan bersifat objektif ketika harus meliput peristiwa tentang *gay* juga? Secara logika, seseorang akan cenderung membela orang lain yang termasuk dalam kelompoknya. Maka, sangat mungkin terjadi subjektivitas seorang jurnalis pada berita yang dibuatnya.

Serta latar belakang pendidikan jurnalis yang bekerja di media massa tidak semuanya memiliki latar belakang pendidikan jurnalistik. Banyak jurnalis yang semuanya memiliki latar belakang lain seperti bisnis, *public relation*, sastra, *science*, dan lain-lain. Latar belakang pendidikan jurnalis sedikit banyaknya akan memengaruhi kebijakan redaksional atau isi berita yang mereka buat. Dari sisi *personal attitude*, hal-hal yang dapat memengaruhi isi media adalah nilai dan kepercayaan

yang dianut oleh individu, agama, serta kecenderungan politik individu. Sementara jika dilihat dari sisi profesi, maka aturan- aturan profesional serta kode etik profesional yang dipegang oleh individu juga dapat memengaruhi isi media.

Ada kecenderungan bahwa latar belakang individu seseorang dapat memengaruhi bagaimana ia melihat dunia. Latar belakang pendidikan, keluarga, ekonomi, agama, dan sebagainya pada akhirnya akan mempengaruhi objektivitas pekerja media pada isi berita.¹⁸

b. Level Rutinitas Media

Rutinitas media dapat diartikan sebagai sesuatu yang sudah terpola, sudah dipraktekkan oleh pekerja media, dan terjadi secara berulang-ulang. Sebagai contoh, seorang reporter dalam menjalankan tugasnya menggunakan aturan-aturan baku yang sudah ditetapkan di media tempatnya bekerja. Misalnya menggunakan aturan struktur piramida terbalik dalam membuat naskah berita, bagi produser tidak meloloskan berita yang tidak memenuhi standar berita di media tersebut, dan lain sebagainya.

Apa yang dilakukan oleh reporter dan *gatekeeper* tersebut sesungguhnya bukan berasal dari individu mereka, tetapi mereka menyesuaikan diri dengan aturan yang berlaku di media massa yang bersangkutan. Seorang jurnalis akan bertindak sesuai dengan aturan dan norma yang berlaku dikelompoknya. Norma dan aturan- aturan tersebut

¹⁸ Ibid

mengatur bagaimana jurnalis harus bertindak, karena itulah isi media juga dipengaruhi oleh kebiasaan-kebiasaan atau aturan-aturan ditetapkan di media massa yang bersangkutan.¹⁹

c. Level Organisasi Media

Pada setiap Media massa hampir sebagian besar berorientasi pada keuntungan. Media berusaha mengambil keuntungan dengan menjual berita pada khalayak. Keadaan seperti ini ternyata berdampak pada isi media yang mereka produksi. Tekanan ekonomi yang membatasi keputusan-keputusan yang boleh diambil oleh jurnalis. Sebagai contoh, didalam sebuah organisasi media tidak hanya ada divisi pemberitaan, tetapi juga ada divisi *Human Resource Development, marketing, litbang, dan sebagainya*. Masing- masing divisi tersebut merupakan seorang produser sebuah berita yang sebenarnya tidak penting, karena terbukti berita tersebut bisa meningkatkan penjualan. Namun, tentu saja pemegang kekuasaan tertinggi yang sekaligus ikut memengaruhi isi media adalah *owner*. Pengaruh dari kepemilikan media terhadap konten media ini menjadi perhatian penting dalam studi mengenai konten media.²⁰

d. Level Ekstra Media

Level ekstra media adalah pengaruh-pengaruh pada isi media yang berasal dari luar organisasi media itu sendiri. Pengaruh-pengaruh dari media itu berasal dari sumber berita, pengiklan dan penonton,

¹⁹ Pamela Shoemaker and Stephen D. Reese, *Mediating The Message: Theories of Influence on Mass Media Content*, hlm.105.

²⁰ Ibid, hlm. 140-173.

kontrol dari pemerintah, pangsa pasar dan teknologi. Sumber berita memiliki efek yang sangat besar pada konten sebuah media massa, karena seorang jurnalis tidak bisa menyertakan pada laporan beritanya apa yang mereka tidak tahu.

Seorang jurnalis mendapatkan berita dari berbagai macam sumber, bisa dari laporan masyarakat, sumber resmi seperti pemerintah, konferensi pers, dan lain- lain. Setiap sumber menyediakan informasi yang berbeda- beda, informasi yang didapatkan bisa saja tidak akurat, disinilah peran jurnalis untuk menyatukan informasi- informasi yang berbeda tersebut menjadi sebuah berita yang lengkap dan dapat dipercaya.²¹ Menurut Shoemaker dan Reese mencatat beberapa hal diextra media yang dapat memengaruhi pemberitaan di media yaitu seperti pengiklan atau audiens, peraturan pemerintah, kompetensi pasar, dan teknologi.

1) Pengiklan dan Audiens

Media massa sebagai organisasi yang berorientasi tentu tidak bisa mengesampingkan faktor-faktor lain di ekstra media seperti pengiklan. Karena faktor dari ekstra media tersebut menentukan keberlangsungan hidup mereka, kerena itulah berita yang mereka produksikan harus disesuaikan dengan kepentingan-kepentingan lain yang berasal dari ekstra media.

²¹ Pamela Shoemaker and Stephen D. Reese, *Mediating The Message: Theories of Influence on Mass Media Content*, Hal..178-219.

2) Peraturan Pemerintah

Dalam dunia penyiaran ada istilah regulasi penyiaran yang dibuat oleh pemerintah, berisi aturan-aturan yang harus dipatuhi media. Aturan-aturan tersebut sedikit banyak dapat memengaruhi konten media.

3) Kompetisi Pasar

Persaingan antar sesama organisasi media juga dapat memengaruhi konten berita. Contohnya, agar memenangi kompetensi di pasar, setiap media berlomba-lomba memperebutkan audiens dan pengiklan dengan membuat berita semenarik mungkin, misalnya dengan membuat berita yang berbeda dari para kompetitornya. Media massa beroperasi secara primer pada pasar yang komersil. Dimana media harus berkompetisi dengan media lainnya untuk mendapatkan perhatian dari pembaca dan pengiklan. Inilah yang membuat media berlomba-lomba untuk mendapatkan keuntungan dari iklan dan pembaca lewat konten itu sendiri.

4) Teknologi

Teknologi tidak bisa dipungkiri lagi, teknologi telah membantu banyak pekerjaan manusia, termasuk jurnalis. Seperti dikemukakan oleh Theodore Peterson bahwa revolusi teknologi yang terjadi selama tahun 1880 hingga 1890 telah merevolusi media massa. Kehadiran komputer, internet, dan sebagainya telah

membantu banyak media dalam memproduksi berita. *New York Times*, *Wall Street Journal*, dan *USA Today* menggunakan teknologi satelit untuk mengirimkan edisi Koran nasional mereka ke daerah-daerah lain untuk dicetak dan didistribusikan.²²

e. Level Ideologi

Level ideologi media merupakan tataran yang secara menonjol lebih berhubungan dengan tuntutan dan kepentingan sosial masyarakat secara lebih luas. Di sini dengan mudah kita dapat mendeteksi pers mengikuti gagasan atau ideologi dominan yang sedang berjalan atau diberlakukan oleh Negara atau masyarakat.²³

Setiap media massa ideologi yang mereka pegang teguh sebagai landasan dalam berfikir dan bertindak. Ideologi bukanlah sebuah sistem kepercayaan individu, ia merupakan level sosial. Pada level ideologi ini kita melihat secara lebih dekat bagaimana media berfungsi sebagai perpanjangan dari sebuah kepentingan yang kuat di masyarakat. Bagaimana media rutin, nilai-nilai, dan struktur organisasi bersatu untuk mempertahankan ideologi yang dominan. Ideologi bukan sesuatu yang berada *behind the scene*, tetapi ia ada sebagai sesuatu yang secara natural.²⁴

²² Pamela Shoemaker and Stephen D. Reese, *Mediating The Message: Theories of Influence on Mass Media Content*. hlm. 178.

²³ Agus Sudibyo, *Politik Media dan Pertarungan Wacana*, (Yogyakarta: Lkis, 2006), hlm. 7.

²⁴ Pamela Shoemaker and Stephen D. Reese, *Mediating The Message: Theories of Influence on Mass Media Content*, hlm.221-251.

3. Media Dakwah

a. Pengertian Dakwah dan Tujuan Dakwah

Dakwah berasal dari bahasa arab da'a-yad'u-da'watan. Dalam Al-Qur'an kata dakwah bisa di artikan mengajak, menyeru, memanggil, meminta dan mengundang. Dari beberapa arti kata tersebut dapat diketahui bahwa dakwah merupakan kegiatan mengajak manusia kepada jalan kebaikan dan mencegah pada jalan kemunkaran. Maka dari itu dakwah lebih mementingkan proses dibanding dengan hasil.²⁵ Tujuan dakwah sendiri yakni untuk terwujudnya kebahagiaan, kebajikan, keselamatan dan kesejahteraan hidup manusia di dunia maupun di akhirat dan tentunya diridhai Allah SWT.

b. Pengertian Media Dakwah

Dakwah dimasa mendatang diperlukan penyampaian dakwah Islam yang tidak lagi menuntut pada kehadiran masyarakat secara langsung. Salah satu solusinya, dakwah disampaikan melalui bantuan teknologi informasi modern. Media teknologi informasi kemudian yang akan mengantarkan pesan dakwah hingga menyentuh para jamaah atau sasaran dakwah dalam nuansa dan suasana.²⁶

Media dakwah adalah peralatan yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada para penerima dakwah. Di zaman modern ini, seperti televisi, kaset rekaman, video, majalah dan

²⁵ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dahwah*. (Jakarta: Pranada media Group, 2004), hlm.10.

²⁶ Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu) 2011.

surat kabar internet dan media online.²⁷ Dalam hal ini da'i tentu memiliki tujuan yang akan dicapai, untuk mencapai tujuan yang efektif dan efisien, da'i harus mengorganisir komponen – komponen dakwah dengan tepat. Salah satu komponen tersebut adalah media yang digunakan untuk berdakwah atau biasa juga disebut media dakwah.

c. Portal Berita Online Sebagai Sarana Dakwah

Media dakwah yang dapat digunakan sebagai sarana dalam berdakwah di zaman modern saat ini salah satunya adalah portal berita media *online* yang merupakan media dakwah bersifat tulisan. Portal berita *online* memuat kata-kata yang dapat dibaca dan gambar-gambar yang dapat ditonton. Agar kata-kata dan gambar-gambar dapat membangkitkan semangat dan diterima dengan baik oleh masyarakat Islam maka penulis muslim dapat memaparkan pemikiran-pemikiran yang tidak menyimpang dari ajaran Islam dan tidak terlalu jauh atau terlalu tinggi bagi para pembacanya.

Visi dan misi media dakwah tidak pernah lepas dari visi dan misi dakwah yang digunakan oleh seorang da'i. Visi atau tujuan dari media dakwah adalah untuk menjadi media alternatif rujukan yang akurat, baik dalam hal rujukan konten beribadah maupun konten bermuamalah bagi masyarakat Islam. Misi media dakwah adalah sebagai penggerak dakwah Islam. Hal ini seiring dengan visi dan misi dari Suara Muhammadiyah. Sedangkan media dakwah sebagai sarana untuk

²⁷ Bachtiar, Wardi, “*Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*” (Jakarta: Logosa Wacana Ilmu, 1997), Cet. 1, hlm. 35.

mempercepat kegiatan dawah yang dilakukan oleh da'i sehingga informasi dawah dapat diterima dengan cepat oleh umat Islam.²⁸

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan penelitian kualitatif. Penelitian ini dilakukan dengan cara mendeskripsikan secara jelas terarah tentang temuan lapangan berdasarkan analisa yang dilakukan terhadap fenomena alamiah yang terjadi. Dalam penerapannya, pendekatan kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan mendalam melalui pengumpulan data yang mendalam.

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yakni:

a. Data Primer

Data primer didapatkan dengan cara penelitian lapangan langsung menemui objek dan melakukan wawancara serta website Suaramuhammadiyah.id . Untuk mendapatkan data yang objektif, penulis mewawancarai Haedar Nashir selaku Editor in Chief, Isngadi selaku Editor Senior, Rizki Putra Dewantoro, M.Si selaku Managing Editor Suara Muhammadiyah Online, Redaktur Suara Muhammadiyah dan Diko Ahmad Riza Primadi selaku Reporter Suara Muhammadiyah guna mengetahui bagaimana kebijakan redaksi Suara Muhammadiyah dalam mempertahankan eksistensi sebagai media dakwah.

²⁸ Kholifatur Rosidah, "*Majalah Langitan Sebagai Media Dakwah (Analisis Terhadap Majalah Langitan Dilihat dari Karakteristik Majalah Dakwah)*", hlm. 37.

b. Data Sekunder

Data sekunder dari penelitian ini berasal dari dokumen tertulis berupa buku, jurnal, notulen rapat dan browsing data dari internet yang terkait dengan masalah penelitian sebagai pendukung dan penguat data primer yang didapatkan oleh peneliti.

3. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah Suaramuhammadiyah.id. Sedangkan objek penelitian ini adalah kebijakan redaksional Suaramuhammadiyah.id dalam mempertahankan eksistensi sebagai media dakwah.

4. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Gedung Grha Suara Muhammadiyah yang berlokasi di Jl. KHA Dahlan No. 107 Yogyakarta. Waktu penelitian dilakukan mulai Mei 2023 dan diperkirakan hingga Juni 2023.

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi adalah suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan jalan mengamati secara langsung objek penelitian disertai dengan pencatatan yang diperlukan. Ada dua jenis observasi, yang pertama observasi partisipan yaitu periset ikut berpartisipasi sebagai anggota kelompok yang diteliti. Kedua, observasi nonpartisipan yaitu observasi dimana periset tidak memosisikan dirinya sebagai anggota kelompok yang diteliti.²⁹

²⁹ Rahmat Kriyantono, *Teknik Praktis: Riset Komunikasi*, (Yogyakarta: Kencana, 2009), hlm . 64.

Adapun jenis observasi yang peneliti lakukan adalah observasi nonpartisipan karena dengan observasi nonpartisipan maka calon peneliti dapat mengamati secara leluasa dan dapat memberikan sebuah makna dari setiap gerakan – gerakan informan. Observasi yang dilakukan peneliti adalah mengamati website Suaramuhammadiyah.id dan berkunjung langsung ke kantor Suara Muhammadiyah dengan tujuan untuk melengkapi data wawancara.

b. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan data dengan jalan komunikasi, yakni melalui kontak atau hubungan pribadi antara pengumpul data (pewawancara) dengan sumber data (informan). Komunikasi tersebut dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung.³⁰ Peneliti memilih untuk melakukan wawancara secara langsung dan terbuka. Adapun yang diwawancarai oleh peneliti yaitu Haedar Nashir selaku Editor in Chief, Isngadi selaku Senior Editor, Rizki Putra Dewantoro selaku Managing Editor Suara Muhammadiyah Online, Redaktur Majalah Suara Muhammadiyah dan Diko Ahmad Riza Primadi selaku Reporter Suara Muhammadiyah.

³⁰ Rianto Adi, *Metodologi Penelitian Sosial dan Hukum*, (Bandung: Granit, 2004), hlm. 72.

c. Dokumentasi

Dokumentasi yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan cara melakukan pencatatan, pengambilan gambar, penggandaan dokumen yang dianggap perlu dan mempunyai hubungan penting dengan penulisan penelitian.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh melalui wawancara, catatan dan bahan-bahan lain, sehingga mudah dipahami.³¹ Menurut Miles dan Huberman ada tiga macam kegiatan dalam analisis data kualitatif yang disebut dengan model interaktif, yaitu:³²

1. Reduksi Data

Reduksi data merujuk pada proses pemilihan, pemokusan, penyederhanaan, abstraksi, dan pentransformasian “data mentah” yang terjadi dalam catatan-catatan lapangan tertulis. Reduksi data berjalan terus menerus selama penelitian berlangsung. Tentu saja proses reduksi data ini tidak harus menunggu hingga data terkumpul banyak, namun dapat dilakukan sejak data masih sedikit sehingga selain meringankan kerja peneliti, juga dapat memudahkan peneliti dalam melakukan kategorisasi data yang telah ada. Data yang didapatkan oleh peneliti kemudian direduksi. Informasi yang ada setelah melakukan pengumpulan data

³¹ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 88.

³² Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif edisi 2*, (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 150-151.

kemudian dipilih data mana yang harus dipertajam.

2. Penyajian Data

Setelah reduksi data berlangsung maka tahap selanjutnya adalah penyajian data, yang dimaknai oleh Miles dan Huberman sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan penyajian data ini, peneliti akan lebih mudah memahami apa yang terjadi dan apa yang harus dilakukan. Data yang diperoleh oleh peneliti dan dianggap penting akan disampaikan atau dipaparkan dalam bentuk laporan.

3. Verifikasi dan Penarikan Kesimpulan

Verifikasi dan penarikan kesimpulan dimaknai dengan penarikan arti data yang telah ditampilkan. Pemberian makna ini tentu saja sejauh pemahaman peneliti dan interpretasi yang dibuatnya.

H. Sistematika Penulisan

Dalam memudahkan pemahaman penyusunan skripsi, peneliti membuat sistematika sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan. Pada bab ini memaparkan latar belakang masalah, batasan dan rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metodologi penelitian, tinjauan pustaka, kajian teori dan sistematika penulisan.

BAB II Gambaran Umum. Bab ini berisi tentang gambaran situs berita Suaramuhammadiyah.id meliputi sejarah, struktur redaksi, serta sekilas mengenai rubrik yang ada di Suaramuhammadiyah.id.

BAB III Hasil Temuan dan Analisis Data. Bab ini membahas tentang temuan dan analisis data, mengenai kebijakan redaksional Suaramuhammadiyah.id dalam mempertahankan eksistensi sebagai media dakwah.

BAB IV Penutup. Berisi kesimpulan, saran dan kata penutup.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa:

Kebijakan Redaksional Suara Muhammadiyah dalam mempertahankan eksistensi sebagai media dakwah dipengaruhi oleh lima level yakni level individu media, level organisasi media, level ekstra media, level rutinitas media dan level ideologi. Dari ke-lima level yang paling mempengaruhi adalah level ideologi media dan yang tidak berpengaruh adalah level individu media.

Level individu tidak berpengaruh karena dalam pengambilan kebijakan redaksional mengesampingkan latar belakang individu pekerja media. Sedangkan level rutinitas media berpengaruh dalam kebijakan redaksional Suara Muhammadiyah yakni dengan rutinitas skema rutinitas setiap hari terbit dan rapat redaksi rutin yang dilakukan pada hari selasa setiap minggunya. Faktor lainnya adalah organisasi media yang sangat berpengaruh terhadap kebijakan redaksional dimana pimpinan pusat Suara Muhammadiyah yang paling berpengaruh terhadap kebijakan redaksional. Hal lainnya yang mempengaruhi kebijakan redaksional Suara Muhammadiyah adalah ekstra media seperti peraturan pemerintah, kompetensi pasar dan teknologi, namun tidak berlaku untuk pengiklan. Karena Suara Muhammadiyah hanya bekerja sama dengan pengiklan yang tidak terlalu mendikte keinginannya dan sesuai

dengan peneguhan, pencerahan, penggembiraan. Level terakhir yang paling berpengaruh adalah ideologi, kebijakan redaksional Suara Muhammadiyah berpacu pada peneguhan, pencerahan dan penggembiraan.

B. Saran

Dalam akhir penulisan ini, penulis tentunya perlu untuk menyampaikan beberapa saran dan masukan agar dapat menjadi koreksian yang baik dan penelitian ini bisa lebih baik lagi. Berikut beberapa saran dan masukan, yakni:

1. Kepada Suaramuhammadiyah.id

Diharapkan kedepan dan seterusnya kebijakan redaksional Suara Muhammadiyah tetap mempertahankan eksistensi Suara Muhammadiyah.id sebagai media dakwah di era teknologi ini. Serta konsistensi Suara Muhammadiyah dalam menerbitkan berita setiap hari tayang untuk terus dipertahankan sehingga Suara Muhammadiyah akap tetap eksis ditengah gempuran media-media baru.

2. Kepada Peneliti Berikutnya

Untuk peneliti berikutnya, penulis berharap peneliti selanjutnya bisa lebih luas lagi dalam membahas Kebijakan redaksional dalam mempertahankan eksistensi karena masih sedikit penelitian yang membahas terkait kebijakan redaksional suatu media dalam mempertahankan eksistensinya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Adi, Rianto, *Metodologi Penelitian Sosial dan Hukum*, (Bandung: Granit, 2004).
- Ali, Lukman et.al, *Kamus Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka).
- Aziz, Ali, Moh., *Ilmu Dahwah*. (Jakarta: Pranada media Group, 2004).
- Bachtiar, Wandu, “*Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*” (Jakarta: Logos).
- Dominick, R. Joseph, *The Dynamics of Mass Communication – Media in the Digital Age*, (New York: McGraw-Hill, 2005).
- Idrus, Muhammad, *Metode Penelitian Ilmu Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif edisi 2*, (Jakarta: Erlangga, 2009).
- Iskandar, Maskun, *Ensiklopedia Nasional Indonesia*, (Jakarta: PT Adi Pustaka, 1990).
- Kriyantono, Rahmat, *Teknik Praktis: Riset Komunikasi*, (Yogyakarta: Kencana, 2009).
- Kurniawan, Agung. (2005). *Transformasi Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Pamburuan.
- Muhammadiyah, Suara. *Profil Pembaca Suara Muhammadiyah*, (Yogyakarta: 2023).
- Palmer, E. Richard, *Hermeneutika: Teori Baru Mengenal Interpretasi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005).
- Pers, Dewan, *Ensiklopedia Nasional Indonesia*, Jilid 8, (Jakarta: PT Cipta Adi Pustaka, 1991).
- Saverin, Werner J, dan Tankard, James W. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa, Edisi 5 cet 2*, (Jakarta: Kencana, 2007).

Shoemaker, Pamela and Reese, Stephen D. *Mediating The Message: Theories of Influence on Mass Media Content*. New York: Longman Publisher, 1996.

Sudibyo, Agus. *Politik Media dan Pertarungan Wacana*, (Yogyakarta: Lkis, 2006).

Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2010).

Tebba, Sudirman, *Jurnalistik Baru*, (Ciputat: Kalam Indonesia, 2005).

Yunus, Syarifudin, *Jurnalistik Terapan*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010).

Jurnal

Cendikia Dwi Fitriani , “*Manajemen Redaksional Tribunpekanbaru.com dalam Menentukan Berita yang Layak*”, (Universitas Riau,2016).

Skripsi

Ama, Idham, Muhammad, “*Kebijakan Redaksional Harian Fajar dalam Menentukan Foto Headline*”. (Hasanudin Makasar, 2013).

Kartika, “*Kebijakan Redaksional Harian Tribun Timur dalam Menyajikan Rubrik Tribun Nasional*”. (UIN Alaudin Makasar, 2016).

Rosidah, Kholifatur, “*Majalah Langitan Sebagai Media Dakwah (Analisis Terhadap Majalah Langitan Dilihat dari Karakteristik Majalah Dakwah)*”.

Setyabudi, Aji, Wimbo, “*Kebijakan Redaksional Tribunstyle.com dalam menentukan berita yang layak*” (Muhammadiyah Surakarta, 2018).

Tohir, Muhammad “*Kebijakan Redaksional Surat Kabar Republika dalam Menentukan Berita yang dipilih Menjadi Headline*”, 2013.

Website

<https://dataindonesia.id/digital/detail/apjii-pengguna-internet-indonesia-tembus-210-juta-pada-2022>, diakses pada 22 Desember 2022 pukul 21.54 WIB.

<https://www.suaramuhammadiyah.id/>, di akses pada tanggal 20 Desember 2022 pukul 14.50.

Wawancara

Wawancara dengan Diko Ahmad Riza Primadi, Reporter Suara Muhammadiyah, 21 Juni 2023.

Wawancara dengan Isngadi, Senior Editor Suara Muhammadiyah, 20 Juni 2023.

Wawancara dengan Rizki Putra Dewantoro, Managing Editor Suara Muhammadiyah Online, Redaktur Suara Muhammadiyah, 14 Juni 2023.