

PRAKTIK JURNALISME PROFETIK PADA REDAKSI RAHMA.ID



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata I**

Oleh:

AZIZAH RAHMAH
NIM 21102010001

Pembimbing:

Irawan Wibisono, S.I. Kom, M.I. Kom
NIP. 19871030 202012 1 003

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

2025

HALAMAN PENGESAHAN



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-345/Un.02/DD/PP.00.9/03/2025

Tugas Akhir dengan judul : PRAKTIK JURNALISME PROFETIK PADA REDAKSI RAHMA.ID

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : AZIZAH RAHMAH
Nomor Induk Mahasiswa : 21102010001
Telah diujikan pada : Rabu, 19 Februari 2025
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

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

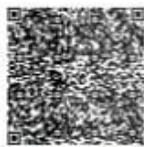
TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Irawan Wibisono, M.I.Kom
SIGNED

Valid ID: 67c6b470aa34



Penguji I

Mochammad Sinung Restendy, M.Sos.
SIGNED

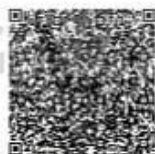
Valid ID: 67c480134cc96



Penguji II

Seiren Ikhtiara, M.A.
SIGNED

Valid ID: 67c34b84cc5ab



Yogyakarta, 19 Februari 2025

UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Prof. Dr. Arif Maftuhin, M.Ag., M.A.I.S.
SIGNED

Valid ID: 67ca0b1e24008

SURAT 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 saya selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudari:

Nama : Azizah Rahmah
NIM : 21102010001
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul Skripsi : PRAKTIK JURNALISME PROFETIK PADA REDAKSI RAHMA.ID

Selah dapat diajukan dan didaftarkan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan/Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dengan ini kami berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum wr.wb,

Yogyakarta, 11 Februari 2025

Mengetahui,

Ketua Program Studi,

Saptoni, M.A.

NIP. 19730221 199903 1 002

Dosen Pembimbing,

Irawan Wibisono, S.I.Kom.
M.I.Kom.

NIP. 19871030 202012 1 003

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Azizah Rahmah
NIM : 21102010001
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul “Praktik Jurnalisme Profetik pada Redaksi Rahma.ID” adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Demikian surat pertanyaan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 11 Februari 2025

Yang menyatakan,

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN
YOGYAKARTA



Azizah Rahmah

NIM 21102010001

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah, penulis telah menyelesaikan skripsi ini atas izin Allah Swt.

Skripsi ini paling utama dipersembahkan untuk almamater penulis yakni Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN

Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Skripsi ini juga dipersembahkan untuk orang tua, kerabat, guru, dan teman-teman yang telah memberikan dukungan, baik melalui doa, moral, serta materil sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.



MOTTO

“Bersemangatlai terhadap apa-apa yang bermanfaat bagimu, dan mintalah
pertolongan kepada Allah”

(HR. Muslim)



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur kepada Allah Swt. yang telah memberikan kemudahan, kekuatan, dan kelancaran sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Salawat beriring salam semoga selalu dilimpahkan kepada *uswah hasanah*, yakni Nabi Muhammad saw. Skripsi yang kini telah selesai disusun tidak lepas dari dukungan serta peran yang baik dari banyak pihak. Penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah mendukung dan berperan dalam penyusunan skripsi ini hingga akhirnya penulis bisa menyelesaikan studi dengan gelar Strata 1 (S1) di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dengan segenap rasa syukur dan bahagia, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang disebutkan di bawah ini:

1. Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Noorhaidi, M.A., M.Phil., Ph.D.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Prof. Dr. Arif Maftuhin, M.Ag., M.A.I.S.
3. Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Saptoni, M.A.
4. Dosen Pembimbing Skripsi, Bapak Irawan Wibisono, M.I.Kom. yang telah meluangkan waktu untuk memberikan arahan, bimbingan, serta dorongan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Dosen Pembimbing Akademik, Bapak Mochammad Sinung Restendy, M.Sos. yang telah memberikan dukungan dan membantu penulis selama masa studi.

6. Seluruh dosen Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah memberikan banyak ilmu selama penulis menempuh studi.
7. Seluruh civitas akademika Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
8. Tim redaksi dan kontributor Rahma.ID yang telah bersedia dan meluangkan waktu untuk bekerja sama dalam penelitian skripsi ini, terutama Mbak Fauziah Mona Atalina sebagai Pemimpin Redaksi yang telah membimbing sejak penulis magang di Rahma.ID.
9. Orang tua tercinta, Ibu Yuli Astuti dan Bapak Sudjarwo yang sudah, akan, dan selalu mendoakan serta memberikan dukungan kepada penulis. Berkat doa-doa terbaik keduanya, penulis dapat menyelesaikan studi dan meraih gelar S1. InsyaaAllah keduanya selalu diberikan kesehatan, keberkahan, serta kemudahan dan kelancaran disetiap urusannya.
10. Kakak-kakak tercinta, Mas Imam Yunanto dan Mbak Nisaa Fauziah yang selalu memberikan doa, arahan, dan dukungan agar penulis dapat selesai menyusun skripsi dan menuntaskan studi. InsyaaAllah keduanya beserta keluarga kecilnya selalu diberikan kesehatan, keberkahan, serta kemudahan dan kelancaran disetiap urusannya.
11. Kawan-kawan Bestie Cumlaude yang selalu kebersamai dan mendukung dari awal hingga akhir masa studi: Dian Nurazizah dan Hadiyya Qurrata A'yyuun.

12. Kawan seperjuangan dan seatap Refalya Eka Putri yang selalu menemani, mendukung, dan saling bercerita dari awal hingga akhir masa studi. Begitu banyak kenangan yang telah diciptakan dengan kawan ini.
13. Kawan-kawan seperjuangan yang merelakan dirinya untuk mengerjakan tugas, makan bersama, dan bercerita, Hadiyya Qurrata A'yyuun, Refalya Eka Putri, dan Rahmi Nurazizah.
14. Kawan-kawan Bani Ahsan yang sudah mengarungi Jakarta dan Wonosobo bersama dan saling menghibur serta mendukung satu sama lain: Ahsan Huda Muwafiq, Muhammad Aufa Mafaza Y., Hairul Amin, A. Akbar Hamdani, Dina Mufida Pratiwi, Maria Al-Zahra N. W., Nanik Rahmawati, dan Ruhana Maysarotul M., tidak lupa kepada Bapak Irawan Wibisono, M.I.Kom. yang telah menyatukan kami.
15. Kawan-kawan magang seperjuangan sekaligus teman kerja kelompok selama satu tahun terakhir yang saling menemani, mendukung, berdiskusi, serta bercerita satu sama lain, Dina Mufida Pratiwi dan Wimbi Nur Khalimatus S.
16. Kawan seperjuangan yang terus mendoakan dan memberikan dukungan agar skripsi ini selesai dengan mudah dan lancar, yakni Ahmad. InsyaaAllah kemudahan dan kelancaran juga menyertainmu.
17. Keluarga besar PK IMM FDK Periode 2022/2023 dan 2023/2024, immawan dan immawati yang telah saling belajar dan selalu memberikan dukungan, terutama immawan/ti angkatan 2021 yang selalu menghibur dan memberikan dukungan.

18. Keluarga besar PC IMM Sleman Periode 2024/2025 yang kini masih berlayar dan saling mendukung satu sama lain.
19. Kawan-kawan Kalijaga.co yang telah memberikan banyak pelajaran di dunia jurnalistik.
20. Kawan-kawan KOPMA UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
21. Kawan-kawan KKN 114 Miritpertikusan, Mirit, Kebumen.
22. Kawan-Kawan seperjuangan KPI 2021.
23. Serta seluruh pihak yang telah dan mendukung penulis namun tidak dapat disebutkan satu persatu.



ABSTRAK

Azizah Rahmah (21102010001). Praktik Jurnalisme Profetik pada Redaksi Rahma.ID: Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2025.

Pembuatan artikel pada media Islam perlu betul-betul memperhatikan bagaimana proses artikel itu dibuat, dimulai dari pemilihan isu hingga berita dipublikasi. Dalam jurnalisme, terdapat istilah jurnalisme profetik yang dalam penggunaannya mengedepankan empat sifat Rasulullah, yakni sidik, amanah, tablig, dan fatanah, Jurnalisme profetik adalah seluruh rangkaian kegiatan jurnalistik yang bermula dari mencari, mengumpulkan, mengolah data, hingga menyebarkannya dengan melibatkan fisik, intelektual, dan spiritual. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui praktik jurnalisme profetik pada redaksi Rahma.ID. Media Rahma.ID menjadi subjek yang dipilih untuk diteliti karena Rahma.ID merupakan salah satu media Islam daring yang fokus membahas isu-isu muslimah dan gender berdasarkan perspektif Islam. Konsep jurnalisme profetik milik Parni Hadi dan teori hierarki pengaruh oleh Shoemaker dan Reese menjadi konsep dan teori yang akan mengupas bagaimana Rahma.ID menerapkan jurnalisme profetik berkenaan dengan empat sifat Rasulullah dalam pembuatan artikelnya. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif interaktif berupa studi kasus dengan metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Rahma.ID telah menerapkan konsep jurnalisme profetik dari Parni Hadi yang terdiri dari sidik, amanah, tablig, dan fatanah dalam kerja redaksinya, meskipun terdapat aspek yang perlu dipenuhi pada implementasi amanah, yaitu ditunjukkannya kartu pers ketika sedang mewawancarai narasumber. Penerapan jurnalisme profetik inilah yang kemudian menjadikan Rahma.ID sebagai salah satu media daring Islam yang mampu mendakwahkan nilai-nilai Islam melalui informasi-informasi yang berkaitan dengan kesetaraan gender, pernikahan dan pengasuhan, perempuan dan anak, serta pendidikan. Adapun berkaitan dengan isi dari informasi yang disajikan, Rahma.ID dipengaruhi oleh cara berpikir individu, media, dan ideologi yang berasal dari Muhammadiyah.

Kata Kunci: Jurnalisme profetik, pembuatan artikel, Rahma.ID.

ABSTRACT

Azizah Rahmah (21102010001). Prophetic Journalism Practices in the Editorial Rahma.ID: Islamic Communication and Broadcasting, Faculty of Da'wah and Communication, Sunan Kalijaga State Islamic University, Yogyakarta, 2025.

When creating articles in Islamic media, you really need to pay attention to how the article is created, starting from selecting the issue until the news is published. In journalism, there is the term prophetic journalism which in its use prioritizes the four characteristics of the Prophet, *sidik*, *amanah*, *tablig*, and *fatanah*. Prophetic journalism is the entire series of journalistic activities that start from searching, collecting, processing data, to disseminating it involving the physical, intellectual and spiritual. This research aims to determine the practice of prophetic journalism in the Rahma.ID editorial team. Rahma.ID media was the subject chosen for research because Rahma.ID is an online Islamic media that focuses on discussing Muslim women and gender issues based on an Islamic perspective. Parni Hadi's concept of prophetic journalism and Shoemaker and Reese's theory of hierarchy of influence are the concepts and theories that will explore how Rahma.ID applies prophetic journalism regarding the four characteristics of the Prophet in making its articles. The approach used is interactive qualitative in the form of a case study with data collection methods through observation, interviews and documentation. The results of this research show that Rahma.ID has implemented the concept of prophetic journalism from Parni Hadi which consists of fingerprints, *amanah*, *tablig*, and *fatanah* in its editorial work, although there are aspects that need to be fulfilled in implementing the mandate, namely showing a press card when interviewing sources. This application of prophetic journalism has made Rahma.ID one of the Islamic online media that is able to preach Islamic values through information related to gender equality, marriage and parenting, women and children, and education. Regarding the content of the information presented, Rahma.ID is influenced by individual ways of thinking, the media and ideology originating from Muhammadiyah.

Keywords: Prophetic journalism, article creation, Rahma.ID.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Kegunaan Penelitian.....	7
E. Kajian Pustaka.....	8
F. Landasan Teori	12
G. Metode Penelitian.....	21
H. Sistematika Pembahasan	25
BAB II PROFIL MEDIA.....	27
A. Profil Rahma.ID	27
B. Redaksi Rahma.ID	30
BAB III HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	32
A. Hasil Analisis	32
1. Pembagian Kerja Redaksi Rahma.ID.....	32
2. Rekrutmen Tim Redaksi Rahma.ID	33
3. Kode Etik Media Rahma.ID.....	34
4. Cara Kerja Redaksi Rahma.ID	36
B. Pembahasan.....	53
1. Implementasi Sidik pada Redaksi Rahma.ID.....	53

2. Implementasi Amanah pada Redaksi Rahma.ID	58
3. Implementasi Tablig pada Redaksi Rahma.ID	62
4. Implementasi Fatanah pada Redaksi Rahma.ID	68
BAB IV PENUTUP	78
A. Kesimpulan	78
B. Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA.....	81
LAMPIRAN.....	83



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Performance Rahma.ID pada Oktober 2024 (Similarweb, 2024)	6
Gambar 3. 1 Laman portal Rahma.ID bagian Media Siber berisi Pedoman Pemberitaan Media Siber	35
Gambar 3. 2 Contoh artikel populer Rahma.ID yang berasal dari jurnal ilmiah ditulis oleh M. Afiqul Adib	41
Gambar 3. 3 Sosialiasi daring penulisan esai ramah anak dan adil gender.....	45
Gambar 3. 4 Ketentuan pengiriman tulisan ke redaksi Rahma.ID.....	48
Gambar 3. 5 Tampilan WordPress yang dilengkapi dengan penggunaan Search Engine Optimization (SEO) Premium.	52
Gambar 3. 6 Contoh judul tulisan karya kontributor, Sri Wuryanti.....	64
Gambar 3. 7 Contoh judul tulisan karya kontributor, Ahmad Afwan Yazid	64
Gambar 3. 8 Contoh judul tulisan karya kontributor, M. Afiqul Adib.....	64
Gambar 3. 9 Contoh judul tulisan karya kontributor, Elvira Sundari	65
Gambar 3. 10 Contoh judul tulisan karya kontributor, Anisa Fitrianingtyas	65
Gambar 3. 11 Contoh judul tulisan karya kontributor, Rizky Hawari Nanda.....	65
Gambar 3. 12 Contoh unggahan konten Instagram Rahma.ID yang mengajak pengikut untuk membaca artikel di portal Rahma.ID	67

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Struktur Redaksi Rahma.ID	31
Tabel 3. 1 Data kontributor dengan frekuensi tulisan lebih dari lima kali	38
Tabel 3. 2 Indikator dan implelementasi sidik pada redaksi Rahma.ID.....	56
Tabel 3. 3 Indikator dan implementasi amanah pada redaksi Rahma.ID.....	61
Tabel 3. 4 Indikator dan implementasi tablig pada redaksi Rahma.ID	67
Tabel 3. 5 Rekap kegiatan kerja sama non jurnalistik Rahma.ID dengan Pusat Pembelajaran Keluarga (Puspaga)	70
Tabel 3. 6 Indikator dan implementasi fatanah pada redaksi Rahma.ID.....	72



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini Indonesia telah dipengaruhi oleh paham-paham Barat, seperti hedonisme, materialisme, hingga sekularisme¹. Paham-paham yang masuk dari dunia Barat akan menjadi bahaya jika terus menerus masuk ke negara mayoritas Islam, khususnya Indonesia. Dalam hal ini, diperlukan tolak ukur yang jelas agar umat Islam di Indonesia tidak serta merta terpengaruh dengan paham Barat. Umat Islam perlu melihat potensi yang bisa dilakukan agar nilai-nilai Islam mampu menjawab tantangan zaman. Sebagaimana dunia Barat yang mempromosikan pahamnya melalui media, umat Islam juga memerlukan media agar dapat menepis paham Barat yang tidak sesuai dengan nilai-nilai Islam². Nilai-nilai Islam perlu dijangkau oleh audiens yang lebih luas dan beragam melalui dakwah media digital sehingga tidak terhalang oleh batasan geografis³. Dapat dikatakan media Islam apabila dalam praktiknya, media Islam dimiliki oleh orang Islam atau mayoritas kepemilikan saham dikuasai oleh orang Islam, mengemban misi dakwah untuk mencerdaskan dan memajukan umat Islam, serta memperhatikan etika dan nilai-nilai ajaran Islam, baik dalam tugas keredaksian maupun dalam menjalankan bisnis media itu sendiri⁴. Adanya media Islam menjadi wujud nyata bahwa masyarakat

¹ Mokhammad Abdul Aziz, "Analisis Dakwah Dan Cyber Media Di Indonesia," *Islamic Communication Journal*, vol. 02: 2 (Juli-Desember, 2017), hlm. 205.

² Choirul Mahfud, "Ideologi Media Islam Indonesia Dalam Agenda Dakwah: Antara Jurnalisme Profetik Dan Jurnalisme Provokatif," *Jurnal Dakwah*, vol. 15: 1 (2014), hlm. 15.

³ Ibnu Kasir and Syahrol Awali, "Peran Dakwah Digital Dalam Menyebarkan Pesan Islam Di Era Modern," *Jurnal an-Nasyr: Jurnal Dakwah Dalam Mata Tinta*, vol. 11: 1 (2024), hlm. 60.

⁴ Mokhammad Abdul Aziz, "Analisis Dakwah", hlm. 206.

modern di Indonesia telah mengusahakan agar pesan moral dan esensi agama yang diperlukan dapat tersampaikan dengan baik⁵. Media Islam yang disesuaikan cara penyampaian dengan zaman saat ini, diharapkan dapat diterima oleh berbagai kalangan karena pesan-pesan yang disebarkan secara daring dapat menjangkau objek dakwah secara luas⁶.

Tantangan pada media Islam, tidak hanya pada tataran penyajian informasi melainkan perlu adanya nilai lebih yang diberikan kepada pembaca yang semakin hari semakin mudah mengakses informasi dari mana saja⁷. Pertama, adanya risiko penyebaran informasi yang tidak benar, radikalisme online, serta perdebatan yang sering terjadi berkaitan dengan isu-isu agama. Kedua, media Islam perlu menghadirkan solusi atas isu-isu sosial kontemporer yang berkembang di masyarakat. Ketiga, adanya persaingan yang tinggi antar media yang menjadikan masing-masing media mengupayakan agar terlihat menarik dan mendatangkan khalayak yang ramai. Keempat, perlu berhati-hati dalam menanggapi isu-isu yang kontroversi dan berusaha agar tidak menimbulkan kebingungan bagi khalayak atas informasi yang disebar. Kelima, media Islam perlu membuat konten-konten menarik agar khalayak lebih menaruh perhatian pada informasi keislaman. Keenam, perlu adanya ruang antara dialog antara khalayak dan media Islam itu sendiri dalam rangka menyelaraskan pemahaman agama⁸. Dalam menghadapi

⁵ *Ibid.*, hlm. 217.

⁶ Rila Setyaningsih, "Model Penguatan E-Dakwah Di Era Disruptif Melalui Standar Literasi Media Islam Online," *Tsaqafah*, vol. 15: 1 (Mei, 2019), hlm. 74.

⁷ Mahfud, "Ideologi Media", hlm. 9.

⁸ Qomar Abdurrahman and Dudi Badruzaman, "Tantangan Dan Peluang Dakwah Islam Di Era Digital," *KOMUNIKASIA: Journal of Islamic Communication and Broadcasting*, vol. 3: 2 (2023), hlm. 160.

tantangan tersebut, diperlukan kekuatan dan strategi yang efektif dalam menyebarluaskan nilai-nilai Islam sehingga dapat menjadi solusi atas persoalan masyarakat yang semakin kompleks⁹.

Dalam Islam, penting untuk mengetahui dari mana informasi yang diterima itu berasal, sumbernya dapat dipercaya atau tidak, serta informasi yang disebarkan sesuai dengan nilai-nilai yang seharusnya dikonsumsi masyarakat atau tidak.

Allah Subhanahu wa Ta'ala berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحِرُوا عَلَى مَا فَعَلْتُمْ لَادِمِينَ

“Wahai orang-orang yang beriman, jika seorang fasik datang kepadamu membawa berita penting, maka telitilah kebenarannya agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena ketidaktahuan(-mu) yang berakibat kamu menyesali perbuatanmu itu.” (Q.S. Al-Hujurat [49]: 6)¹⁰

Maka dalam praktiknya, pembuatan berita pada media Islam perlu betul-betul memperhatikan bagaimana proses berita itu dibuat, dimulai dari pemilihan isu hingga berita dipublikasi. Dalam jurnalisme, terdapat istilah jurnalisme profetik yang mengedepankan sifat-sifat Rasulullah, yakni *shiddiq* (jujur), *amanah* (terpercaya), *tabligh* (menyampaikan kebenaran), dan *fathanah* (kecerdasan insan pers)¹¹. Ide jurnalisme profetik dikenalkan pertama kali oleh Parni Hadi dalam tulisannya di Republika pada Januari tahun 1966. Jurnalisme profetik yang dimaksud Parni Hadi adalah jurnalisme yang berpegang pada ajaran cinta,

⁹ *Ibid.*, hlm. 161.

¹⁰ Quran Kemenag, 49:6. Terjemah diambil dari <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/49?from=1&to=18> diakses pada 15 November 2024.

¹¹ Parni Hadi, *Jurnalisme Profetik Mengemban Tugas Kenabian*, ed. Ahmadi Thaha (Jakarta: Dompot Dhuafa, 2015), hlm. 113.

kepedulian, dan keikhlasan yang sudah dipraktikkan para nabi dalam dakwah yang mereka lakukan¹². Sementara itu, pengertian lain dari jurnalisme profetik berasal dari Doug Underwood dalam karyanya yang berjudul *From Yahweh to Yahoo!: The Religious Roots of the Secular Press* pada tahun 2008. Doug Underwood mendefinisikan jurnalisme profetik adalah jurnalisme gairah, polemik, dan opini moral yang muncul bersamaan dengan etika obyektivitas modern dan unsur-unsur komersial penciptaan keuntungan yang sudah mendeckte apa yang membangun jurnalisme sekarang¹³.

Definisi yang disampaikan Parni Hadi dan Underwood mengenai jurnalisme profetik, memiliki kesamaan makna bahwa jurnalisme mengarah pada keadilan. Meskipun demikian, tetap terdapat perbedaan utama antara keduanya. Jurnalisme profetik menurut Parni Hadi ialah jurnalisme kenabian yang di dalamnya terkandung cita-cita atau menjadi wartawan yang perilakunya meniru Nabi Muhammad Saw¹⁴. Sedangkan menurut Underwood, jurnalisme profetik atau kenabian dimaknai sebagai “keberatan” atau mengatakan kebenaran meskipun kondisi dalam masyarakat tidak selalu menerima, juga berkaitan dengan peringatan konsekuensi mengerikan bagi mereka yang tidak berhati-hati.¹⁵

Salah satu media Islam yang menerapkan jurnalisme profetik adalah Rahma.ID. Rahma.ID merupakan portal berita online yang berfokus menyebarkan

¹² Feri Purnama, “Pemikiran Parni Hadi Tentang Jurnalisme,” *Communicatus: Jurnal Ilmu komunikasi*, vol. 3: 1 (2019), hlm. 39.

¹³ Hadi, “Jurnalisme Profetik”, hlm. xiv.

¹⁴ Janet Steele, *Mediating Islam: Jurnalisme Kosmopolitan Di Negara-Negara Muslim Asia Tenggara* (Yogyakarta: PT Bentang Pustaka, 2018), hlm. 297.

¹⁵ *Ibid.*, hlm. 97.

informasi tentang isu-isu muslimah dan gender berdasarkan perspektif Islam. Secara komprehensif, sudah banyak media online yang membahas isu perempuan dan gender, namun mereka tidak menitikberatkan pembahasan konsep perempuan dan gender dalam Islam¹⁶. Rahma.ID juga membangun citra media dengan slogan “Inspirasi Muslimah” yang sejalan dengan visinya, yakni “Mencerahkan pemikiran, menggerakkan nurani, membentuk Perempuan Islam yang progresif dan berdaya.”¹⁷

Rahma.ID menjadi salah satu media Islam yang banyak dikunjungi mengingat portal berita ini baru berdiri pada tahun 2020. Berdasarkan Website Performance Similarweb, pengunjung Rahma.ID pada bulan Oktober 2024 mencapai 26.977 orang. Adapun dalam kurun waktu 3 bulan terakhir, yakni terhitung sejak 18 Agustus – 18 November 2024 pengunjung Rahma.ID mencapai 2,2 juta orang yang di dalamnya terdapat 54.000 pengunjung baru¹⁸.

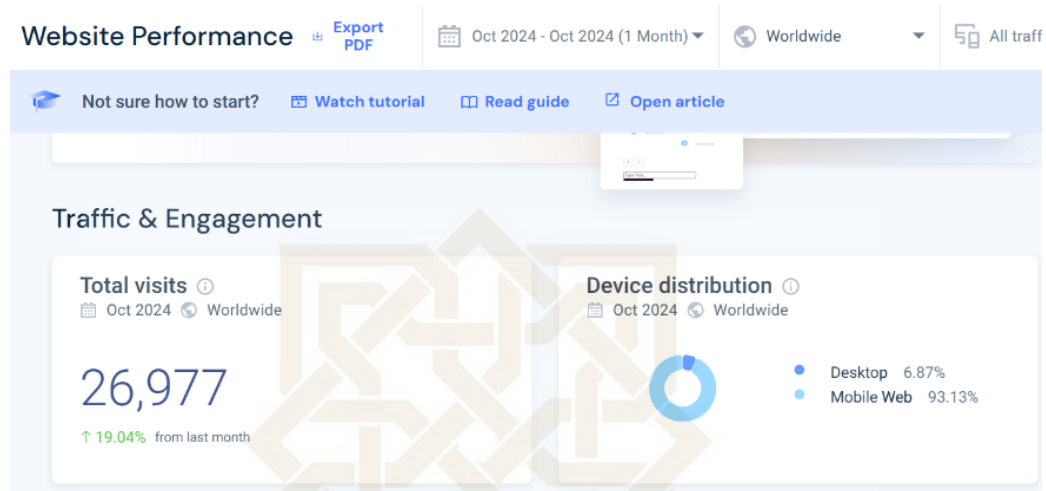
STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

¹⁶ Akbar Mawlana, Naufalul Ihya Ulumuddin, and Adhitya Prasta Pratama, “Studi Dekonstruksi: Menyingkap Identitas Muslimah Di Media Rahma.Id,” *Jurnal Common*, vol. 6: 2 (DEsember, 2022), hlm. 124.

¹⁷ Rahma.ID, <https://rahma.id/tentang-kami/>, diakses pada 19 November 2024.

¹⁸ Wawancara dengan Fauziah Mona Atalina, Pemimpin Redaksi Rahma.ID, Yogyakarta, 18 November 2024.

Gambar 1. 1 Performance Rahma.ID pada Oktober 2024 (Similarweb, 2024)



Sumber: Tangkapan layar dari laman <https://www.similarweb.com>

Menerapkan jurnalisme profetik pada era saat ini, menciptakan tantangan bagi media Islam online seperti Rahma.ID. Selain itu, adanya persaingan yang semakin ketat dalam dunia media Islam online juga menjadi tantangan tersendiri bagi pengelola portal berita Rahma.ID untuk tetap eksis dan relevan di tengah masyarakat. Maka dari itu, penelitian mengenai praktik jurnalisme profetik pada pengelola portal berita Rahma.ID menjadi hal yang relevan untuk dilakukan. Dalam penelitian ini, peneliti akan menganalisis bagaimana praktik jurnalisme profetik diterapkan dalam pengelolaan portal berita Rahma.ID, mulai dari pemilihan ide tulisan, pencarian dan mengolah informasi, penulisan hingga tulisan dipublikasi.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu bagaimana praktik jurnalisme profetik pada redaksi Rahma.ID?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini, yaitu mengetahui praktik jurnalisme profetik pada redaksi Rahma.ID.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan mampu menambah pengetahuan mengenai kajian ilmu jurnalistik berkaitan dengan jurnalisme profetik.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan mengenai praktik jurnalisme profetik pada media daring Islam.

2. Kegunaan Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pada Rahma.ID dalam pengembangan praktik jurnalisme profetik.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengelola media daring lainnya dalam menerapkan jurnalisme profetik pada setiap rangkaian kegiatan jurnalistik.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber dan rujukan bagi peneliti selanjutnya.

E. Kajian Pustaka

Pada penelitian ini, peneliti melakukan telaah pustaka terhadap beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Hal ini dilakukan untuk menjadikan penelitian sebelumnya sebagai rujukan dalam menemukan informasi, sebagai bahan untuk mempertimbangkan apa saja kelebihan dan kekurangan dari penelitian tersebut, serta melihat terkait perbedaan antara penelitian yang sudah diteliti dengan yang akan dilakukan oleh peneliti. Adapun beberapa penelitian yang menjadi pembandingan dalam penelitian ini.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Arfan Eka Wijaya dengan judul *Implementasi Nilai Jurnalisme Profetik Dalam Produksi Berita Di Lembaga Pers Mahasiswa Ara Aita* pada tahun 2021¹⁹. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan wawancara yang mendalam kepada subyek penelitian yang sudah ditentukan secara purposive. Hasil dari penelitian tersebut menemukan bahwa LPM Ara Aita telah menerapkan jurnalisme profetik dalam memproduksi berita, meskipun belum secara komprehensif, misalnya pada aspek *as-shidiq*. Persamaan penelitian ini dengan yang akan peneliti lakukan ada pada metode kualitatif dan pendekatan studi kasus. Perbedaannya terletak pada subyek penelitian, penelitian ini menjadikan lembaga pers mahasiswa sebagai subyek, sedangkan peneliti menggunakan media Islam daring.

¹⁹ Arfan Wijaya, *Implementasi Nilai Jurnalisme Profetik Dalam Produksi Berita Di Lembaga Pers Mahasiswa Ara Aita*, Skripsi (Surabaya: Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Ampel, 2021), hlm. 59-99.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Nisrina dengan judulnya, yaitu Penerapan Jurnalisme Profetik Dikalangan Wartawan pada Media Online Datariau.com pada tahun 2022²⁰. Penelitian ini menggunakan metode deksriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi. Adapun penelitian ini dilatarbelakangi oleh banyaknya jurnalis yang melakukan penyimpangan kode etik jurnalistik. Untuk menyelesaikan masalah tersebut, peneliti memberikan solusi dengan menerapkan jurnalisme profetik. Penelitian tersebut menghasilkan media online datariau.com telah menerapkan perilaku *shidiq*, *amanah*, *tabligh*, dan *fathanah* dalam kegiatan jurnalistiknya. Namun, juga terdapat beberapa tantangan dalam menerapkan jurnalisme profetik. Persamaan penelitian ini terletak metode penelitian, yakni kualitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada subyek penelitian yang digunakan.

Penelitian ketiga berjudul Penerapan Jurnalisme Profetik terhadap Karya Jurnalistik Wartawan Alumnus UIN Walisongo Semarang pada tahun 2018²¹. Penelitian ini menggunakan metode deksriptif kualitatif dengan model analisis interaktif Miles Huberman. Pengumpulan data didapatkan melalui wawancara kepada delapan wartawan yang merupakan alumni UIN Walisongo Semarang. Hasil penelitian ini adalah adanya kesamaan jawaban pada beberapa informan dalam menerapkan jurnalisme profetik, yaitu dengan mengacu pada kode etik jurnalistik dan empat sifat nabi muhammad (*sidiq*, *amanah*, *tabligh*, *fathanah*). Selain itu,

²⁰ Nisrina, *Penerapan Jurnalisme Profetik Dikalangan Wartawan Pada Media Online Datariau.Com*, Skripsi (Riau: Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sultan Syarif Kasim, 2022), hlm. 1-106.

²¹ Mufidatun Ni'mah, *Penerapan 'Jurnalisme Profetik' Terhadap Karya Jurnalistik Wartawan Alumnus UIN Walisongo Semarang*, Skripsi (Semarang: Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Walisongo, 2018), hlm. 1-152.

pembuatan produk berita lebih sering pada penulisan feature serta tulisan yang dapat memberikan manfaat bagi orang lain serta berusaha menjadi *problem solving peaceful reporting*. Dari beberapa informan ada pula yang menerapkan dengan cara memberi ruang publik untuk berbicara dan menyuarakan ketidakadilan serta menyajikan sesuatu yang inspiratif. Persamaan penelitian terletak pada metode kualitatif dengan model analisis interaktif Miles Huberman. Adapun perbedaannya terletak pada subyek yang digunakan dalam penelitian.

Penelitian keempat dilakukan oleh Abdul Jalil Hermawan yang ditulis dalam bentuk jurnal berjudul Analisis Jurnalisme Profetik Berita Kematian Selebritas Vanessa Angel Dalam infotainment. Jurnal ini diterbitkan oleh Jurnal Signal Volume 11 Nomor 1, Januari-Juni 2023²². Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan model deskriptif. Peneliti berupaya mengelaborasi data yang terdapat di lapangan dengan konsep jurnalisme profetik dan bersifat subjektif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa empat acara infotainment yang diteliti banyak melanggar nilai-nilai jurnalisme profetik. Keempatnya masih banyak yang memanggil narasumber yang tidak kompeten. Selain itu, opini juga masih menghiasi narasi-narasi yang disebarluaskan. Dalam hal ini juga ditemukan minimnya empati dan minimnya fakta juga menjadi pilihan dalam berita infotainment. Persamaan penelitian terletak pada metode yang digunakan, yakni kualitatif.

Penelitian kelima dilakukan oleh Fikry Zahria Emeraldien, dkk. dengan judul

²² Muhammad - Subarkah and Nani Nurani Muksin, "Pesan Jurnalisme Profetik Di Harian Republika," *Sahafa Journal of Islamic Communication*, vol. 5: 1 (Juli, 2022), hlm. 59-69.

The Implementation of Prophetic Values to Maintain Journalist Professionalism yang dipublikasikan melalui *Proceedings of International Conference On Da'wa and Communication* Volume 3 Nomor 1, Oktober 2021²³. Penelitian ini menelaah terkait penerapan konsep jurnalisme profetik yang diambil dari sifat Nabi Muhammad di lingkungan jurnalis kampus. Penelitian ini menggunakan metode etnografi atau penelitian lapangan. Data penelitian ini diambil dari hasil wawancara mendalam dan observasi yang berasal dari keseharian peneliti saat melakukan proses pembuatan berita bersama wartawan kampus lainnya mulai dari media elektronik, cetak, dan daring.

Hasil dari penelitian ini adalah bahwa jurnalis kampus di lingkungan UIN Sunan Ampel Surabaya menerapkan jurnalisme profetik dengan baik. Para jurnalis kampus menerapkan sifat-sifat kenabian ketika melakukan kegiatan jurnalistik dan jurnalis dapat menjaga profesionalisme jurnalis. Pada penelitian ini juga mengusulkan sifat Nabi Ibrahim, yakni keberaniannya dalam mencari kebenaran dan diungkapkan kepada semua orang yang menentangnya. Persamaan yang ada pada penelitian ini terletak pada jenis pendekatan kualitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada metode yang digunakan di mana penelitiannya ini menggunakan metode etnografi, sedangkan peneliti menggunakan studi kasus. Perbedaan juga ada pada objek penelitian di mana dalam penelitian ini juga menggunakan sifat Nabi Ibrahim dalam konteks jurnalisme profetik.

²³ Fikry Zahria Emeraldien et al., "The Implementation of Prophetic Values to Maintain Journalist Professionalism," *Proceedings of International Conference on Da'wa and Communication*, vol. 3: 1 (2021), hlm. 1–15.

F. Landasan Teori

1. Jurnalisme Profetik

a. Definisi Jurnalisme Profetik

Asal kata Jurnalisme adalah *jour* yang berarti buku harian dalam bahasa Perancis. Dalam bahasa Inggris, jurnalisme berasal dari kata *journal* yang berarti setiap hari. Jika diartikan sebagai sebuah proses, pengertian jurnalisme adalah adanya kegiatan mencari, mengolah, menulis, serta menyebarkan informasi melalui media massa kepada masyarakat²⁴. Adapun kata profetik berasal dari bahasa Inggris, yakni *prophet* yang memiliki arti Nabi atau ramalan. Pada penggunaannya, kata *prophet* ini kemudian menjadi *prophetic* atau penyebutan dalam bahasa Indonesia adalah profetik yang artinya kenabian²⁵.

Jurnalisme profetik atau jurnalisme kenabian merupakan seluruh rangkaian kegiatan jurnalistik yang bermula dari mencari, mengumpulkan, mengolah data, hingga menyebarkannya dengan melibatkan fisik, intelektual, dan spiritual. Dalam hal ini, kegiatan jurnalistik perlu memberitakan sesuatu tanpa memandang siapa orangnya, bagaimana dan apa ideloginya, dan menyiarkan sesuatu dengan tujuan melayani publik dengan kasih sayang²⁶. Pada awalnya, ide mengenai konsep jurnalisme profetik berasal dari kampanye yang sering dibicarakan, yakni

²⁴ Abu Khaer, Nadiatul Khoir, and Yulis Arini Hidayati, "Senjakala Media Cetak: Tantangan Jurnalisme Cetak Di Era Digital," *TRILOGI: Jurnal Ilmu Teknologi, Kesehatan, dan Humaniora*, vol. 2: 3 (September-Desember, 2021), hlm. 326.

²⁵ Muhammad Fadhli, "Internalisasi Nilai-Nilai Kepemimpinan Profetik Dalam Lembaga Pendidikan Islam", *At-Ta'dib: Jurnal Ilmiah Pendidikan Agama Islam*, vol. 10: 2 (Desember, 2018), hlm. 121.

²⁶ Feri Purnama, "Pemikiran Parni Hadi Tentang Jurnalisme," *Communicatus: Jurnal Ilmu komunikasi*, vol. 3: 1 (2019), hlm. 40.

bagaimana seseorang yang melakukan kegiatan jurnalistik perlu meneladani sifat-sifat Rasulullah, seperti *shiddiq* (jujur), *amanah* (terpercaya), *tabligh* (menyampaikan kebenaran), serta *fathanah* (kecerdasan orang pers). Jurnalisme profetik dalam praktiknya menjadikan tugas jurnalisme sebagai amanah kenabian yang mewajibkan manusia untuk menyampaikan risalah yang bermanfaat bagi banyak orang berdasarkan cinta sebagai bentuk ibadah kepada Allah Swt. dengan memperlihatkan dengan beberapa cara, yakni:

- 1) Mengatakan kebenaran (*Truth*)
- 2) Menegakkan keadilan (*Justice*)
- 3) Mendukung adanya kesejahteraan (*Prosperity*)
- 4) Mewujudkan perdamaian (*Peace*)
- 5) Menjunjung tinggi kemanusiaan universal (*Universal Humanity*)²⁷

Sebelum melihat bagaimana tugas jurnalisme profetik ini dijalankan, terdapat kriteria tertentu agar seorang wartawan profetik berhasil menjalankan misinya, yakni mengabdikan potensi dan kompetensinya untuk kepentingan ibadah, bukan hanya sekadar mencari penghasilan atau popularitas belaka.

Dalam membuat karya jurnalistik, seorang wartawan profetik perlu menetapkan tujuan atas apa yang akan diserbarkannya, apakah akan membuat pembaca atau *audiens* tergerak melakukan perubahan sesuai yang diinginkan atau tidak. Karya jurnalistik yang dibuat perlu mencakup beberapa fungsi, seperti memberi informasi, mendidik, menghibur, memberi advokasi, mencerahkan dan menginspirasi, serta

²⁷ Hadi, *Jurnalisme Profetik*, hlm. 132.

memberdayakan. Maka, untuk menghasilkan karya yang dapat memberikan nilai lebih, wartawan profetik perlu untuk terus mengasah kemampuan intelektual dan spiritualnya.

b. Kriteria Jurnalisme Profetik

Fungsi-fungsi jurnalisme profetik akan tercapai bila dalam melaksanakan tugas jurnalisme ini disertai adanya kebebasan dalam berekspresi tanpa ada rasa takut atau tekanan dari mana pun, kecuali takut terhadap perintah Allah Swt. Tantangan inilah yang perlu dipahami oleh setiap wartawan profetik bahwa kebebasan dan kemandirian (*independent*) dalam menyampaikan perlu diperjuangkan. Dengan demikian, menyebarkan nilai Islam yang *rahmatan lil 'alamin* menjadi salah satu tanggung jawab dari seorang wartawan profetik²⁸.

Penerapan jurnalisme profetik meliputi dua hal, yakni *Dakwah Bil Qalam* (penyampaian informasi) dan *Dakwah Bil Hal* (aksi nyata). Penyampaian informasi dalam konteks *dakwal bil qalam* merujuk pada keseluruhan kegiatan jurnalistik, mulai dari mencari bahan hingga informasi dipublikasi. Kegiatan jurnalistik ini meneladani empat kode etik Nabi Muhammad Saw. yang meliputi *shiddiq* (berdasar kebenaran), *amanah* (dapat dipercaya), *tabligh* (disampaikan dengan cara mendidik), *fathanah* (dengan penuh kearifan)²⁹. Adapun dalam kegiatan jurnalistik, dimensi profetik bisa dilihat pada tiga aspek, yaitu aspek pelaku, niat, dan cara penyampaianya³⁰.

²⁸ *Ibid.*, hlm. 133.

²⁹ *Ibid.*, hlm. 113-117.

³⁰ Arief Permadi, "Autoetnografi, Dimensi Profetik Dalam Praktik Jurnalistik," *Journal Komunikasi Islam*, vol.18: 4 (2018), hlm. 4.

Pertama, aspek pelaku. Dimensi ini dapat dilihat dari bagaimana wartawan profetik mencontoh 4 akhlak Rasulullah³¹. Kedua, aspek niat. Dalam hal ini, niat wartawan profetik dalam bekerja, mulai dari mencari, mengolah, mengemas, hingga menyebarkan informasi dapat menentukan ke arah mana karya jurnalistik ini akan dibawa³². Maka, wartawan profetik perlu meniatkan kegiatannya sebagai bentuk pengabdian kepada Allah. Ketiga, cara menyampaikan. Sebelum karya jurnalistik siap untuk tayang, wartawan profetik perlu memastikan kembali berkaitan dengan berita yang akan tayang, apakah sudah benar, akurat, dan sesuai dengan fakta³³.

Adapun *dakwah bil hal* adalah bagaimana wartawan profetik menunjukkan adanya aksi nyata yang meneladani sifat nabi dalam menjalankan tugas dakwah *amar ma'ruf nahi munkar*, seperti melakukan edukasi dan pemberdayaan terhadap masyarakat atau pun melalui hal lainnya.

2. Media Islam Daring

Media online atau media daring merupakan media berbasis telekomunikasi dan multimedia. Di dalamnya terdapat portal, portal berita, radio online, pers online, dan lainnya³⁴. Penggunaan media daring sudah menjadi suatu bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Hal ini yang kemudian menjadikan kegiatan jurnalistik tidak hanya menggunakan media cetak, melainkan juga

³¹ *Ibid.*, hlm. 4.

³² *Ibid.*, hlm. 6.

³³ *Ibid.*, hlm. 7.

³⁴ Edy Prihantoro, "Analisis Wacana Pemberitaan Selebriti Pada Media Online," *Proceeding PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur & Teknik Sipil)* vol. 5 (Oktober, 2013), hlm. 52.

menggunakan media daring. Menciptakan media daring untuk menyalurkan kegiatan jurnalistik menjadi salah satu bentuk bahwa dunia jurnalistik kini telah berkembang dan masuk ke dalam dunia digital. Jurnalisme yang berkembang dalam dunia digital, menuntut media untuk menyampaikan peristiwa yang sedang terjadi³⁵.

Sebagaimana jurnalisme daring pada umumnya, informasi seputar keislaman atau dalam hal ini adalah jurnalisme Islam juga memanfaatkan perkembangan teknologi untuk membuat media Islam daring. Menyampaikan nilai-nilai Islam melalui media Islam daring menjadi tugas wartawan untuk menunjukkan adanya Islam yang *rahmatan lil 'alamin*³⁶. Aktivitas jurnalisme Islam pada media daring menjadikan pembaca mudah mengakses, mengintegrasikan, menganalisis, serta menerima pengetahuan baru terkait nilai-nilai Islam³⁷. Dengan adanya urgensi tersebut, terdapat standar literasi Media Islam daring yang dipaparkan oleh Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam Kementerian Agama Republik Indonesia. Adapun standar literasi tersebut, yaitu:

- a. Prinsip produksi berita daring yang memerlukan verifikasi (*tabayyun*) serta memeriksa kredibilitas narasumber.
- b. Etika menyebarkan berita, yakni mengenai informasi yang disebar dipastikan agar membawa manfaat dan terhindar dari fitnah.

³⁵ Eko Wahyudi, Dina Nakita, and Septyan Dwi Nuryanto, "Jurnalisme Dakwah Di Media Online (Framing Rubrik Feature Hidayatullah.Com)," *Kalijaga Journal of Communication* vol. 3: 2 (2021), hlm. 108.

³⁶ Fadly Usman, "Efektivitas Penggunaan Media Online Sebagai Sarana Dakwah," *Jurnal Ekonomi dan Dakwah Islam (Al-Tsiqoh)*, vol. 1: 1 (Maret, 2016), hlm. 8.

³⁷ Setyaningsih, "Model Penguatan", hlm. 75.

- c. Jaminan akurasi dan komitmen anti hoaks menjadi unsur penting pada media Islam daring. Hal ini menuntut media Islam daring agar menjadi *role model* dalam menjamin keakuratan informasi.
- d. Memiliki spirit *amar ma'ruf nahi munkar* yang kemudian akan menjadi prinsip kontrol sosial bagi media Islam daring.
- e. Asas hikmah dalam dakwah yang menekankan pada pentingnya keteladanan yang baik, interaktif, dan bijak.
- f. Prinsip ketika berinteraksi di dunia digital, yakni mengenai sikap saling menghormati dan saling membantu.
- g. Prinsip kemerdekaan pers yang menekankan adanya kemandirian yang dilakukan secara tanggung jawab, serta mengelola usaha media yang halal dan baik³⁸.

3. Kode Etik Jurnalistik

Kode etik jurnalistik merupakan moral dasar yang menjadi panduan bagi wartawan yang akan bekerja. Kode etik ini akan mengantarkan wartawan agar berperilaku sesuai rasional terhadap norma yang ada di masyarakat. Dalam hal ini, publik berhak mendapatkan informasi yang benar dan dapat dipertanggungjawabkan sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan meningkatkan kualitas hidup. Untuk memenuhi hak publik tersebut, wartawan perlu menaati kode etik jurnalistik³⁹. Melalui kode etik, Wartawan juga dituntut untuk bekerja secara

³⁸ MUI, "Workshop MUI dan Kemenag Hasilkan Standar Literasi Media Islam Online", Workshop MUI dan Kemenag Hasilkan Standar Literasi Media Islam Online – Majelis Ulama Indonesia, diakses pada 15 Oktober 2024.

³⁹ Jufrizal, "Implementasi Kode Etik Jurnalistik," *SUSTAINABLE: Jurnal Kajian Mutu Pendidikan*, vol. 2: 1 (Juni, 2019), hlm. 131.

profesional, baik secara keterampilan, pengetahuan, maupun kesadaran akan tugas dan fungsi jurnalistik.

Kode Etik Jurnalistik disahkan berdasarkan Surat Keputusan Dewan Pers Nomor 03/SK-DP/III/2006 Tentang Kode Etik Jurnalistik Sebagai Peraturan Dewan Pers. Adapun isi daripada kode etik jurnalistik, yaitu:

1. Pasal 1

“Wartawan Indonesia bersikap independent, menghasilkan berita yang akurat, berimbang, dan tidak beritikad buruk.”

2. Pasal 2

“Wartawan Indonesia menempuh cara-cara yang professional dalam melaksanakan tugas jurnalistik.”

3. Pasal 3

“Wartawan Indonesia selalu menguji informasi, memberitakan secara berimbang, tidak mencampurkan fakta dan opini yang menghakimi, serta menerapkan asas praduga tak bersalah.”

4. Pasal 4

“Wartawan Indonesia tidak membuat berita bohong, fitnah, sadis, dan cabul.”

5. Pasal 5

“Wartawan Indonesia tidak menyebutkan dan menyiarkan identitas korban kejahatan susila dan tidak menyebutkan identitas anak yang menjadi pelaku kejahatan.”

6. Pasal 6

“Wartawan Indonesia tidak menyalahgunakan profesi dan tidak menerima suap.”

7. Pasal 7

“Wartawan Indonesia memiliki hak tolak untuk melindungi narasumber yang tidak bersedia diketahui identitas maupun keberadaannya, menghargai

ketentuan embargo, informasi latar belakang, dan “off the record” sesuai dengan kesepakatan.”

8. Pasal 8

“Wartawan Indonesia tidak menulis atau menyiarkan berita berdasarkan prasangka atau diskriminasi terhadap seseorang atas dasar perbedaan suku, ras, warna kulit, agama, jenis kelamin, dan bahasa serta tidak merendahkan martabat orang lemah, miskin, sakit, cacat jiwa atau cacat jasmani.”

9. Pasal 9

“Wartawan Indonesia menghormati hak narasumber tentang kehidupan pribadinya, kecuali untuk kepentingan publik.”

10. Pasal 10

“Wartawan Indonesia segera mencabut, meralat, dan memperbaiki berita yang keliru dan tidak akurat disertai dengan permintaan maaf kepada pembaca, pendengar, dan atau pemirsa.”

11. Pasal 11

“Wartawan Indonesia melayani hak jawab dan hak koreksi secara proporsional.”⁴⁰

4. Teori Hierarki Pengaruh

Dalam menyajikan sebuah berita dan informasi, sebuah media tidak akan lepas dari hal-hal yang dapat mempengaruhi isi dari berita dan informasi yang dibuat⁴¹. Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi bagaimana sebuah media pada akhirnya menerbitkan berbagai informasi yang dapat mempengaruhi masyarakat. Dalam hal ini, salah satu teori yang berkaitan adalah teori hierarki pengaruh oleh Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese yang merupakan salah

⁴⁰ Peraturan Dewan Pers Nomor 6 Tahun 2008 tentang Kode Etik Jurnalistik Sebagai Peraturan Dewan Pers.

⁴¹ D Pratiwi, *Hierarki Pengaruh Dalam Penentuan Berita: Studi Pada Kebijakan Redaksi Rubrik Politik Harian Umum Media Indonesia*, Skripsi (Jakarta: Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018), hlm. 17.

satu teori dalam kajian komunikasi massa yang di dalamnya menjelaskan bagaimana sebuah media memiliki faktor-faktor tertentu ketika membuat sebuah berita dan informasi. Berikut beberapa faktor atau level-level yang dapat mempengaruhi bagaimana sebuah media menyajikan informasi:

a. Level Individu

Pada level ini, isi dari informasi yang disajikan dapat dipengaruhi oleh individu-individu yang terdapat dalam sebuah media. Artinya, ide-ide dan informasi yang ada untuk kemudian di olah menjadi sebuah karya yang diterbitkan, dapat dipengaruhi oleh individu yang ada dalam media tersebut. Misalnya, karakteristik individu-individu yang ada di dalam sebuah media yang berbeda latar belakang, gender, serta etnis tertentu.

b. Level Rutinitas Media

Level rutinitas media ini melihat dari sudut pandang bagaimana sebuah media menerapkan aturan, cara, atau prosedur tertentu dalam melakukan kegiatan komunikasi atau dalam hal ini adalah kegiatan jurnalistik. Misalnya, berkaitan dengan pembagian tugas dan kerja, waktu-waktu yang digunakan dalam mengerjakan tugas, standar penulisan atau pedoman editorial yang dipakai, dan kepercayaan orang-orang dalam media pada sumber-sumber informasi⁴². Adapun kerutinan sebuah media dapat terbentuk dari tiga unsur, yakni sumber berita, organisasi media, dan khalayak⁴³.

c. Level Organisasi

⁴² Pamela J. Shoemaker and Stephen D. Reese, *Mediating the Message in the 21st Century: A Media Sociology Perspective*, *Mediating the Message in the 21st Century: A Media Sociology Perspective*, Third Edit. (New York: Longman Publisher, 2014), hlm. 105.

⁴³ *Ibid.*, hlm. 109.

Level organisasi berkaitan dengan struktur manajemen organisasi yang dijalankan oleh sebuah media. Dalam hal ini, level organisasi lebih memiliki pengaruh karena tergantung pada pemilik media, sehingga kebijakan-kebijakan tertentu memungkinkan informasi yang diterbitkan memiliki keterkaitan dengan pemilik media tersebut.

d. Level Ekstramedia

Level ini berasal dari luar organisasi media dimana pengaruh luar media yang biasanya hadir adalah sumber-sumber informasi yang dipakai, pengiklan dan penonton, kontrol dari pemerintah, serta pangsa pasar dan teknologi⁴⁴.

e. Level Ideologi Media

Level terakhir yang masuk dalam hierarki pengaruh adalah level ideologi yang dibawa oleh sebuah media. Ketika sebuah media sudah membawa kerangka berpikir atau ideologi tertentu, maka individu yang ada di dalamnya akan berusaha melihat realitas dan menyikapinya sesuai dengan ideologi yang dibawa oleh media tersebut. Level ideologi ini tentu akan terlihat jelas karena berkaitan dengan tuntutan dan kepentingan sosial yang dikonsumsi oleh masyarakat.

G. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk menjelaskan atau

⁴⁴ Ibid., hlm. 166.

mendeskripsikan, dan menganalisis peristiwa, fenomena, aktifitas, sosial, kepercayaan, sikap, persepsi, maupun pemikiran orang yang ada pada setiap individual maupun kelompok. Adapun jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kualitatif interaktif berupa studi kasus. Studi kasus adalah penelitian yang dilakukan pada sebuah kesatuan sistem. Dalam hal ini, kesatuan sistem berupa kegiatan, peristiwa, program, atau sekelompok individu yang terikat oleh tempat, waktu, maupun ikatan tertentu⁴⁵. Dalam penelitian ini, peneliti akan mendeskripsikan dan mengidentifikasi bagaimana jurnalisme profetik diterapkan pada redaksi Rahma.ID.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah redaksi Rahma.ID. Adapun objek dalam penelitian ini, yaitu praktik jurnalisme profetik. Dalam hal ini, akan diteliti mengenai praktik jurnalisme profetik yang dilakukan oleh redaksi Rahma.ID dengan kriteria yang mencakup kegiatan jurnalistik dimulai dari pengumpulan ide hingga tulisan dipublikasi.

3. Sumber Data

Dalam penelitian ini, sumber data terdiri dari dua macam, yakni data primer dan sekunder.

⁴⁵ Agus Triyono, *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif* (Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani), hlm. 43.

- a. Data primer. Data primer merupakan data yang didapatkan secara langsung, baik melalui perorangan, kelompok maupun organisasi⁴⁶. Adapun data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari narasumber yang akan diwawancarai dan diobservasi, yakni pemimpin redaksi, editor, wartawan atau kontributor Rahma.ID.
- b. Data sekunder. Data sekunder adalah sumber data pelengkap dari sumber data yang sudah ada yang dapat diperoleh dari buku, artikel, arsip, atau pun dokumen lainnya yang berkaitan dengan judul penelitian⁴⁷.

4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa cara, yakni:

- a. Observasi. Observasi dilakukan peneliti dengan menjadi partisipan yang melakukan praktik kerja pada portal berita Rahma.ID sebagai penulis artikel dan mengamati bagaimana rangkaian kegiatan jurnalistik dilakukan, mulai rapat redaksi hingga tulisan dipublikasi.
- b. Wawancara. Wawancara secara mendalam mengenai kegiatan jurnalistik yang dilakukan pada portal berita Rahma.ID, mulai dari pemimpin redaksi, wakil pemimpin redaksi, editor, tim redaksi, dan kontributor Rahma.ID.
- c. Dokumentasi. Peneliti juga akan menghimpun data terkait kegiatan-kegiatan yang sudah dilakukan redaksi Rahma.ID dari karya-karya yang sudah diterbitkan, konten Instagram, dan dokumentasi lainnya.

⁴⁶ Kamila Adnani, *Metodologi Penelitian Komunikasi Kualitatif Dan Kuantitatif* (Surakarta: Efudepress, 2021), hlm. 80.

⁴⁷ *Ibid.*, hlm. 80.

5. Teknik Analisis Data

Teknis analisis data kualitatif merupakan suatu upaya yang dilakukan dengan mengorganisasikan, memilah data, membuat pola hingga menemukan sebuah kesimpulan⁴⁸. Teknik analisis data yang digunakan peneliti adalah analisis data kualitatif model Miles dan Huberman. Analisis ini dilakukan dengan 3 tahap, yaitu:

a. Reduksi Data

Pada bagian ini, peneliti akan meringkas dan memilih data-data yang penting dari seluruh data yang ada, dan memfokuskan data tersebut sehingga data yang sudah direduksi dapat memberikan gambaran terkait hasil pengamatan dari praktik jurnalisme profetik pada redaksi portal berita Rahma.ID.

b. Penyajian Data

Menyajikan data berarti menjabarkan data yang sudah ada dalam bentuk ringkasan, hubungan antar kategori, bagan atau gambar yang sesuai untuk kemudian dijelaskan secara deskriptif⁴⁹. Dalam hal ini, peneliti akan menjelaskan dalam bentuk narasi bagaimana praktik jurnalisme profetik yang diterapkan redaksi portal berita Rahma.ID.

c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Kesimpulan ini menjadi temuan baru yang disajikan berupa deskripsi awal yang belum jelas dan dapat berupa hubungan kausal atau interaktif dan hipotesis atau

⁴⁸ Triyono, *Metode Penelitian*, hlm. 91-92.

⁴⁹ *Ibid.*, hlm. 94.

teori⁵⁰. Pada bagian ini, kesimpulan yang sudah ada perlu di cek kembali dan data-data yang sudah terkumpul agar mampu mengambil kesimpulan yang secara ringkas dan detail bagaimana praktik jurnalisme profetik yang diterapkan pengelola portal berita Rahma.ID.

H. Sistematika Pembahasan

1. BAB I Pendahuluan

Pada bab pertama, peneliti menjelaskan rancangan penelitian yang disusun mulai dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian, serta sistematika pembahasan. Pada bab ini, diruraikan secara rinci berkaitan dengan persoalan teknis penelitian.

2. BAB II Profil Media

Pada bab ini, peneliti memberikan gambaran terkait subjek penelitian. Beberapa poin yang akan dijelaskan, yaitu berisi latar belakang media, visi dan misi media, serta redaksional portal berita Rahma.ID.

3. BAB III Hasil Analisis dan Pembahasan

Pada bagian ini, peneliti memaparkan hasil penelitian berkaitan dengan jurnalisme profetik yang diterapkan oleh portal berita Rahma.ID. Pada bab ini dijelaskan bagaimana portal berita Rahma.ID menggunakan prinsip jurnalisme profetik sebagai acuan untuk melakukan kegiatan jurnalistik mulai dari pencarian isu hingga tulisan dipublikasi.

⁵⁰ *Ibid.*, hlm 95.

4. BAB IV Penutup

Pada bab penutup, peneliti menyajikan kesimpulan mengenai seluruh proses dan hasil penelitian. Pada bab ini juga akan disampaikan berkaitan dengan saran-saran atas penelitian yang telah dilakukan.



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan gagasan Jurnalisme Profetik dari Parni Hadi, proses pembuatan artikel dan konten Rahma.ID, baik yang berasal dari tim redaksi maupun kontributor keduanya telah menerapkan adanya jurnalisme profetik, meskipun terdapat hal yang belum diterapkan secara komprehensif. Adapun kriteria jurnalisme profetik tersebut meliputi, penerapan sidik, amanah, tablig, dan fatanah. Dari 4 penerapan tersebut, masing-masing kriteria tercermin dalam beberapa hal, dimulai pencarian informasi untuk pembuatan artikel hingga artikel layak untuk diterbitkan. Berikut yang dilakukan redaksi Rahma.ID dalam kerja jurnalistik:

Pertama, Rahma.ID mengupayakan dan memastikan sumber data dan informasi yang valid, melakukan verifikasi dan *crosscheck* atas informasi yang ada dalam tulisan, baik tulisan yang dibuat oleh tim redaksi maupun kontributor. Kedua, artikel dan konten yang sesuai dengan kode etik dan tanggung jawab tim redaksi terhadap apa yang menjadi tugasnya masing-masing. Namun pada penerapan nilai amanah, masih terdapat hal yang perlu dipenuhi, yakni menunjukkan adanya kartu pers yang ditunjukkan selama proses tim redaksi mewawancarai narasumber. Ketiga, praktik nilai tablig yang telah dilakukan Rahma.ID dan kontributor meliputi penggunaan gaya bahasa sehari-hari dan mudah dipahami, serta teknik bercerita juga menjadi gaya bahasa yang banyak diterbitkan di Rahma.ID. Penerapan tablig juga dilakukan dengan cara mengupayakan agar Rahma.ID ramai pembaca melalui

unggah konten di Instagram dan mengikuti isu kekinian tanpa menghilangkan nilai-nilai Islam. Keempat, penerapan fatanah terlihat dari penggunaan beberapa teknologi yang memudahkan kontributor dan tim redaksi dalam membuat tulisan serta mengupayakan kegiatan-kegiatan non jurnalistik untuk mengenalkan Rahma.ID pada jangkauan masyarakat yang lebih luas. Adapun karya-karya tulisan yang sudah diterbitkan di portal Rahma.ID merupakan hasil daripada jurnalisme profetik yang sudah diterapkan oleh redaksi Rahma.ID. Maka, penerapan jurnalisme profetik inilah yang kemudian menjadikan Rahma.ID sebagai salah satu media daring Islam yang mampu mendakwahkan nilai-nilai Islam melalui informasi-informasi yang berkaitan dengan kesetaraan gender, pernikahan dan pengasuhan, perempuan dan anak, serta pendidikan. Adapun berkaitan dengan isi dari informasi yang disajikan, Rahma.ID dipengaruhi oleh cara berpikir individu, media, dan ideologi yang berasal dari Muhammadiyah yang pada akhirnya secara signifikan prinsip-prinsip yang ada di Muhammadiyah juga dipakai oleh Rahma.ID. Dalam hal ini, penerapan jurnalisme profetik yang dilakukan Rahma.ID juga turut dipengaruhi oleh arah gerak dan ideologi Muhammadiyah.

B. Saran

Berdasarkan temuan dari penelitian yang dilakukan, peneliti memiliki saran sebagai berikut:

1. Saran Praktis

Dalam penelitian ini, sudah terlihat bagaimana redaksi Rahma.ID mengupayakan kerja jurnalistik yang sesuai dengan konsep jurnalisme profetik dari Parni Hadi. Dalam hal ini, terdapat beberapa saran yang dapat dilakukan redaksi

Rahma.ID agar penerapan jurnalisme profetik menjadi lebih komprehensif. Pertama, perlu menggiatkan kembali manajemen dan tim redaksi yang sudah tergabung dalam struktural agar pelaksanaan kerja jurnalistik menjadi lebih optimal dalam setiap aspeknya. Rahma.ID perlu untuk terus memantau dan meningkatkan kinerja tim, sebab tim redaksi mungkin kesulitan untuk melakukan pembagian waktu karena penggunaan konsep pekerja lepas, sehingga tim redaksi tidak selalu mampu maksimal mengerjakan tugas yang sesuai dengan waktunya. Tidak kalah penting, Rahma.ID perlu memperhatikan kembali beberapa hal, seperti perlunya menunjukkan kartu identitas media ketika melakukan tugas lapangan serta menggunakan cara-cara tertentu agar menarik perhatian pembaca.

2. Saran Teoritis

Penelitian ini telah memberikan gambaran terkait bagaimana penerapan jurnalisme profetik yang dilakukan dalam proses pembuatan artikel dan konten oleh salah satu media Islam daring, yakni Rahma.ID. Namun, penelitian ini belum meneliti secara mendalam terkait tanggung jawab masing-masing tim redaksi terhadap tugas pokok dan fungsinya. Selain itu, berdasarkan konsep jurnalisme profetik yang diusung oleh Parni Hadi, kriteria fatanah merupakan penyempurna daripada pelaksanaan kriteria tablig. Dalam hal ini, peneliti juga belum meneliti secara mendalam terkait bagaimana seharusnya media Islam daring menerapkan tablig dan fatanah agar spirit dakwah dan pesan yang ingin disampaikan dapat diterima oleh pembaca atau target audiens. Oleh karena itu, peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian lebih mendalam terkait kekurangan-kekurangan yang belum ada dalam penelitian ini

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Qomar, and Dudi Badruzaman. "Tantangan Dan Peluang Dakwah Islam Di Era Digital." *KOMUNIKASIA: Journal of Islamic Communication and Broadcasting* 3, no. 2 (2023): 152–162.
- Adnani, Kamila. *Metodologi Penelitian Komunikasi Kualitatif Dan Kuantitatif*. Efudepress, 2021.
- Diny, El Haanim Nur. *Analisis Framing Media Online Rahma . Id Dengan Tema Role Model Muslimah SKRIPSI*, 2022.
- Emeraldien, Fikry Zahria, Rahma Sugihartati, Dwiki Iqbal, Qhoirun Annisa, and Putri Ardelia. "The Implementation of Prophetic Values to Maintain Journalist Professionalism." *Proceedings of International Conference on Da'wa and Communication* 3, no. 1 (2021): 1–15.
- Fadhli, Muhammad. "Internalisasi Pendidikan Profetik" (n.d.): 116–127.
- Hadi, Parni. *Jurnalisme Profetik Mengemban Tugas Kenabian*. Edited by Ahmadi Thaha. Jakarta: Dompot Dhuafa, 2015.
- Hadiyanti, Mayda Dwi. *Wacana Kepemimpinan Perempuan Dalam Media Online (Analisis Wacana Kritis Kepemimpinan Perempuan Pada Website Rahma.ID Edisi 2021)*, 2022.
- Ibnu Kasir, and Syahrol Awali. "Peran Dakwah Digital Dalam Menyebarkan Pesan Islam Di Era Modern." *Jurnal an-Nasyr: Jurnal Dakwah Dalam Mata Tinta* 11, no. 1 (2024): 59–68.
- Jufrizal, Jufrizal. "Implementasi Kode Etik Jurnalistik." *SUSTAINABLE: Jurnal Kajian Mutu Pendidikan* 2, no. 1 (2019): 128–153.
- Khaer, Abu, Nadiatul Khoir, and Yulis Arini Hidayati. "Senjakala Media Cetak: Tantangan Jurnalisme Cetak Di Era Digital." *TRILOGI: Jurnal Ilmu Teknologi, Kesehatan, dan Humaniora* 2, no. 3 (2021): 324–331.
- Mahfud, Choirul. "Ideologi Media Islam Indonesia Dalam Agenda Dakwah: Antara Jurnalisme Profetik Dan Jurnalisme Provokatif." *Jurnal Dakwah* 15, no. 1 (2014): 1–18.
- Mawlana, Akbar, Naufalul Ihya Ulumuddin, and Adhitya Prasta Pratama. "Studi Dekonstruksi: Menyingkap Identitas Muslimah Di Media Rahma.Id." *Jurnal Common* 6, no. 2 (2022): 121–134.
- Mokhammad Abdul Aziz. "Analisis Dakwah Dan Cyber Media Di Indonesia." *Islamic Communication Journal* 02 (2017): 200–218.
- Ni'mah, M. "Penerapan 'Jurnalisme Profetik' Terhadap Karya Jurnalistik Wartawan Alumnus UIN Walisongo Semarang," no. 131211138 (2018). <http://eprints.walisongo.ac.id/8476/>.

- Nisrina. *Penerapan Jurnalisme Profetik Dikalangan Wartawan Pada Media Online Datariau.Com*, 2022.
- Permadi, Arief. "Autoetnografi, Dimensi Profetik Dalam Praktik Jurnalistik." *Journal Komunikasi Islam* 18, no. 4 (2018). <http://dx.doi.org/10.31219/osf.io/mcnspl>.
- Pers, Dewan. "Kode Etik Jurnalistik Wartawan" (2008).
- Pratiwi, D. *Hierarki Pengaruh Dalam Penentuan Berita: Studi Pada Kebijakan Redaksi Rubrik Politik Harian Umum Media Indonesia*, 2018.
- Prihantoro, Edy. "Analisis Wacana Pemberitaan Selebriti Pada Media Online." *Proceeding PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur & Teknik Sipil)* 5, no. Oktober (2013): 51–57. www.kompas.com.
- Purnama, Feri. "Pemikiran Parni Hadi Tentang Jurnalisme." *Communicatus: Jurnal Ilmu komunikasi* 3, no. 1 (2019): 35–52.
- Setyaningsih, Rila. "Model Penguatan E-Dakwah Di Era Disruptif Melalui Standar Literasi Media Islam Online." *Tsaqafah* 15, no. 1 (2019): 67.
- Shoemaker, Pamela J., and Stephen D. Reese. *Mediating the Message in the 21st Century: A Media Sociology Perspective*. Third Edit. New York: Longman Publisher, 2014.
- Steele, Janet. *Mediating Islam: Jurnalisme Kosmopolitan Di Negara-Negara Muslim Asia Tenggara*. Yogyakarta: PT Bentang Pustaka, 2018.
- Subarkah, Muhammad -, and Nani Nurani Muksin. "Pesan Jurnalisme Profetik Di Harian Republika." *Sahafa Journal of Islamic Communication* 5, no. 1 (2022): 59.
- Triyono Agus. *Komunikasi Kualitatif*, 2021. www.pustakabintangmadani.com.
- Usman, Fadly. "Efektivitas Penggunaan Media Online Sebagai Sarana Dakwah." *Jurnal Ekonomi dan Dakwah Islam (Al-Tsiqoh)* 1, no. 1 (2016): 1–8. <https://e-journal.uac.ac.id/index.php/altsiq/article/download/154/108>.
- Wahyudi, Eko, Dina Nakita, and Septyan Dwi Nuryanto. "Jurnalisme Dakwah Di Media Online (Framing Rubrik Feature Hidayatullah.Com)." *Kalijaga Journal of Communication* 3, no. 2 (2021): 107–120.
- Wijaya, Arfan. *Implementasi Nilai Jurnalisme Profetik Dalam Produksi Berita Di Lembaga Pers Mahasiswa Ara Aita*. Vol. 4, 2021.