

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam lanskap komunikasi modern, perkembangan media digital telah membawa perubahan signifikan terhadap cara manusia mengakses, memproduksi, dan mendistribusikan informasi. Transformasi ini tidak hanya berdampak pada teknologi media itu sendiri, namun mengubah karakter jurnalisme sebagai pilar demokrasi dan pengawal kebenaran. Media online sebagai produk dari ekosistem digital, menawarkan kecepatan dan informasi yang melimpah, namun menyisakan problematika baru yang rumit. Kehadiran dari algoritma media sosial, banjir informasi yang tidak disaring, dan kecenderungan media untuk mengejar trafik telah menciptakan situasi yang memprihatinkan dalam praktik jurnalistik.

Jurnalisme mengalami tekanan untuk tetap relevan dan bertahan secara ekonomi di tengah arus tersebut. Akibatnya, tidak sedikit media yang terjatuh dalam praktik klikbait, menyajikan informasi yang sensasional tanpa mempertimbangkan akurasi atau kedalaman substansi, di sisi lain, wartawan sebagai aktor produksi berita juga menghadapi tantangan etis dalam menjalankan perannya. Dalam situasi ini, nilai-nilai kebenaran, kemanusiaan, dan tanggung jawab sosial yang semestinya menjadi roh dari jurnalisme justru terkikis oleh kepentingan pasar dan politik.

Berbagai kalangan akademisi dan praktisi seiring berjalannya waktu, mulai mendorong gagasan untuk mengembalikan jurnalisme pada fungsi idealnya sebagai alat pencerah dan pembebas. Konsep jurnalisme yang berakar pada nilai-nilai profetik kemudian muncul sebagai tawaran yang relevan, dalam konteks Indonesia

yang beragam secara budaya dan religius, jurnalisisme tidak hanya diharapkan netral, tetapi juga berperan aktif dalam menegakkan nilai kemanusiaan, keadilan, dan ketuhanan, maka dari itu, menjadi penting untuk menelaah bagaimana konsep-konsep nilai profetik ini dapat hadir dalam praktik jurnalistik, terutama di tengah gempuran pragmatisme media.

Jurnalisisme di era digital saat ini justru menghadapi tantangan yang semakin kompleks. Tekanan untuk terus bersaing dalam ekosistem informasi yang cepat dan luas, membuat banyak media akhirnya mengorbankan idealisme jurnalistik mereka. Standar etika dan kualitas pemberitaan yang sering kali diabaikan demi kecepatan tayang dan popularitas konten. Salah satu manifestasi dari kemerosotan ini adalah meluasnya praktik klikbait yang menggunakan judul yang berlebihan dan manipulatif untuk menarik perhatian pembaca tanpa memperhatikan substansi dan akurasi isi berita. Fenomena ini telah menciptakan arus informasi yang tidak sehat, dimana publik sulit membedakan informasi yang valid dengan yang bersifat manipulatif.

Komersialisasi berita juga membuat ruang redaksi tunduk pada logika pasar. Media tidak lagi sekedar menyampaikan informasi sebagai bentuk pelayanan publik, melainkan menjadi instrumen bisnis yang tunduk pada klik, trafik dan juga sponsor. Dalam situasi ini, integritas wartawan pun terancam, alih-alih menjalankan fungsinya sebagai pengawas kekuasaan, wartawan seringkali terjebak dalam sistem yang membuat mereka hanya sebagai pengganda informasi bukan memproduksi makna dari sebuah berita.

Namun disisi lain, netralitas dan objektivitas yang selama ini menjadi prinsip utama dalam praktik jurnalistik kini dipertanyakan kembali, banyak kalangan yang menganggap bahwa jurnalisme netral telah gagal menjawab ketimpangan sosial dan ketidakadilan yang ada di masyarakat. Karena itu, muncullah kebutuhan untuk mengembangkan pendekatan jurnalistik yang tidak hanya memberitakan fakta tetapi juga berpihak pada nilai-nilai etis, humanis, dan spiritual. Inilah yang kemudian memunculkan wacana mengenai jurnalisme profetik, sebuah pendekatan jurnalistik yang bertumpu pada nilai-nilai kenabian.

Kritik terhadap jurnalisme konvensional tidak hanya datang dari luar, tetapi juga dari dalam kalangan akademisi dan praktisi media yang gelisah melihat orientasi jurnalisme yang semakin menjauh dari nilai-nilai kemanusiaan. Jurnalisme profetik hadir sebagai respons atas krisis nilai dalam dunia media, jurnalisme profetik menawarkan konsep yang mencoba merekonstruksi praktik jurnalistik agar kembali kepada tujuan mendasar dari komunikasi, yaitu menyampaikan kebenaran demi kemaslahatan umat manusia.

Pemikiran Parni Hadi tentang Jurnalisme Profetik menawarkan alternatif paradigma jurnalistik yang relevan dengan permasalahan di atas. Jurnalisme profetik adalah tentang menyebarkan kebaikan, memerangi kejahatan, dan menjunjung tinggi kebenaran, serta mengandalkan nilai universal seperti cinta. (Fauzi, 2022)

Parni Hadi merupakan sosok jurnalis senior Indonesia, telah berkarir di bidang Jurnalistik sejak 1973 yang pertama kali mempopulerkan Jurnalisme Profetik. Menurut konsep beliau, Jurnalisme Profetik dapat melakukan peran

kontrol terhadap para penyebar informasi dengan landasan iman dan agama. Terdapat idealisme dari Jurnalisme Profetik yaitu keimanan dan spiritual dari jurnalis itu sendiri. Di sisi lain, Parni Hadi menyebutkan jurnalisme profetik dapat diaplikasikan sama halnya dengan melakukan dakwah (secara tersirat): dakwah bil qalam dan dakwah bil hal (Hadi, 2014). Parni Hadi juga mengajarkan tentang kepiawaian tugas jurnalistik dan juga mengembangkan kepada kepekaan dan naluri, menuju kecerdasan spiritual. Menurut Parni Hadi tugas Jurnalis yaitu bekerja dengan ketangkasan fisik, kemudian kecerdasan secara intelektual, sosial, dan kecerdasan spiritual.

Konsep jurnalisme profetik berakar dari pemikiran kuntowijoyo yang merumuskan tentang pentingnya pendekatan ilmu sosial profetik, yaitu ilmu yang tidak hanya menjelaskan tentang realitas sosial, tapi juga mendorong perubahan ke arah yang lebih baik berdasarkan nilai-nilai kenabian. Dalam konteks jurnalisme, pendekatan ini dimaknai sebagai praktik jurnalistik yang berorientasi pada humanisasi (memanusiakan manusia), liberasi (pembebasan dari penindasan), dan transendensi (penghubung manusia dengan nilai-nilai spiritual atau ketuhanan), (Risdayandini, 2024).

Gagasan pemikiran jurnalisme profetik ini merupakan bagian dari ajakan untuk meneladani sifat-sifat Nabi Muhammad SAW yaitu *Siddiq* (Benar), *Tabligh* (Menyampaikan), *Amanah* (Dapat dipercaya), *Fathonah* (Cerdas). Prinsip karakter profetik ini terangkum dalam jurnalisme profetik, yang memiliki tujuan untuk mengajak wartawan dan media untuk menyampaikan kebenaran, melindungi keadilan, menunjang dan menciptakan kekayaan serta mampu menciptakan

kedamaian dan memuliakan prinsip-prinsip kemanusiaan secara maksimal (Purnama, 2019:39).

Jurnalisme profetik tidak lagi menempatkan objektivitas sebagai satu-satunya nilai utama, melainkan mengutamakan pada kebenaran dan kemanusiaan, yang bukan berarti kehilangan integritas atau menjadi alat propaganda, justru menempatkan wartawan sebagai aktor sosial yang sadar dan bertanggungjawab pada perubahan masyarakat. Jurnalisme profetik juga menekankan pada nilai moral dan etika dalam produksi berita, tidak cukup dengan hanya menyampaikan “apa yang sedang terjadi”, tetapi juga mendorong publik untuk memahami tentang “mengapa itu penting untuk kehidupan bersama”. Oleh karena itu, berita yang dihasilkan tidak hanya sekedar narasi datar, tetapi juga memiliki visi transformatif untuk menyuarakan mereka yang terpinggirkan, dan menghadirkan nilai-nilai spiritual dalam wacana publik.

Media konvensional kini tidak lagi menjadi satu-satunya sumber informasi utama dalam perkembangan teknologi informasi yang telah mentransformasi wajah media secara masif, dalam era digital, kecepatan, aksesibilitas, dan algoritma platform digital menjadi penentu utama arus informasi yang dikonsumsi publik. Di tengah aruh tersebut, media Islam menghadapi tantangan tersendiri dalam mempertahankan identitasnya sekaligus bersaing di medan informasi yang serba cepat dan kompetitif.

Salah satu media Islam yang menonjol adalah Republika, yang awalnya didirikan sebagai media cetak komunitas Muslim, dan kini bertransformasi menjadi media daring. Meski tidak secara gamblang menyatakan dirinya sebagai pelopor

yang menerapkan jurnalisme profetik, karakter pemberitaannya mencerminkan nilai-nilai etika islam, seperti keberimbangan, keberpihakan terhadap yang lemah, dan semangat dakwah melalui informasi.

Republika merupakan portal berita yang mengemban visi untuk terus menjadi berita yang kompeten, menganut nilai-nilai universal yang damai, bersikap toleransi antar umat islam dengan menganut psinsip *Rahmatan lil Alamin*. Selain karena dikenal sebagai media islam terpopuler dan terbesar, peneliti tertarik untuk menggali lebih dalam tentang sejauh mana jurnalisme profetik dalam perspektif wartawan media online sebab media republika bisa berkembang karena telah banyak di percaya tentang keakuratan dan kebenaran isi beritanya oleh para pembaca, oleh sebab itu peneliti ingin mengetahui bagaimana wartawan di media republika dapat memahami, memaknai dan juga mengimplementasikan jurnalisme profetik dalam aktivitas jurnalistiknya.

Media online Republika juga dikenal sebagai media yang menjadi rujukan utama bagi masyarakat Muslim di Indonesia dalam membentuk sikap dan pendapat mereka, dengan tingkat kepercayaan mencapai 75 persen, jauh melampaui media lainnya, menunjukkan peran signifikan media ini dalam menyuarakan perspektif Islam di ranah publik. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk menggali lebih dalam tentang sejauh mana jurnalisme profetik dalam perspektif wartawan media online republika, dengan menggunakan metode fenomenologi, peneliti menganggap bahwa metode tersebut di pandang tepat dengan tujuan peneliti untuk mencari tahu bagaimana jurnalisme profetik dalam perspektif wartawan media online republika.

1.2 Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka fokus penelitian ini adalah jurnalisme profetik dalam perspektif wartawan media online Republika. Kemudian agar penelitian ini terarah maka dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana pemahaman wartawan Republika mengenai jurnalisme profetik dalam kegiatan jurnalistik?
2. Bagaimana pemaknaan wartawan Republika mengenai jurnalisme profetik dalam kegiatan jurnalistik?
3. Bagaimana pengalaman wartawan Republika mengenai jurnalisme profetik dalam kegiatan jurnalistik?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian dalam fokus penelitian yang telah diuraikan diatas, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji :

1. Mengetahui pemahaman wartawan Republika mengenai jurnalisme profetik dalam kegiatan jurnalistik.
2. Mengetahui pemaknaan wartawan Republika mengenai jurnalisme profetik dalam kegiatan jurnalistik.
3. Memahami pengalaman wartawan Republika mengenai jurnalisme profetik dalam kegiatan jurnalistik.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat baik didalam ranah akademis dan juga praktis, yang diantaranya yaitu :

1.4.1 Secara Akademis

- 1) Memberikan kontribusi teoritis dalam perkembangan akademik Ilmu Komunikasi di bidang Jurnalistik dalam kajian jurnalisme profetik.
- 2) Menjadi referensi ilmiah bagi mahasiswa atau peneliti lain di masa mendatang yang ingin mengkaji topik serupa mengenai jurnalisme profetik.
- 3) Memberikan kontribusi positif dalam pembahasan mengenai jurnalisme profetik yang masih sangat jarang dipahami dan dibahas diberbagai penelitian.

1.4.2 Secara Praktis

- 1) Menjadi pedoman moral dan etika bagi para wartawan dalam mengimplementasikan jurnalisme profetik dalam aktivitas jurnalistiknya.
- 2) Mendorong mahasiswa untuk memahami jurnalisme profetik yang mempertahankan integritas dan idealisme di tengah arus komersialisasi sebagai bekal untuk menjadi wartawan di masa mendatang.
- 3) Membuka ruang dialog lintas agama bahwa jurnalisme profetik dapat menjadi model jurnalistik universal yang menjunjung kebenaran, keadilan dan kemanusiaan.

1.5 Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka dalam penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan gambaran umum dari landasan teoritis dan kerangka konseptual yang akan digunakan untuk menganalisis jurnalisme profetik dalam perspektif wartawan media online Republika.

1.5.1 Landasan Teoritis

Dalam penelitian ini, Teori Fenomenologi Alfred Schutz menjadi landasan teoritis yang tepat untuk memahami bagaimana wartawan Republika membangun pemahaman, pemaknaan dan pengalaman tugas jurnalistik mereka. Fenomenologi sebagaimana dijelaskan oleh Schutz, berusaha mengungkap bagaimana individu menafsirkan dunia sosial melalui pengalaman subjektif mereka yang di pengaruhi oleh struktur sosial dan konteks keseharian mereka (Schutz, 1970).

Schutz yang memperluas pemikiran fenomenologi Edmund Husserl, menekankan bahwa pengetahuan dalam kehidupan sosial memainkan peran kunci dalam memengaruhi cara individu memahami dan berinteraksi dengan dunia (Zahavi, 2018). Inti dari penelitian fenomenologis adalah ide atau gagasan mengenai dunia kehidupan, sebuah pemahaman bahwa realitas setiap individu itu berbeda dan bahwa tindakan setiap individu hanya bisa dipahami melalui pemahaman terhadap dunia kehidupan individu, sekaligus lewat sudut pandang mereka masing masing (Mulyana dan Sobur, 2020 : 467).

Dalam konteks ini, pengetahuan wartawan Republika mengenai jurnalisme profetik tidak hanya dipengaruhi oleh prinsip-prinsip dasar jurnalistik, tetapi juga oleh nilai-nilai etika profetik yang mencakup tanggung jawab moral, keadilan, dan

kebenaran. Esensi dari pengetahuan ini menurut Schutz terletak pada akal sebagai alat kontrol kesadaran manusia dalam kehidupan sehari-hari. Wartawan memanfaatkan akal, yang mencakup kemampuan sensorik seperti penglihatan dan pendengaran, serta proses pemikiran dan kesadaran yang terus berkembang melalui interaksi sosial mereka di lingkungan kerja.

Penelitian ini juga menggali lebih dalam tentang tindakan wartawan dalam menjalankan tugas jurnalisme profetik. Menurut Schutz, tindakan manusia selalu diinterpretasikan dalam konteks sosial dan diarahkan oleh pengetahuan serta pengalaman masa lalu. Dalam hal ini wartawan Republika memaknai tindakan jurnalistik mereka sebagai suatu panggilan moral yang tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan informasi kepada publik, tetapi juga untuk mengedukasi dan menginspirasi perubahan sosial yang lebih baik.

Menurut Schutz dalam Wibawa (2020) tugas pokok fenomenologis adalah menganalisis dan merekonstruksi dunia kehidupan milik manusia “sebenarnya” yang dialami oleh mereka sendiri, maka dari itu, teori fenomenologi ini memungkinkan peneliti untuk memahami bagaimana wartawan Republika menafsirkan konsep jurnalisme profetik, sebuah konsep yang tidak hanya berfokus pada keahlian jurnalistik, tetapi juga tanggung jawab moral dan religius. Penelitian ini juga akan menyoroti aspek pengetahuan dan tindakan, di mana wartawan Republika mengimplementasikan keempat nilai akhlak kenabian (*Shiddiq, Tabligh, Amanah, Fathonah*) dalam praktik jurnalistik sehari-hari mereka.

1.5.2 Kerangka Konseptual

1.5.2.1 Jurnalisme Profetik

Kata “profetik” berasal dari bahasa Inggris yaitu “*prophetic*” artinya yaitu kenabian. Menurut Parni Hadi jurnalisme profetik adalah jurnalisme kenabian. Maksudnya adalah jurnalisme harus meneladani akhlak dan perilaku mulia para nabi dan rasul dari semua agama, pada dasarnya para wartawan adalah pewaris atau penerus tugas kenabian.

Menurut Parni Hadi, Jurnalisme profetik adalah suatu bentuk jurnalisme yang tidak hanya memberikan informasi secara jujur dan akurat, tetapi juga memberikan interpretasi ke arah pergantian berdasarkan nilai-nilai kenabian seperti *Shiddiq, Amanah, Tabligh, dan Fathonah*. Jurnalisme profetik mengutamakan kebenaran, keadilan, dan kejujuran dalam berita yang disajikan, serta membagikan informasi yang bermanfaat dan inspiratif bagi masyarakat. Jurnalisme profetik juga mempengaruhi cara wartawan dalam mengumpulkan, mengedit, dan menulis berita, serta bagaimana mereka berperilaku terhadap informasi yang disampaikan.

Menurut konsep beliau, Jurnalisme Profetik dapat melakukan peran kontrol terhadap para penyebar informasi dengan landasan iman dan agama. Terdapat idealisme dari Jurnalisme Profetik yaitu keimanan dan spiritual dari jurnalis itu sendiri. Di sisi lain, Parni Hadi menyebutkan jurnalisme profetik dapat diaplikasikan sama halnya dengan melakukan dakwah (secara tersirat): *dakwah bil qolam dan dakwah bil hal* (Hadi, 2014).

1.5.2.2 Nilai-Nilai Jurnalisme Profetik

Parni Hadi berpendapat bahwa Jurnalisme profetik adalah jurnalisme yang meneladani kode etik Nabi Muhammad saw, yang ternyata sesuai dengan fungsi media, yakni: *shiddiq* (menyampaikan, *to inform*), *amanah* (mendidik, *to educate*), *tabligh* (menghibur, *to entertain*), dan *fathanah* (melakukan kontrol sosial, *social control*). Keempatnya juga bisa diartikan : *shiddiq* (berdasarkan kebenaran), *tabligh* (disampaikan dengan cara mendidik), *amanah* (dapat dipercaya), dan *fathanah* (dengan penuh karifan) (Hadi, 2014 dalam Purnama, 2019).

Shiddiq (Kejujuran) - *To Inform*. Dalam konteks jurnalisme Islami, *shiddiq* mengacu pada kejujuran atau penyampaian informasi yang benar dan sesuai fakta. *Shiddiq* berarti bahwa seorang jurnalis harus selalu berpegang pada kebenaran dalam setiap laporan yang disampaikan kepada publik. Fungsi ini sejalan dengan peran media sebagai penyampai informasi (*to inform*). Wartawan yang menjalankan nilai *shiddiq* akan memastikan bahwa berita yang mereka sampaikan tidak memutarbalikkan fakta dan bebas dari informasi palsu (hoaks). Oleh karena itu, berita harus disusun berdasarkan data yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan, seperti yang diajarkan oleh Nabi Muhammad saw, yang selalu berbicara dengan kebenaran.

Amanah (Dapat Dipercaya) - *To Educate*. *Amanah* berarti dapat dipercaya dan bertanggung jawab. Dalam jurnalisme, prinsip ini mencerminkan tanggung jawab seorang jurnalis untuk mendidik masyarakat (*to educate*) melalui berita dan informasi yang disampaikan. Media bukan hanya menyampaikan informasi, tetapi juga bertanggung jawab untuk memastikan bahwa konten yang disampaikan dapat

mengedukasi publik secara tepat. Berita yang disajikan harus mampu memberikan pemahaman yang mendalam dan mendorong pembaca atau pemirsa untuk berfikir secara kritis dan bijaksana. Seperti halnya Nabi Muhammad saw, seorang jurnalis harus menjaga integritas dan kredibilitas dalam menyampaikan berita, yang sesuai dengan nilai amanah.

Tabligh (Menyampaikan) - *To Entertain*. *Tabligh* dalam konteks jurnalisme Islami berarti menyampaikan pesan kepada publik dengan cara yang mendidik dan menghibur (*to entertain*). Media massa memiliki fungsi untuk tidak hanya menyampaikan informasi tetapi juga melakukannya dengan cara yang menarik dan dapat diterima oleh audiens. Hiburan dalam jurnalisme Islami bukan berarti semata-mata menyajikan hal-hal yang ringan atau hiburan yang tidak bermanfaat, melainkan menyajikan konten yang menginspirasi, bernilai, dan tetap mengandung pelajaran moral. Nabi Muhammad saw mengajarkan untuk menyampaikan pesan-pesan kebenaran dengan cara yang bisa diterima oleh audiens tanpa paksaan, sehingga pesan tersebut dapat membawa kebaikan bagi mereka.

Fathanah (Kebijaksanaan) - *Social Control*. *Fathanah* mengacu pada kebijaksanaan dan kecerdasan. Dalam jurnalisme profetik, prinsip ini berkaitan dengan peran media sebagai alat kontrol sosial (*social control*). *Fathanah* mencakup kemampuan seorang jurnalis untuk memahami situasi secara mendalam dan melaporkannya dengan cara yang bijaksana serta tepat sasaran. Wartawan dituntut untuk berpikir kritis dan menganalisis peristiwa yang terjadi di masyarakat, dan melalui kebijaksanaan ini, mereka dapat memberikan panduan bagi masyarakat. Dalam fungsi kontrol sosial, jurnalis yang bijaksana akan mengawasi

kekuasaan, mengekspos kesalahan, dan menyuarakan kebenaran tanpa menimbulkan kebencian atau provokasi yang merugikan.

1.5.2.3 Perspektif

Perspektif yang diperkenalkan oleh Joel M. Charon menjelaskan bahwa perspektif adalah suatu konsep yang terdiri dari asumsi, nilai, dan gagasan yang mempengaruhi persepsi dan tindakan dalam situasi. Perspektif ini mempengaruhi cara seseorang melihat dan memahami suatu fenomena atau masalah, serta bagaimana mereka berperilaku terhadapnya. Perspektif menurut Charon adalah kerangka konseptual yang terdiri dari Asumsi, yaitu asumsi yang digunakan untuk memahami suatu fenomena atau masalah. Nilai, yaitu Nilai-nilai yang digunakan untuk memandang suatu fenomena atau masalah. Gagasan, yaitu Gagasan-gagasan yang digunakan untuk memahami suatu fenomena atau masalah. (Charon, 2010)

Perspektif mempengaruhi persepsi dan tindakan dalam situasi. Perspektif ini mempengaruhi cara seseorang melihat dan memahami suatu fenomena atau masalah, serta bagaimana mereka berperilaku terhadapnya.

1.5.2.4 Wartawan

Wartawan yaitu seseorang yang bekerja mencari, mengumpulkan, memilih, mengolah berita dan menyajikan berita kepada masyarakat atau publik. Media juga berkontribusi dengan pers sehingga dapat melakukan kerja jurnalistik yaitu untuk mewujudkan fungsi-fungsi media itu sendiri seperti menyampaikan informasi (*to inform*), mendidik (*to educate*), mengontrol (*to control*), memberikan hiburan (*to entertain*), dan mediasi (*to mediate*). (Sumadiria, 2014) lalu Dadan Suherdiana menambahkan dalam bukunya yang berjudul “Jurnalistik Kontemporer” (2020).

Bahwa tugas wartawan tidak hanya 5 fungsi tersebut saja namun juga mempengaruhi (*to influence*) dan menjembatani (*to bridge*).

1.5.2.4 Media Online

Media online atau media daring (dalam jaringan) merujuk pada bentuk media massa yang menggunakan internet sebagai sarana distribusi konten, seperti berita, artikel, video, dan informasi lainnya, yang dapat diakses melalui perangkat digital seperti komputer, smartphone, atau tablet. Media online mencakup berbagai platform, seperti situs berita, blog, media sosial, dan layanan streaming, yang semuanya memungkinkan interaksi langsung antara produsen konten dan audiens.

Menurut Cangara (2013), media online adalah media yang memanfaatkan jaringan internet sebagai saluran utama dalam penyampaian pesan, memungkinkan informasi dapat disebarkan secara cepat, interaktif, dan global. Media online berbeda dengan media tradisional seperti televisi, radio, atau cetak, karena ia menawarkan kemudahan akses informasi kapan saja dan di mana saja, serta memungkinkan pengguna berpartisipasi aktif dalam proses komunikasi, baik melalui komentar, berbagi informasi, atau berinteraksi dengan produsen konten.

1.6 Langkah-Langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Lokasi yang peneliti ambil untuk penelitian ini yaitu kantor Republika yang berdomisili di Jl. KH Abdullah Syafei No.30 3, RT.4/RW.6, Bukit Duri, Kec. Tebet, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12840. Lokasi ini merupakan lokasi utama yang akan digunakan dalam proses penelitian. Segala kebutuhan informasi mengenai penelitian ini akan di lakukan di lokasi tersebut.

1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Paradigma ini memandang ilmu sosial sebagai bahasan terstruktur terhadap tindakan yang bermakna secara sosial lewat pengamatan langsung dan mendetail terhadap perilaku sosial dalam kehidupan sehari-hari. Pengamatan tersebut akan memahami dan menginterpretasikan cara para pelaku sosial dalam menciptakan, memelihara, atau mengelola dunia sosial mereka (Hasrullah, 2009: 55)

Paradigma ini menekankan pentingnya konteks sosial, budaya, dan historis dalam memahami fenomena jurnalisme profetik dalam media online Republika. Selain itu, paradigma konstruktivis memberikan ruang bagi interpretasi dan analisis yang mendalam terhadap bagaimana wartawan memahami, memaknai dan mengalami konsep jurnalisme profetik dalam konteks media daring.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Pada penelitian ini peneliti ingin menjelaskan hasil penelitian dengan mengenali objek dan mengetahui secara mendalam tentang bagaimana perspektif jurnalisme profetik yang pada wartawan Republika. sumber data utama dalam penelitian ini akan disajikan berupa kata kata dan hasil wawancara yang mendalam dari beberapa informan.

1.6.3 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif menggunakan analisis fenomenologi. Menurut Holstein dan Gubrium (2009) di dalam Rulli Nasrullah (2020 : 51) disebutkan bahwa penelitian fenomenologi digunakan untuk merumuskan ilmu sosial yang dapat menafsirkan dan menjelaskan tindakan atau

pemikiran individu dengan cara menggambarkan struktur-struktur dasar atas realitas yang tampak dan terjadi secara ilmiah.

Alasan pemilihan metode ini adalah karena fokus penelitian terkait dengan pengalaman subyektif dari subyek penelitian. Fenomenologi berusaha untuk mendeskripsikan pemaknaan umum dari beberapa individu terhadap berbagai pengalaman hidup yang di alami oleh individu tersebut yang berkaitan dengan konsep atau fenomena yang berlaku secara umum (Cresswell, 2015 :105).

Peneliti berupaya untuk memahami dan menggali makna dari fenomena secara lebih mendalam. Tujuan peneliti adalah untuk mengembangkan analisis yang rinci dan terperinci, dengan mempelajari pengalaman yang dialami oleh setiap subyek, kemudian menemukan makna keseluruhan dari fenomena tersebut. Selain itu, fenomena yang diteliti bersifat kontemporer atau terbatas oleh waktu. Metode fenomenologi memungkinkan informan untuk mengungkapkan pengalaman mereka secara bebas, sehingga peneliti dapat menangkap makna yang lengkap dari pengalaman-pengalaman tersebut.

1.6.4 Jenis dan Sumber Data

1.6.4.1 Jenis data

Jenis data yang akan digunakan dalam penelitian yang berjudul Jurnalisme Profetik Dalam Perspektif Wartawan Media Online Republika ini menggunakan jenis data yang akan dikumpulkan berupa data kualitatif dengan fokus pada aspek fenomenologi, yaitu dalam bentuk deskriptif yang memungkinkan pemahaman mendalam tentang perspektif jurnalisme profetik pada wartawan media online Republika.

1.6.4.2 Sumber Data

1.6.4.2.1 Data Primer

Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2013 : 137). Dalam penelitian ini sumber data primernya yaitu wartawan yang akan di wawancarai oleh peneliti yang dipilih sesuai dengan kriteria penelitian.

1.6.4.2.2 Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti seperti dokumen, arsip, ataupun data tambahan atau data pendukung lain yang berkaitan dengan penelitian ini (Sugiyono, 2013).

1.6.5 Penentuan Informan

Informan dalam penelitian ini adalah wartawan media online Republika. Jumlah informan dalam penelitian ini melibatkan 4 orang wartawan media online Republika. Penentuan jumlah informan ini merujuk pada buku Creswell yang berjudul *Research Design : Qualitative, Quantitative and mixed Methods Approaches*. Fenomenologi melibatkan kisaran 3-10 orang (Creswell, 2018 : 262). Maka dari itu, peneliti merasa bahwa 4 orang sudah cukup untuk mengumpulkan data tentang penelitian ini.

Penentuan jumlah informan penting dilakukan karena memberikan gambaran informasi yang utuh dari sejumlah kecil orang yang pernah mengalami fenomena tersebut. Melalui wawancara mendalam, jumlah subjek tersebut sudah dirasa mewakili ukuran yang wajar.

Adapun kriteria yang dibutuhkan untuk informan pada penelitian ini yaitu :

- 1) Wartawan aktif di media online Republika.
- 2) Pengalaman kerja minimal 2-5 tahun.
- 3) Memiliki pemahaman tentang jurnalisme profetik
- 4) Bersedia menjadi informan.

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

1.6.6.1 Wawancara

Wawancara adalah kegiatan tanya jawab antara komunikator dan komunikan yang saling berbicara untuk memperoleh sebuah informasi yang diinginkan (Sumadiria, 2011:103). Peneliti akan mewawancarai wartawan yang ada di media online Republika mengenai pemahaman, pemaknaan dan pengalaman jurnalisme profetik di kegiatan jurnalistiknya. Pada tahap wawancara ini peneliti datang langsung ke kantor Republika dan sebagian yang lain menggunakan *zoom meeting dan email* jika tidak memungkinkan untuk bertemu. Teknik wawancara ini akan dilakukan dengan mempersiapkan beberapa pertanyaan yang disiapkan oleh peneliti mengenai pemahaman, pemaknaan dan pengalaman jurnalisme profetik yang dapat dilihat dalam pedoman wawancara yang terlampir dalam penelitian ini.

1.6.6.2 Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan data sekunder melalui pengamatan terhadap dokumen, arsip, ataupun data tambahan atau data pendukung lain yang berkaitan dengan penelitian ini (Sugiyono, 2013). Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini bertujuan untuk melengkapi penelitian tentang bagaimana wartawan media online Republika

memahami, memaknai dan mengalami nilai-nilai kenabian dalam pekerjaan mereka sebagai wartawan.

1.6.7 Teknik Penentuan Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif, konsep keabsahan data tidak disamakan secara mutlak dengan reliabilitas dan validitas sebagaimana dalam pendekatan kuantitatif. Oleh karena itu, peneliti menggunakan teknik triangulasi sebagai upaya mengecek kebenaran data dari berbagai sudut. Triangulasi ini tidak semata untuk mengukur konsistensi data, melainkan untuk melihat kedalaman makna dari berbagai perspektif yang berbeda (Prajitno, 2015 : 4).

Triangulasi adalah metode yang digunakan dalam penelitian kualitatif untuk meningkatkan validitas dan kredibilitas data dan temuan penelitian. Teknik ini melibatkan penggunaan berbagai sumber data, metode pengumpulan data, peneliti, atau perspektif teoretis untuk mengkaji fenomena yang sama. Dengan membandingkan dan mengkontraskan berbagai sumber dan metode, peneliti dapat memastikan bahwa temuan mereka lebih andal dan bebas dari bias.

Menurut (Anggito dan Setiawan, 2018) teknik triangulasi terbagi menjadi 3 jenis yaitu :

1) Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber merupakan teknik pengecekan keabsahan data dengan cara memeriksa data kepada informan dengan teknik yang berbeda. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan konfirmasi silang antara pernyataan informan pertama, kedua, ketiga dan keempat, yang semuanya merupakan wartawan aktif di media online Republika. Peneliti mencatat kesesuaian maupun perbedaan

pandangan antar informan terhadap konsep dan praktik jurnalisme profetik, sehingga memperoleh gambaran yang lebih objektif dan menyeluruh.

2) Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik merupakan teknik pengecekan keabsahan data dengan cara memeriksa data kepada informan yang berbeda dalam waktu yang sama. Dalam hal ini, peneliti menggunakan lebih dari satu teknik pengumpulan data, yaitu wawancara mendalam dan observasi pada buku panduan perilaku wartawan Republika. Hasil wawancara dibandingkan dengan pedoman perilaku wartawan Republika untuk melihat keselarasan antara pemahaman konseptual dan praktik dilapangannya.

3) Triangulasi waktu

Triangulasi waktu merupakan teknik pengecekan keabsahan data dengan cara memeriksa data pada informan yang sama dalam waktu yang berbeda. Peneliti melakukan sesi wawancara lanjutan terhadap informan yang sama pada waktu berbeda, untuk mengecek konsistensi jawaban dan mengklarifikasi informasi yang dirasa belum cukup pada wawancara pertama. Hal ini membantu peneliti memperoleh pemahaman yang lebih stabil dan mendalam mengenai jurnalisme profetik.

1.6.8 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah analisis fenomenologis. Analisis ini berfokus pada bagaimana memahami dan menginterpretasikan pengalaman subyektif dari informan terkait fenomena yang diteliti.

Menurut Moustakas (1994) yang dikutip oleh Creswell (2014), analisis fenomenologis terdiri dari beberapa langkah yaitu:

1) Epoche (Bracketing)

Menyingkirkan atau mengesampingkan prasangka dan asumsi peneliti terkait fenomena yang sedang diteliti. Tujuannya adalah agar peneliti dapat melihat fenomena tersebut melalui sudut pandang subyek secara murni, tanpa bias dari pengalaman atau pengetahuan sebelumnya.

2) Reduksi Fenomenologis

Setelah bracketing, peneliti melakukan reduksi fenomenologis, yaitu menyeleksi dan mereduksi data dari wawancara yang dikumpulkan, dan hanya fokus pada esensi pengalaman yang diceritakan oleh informan. Pada tahap ini, peneliti mencari pola dan tema yang muncul dari data yang berkaitan dengan pemaknaan subyek tentang fenomena.

3) Horizontasi

Dalam proses ini, peneliti melihat setiap pernyataan yang diungkapkan oleh informan sebagai hal yang memiliki nilai yang setara pada awalnya. Peneliti kemudian menyusun pernyataan-pernyataan tersebut secara horizontal, tanpa memberi peringkat atau prioritas terhadap satu pernyataan dibandingkan yang lain, hingga menemukan pola-pola signifikan.

4) Kategorisasi dan Pembuatan Tema

Setelah pola signifikan ditemukan, peneliti mengelompokkan pernyataan yang mirip ke dalam kategori atau tema. Tema-tema ini menggambarkan esensi dari pengalaman subyektif informan terkait fenomena yang diteliti. Dalam konteks

jurnalisme profetik, tema-tema tersebut berkaitan dengan bagaimana wartawan memahami nilai-nilai shiddiq, tabligh, amanah, dan fathanah dalam aktivitas jurnalistik mereka.

5) Sintesis dan Interpretasi

Pada tahap ini, peneliti menyusun interpretasi keseluruhan dari tema-tema yang ditemukan dan mencoba memberikan makna yang lebih dalam terhadap pengalaman subyektif informan. Peneliti merangkai narasi untuk menggambarkan bagaimana subyek membentuk pemaknaan terhadap fenomena yang sedang dikaji dalam konteks sosial dan profesional mereka.

