

## ABSTRAK

### **Roni Tabroni. *Komodifikasi Agama di Media; Studi Kritis Pemberitaan Filantropi di HU. Republika Pada Tahun 2020-2021.***

Sebagai media berbasis Islam, Republika memiliki perhatian khusus terhadap isu-isu kedermawanan masyarakat Indonesia yang tercermin dari banyaknya berita filantropi pada saat krisis pandemi Covid-19. Tidak kurang dari 1095 berita yang terbagi dalam beberapa tema besar yang dikemas ke berbagai bentuk dan diletakkan di halaman utama seperti cover depan, cover belakang, dan cover suplemen dengan design *fill colour*. Kemudian Republika melakukan komodifikasi atas berita filantropi agama tersebut. Maka penting meneliti bagaimana komodifikasi filantropi dilakukan oleh Republika.

Tujuan penelitian ini yaitu; *pertama*, untuk mengungkap ideologi Republikas yang melakukan komodifikasi filantropi agama. *Kedua*, mengkaji relasi ekonomi politik media dalam kerangka komodifikasi filantropi agama. *Ketiga*, mengkaji bagaimana proses komodifikasi dilakukan di Republika pada masa pandemi Covid-19, baik dari sisi isi, audiens, maupun tenaga kerjanya.

Kerangka berfikir dalam penelitian ini menggunakan teori ekonomi politik media, yang akan menjelaskan positioning media dalam kegiatan jurnalistiknya. Selain itu, digunakan juga teori komodifikasi yang akan membahas tentang isi, jurnalis dan audiensnya.

Paradigma dalam penelitian ini yaitu interpretif dan pendekatannya kualitatif. Sedangkan metode yang digunakan yaitu berupa metode kritis. Metode ini digunakan untuk membongkar motif utama di balik praktek komodifikasi dalam sebuah media. Objek penelitian berupa pemberitaan Republika tentang filantropi pada Maret 2020-Desember 2021, dengan sumber data yaitu Direktur Utama Republika, Direktur Pemberitaan Republika, Direktur Marketing Republika, Wakil Redaktur Pelaksana, dan jurnalis senior.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan pemberitaan filantropi agama tidak lepas dari ideologi yang diyakini Republika sendiri. Sebagai industri, Republika juga tidak lepas dari kepentingan ekonomi dan politik sebagai agenda utamanya. Kepentingan dari pemberitaan filantropi agama pada saat pandemi Covid-19 semakin membuka peluang terjadinya konsumerisme. Posisi Republika yang dirintis dengan ideologi keislaman kuat, bergeser pada praktek jurnalisisme yang berorientasi pasar semata dengan konten-konten yang lebih populer. Republika juga telah melakukan komodifikasi terhadap konten filantropi agama, baik dari sisi isi, jurnalis, maupun audien. Penelitian ini akhirnya merumuskan model jurnalisisme filantropi yang berbasis pada ideologi media.

Saran dari penelitian disertasi ini yaitu model jurnalisisme filantropi yang berbasis pada ideologi media dapat digunakan untuk berbagai isu seperti politik, ekonomi, lingkungan, pendidikan, kebencanaan, dan lain sebagainya. Dengan penggunaan model jurnalisisme filantropi, maka media di balik kepentingan ideologi dan praktik komodifikasinya, masih mengorientasikan pada aspek kesejahteraan masyarakat.