

## Komodifikasi Wacana Islami pada Pemberitaan Media Cetak *Harian Fajar*

Mifda Hilmiyah dan Nursafika

Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah, IAIN Parepare  
mifdahilmiyah@iainpare.ac.id

### *Abstract*

*Harian Fajar* presents Islamic content in its news to meet the information needs of the majority of various Muslim communities. However, every element in the editorial structure has an interest. The existence of this interest makes reporting a fact that is not value-free. The purpose of this research is to reveal the Islamic content that is packaged in the news and to determine the ideology that influences the construction of news in *Harian Fajar*. The critical discourse uses the model of van Leeuwen emphasizing on the exclusion and inclusion. First, the exclusion process in the form of passivation, nominalization and replacement of clauses. Second, the process of inclusion, which is inserting information as a strategy to represent individuals or groups in the form of differentiation-indifferentiation, objectivation-abstraction, nomination-categorization, nomination-identification, determination-indetermination, assimilation-individualization, and association-dissociation. The results of this study reveal that the text meaning of *Fajar Daily* has an economic ideology, power, and faith. The economic ideology associated with the construction of advertisements in *Fajar Daily* is converted into news. *Fajar Daily* considers the values of news, namely interesting, novelty, and important for society according to the journalist's interpretation. *Fajar Daily* editorial constructs are related to faith. *Daily Fajar* provides the information on Islamic themes not only for preaching to readers, but also to increase reader loyalty. The media has the power to produce class through content that attracts people's attention. Overall, the results of the text in this study will lead to the commodification of content.

**Keywords:** *Harian Fajar*; ideology; content Islamic; newspaper; critical discourse

### **Abstrak**

Media cetak *Harian Fajar* memuat konten-konten Islami di dalam pemberitaannya untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat yang mayoritas beragama Islam. Namun, setiap elemen dalam struktur redaksi memiliki kepentingan. Adanya kepentingan ini membuat pemberitaan menjadi fakta yang tidak bebas nilai. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengungkapkan konten Islami yang dikemas dalam pemberitaan serta mengetahui ideologi yang memengaruhi konstruksi pemberitaan di *Harian Fajar*. Penelitian ini menggunakan analisis wacana kritis model van Leeuwen yang menampilkan *exclusion* dan *inclusion*. Pertama, *exclusion* berupa pasivasi, nominalisasi dan penggantian anak kalimat. Kedua, *inclusion* yaitu memasukkan informasi sebagai strategi merepresentasikan individu ataupun kelompok berupa, diferensiasi-indeferensiasi, objektivasi-abstraksi, nominasi-kategorisasi, nominasi-identifikasi, determinasi-indeterminasi, asimilasi-individualisasi, dan asosiasi-disasosiasi. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa pemaknaan teks *Harian Fajar* memiliki ideologi ekonomi, kekuasaan dan akidah. Ideologi ekonomi terkait dengan konstruksi iklan di *Harian Fajar* menjadi sebuah pemberitaan. *Harian Fajar* mempertimbangkan nilai-nilai berita, yaitu menarik, kebaruan, dan penting bagi masyarakat sesuai interpretasi jurnalis. Redaksi *Harian Fajar* mengkonstruksi terkait akidah. *Harian Fajar* juga menyediakan informasi dengan tema-tema Islami bukan hanya untuk berdakwah kepada pembaca tetapi, meningkatkan loyalitas pembaca. Media memiliki kekuasaan memproduksi kelas melalui konten-konten yang menarik perhatian masyarakat. Secara keseluruhan, hasil teks dalam penelitian ini akan mengarah pada komodifikasi konten.

**Kata kunci:** *Harian Fajar*; ideologi; konten Islami; media cetak; wacana kritis

---

**Korespondensi:** Mifda Hilmiyah, M.I.Kom, Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Parepare, Jl. Amal Bhakti No.8, Bukit Harapan, Kec. Soreang, Kota Parepare, Sulawesi Selatan 91131,  
Email: mifdahilmiyah@iainpare.ac.id

**Menyerahkan:** Desember 2020, **Diterima:** Mei 2021, **Terbit:** Juli 2021

ISSN: 2549-0559 (cetak), ISSN: 2549-1946 (online), Website: <http://jurnal.unpad.ac.id/kajian-jurnalisme>

## PENDAHULUAN

Alat komunikasi massa yang berpengaruh di Indonesia di antaranya, televisi, portal berita, radio dan media cetak. Media cetak ini semakin berkembang dengan adanya kebebasan pers yang tercantum pada Undang-Undang Pers No.40 tahun 1999. Media cetak menerbitkan berbagai informasi untuk masyarakat dari perspektif yang beragam. Redaksi juga memiliki kebebasan untuk menerbitkan rubrik-rubrik tertentu selama mematuhi Undang-Undang dan kode etik jurnalistik.

Berbagai macam rubrik disediakan untuk memenuhi kebutuhan informasi. Rubrik tersebut biasanya berisi berita nasional, berita daerah, opini, kesehatan, politik, agama dan sebagainya. Salah satu rubrik yang menarik untuk diulas, yaitu konten-konten agama di media cetak. Pada masyarakat mayoritas beragama Islam, cerminan salah satu rubrik atau konten di media kadang kala menyimbolkan agama Islam. Salah satu faktor hadirnya konten Islami di media cetak adalah mayoritas pembaca dari media cetak tersebut beragama Islam. Di sisi lain, media cetak yang mengusung ideologi Islami sudah sangat jarang ditemukan. Padahal, media bertema Islami penting bagi khalayak muslim untuk mendapat referensi informasi dari perspektif Islam.

Di Indonesia pernah terbit surat kabar berbasis Islam seperti, Sarekat Islam menerbitkan *Bendera Islam* di Surabaya dan *Medan Moeslimin* di Surakarta. Pada zaman orde baru, pernah terbit majalah bernuansa Islam seperti *Majalah Sabili*, *Panji Masyarakat*, *Ummat* dan *Ulumul Qur'an* (Mahfud, 2014). Saat ini tidak ada surat kabar di Sulawesi Selatan yang mengusung jurnalisme Islam. Namun, beberapa koran lokal tetap menyajikan berita-berita Islami di beberapa pemberitaannya. Media cetak umum, seperti *Harian Fajar* yang terbit di Sulawesi Selatan masih menghadirkan konten-konten Islami di dalam pemberitaannya (Ama, 2013).

Salah satu media terbesar di Sulawesi Selatan ini terbit pertama kali tahun 1967 dengan nama *Expres*. Tahun 1981, pada bulan Oktober media *Expres* mengubah nama menjadi *Harian Fajar* dan terbit 5000 eksemplar. Kemudian, pada tahun 1988 bergabung dengan *Grup Jawa Pos*. Selama 16 tahun redaksi *Harian Fajar* berlokasi di Jalan Racing Centre, Makassar. Kemudian tahun 2007 pindah ke Gedung Graha Pena. Berita yang disajikan terkait peristiwa di Sulawesi Selatan dengan *tagline* "Bijak di Garis Tak Berpihak".

Eksistensi *Harian Fajar* selama bertahun-tahun terkait kemampuan pengelolaan struktur media. Struktur media di antaranya jurnalis, pemilik perusahaan, kebijakan dan agenda publik (Virajati & Setianto, 2019). Setiap elemen dalam struktur redaksi juga memengaruhi pemberitaan, sehingga teks menjadi fakta yang tidak bebas nilai. Pemberitaan bukan sekadar menyampaikan informasi, namun menjadi makna ideologis sebagai upaya memenangkan ide dan kebenaran. Media cetak seperti koran lokal menghadirkan berita yang berkualitas, namun di sisi lain harus berorientasi profit demi kelangsungan proses pemberitaan (Mubarak, 2019).

Tujuan penelitian ini adalah membongkar ideologi dalam konten Islami pada pemberitaan di media cetak di Sulawesi Selatan serta mengetahui ideologi yang memengaruhi konstruksi pemberitaan tersebut. Penelitian ini secara teoretis memberikan sumbangan pemikiran bagi keilmuan jurnalistik Islam. Penelitian ini menambah referensi akademik dalam bidang komunikasi dalam menggunakan teori-teori kritis dalam menganalisis konten media. Kontribusi praktisnya, penelitian ini menjadi referensi oleh jurnalis di media manapun mereka bekerja. Penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi khalayak agar dapat bersikap kritis terhadap informasi yang diterima melalui media massa dan dapat memahami maksud dan ideologi dari konten yang dimuat di media massa. Selain itu, pemberitaan bertema Islami pada media *mainstream* dapat diterapkan meskipun media massa tersebut bukan berbasis Islam.

Penelitian terkait komodifikasi pernah ditulis oleh Wulandari (2013) dan Rahman (2018). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah komodifikasi teks pemberitaan Islami di koran lokal. Penelitian terkait jurnalisme Islam pernah ditulis oleh Steele (2018) dalam sebuah buku berjudul *Mediating Islam: Jurnalisme Kontemporer di Negara-Negara Muslim Asia Tenggara*. Penelitian ini dilakukan pada tiga media nasional Indonesia, *Tempo*, *Republika* dan *Sabili*. Selain tiga lokasi tersebut, penelitian dilakukan di dua media Malaysia, *Harakah* dan *Malaysiakini*. Penelitian ini membahas bahwa *Tempo* dianggap mendukung modernisasi negara sekuler, pluralisme dalam agama, dan kebijakan pembangunan ekonomi. Namun jurnalis *Tempo* tidak sekuler bahkan tidak liberal dan bersikap skeptis. *Republika* sebagai surat kabar komunitas muslim lebih fokus pada partai-partai politik Islam serta surat kabar keluarga. *Sabili* sebagai media yang anti sekulerisme, liberalisme, dan pluralisme. *Harakah* surat kabar Partai Islam SeMalaysia, menyesuaikan prinsip jurnalisme dan kebutuhan partai politik. *Malaysiakini* menyediakan wacana ras, hak asasi manusia, sekaligus liputan kritis pemerintah. Redaksi media ini menentang diskusi agama di ruang redaksi. Persamaan dengan penelitian sebelumnya adalah membahas praktik jurnalisme di media massa. Perbedaannya adalah penelitian ini membahas wacana pada teks bertema Islami yang terdapat pada teks di media cetak di Sulawesi Selatan dan kaitannya dengan loyalitas pembaca sedangkan penelitian sebelumnya mengkaji ideologi media dan kaitannya dengan pemerintahan.

Penelitian Kasman (2017) dengan judul *Jurnalistik Dakwah (Sebuah Model Komunikasi Islami)*, membahas aspek teoretis jurnalistik Islam, konsep dasar jurnalistik Islam dan manajemen pers dakwah. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah pada pembahasan aspek teoretis jurnalistik Islam. Adapun perbedaannya, penelitian ini tidak hanya membahas aspek teoretis jurnalistik Islam tapi menganalisis wacana pada teks bertema Islami dan ideologi pada teks Islami pada media cetak di Sulawesi Selatan.

## METODE

Penelitian ini menggunakan paradigma kritis dengan metode analisis praktik wacana. Pendekatan ini digunakan karena peneliti bermaksud memperoleh gambaran yang mendalam, sistematis, faktual tentang ideologi yang ada di dalam teks media. Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif sebagai prosedur yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Sugiyono, 2014). Objek penelitian ini berupa teks yang ada di *Harian Fajar* dibatasi pada terbitan bulan Mei-Juli tahun 2019. Teks yang dianalisis adalah pemberitaan yang terkait Islam di periode tersebut karena pada periode tersebut merupakan periode bulan Ramadhan dan pelaksanaan Haji.

Penelitian ini menggunakan teori komodifikasi. Komodifikasi sebagai realisasi nilai surplus akibat kontrol pemodal atas alat-alat produksi (tekanan kepemilikan, kantor, dan lain-lain) yang memungkinkan pemodal untuk mendapatkan keuntungan lebih dari jumlah upah yang dibayarkan. Proses penciptaan nilai tukar pada konten komunikasi menarik seluruh hubungan sosial ke dalam komodifikasi, termasuk tenaga kerja, konsumen, dan modal. Media memperluas kesempatan untuk mengomersialkan konten dengan kemampuan menyebarkan informasi kepada khalayak. Implikasi dari komodifikasi ini, kehidupan dinilai berdasarkan transaksi ekonomi yang berfokus pada nilai tukar daripada nilai guna (Wenerda, 2015). Teks bukan hanya berorientasi informasi tapi berorientasi pada komoditas (Muktiyo, 2015).

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menganalisis teks, kemudian wawancara untuk memperdalam analisis. Teknik analisis data dengan memilih 18 teks bertema Islami, kemudian mengategorikan dalam subtema, kategori berita yang menjadi berita utama dipilih

menjadi unit analisis teks. Teks atau berita dianalisis dengan menggunakan analisis wacana. Teks dianalisis dengan mengonstruksi dinamika internal (ideologi) dan eksternal (pasar, sponsor dan sebagainya) kemudian strategi mengonstruksi teks serta penggunaan bahasa sebagai strategi membentuk wacana. Analisis wacana kritis menyatukan analisis teks, analisis proses produksi, dan analisis sosiokultural (Munfarida, 2014). Wacana menekankan pada pemaknaan teks yang mengandalkan interpretasi peneliti yang memungkinkan teks dimaknai berbeda dan beragam. Pendekatan ini digunakan karena peneliti bermaksud memperoleh gambaran yang mendalam, sistematis, faktual tentang ideologi yang ada dalam *latent* atau tersembunyi dan dianalisis pada tatanan mikro. Penelitian ini menggunakan analisis wacana kritis van Leeuwen, menampilkan bagaimana pihak-pihak dan aktor ditampilkan dalam pemberitaan. Pertama, *exclusion* berupa pasivasi, nominalisasi dan penggantian anak kalimat. Kedua, *inclusion*, yaitu memasukkan informasi sebagai strategi merepresentasikan individu ataupun kelompok berupa, diferensiasi-indeferensiasi, objektivasi-abstraksi, nominasi-kategorisasi, nominasi-identifikasi, determinasi-indeterminasi, asimilasi-individualisasi, dan asosiasi-disosiasi.

Analisis wacana kritis memandang wacana bahasa digunakan dalam tuturan dan tulisan sebagai bentuk praktik sosial yang dihubungkan dengan praktik kekuasaan. Dengan menggambarkan wacana sebagai praktik sosial menyiratkan adanya hubungan dialektik di antara peristiwa diskursif tertentu dengan situasi, institusi, dan struktur sosial yang mewadahnya. Peristiwa diskursif dibentuk oleh situasi, institusi, dan struktur sosial tersebut. Wacana ditetapkan dan juga dikondisikan secara sosial. Aspek-aspek pengondisian tersebut meliputi situasi, objek, pengetahuan dan identitas sosial, serta hubungan antara orang-orang dan berbagai kelompok orang. Hal tersebut sangat penting dalam pengertian bisa membantu dalam rangka mempertahankan dan memproduksi *status quo* sosial dan juga dalam pengertian memberi kontribusi pada transformasi *status quo* sosial tersebut. Wacana sengaja dibangun dan dibentuk sedemikian rupa untuk melanggengkan sebuah struktur kekuasaan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis data penelitian, peneliti menemukan makna *latent* atau tersembunyi dari pemberitaan *Harian Fajar*. Teks dianalisis dengan metode analisis wacana kritis dengan mengamati *exclusion* dan proses pemasukan *inclusion* dalam teks pemberitaan. Teks media yang dihadirkan di ruang pembaca menjadi hasil konstruksi jurnalis, editor dan kebijakan redaksi. Sehingga, teks perlu dianalisis untuk mengetahui ideologi yang terdapat dalam pemberitaan *Harian Fajar*.

### Pemberitaan Bermakna Dominan Motif Ekonomi

Representasi objektivikasi dalam *Harian Fajar* terdapat pada paragraf berikut:

“Direktur PT Sinar Galesong Mandiri, Felix Tandiawan mengatakan, kegiatan ini tentunya bertujuan meningkatkan ketakwaan kepada Allah SWT. Direktur PT Sinar Galesong Mandiri, Felix Tandiawan mengatakan berharap, kehadiran sufi bisa berkontribusi positif terhadap lingkungan yang dikunjungi.” (Harian Fajar, 2019f)

Subjek dituliskan secara jelas dengan menyebutkan nama dan jabatan dari penyelenggara kegiatan. Kegiatan tersebut diadakan untuk menyemarakkan kegiatan ramadan kerja sama PT Sinar Galesong Mandiri dan *Harian Fajar*. Fenomena yang berkembang dalam industri media massa adalah munculnya berbagai konten bertema agama. Konten bertema Islami sangat menarik bagi penganut agama Islam. Sebab, khalayak yang membaca berita bertema Islami memiliki kedekatan secara emosional saat membaca berita terkait dengan agama yang dianut. Khalayak akan tertarik mengetahui informasi yang terkait dengan keyakinannya atau dirinya

(Rianto, 2016).

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik tahun 2015, jumlah penduduk beragama Islam di Sulawesi Selatan berjumlah 7.416.488 jiwa dengan jumlah penduduk 8.342.047. Jumlah tersebut merupakan mayoritas dari pemeluk agama yang ada di Sulawesi Selatan. Ketika redaksi menyajikan berita yang bertema Islami membuat kemungkinan memunculkan ketertarikan pembaca untuk membaca konten berita di surat kabar. Hal ini terkait dengan nilai berita *emosional proximity*; pembaca cenderung mencari informasi yang berhubungan dengan dirinya secara emosional.

Teks yang ditampilkan menyebutkan sponsor secara berulang. Pengetahuan, sikap dan perilaku khalayak dapat berubah saat menerima pesan yang berulang-ulang. Repetisi ini memberikan kesadaran kepada khalayak mengenai *brand* dari sebuah produk. Pesan yang berulang akan tersimpan di alam bawah sadar khalayak yang mengakibatkan khalayak tertarik dan berminat untuk membeli sebuah produk. Repetisi informasi yang diterima khalayak akan diterima sebagai pandangan bersama bagi khalayak dan informasi tersebut akan sama dengan informasi yang ditampilkan media. Informasi media yang diterima khalayak akan dipersepsikan sama dengan apa yang dilihat khalayak di kehidupan nyata (Junaidi, 2018).

Adanya pemberitaan yang melibatkan PT Sinar Galesong Mandiri dan *Fajar* secara langsung menginformasikan sponsor dari kegiatan sufi ramadan. Sehingga, pemberitaan di atas mengaburkan konten promosi ke dalam berita. Pada konteks ini media berperan sebagai *dual product market* yaitu, media menyediakan konten berita sekaligus menghadirkan promosi sponsor dalam satu *timeline* (Dewanti, 2015). Pemberitaan seperti di atas termasuk dalam kategori iklan *below the line media* sebab digunakan dalam konten yang bersifat mendukung iklan utama di media massa (Erlita, 2016). Meskipun posisi sponsor hanya sebagai pendukung dari iklan utama, namun posisinya berada di halaman utama. Pemberitaan ini memungkinkan pembaca memberikan respon positif sebagai salah satu perusahaan yang dapat dipercaya. Tingkat kepercayaan kepada perusahaan memengaruhi pembaca untuk membeli produk.

### **Pemberitaan Bermakna Dominan Komodifikasi Konten**

Representasi deferensiasi terdapat pada berita yang berjudul “Perjuangan Penjual Kerupuk Menuju Baitullah Sejak 2003 Sisihkan Uang Receh”. Penggalan kalimat tersebut terdapat pada paragraf berikut:

“Penjual kerupuk naik haji. Ini bukan judul sinetron. Mardiana mewujudkan impiannya dengan menyisihkan uang receh hasil jualanannya. Sekalipun, dia hanya berjualan kerupuk dengan keuntungan tidak seberapa. Jika ada niat, Allah akan memudahkan.” (Harian Fajar, 2019g)

Pada berita yang berjudul *Perjuangan Penjual Kerupuk Menuju Baitullah Sejak 2003 Sisihkan Uang Receh*, penggunaan kata ‘sekalipun’ hanya memberikan penekanan untuk kata berjualan kerupuk ditambah dengan kata ‘keuntungan tidak seberapa’ memberi kesan bahwa sangat luar biasa jika seorang penjual kerupuk dapat menunaikan ibadah haji. Kalimat pertama dan kedua hanya menambah informasi sebagai strategi mengontraskan kalimat. Pada berita ini, teks berita yang dapat menimbulkan rasa iba, seperti ‘menyisihkan uang receh hasil jualanannya’, ‘dia hanya berjualan kerupuk dengan keuntungan tidak seberapa’, dan ‘kondisi ekonomi terbatas’. Hal ini terinternalisasi di redaksi media bahwa berita yang memiliki nilai berita *human interest* dan menimbulkan rasa iba akan menarik minat pembaca untuk mengetahui lebih jauh informasi tersebut. Sehingga berita tersebut dapat menjadi komodifikasi konten yang menarik.

## Pemberitaan Bermakna Dominan Domestifikasi Muslimah

Representasi nominasi dan indeferensiasi dalam rubrik *entertainment* berjudul “Hamil, Tetap Puasa” terdapat pada paragraf berikut:

“Perempuan 28 tahun ini mengaku tetap berpuasa karena permintaan suami, Usman bin Yahya. Sang suami, Usman bin Yahya menambahkan, walau hamil istrinya tetap puasa agar anaknya terbiasa menjalani perintah Allah.” (Harian Fajar, 2019a)

Nominasi dan indeferensiasi terkait dengan aktor sosial bisa ditampilkan dalam teks secara mandiri sebagai peristiwa unik atau khas atau bisa juga dibuat kontras dengan menampilkan peristiwa atau aktor lain dalam teks. Pada penggalan kalimat ‘Perempuan 28 tahun ini’ terjadi nominasi dan penyebutan nama suami termasuk dalam kategori indeferensiasi. Personal perempuan dalam berita ditampilkan sebagai perempuan muslimah yang patuh kepada suami. Kartika, salah satu artis terkenal di Indonesia memilih untuk menikah dengan ustaz yang bernama Usman bin Yahya. Kini, Kartika sedang mengandung anak dari Usman bin Yahya. Fakta inilah yang dimuat menjadi sebuah berita. Berita yang berjudul *Hamil, Tetap Puasa* ini, Kartika tetap berpuasa karena permintaan suami.

Perintah menjalankan puasa berasal dari Allah SWT. Hal ini sudah jelas dalam Al-Qur’an Surah Al-Baqarah ayat 183 yang artinya “*Wahai orang-orang yang beriman, diwajibkan atas kamu berpuasa sebagaimana diwajibkan atas orang sebelum kamu agar kamu bertakwa*”. Puasa pada bulan ramadan merupakan kewajiban bagi setiap umat Islam. Namun, untuk ibu hamil dan menyusui diberi keringanan untuk membayar fidyah sesuai dengan jumlah puasa yang ditinggalkan atau mengganti puasa di luar bulan ramadan jika ibu hamil dan menyusui tidak sanggup membayar fidyah. Padahal sudah jelas di dalam Al-Qur’an surah Al-Baqarah ayat 184 yang artinya “*Wajib bagi orang-orang yang berat menjalankannya (jika mereka tidak berpuasa) membayar fidyah, (yaitu) memberi makan seorang miskin*”.

Kewajiban berpuasa adalah kewajiban yang diperintahkan oleh Allah SWT kepada hamba-hambanya yang beriman. Pada pemberitaan *Hamil, Tetap Puasa* terdapat kalimat yang tertulis ‘Perempuan 28 tahun ini mengaku tetap berpuasa karena permintaan suami, Usman bin Yahya’, sehingga kalimat tersebut dimaknai kepatuhan melaksanakan ibadah puasa karena kepatuhan kepada suami.

Konstruksi muslimah yang patuh ini dibangun sesuai dengan kebutuhan dari media. Muslimah atau istri yang baik adalah patuh kepada permintaan suami. Suami dan istri dibentuk oleh *degree of power* (derajat kekuasaan) hingga pada tahap internalisasi ibadah. Identitas ini diperkuat oleh media sehingga membuat dominasi laki-laki menjadi konsep yang benar dan wajar. Kelebihan media massa yang mampu menjangkau khalayak menyebabkan konstruksi dominasi laki-laki adalah hal yang wajar sehingga menjadi konsensus di masyarakat. Berita yang serupa juga ditampilkan pada penggalan berita sebagai berikut:

“Keputusan menutup aurat ini juga mendapat dukungan dari sang suami, Adi Nugroho. Sampai pada Donita berkonsultasi dengan sang suami mengenai kewajiban seorang muslimah untuk berhijab. Adi Nugroho tidak memberikan paksaan kepada istrinya. Suamiku bilang, aku tidak memaksa kamu untuk berhijab, tapi aku sudah mewajibkan kamu.” (Harian Fajar, 2019c)

Teks menjelaskan bahwa Donita mantap untuk berhijab karena dukungan suami. Pada kutipan langsung juga dituliskan “Suamiku bilang, aku tidak memaksa kamu untuk berhijab, tapi aku sudah mewajibkan kamu.” Padahal perintah menggunakan hijab berasal dari Allah SWT yang dituliskan dalam Surah An-Nur ayat 31 yang artinya “*Dan katakanlah kepada para perempuan yang beriman, agar mereka menjaga pandangannya, dan memelihara kemaluannya, dan janganlah menampakkan perhiasannya (auratnya), kecuali yang (biasa) terlihat. Dan*

*hendaklah mereka menutupkan kain kerudung ke dadanya, dan janganlah menampakkan perhiasannya (auratnya), kecuali kepada suami mereka.”*

Perempuan dalam teks ditampilkan sebagai perempuan yang mandiri secara finansial dengan profesi sebagai artis, namun dalam teks disebutkan pilihan-pilihan menggunakan hijab mendapat dukungan suami. Pada teks tersebut, dukungan suami memiliki andil besar ketika Donita memutuskan untuk menggunakan hijab. Teks ini memberikan narasi bahwa setiap keputusan penting yang dibuat oleh perempuan, sebaiknya harus persetujuan dari suami/pasangan.

Teks menarasikan domestifikasi, pria mendominasi praktik dan produksi kehidupan perempuan. Sedangkan perempuan digambarkan sebagai personal yang menerima pandangan dan pengetahuan dari laki-laki. Laki-laki sebagai kategori sosial mendominasi perempuan sebagai kategori sosial yang lain karena laki-laki diuntungkan dengan adanya subordinasi perempuan.

### **Pemberitaan Bermakna Dominan Remaja Muslim Modern Berakhlak Karimah**

Representasi determinasi terdapat dalam penggalan berita sebagai berikut:

“Meski bukan Ramadan, Putri tidak pernah absen membaca ayat suci Al-Qur’an. Putri mengaji tak mengenal waktu. Entah itu setelah sahur, pada pagi hari atau saat waktunya sedang lowong. “Tetapi terkadang kita lupa untuk mengaji. Namanya manusia tidak luput dari kesalahan. Nah, disitulah kita harus lebih semangat lagi memperbaiki diri dengan lebih banyak membaca Al-Qur’an dan shalat lima waktu,” tandas Runner up Duta Keher 2019 ini.” (Harian Fajar, 2019d)

Rubrik ini berada di rubrik keher. Rubrik keher ditujukan untuk remaja yang hadir sejak 17 Agustus 2003. Rubrik ini mengajak remaja mencintai dunia literasi. Rubrik khusus remaja ini juga dikelola oleh remaja yang berumur 16 hingga 21 tahun. Berdasarkan teks di atas, peneliti menganalisis bahwa teks tersebut mendeterminasi aktor. Aktor atau peristiwa disebutkan secara jelas beserta prestasi yang diraih. Pemilihan remaja yang taat beribadah terkait dengan strategi dari redaksi untuk menarik pembaca remaja sebagai referensi remaja muslim/muslimah masa kini. Remaja modern dikonstruksi bukan hanya menghabiskan masa muda dengan hal yang tidak berguna, namun remaja modern juga menyediakan waktu untuk beribadah dengan membaca Al-Qur’an dan salat lima waktu. Proses menampilkan remaja muslim yang modern, teks media menanamkan makna bahwa menjadi remaja yang berprestasi, keren, namun tetap mempertahankan iman, dan memenuhi kewajiban ritual agama. Teks melibatkan produksi makna religius dengan memasukkan makna religius (atau ideologis) ke dalam teks.

Industri media memproduksi dan mendistribusi budaya serta menjawab kebutuhan masyarakat. Media melayani kebutuhan khalayak dengan menghadirkan hiburan, dan memberikan apa yang diinginkan khalayak. Media massa mengolah kebutuhan palsu, yaitu, kebutuhan yang diciptakan dan dipenuhi oleh kepentingan (Hereyah, 2011).

Media massa menghadirkan konsep yang disebut *supply* dan *demand*. Media massa bukan hanya menyuplai kebutuhan khalayak, tetapi menciptakan selera, cita rasa, imaji dan nalar dan selera sebagai bagian dari gaya hidup khalayak, termasuk remaja modern. Hal ini didukung oleh peningkatan khalayak muslim yang bertaraf ekonomi menengah ke atas sehingga memunculkan permintaan selera dan gaya hidup termasuk gaya hidup remaja modern. Kebutuhan dan permintaan ini berbeda dengan kebutuhan khalayak sebelumnya sehingga media menyesuaikan dengan kebutuhan khalayak remaja saat ini (Rozaki, 2013).

### **Pemberitaan Bermakna Toleransi**

Representasi determinasi terdapat pada penggalan berita yang berjudul “Safari Ramadan

Sambil Wisata Kuliner” sebagai berikut:

“Ramadan, salah satu moment yang baik untuk mempererat tali silaturahmi dengan sesama umat, Seperti yang dilakukan oleh Panglima TNI, Marsekal TNI Hadi Tjahjanto, yang didampingi oleh Kapolri, Jenderal Pol Tito Karnavian di Lanud Sultan Hasanuddin Makassar, Mandai Maros. Marsekal TNI Hadi Tjahjanto mengatakan bahwa kedatangan ke Lanud Sultan Hasanuddin dalam agenda safari ramadan. Tujuan yakni menjalin silaturahmi dengan semua jajaran TNI dan Polri yang ada di Sulsel.” (Harian Fajar, 2019h)

Pada berita yang berjudul “Safari Ramadan Sambil Wisata Kuliner” edisi 12 Mei 2019 mengangkat tema toleransi sebab menuliskan narasumber dari petinggi TNI dan Polri. Pada pemberitaan ini, teks menerapkan jurnalisme damai dengan menuliskan bahwa petinggi TNI dan Polri berkunjung ke Makassar untuk melakukan safari ramadan sekaligus meningkatkan silaturahmi antara TNI dan Polri.

Teks ini ditambahkan dengan kalimat “untuk mempererat tali silaturahmi dengan sesama umat”. Berita ini seperti menjadi oase di padang pasir di tengah “panas dingin” hubungan TNI dan Polri. Seperti dilansir *Tirto.id* edisi 13 Desember 2018 yang menuliskan judul “Sejarah Hubungan Panas Dingin TNI-Polri: Seperti Tom dan Jerry”. Berita ini diangkat setelah peristiwa bentrokan anggota TNI dan anggota polsek Ciracas Jakarta. Setelah itu *Tirto.id* edisi 15 Desember 2018 juga menuliskan judul berita “Relasi TNI-Polri Pasca Reformasi: Elitenya Akur, Bawahannya Tidak”. Berdasarkan laporan *Tirto.id* September 2002-Juni 2018, terdapat 13 bentrokan antara TNI dan Polri yang mengakibatkan 6 orang meninggal dunia dan 24 orang luka (Matanasi, 2018).

### **Pemberitaan Bermakna Dominan Aqidah, Ibadah dan Muamalah**

Representasi nominasi terdapat pada penggalan berita yang berjudul “Menghapus Tato, Meretas Jalan Hijrah” sebagai berikut:

“Ia membulatkan tekad untuk menghapus seni rajah tubuh yang telah menyatu dengan dagingnya. Upaya membersihkan tubuhnya menjadi langkah awal untuk menempuh jalan hidup yang lebih baik.” (Harian Fajar, 2019e)

Pada *headline* berita dituliskan judul “Menghapus Tato, Meretas Jalan Hijrah”. Judul ini sangat jelas menghubungkan antara menghapus tato dengan proses hijrah seseorang. Hal ini sesuai dengan HR. Bukhari, bahwa Allah melaknat orang-orang yang menato dan meminta ditato. Tulisan ini tidak akan dimuat jika tidak sesuai dengan ideologi dari jurnalis ataupun dari redaksi. Di sinilah fungsi media massa menanamkan ideologi kepada khalayak. Media menyediakan sarana untuk menyampaikan ideologi dominan kepada khalayak hingga membentuk kultur masyarakat. Perubahan perilaku pada masyarakat dan berkaitan erat dengan pengetahuan.

### **Pemberitaan Bermakna Dominan Pemulihan Reputasi**

Representasi abstraksi terdapat pada rubrik Metropolis (halaman 9) berjudul “Korban dan JUT Cs Sudah Berdamai” sebagai berikut:

“Sidang pengrusakan yang diduga dilakukan mantan Panglima Laskar Jihad, Jafar Umar Thalib (JUT) dan santrinya kembali digelar di Pengadilan Negeri Makassar, Kamis 27 Juni 2019. Terdakwa mengakui ada pengrusakan. Sajam (samurai) yang dibawa santrinya hanya digunakan untuk memotong kabel dan menusuk speaker. Bukan untuk menakut-nakuti atau membunuh.” (Harian Fajar, 2019b)

Latar belakang peristiwa tidak dijelaskan dalam berita ini. Latar belakang peristiwa dikeluarkan (*exclusion*) pada teks. Sehingga latar belakang peristiwa menjadi abstrak. Terdakwa

diberitakan kompromi dalam persidangan dan terdakwa dan korban telah berdamai yang dituliskan di dalam teks “Bisa dikatakan tuntas”. Pada berita ini, jurnalisme yang diterapkan adalah jurnalisme damai dengan memberikan judul *Korban dan JUT Cs Sudah Berdamai*. Dengan judul ini memberikan makna antara korban dan pelaku telah menyelesaikan masalah secara personal. Namun, proses hukum tetap berlanjut.

Korban dalam teks tidak diberikan ruang untuk hadir di dalam teks. Sedangkan pelaku yang merupakan Panglima Laskar Jihad Jafar Umar Thalib diberitakan melaksanakan ibadah salat setelah persidangan. Bahkan foto berita memuat seperempat halaman foto sedang berwudu. Imaji dalam teks ini memberi makna bahwa pelaku adalah penganut agama yang taat. Pemulihan citra tersebut dapat dilakukan dengan memasukkan representasi simbol religius dalam teks media. Proses ini disederhanakan dalam bentuk simbol-simbol agama dalam teks. Berdasarkan pembacaan teks, peneliti menilai adanya komodifikasi agama dalam teks. Hal ini berlaku dengan memberikan informasi yang baik terkait orang-orang yang berurusan dengan pengadilan, kemudian simbolkan melakukan ritual-ritual keagamaan.

### **Pemberitaan Bermakna Dominan Radikalisme Terkait Islam**

Representasi asosiasi terdapat pada berita yang berjudul “Tinggalkan Sulsel, Mengebom di Filipina” sebagai berikut:

“Ayah Ulfa, Muh Saleh juga sempat terlihat. Ia sedang mengendarai motor. Rencananya akan menunaikan ibadah. Imam masjid di kompleks Rullie, Jaja Munadi mengaku mengenal pasangan Rullie dan Ulfa sejak 2015 lalu. Sehari-hari menjual nasi kuning dari pagi hingga pukul 11.00.” (Harian Fajar, 2019i)

Kecenderungan media saat ini mengidentikkan aksi-aksi pengeboman dengan simbol-simbol agama tertentu. Terlepas dari agama yang dianut aktor dalam teks tersebut. Namun, media melegitimasi aksi tersebut sebagai bagian dari perilaku penganut agama tertentu. Pelaku pengebom dikaitkan dengan ahli ibadah dengan menjelaskan dalam teks bahwa ayahnya terlihat akan menunaikan ibadah dan imam masjid mengaku mengenal pelaku bom. Narasumber yang dipilih merupakan narasumber sekunder karena hanya mengaku mengenal pelaku. Harusnya yang menjadi narasumber adalah orang-orang kredibel, seperti keluarga pelaku atau ketua RT/RW yang bertanggung jawab kepada warganya.

Pemilihan narasumber ini menghubungkan pelaku dengan narasumber beserta dengan karakter dari narasumber. Memilih Imam masjid, Jaja Munadi menjadi narasumber melegitimasi bahwa pelaku pengeboman dikenal imam masjid. Hal ini bisa dimaknai secara tidak langsung bahwa imam masjid (sebagai pemimpin salat dan pemimpin umat Islam) secara *latent* atau tersembunyi memiliki kaitan dengan pelaku pengeboman.

Untuk menentukan kualitas informasi yang disampaikan kepada pembaca, salah satunya kualitas dan kredibilitas dari narasumber. Tingkatannya, mulai dari pelaku dan korban, saksi mata, pihak berwenang dan pengamat (Basuki, 2017). Pada berita yang berjudul “Tinggalkan Sulsel, Mengebom di Filipina” narasumber yang dipilih adalah tetangga dan imam masjid. Namun, tetangga dan imam masjid tidak mengetahui sebenarnya konteks peristiwa pengeboman tersebut. Tetangga dan imam masjid hanya sekadar mengetahui bahwa Rullie dan Ulfa sehari-harinya menjual nasi kuning. Tidak ada hasil wawancara dari orang yang sangat mengenal kedua pasangan yang diduga menjadi pelaku pengeboman. Sehingga, memilih narasumber tetangga dan imam masjid penulis anggap tidak tepat.

Berdasarkan analisis pada teks tersebut pelaku pengeboman diasosiasikan atau dikaitkan dengan orang ahli ibadah. Teks ini dapat menggiring pandangan pembaca bahwa radikalisme identik dengan Islam.

### Pengaruh Ideologi ke Dalam Teks

Berdasarkan hasil analisis, konten-konten Islami berita di *Harian Fajar*. Makna ideologi yang dianut oleh *Harian Fajar* adalah konten Islami dimasukkan dalam teks sebagai upaya menjaga loyalitas pembaca dan pengiklan. Hal ini dijawab oleh pimpinan redaksi *Harian Fajar* terkait iklan yang dijadikan berita.

“Iya, sering juga, sering juga begitu. Tapi, *kan* di sini kalau konten iklan harus dipisah mana konten iklan mana konten berita. Karena iklan *kan* umumnya pasti bersifat pengumuman, bersifat apa. Kalau berita pasti bersifat kegiatan. Jadi masih bisa kita pilah mana iklan mana berita. Karena kalau iklan itu display pengumuman, pasang iklan biasanya kita ikuti dengan *service* diberitakan, begitu. Tapi, kalau dia tidak pasang ini diberitakan iya menunggu *meki*, sapa tau tidak ada halaman, terbatas *kan* halamannya” (Al Farizi, Wawancara, 10 Oktober 2019).

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa redaksi tidak memungkiri adanya iklan yang dijadikan berita. Tergantung dari cukup tidaknya halaman untuk berita. Namun, bagi pemasang iklan disediakan ruang untuk diberitakan dalam bentuk tulisan. Hal serupa, ketika terdapat narasumber dari perusahaan yang dimuat di *Harian Fajar*, dan menguntungkan narasumber secara langsung.

“Kita menganggap mereka itu klien kita. Suatu saat mereka butuh, mereka beriklan, karena pasti ada kue iklannya. Iya *kan*, kita beritakan dia senang dia baca dan kita juga punya langganan disana *kan*, kita ada koran di sana sekian ribu karyawannya, pasti sekian ratus yang langganan. Aksi korporasi ceritanya. Aksi korporasi itu penting diberitakan karena mereka punya konstituen minimal dibaca karyawannya, minimal dibaca karyawannya, pesaingnya, pengambil kebijakan misalnya dalam hal ini di bawah sama BUMN misalnya dibaca sama petinggi Jakarta, salah *kan* berita ini *ngapain* dia bikin begini begini, disitu asas pentingnya. Makanya kita beritakan” (Al Farizi, Wawancara, 10 Oktober 2019).

Dari hasil wawancara ini informan mengakui bahwa ada posisi yang saling menguntungkan antara perusahaan dan redaksi. Perusahaan mendapat *brand* positif, sedangkan redaksi bisa saja memperoleh iklan ataupun loyalitas pembaca. Namun, di sisi lain, informan mempertimbangkan aspek penting dari suatu peristiwa yang dimuat di *Harian Fajar*. Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber, terkait dengan pemilihan tema Islami sebagai berikut:

“Ya, pembaca akan bertambah, karena linier itu kesempatan orang membaca dengan tingkat pembacaan. Ramadan banyak orang duduk-duduk banyak istirahat, sehingga dia pasti mencari bacaan bukan hanya koran, penggunaan hp di bulan ramadan itu tinggi di bulan ramadan, itu data. Seperti *traffick* berita kita kalau di bulan ramadan itu naik apalagi siang-siang begini. Nanti *traffick* berita turun kalau malam habis magrib. Jam sembilan ke atas naik lagi dibaca lagi. Jadi, ada fenomena kalau ramadan itu tingkat bacaan baik koran maupun *online* naik” (Al Farizi, Wawancara, 10 Oktober 2019).

Informan mengakui bahwa adanya rubrikasi bertema Islami akan meningkatkan jumlah pembaca, terlebih mengetahui kondisi sosial masyarakat yang banyak menggunakan waktu luang di bulan ramadan untuk membaca. Terlebih, redaksi dapat mengetahui aktivitas pembacaan media melalui *traffick* media *online* sehingga menguatkan pandangan redaksi untuk menyajikan berita-berita bertema Islami. Demikian pula, terkait pemberitaan haji, informan menyadari pentingnya rubrik haji di *Harian Fajar*.

“Haji itu sejak lama menjadi bacaannya *Fajar*. Di Sulsel tingkat antrian haji itu di Indonesia tertinggi kedua setelah Jawa Barat. Jawa Barat *kan* banyak penduduknya. Di sini kalau saya tidak salah 12 tahun antriannya. Kita melihat dengan antrian yang begitu banyak, banyak masyarakat yang cari bacaan soal haji, info-info tentang haji meskipun bisa akses di internet, bisa akses di *smartphone* tapi, info haji itu masih dibaca di koran. Jadi kalau musim haji itu, koran *Fajar* banyak beredar di asrama haji sebagai bentuk pelayanan kepada jamaah” (Al Farizi, Wawancara, 10 Oktober 2019).

Berdasarkan wawancara tersebut, redaksi *Harian Fajar* menyediakan rubrik haji karena melihat animo masyarakat untuk mengetahui informasi-informasi terkait haji. Hampir sama dengan analisis dari penulis bahwa informasi terkait haji disebabkan adanya jumlah masyarakat yang tertarik terhadap informasi haji.

Informan juga menjawab pertanyaan terkait dengan ideologi agama mempengaruhi *angle* penulisan sebagai berikut:

“Hampir tidak pernah, iya ini *kan* liputan reportase peristiwa jadi dibingkai oleh alur jurnalistik peristiwa bukan misalnya, pandangan agama yang ingin dikomentari bukan seperti itu. Jadi, konten-konten agama kita itu umumnya adalah kegiatan keagamaan atau peristiwa keagamaan. Adapun misalnya, tema-tema khusus bagaimana cara berdoa bagaimana cara malam pertama ramadan antara NU dan Muhammadiyah biasanya berbeda, kita beritakan dua dua, diambil dari semua sisinya” (Al Farizi, Wawancara, 10 Oktober 2019).

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, *angle* pemilihan berita *Harian Fajar* berdasarkan peristiwa, bukan terkait pandangan agama. Hal ini sejalan dengan prinsip jurnalisme, yaitu jurnalis harus mengedepankan ketidakberpihakan dan menyampaikan informasi secara *cover both side* (Saidulkarnain, 2014). Konten-konten agama yang dituliskan berdasarkan kegiatan keagamaan. Namun, di sisi lain redaksi menyediakan ruang bagi reporter untuk menuliskan konten Islami. Penulis menanyakan jurnalis yang ingin memasukkan berita terkait “ideologi atau keyakinannya”.

“Ada, ada sih. Tapi, umumnya itu bersifat perencanaan sehingga dia kerjakan itu. Bukan inisiatif dari reporter. Kita rapat setiap hari, perencanaan itu kita rencanakan besok temanya ini, iya kan dan mereka cari narasumbernya, jadi soal tema tidak diperdebatkan kadang-kadang narasumbernya yang mesti dipilah. Misalnya, orang Muhammadiyah terus ambil lagi NU nya supaya *balance* toh, wahdah, ya gitu-gitu. Seimbang dan tidak ada yang dominan, apalagi menyerempet ke hal perbedaan itu kita sudah kita *cut* dan semua punya ruang di sini. *Fajar* itu jangankan NU atau Muhammadiyah, orang Cina saja datang ke sini, kita beritakan” (Al Farizi, Wawancara, 10 Oktober 2019).

Berdasarkan wawancara ini, redaksi terbuka dengan pemikiran-pemikiran yang berbeda di kalangan redaksi. Redaksi berusaha menyeimbangkan “organisasi-organisasi yang berbeda dalam konten berita. Terkait dengan berita yang dipilih, narasumber juga menjelaskan bahwa:

“Kita tuh, ini *kan* rumus umum, berita harus menarik, kemudian penting dan ada kebaruan *update*. Jadi, rumus ini aja pasti kita bisa memilah mana peristiwa *update*, mana peristiwa yang menarik, mana yang penting, maksudnya penting itu, masyarakat umum, jadi kalau memenuhi ketiga-ketiga ini berarti bagus” (Al Farizi, Wawancara, 10 Oktober 2019).

Berdasarkan hasil wawancara ini, redaksi menerapkan nilai-nilai berita dalam menyajikan informasi kepada pembaca. Aspek ini penting karena berhubungan dengan kepentingan masyarakat umum. Konten berita yang disajikan juga harus menarik untuk dibaca, sehingga hal inilah yang menjadi pertimbangan redaksi untuk memilih informasi yang akan disajikan kepada pembaca.

**Tabel 1.** Ringkasan Temuan Wacana Kritis Berita Islami di Harian Fajar

<b>Terbitan</b>	<b>Rubrik</b>	<b>Isi Naskah</b>	<b>Analisis</b>	<b>Alasan</b>	<b>Ideologi</b>
8 Mei 2019	Suzuki-Fajar (Sufi) Ramadan	Direktur PT Sinar Galesong Mandiri, Felix Tandiawan mengatakan, kegiatan ini tentunya bertujuan meningkatkan ketakwaan kepada Allah SWT.	Objektivasi	Subjek dijelaskan dengan jelas dengan menyebutkan nama dan jabatan dari penyelenggara kegiatan.	Ekonomi
13 Juli 2019	Headline tengah bawah	Sekalipun, dia hanya berjualan kerupuk dengan keuntungan tidak seberapa. Jika ada niat, Allah akan memudahkan.	Diferensiasi	Kalimat pertama dan kedua hanya menambah informasi sebagai strategi mengontraskan kalimat.	Komodifikasi
9 Mei 2019	Entertainment	Perempuan 28 tahun ini mengaku tetap berpuasa karena permintaan suami, Usman bin Yahya.  Sang suami, Usman bin Yahya menambahkan, walau hamil istrinya tetap puasa agar anaknya terbiasa menjalani perintah Allah.	Nominasi dan Indefrensiasi	Aktor sosial bisa ditampilkan dalam teks secara mandiri sebagai peristiwa unik atau khas atau bisa juga dibuat kontras dengan menampilkan peristiwa atau aktor lain dalam teks. Pada kata Perempuan 28 tahun ini terjadi Nominasi dan penyebutan nama suami terjadi Indefrensiasi.	
10 Mei 2019	Keker	Meski bukan Ramadan, Putri tidak pernah absen membaca ayat suci Al-Qur'an. "lebih banyak membaca Al Quran dan salat lima waktu" tandas Runner up Duta Keker 2019 ini.	Determinasi	Aktor atau peristiwa disebutkan secara jelas. Subjek dijelaskan dengan jelas dan prestasi yang diraih.	Remaja Muslim Modern

12 Mei 2019	Peristiwa (Hal 2)	Alinea kedua: Ramadan, salah satu momen yang baik untuk mempererat tali silaturahmi dengan sesama umat, Seperti yang dilakukan oleh Panglima TNI, Marsekal TNI Hadi Tjahjanto, yang didampingi oleh Kapolri, Jenderal Pol Tito Karnavian di Lanud Sultan Hasanuddin Makassar, Mandai Maros.	Determinasi	Pihak yang terlibat dituliskan dengan jelas.	Toleransi
23 Juni 2019	Headline	Alinea ketiga dan keenam: Ia membulatkan tekad untuk menghapus seni rajah tubuh yang telah menyatu dengan dagingnya.	Nominasi	Suatu kelompok/ individu didefinisikan dengan memberi anak kalimat sebagai penjelas.	Aqidah
28 Juni 2019	Metropolis (halaman 9)	Terdakwa mengakui ada pengrusakan. Sajam (samurai) yang dibawa santrinya hanya digunakan untuk memotong kabel dan menusuk <i>speaker</i> . Bukan untuk menakut-nakuti atau membunuh.	Abstraksi	Latar belakang peristiwa tidak dijelaskan dalam berita ini. Terdakwa diberitakan kompromi dalam persidangan dan terdakwa dan korban telah berdamai.	Karakter Muslim Baik
27 Juli 2019	Headline	Ayah Ulfa, Muh Saleh juga sempat terlihat. Ia sedang mengendarai motor. Rencananya akan menunaikan ibadah.  Imam masjid di kompleks Rullie, Jaja Munadi mengaku mengenal pasangan Rullie dan Ulfa sejak 2015 lalu.	Asosiasi	Pelaku pengebom dikaitkan dengan orang ahli ibadah, seperti ayahnya yang terlihat akan menunaikan ibadah dan imam masjid mengaku mengenal pelaku bom. Harusnya yang menjelaskan adalah ketua RT atau RW yang bertanggung jawab kepada warganya.	Radikalisme identik dengan Islam

Sumber: Hasil penelitian, 2019

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti mengkaji bahwa kekuasaan tidak hanya beroperasi pada jalur-jalur formal, hukum dan institusi negara tetapi juga beroperasi melalui wacana untuk mendefinisikan suatu kelompok benar atau buruk. Melalui pemberitaan secara terus-menerus,

media secara tidak langsung membentuk kesadaran di kepala khalayak mengenai sesuatu.

Proses komodifikasi dalam komunikasi melibatkan transformasi pesan menjadi produk berharga. Logika ekonomi mengatur konten media massa hingga tahap perubahan perilaku atau budaya khalayak. Secara keseluruhan hasil teks pada penelitian ini akan berujung pada komodifikasi konten. Komodifikasi konten dalam teks disebabkan adanya berita dihubungkan dengan usia dan kemiskinan, orang-orang yang terkenal dan penempatan pemilik media pada *headline* berita. Makna dominan dukungan pemerintah terhadap agama terkait dengan hubungan media dan kekuasaan. Selain itu, Komodifikasi konten ini akan berujung pada kepentingan ekonomi untuk menarik minat pembaca. Makna dominan remaja muslim modern berakhlak karimah juga bertujuan untuk menarik pembaca dari kalangan remaja. Makna dominan domestifikasi muslimah dan aqidah terkait dengan ideologi dari jurnalis maupun redaksi dalam struktur media. Sedangkan, makna dominan toleransi, pemulihan reputasi dan radikalisme merupakan isu-isu yang “seksi” untuk dibahas saat ini, sehingga isu-isu tersebut akan berujung pada upaya menghadirkan konten menarik bagi pembaca. Dominasi ini berguna untuk mempertahankan ketidaksetaraan penguasa dan subordinat. Dengan bahasa lain, media termasuk surat kabar berguna untuk memproduksi kelas.

## SIMPULAN

Secara garis besar Harian Fajar memiliki ideologi ekonomi, kekuasaan dan aqidah yang berujung komodifikasi konten. Ideologi ekonomi terkait dengan adanya iklan yang dikonstruksi menjadi berita. Ideologi aqidah melalui konstruksi rubrik Islami yang bertujuan untuk berdakwah dan meningkatkan loyalitas pembaca. Ideologi kekuasaan ditunjukkan dengan kemampuan media untuk memproduksi kelas melalui isu-isu yang menarik perhatian masyarakat.

Komodifikasi konten pada tema Islami dan konten berita pada umumnya tidak mungkin dihilangkan. Saran peneliti, media seharusnya menerapkan tanggung jawab sosial kepada masyarakat. Di sisi lain, pembaca media sebaiknya memiliki kesadaran kritis atas konstruksi pemberitaan-pemberitaan di media massa.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ama, M. I. (2013). *Kebijakan redaksional Harian Fajar dalam menentukan foto headline* (Universitas Hasanuddin). Universitas Hasanuddin. Diakses dari [http://digilib.unhas.ac.id/uploaded\\_files/temporary/DigitalCollection/MGZIOTI3NmI2NGFjMjQyZDUxZDhkMDU5MmZiYzQ3NzAzODc1NjliYg==.pdf](http://digilib.unhas.ac.id/uploaded_files/temporary/DigitalCollection/MGZIOTI3NmI2NGFjMjQyZDUxZDhkMDU5MmZiYzQ3NzAzODc1NjliYg==.pdf)
- Basuki, B. (2017). *Jurnalistik dasar resep dari dapur Tempo*. Jakarta: Tempo Institute.
- Dewanti, I. F. (2015). *Analisis isi komentar pemberitaan pada portal berita Republika Online (Studi analisis isi komentar pemberitaan tentang pro kontra menteri Susi Pudjiastuti pada portal berita Republika Online periode 27 Oktober 2014 – 13 November 2014)* (Universitas Sebelas Maret). Universitas Sebelas Maret. Diakses dari <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/47707/>
- Erlita, N. (2016). Potret periklanan di media massa Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Sosial*, 5(2), 199–210. Diakses dari <https://www.neliti.com/id/publications/237542/potret-periklanan-di-media-massa-indonesia#cite>
- Harian Fajar. (2019a). Hamil, tetap puasa. *Harian Fajar*, p. 20.
- Harian Fajar. (2019b). Korban dan JUT Cs sudah berdamai. *Harian Fajar*, p. 9.
- Harian Fajar. (2019c). Mantap berhijab. *Harian Fajar*, p. 20.
- Harian Fajar. (2019d). Mengaji bikin hati tenang. *Harian Fajar*, p. 14.

- Harian Fajar. (2019e). Menghapus tato, meretas jalan hijrah. *Harian Fajar*, p. 1.
- Harian Fajar. (2019f). Misi makmurkan masjid. *Harian Fajar*, p. 1.
- Harian Fajar. (2019g). Perjuangan penjual kerupuk menuju baitullah sejak 2003 sisihkan uang receh. *Harian Fajar*, p. 1.
- Harian Fajar. (2019h). Safari ramadan sambil wisata kuliner. *Harian Fajar*, p. 2.
- Harian Fajar. (2019i). Tinggalkan Sulsel,engebom di Filipina. *Harian Fajar*, p. 1.
- Hereyah, Y. (2011). Media massa: Pencipta industri budaya pencerahan yang menipu massa studi simulacra dan hiperrealitas film AVATAR. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 95–104. <https://doi.org/10.31937/ultimacomm.v3i2.204>
- Junaidi. (2018). Mengenal teori kultivasi dalam Ilmu Komunikasi. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study*, 4(1), 42–51. <https://doi.org/10.31289/simbollika.v4i1.1461>
- Kasman, S. (2017). Jurnalistik dakwah (Sebuah model komunikasi Islami). *Jurnal Jurnalisa: Jurnal Jurusan Jurnalistik*, 3(1), 46–60. <https://doi.org/10.24252/jurnalisa.v3i1.3058>
- Mahfud, C. (2014). Ideologi media Islam Indonesia dalam agenda dakwah: Antara jurnalisme profetik dan jurnalisme provokatif. *Jurnal Dakwah*, 15(1), 1–18. <https://doi.org/10.14421/jd.2014.15101>
- Matanasi, P. (2018). Sejarah hubungan panas dingin TNI-Polri: Seperti Tom dan Jerry. Diakses dari Tirto.id website: <https://tirto.id/sejarah-hubungan-panas-dingin-tni-polri-seperti-tom-dan-jerry-dbNc>
- Mubarak, D. F. (2019). Konstruksi teks pemberitaan calon gubernur Sulsel periode 2018 pada *Harian Fajar* (Studi pada berita tentang penjarangan Cagub). *Jurnal Diskursus Islam*, 7(1), 1–20. <https://doi.org/10.24252/jdi.v7i1.5727>
- Muktiyo, W. (2015). Komodifikasi budaya dalam konstruksi realitas media massa. *MIMBAR: Jurnal Sosial Dan Pembangunan*, 31(1), 113–122. <https://doi.org/10.29313/mimbar.v31i1.1262>
- Munfarida, E. (2014). Analisis wacana kritis dalam perspektif Norman Fairclough. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 8(1), 1–19. <https://doi.org/10.24090/komunika.v8i1.746>
- Rahman, M. (2018). Visualisasi agama di ruang publik: Komodifikasi, reproduksi simbol dan maknanya. *HUMANISTIKA: Jurnal Keislaman*, 4(1), 91–106. <https://doi.org/10.36835/humanistika.v4i1.32>
- Rianto, P. (2016). Media Baru, Visi Khalayak Aktif dan Urgensi Literasi Media. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 1(2), 90–96. <https://doi.org/10.25008/jkiski.v1i2.54>
- Rozaki, A. (2013). Komodifikasi Islam (Kesalehan dan pergulatan identitas di ruang publik). *Jurnal Dakwah*, 14(2), 199–212. Diakses dari <http://ejournal.uin-suka.ac.id/dakwah/jurnaldakwah/article/view/281>
- Saidulkarnain, I. (2014). *Jurnalisme modern*. Jakarta: Elex Media Computindo.
- Steele, J. (2018). *Mediating Islam: Jurnalisme kosmopolitan di negara-negara muslim Asia Tenggara*. Yogyakarta: Bentang Pustaka.
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian pendidikan: pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Virajati, C., & Setianto, W. A. (2019). Kebijakan redaksi media dalam pemberitaan kehumasan (Analyzing editorial policy in public relations release). *Jurnal IPTEK-KOM: Jurnal Ilmu Pengetahuan & Teknologi Informasi*, 21(1), 59–73. <https://doi.org/10.33164/iptekkom.21.1.2019.59-73>

- Wenerda, I. (2015). Ekonomi politik Vincent Moscow oleh media online entertainment kapanlagi.com<sup>TM</sup>. *CHANNEL: Jurnal Komunikasi*, 3(1), 1–14. <https://doi.org/10.12928/channel.v3i1.2417>
- Wulandari, C. (2013). Komodifikasi pemberitaan tentang kasus korupsi di media cetak. *UG Jurnal*, 7(9), 15–17. Diakses dari <https://ejournal.gunadarma.ac.id/index.php/ugjournal/article/view/1447>