

Peran Jurnalisme Islam di Tengah Hegemoni Pers Barat dalam Globalisasi Informasi

Hakim Syah¹
syah.hakim@yahoo.com

Abstract: In the information age today, Muslims are faced with the dominant Western media, which sometimes biased in informing the world of Islam. This condition seems to require Muslim communities to create alternative media to provide correct information about Islam and the information based on Islamic values. Thus Islam journalism will play a significant role in the global information.

Keywords: Islamic jurnalisme, hegemony, globalization

Abstrak Di era informasi saat ini masyarakat Muslim dihadapkan dengan dominasi media Barat yang kadangkala bias dalam melakukan pemberitaan dunia Islam. Kondisi ini sepertinya menuntut masyarakat Muslim untuk menciptakan media alternatif untuk memberikan informasi yang benar tentang Islam dan berdasarkan nilai-nilai Islam. Diharapkan jurnalisme Islam akan memainkan peran penting dalam dunia informasi global.

Kata Kunci: jurnalism Islam, hegemoni, globalisasi

Pendahuluan

Revolusi teknologi informasi dan komunikasi telah membawa umat manusia pada sebuah era baru. Saat sekarang ini masyarakat dunia berada pada era informasi. Alvin Toffler beberapa dasawarsa lalu meramalkan bahwa pada suatu masa kekuatan dunia akan dikendalikan oleh informasi. *The highest power is information*. Inilah yang disebut Toffler sebagai *The Third Wave* (1980). Menurutnya

¹ Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Jurusan Dakwah, IAIN Palangka Raya

gelombang ketiga ditandai oleh kekayaan informasi. Semua informasi yang diinginkan bisa diakses oleh siapa saja dan melalui media apa saja. Semua bisa dicari dan diperoleh dengan relatif mudah. Satu di antara sekian banyak kemudahan yang dirasakan umat manusia dewasa ini adalah mereka tidak lagi melakukan segala sesuatu —memberi dan memperoleh informasi-- dengan susah payah dan manual. Saat sekarang semua itu bisa dilakukan dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi.

Kehadiran teknologi informasi dan komunikasi yang terus berkembang pesat dari waktu ke waktu telah memunculkan realitas baru di tengah masyarakat dunia. Realitas baru tersebut adalah pasar bebas ide (*free market of ideas*). Semua itu ditunjang dengan teknologi informasi dan komunikasi. Semua orang berlomba memperoleh informasi sebanyak-banyaknya tentang apa saja yang menyangkut hidup dan kehidupannya. Revolusi informasi kini dijajakan sebagai suatu rahmat besar bagi umat manusia. “*We are all now suffering information overload,*” kata Frederick William dalam *The Communication Revolution* (1982).

Era informasi global ini yang disebut Daniel Bell sebagai era *pascaindustri* memang menjanjikan banyak prospek dan iming-iming janji dan harapan. Pertama, teknologi komunikasi akan semakin canggih, melimpah dan beraneka ragam dalam bentuk dan jenisnya. Orang akan semakin punya banyak pilihan sesuai dengan minat, kebutuhan, dan *kecek*-nya. Kedua, akses orang terhadap informasi semakin tinggi dan mendunia. Ini berarti akan membuat orang semakin cerdas dan terampil. Orang semacam ini kata Toffler kelak akan membentuk kelas sosial yang disebutnya kelompok *kognitariat*. Ketiga, era informasi akan menjanjikan peluang banyaknya tenaga kerja yang mengkhususkan diri bekerja di bidang produksi dan distribusi informasi, termasuk dalam proses penyimpanan data dalam komputer. Dengan begitu, era informasi akan semakin menjamin dan meningkatkan kemakmuran bagi masyarakat.

Tidak bisa dimungkiri globalisasi informasi dunia yang berlangsung selama ini masih dikendalikan sepenuhnya oleh negara-negara Barat. Bisa jadi ada benarnya ungkapan bahwa siapa menguasai

informasi (media) maka akan menguasai dunia. Inilah yang terjadi saat ini bahwa Barat dengan segala kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang terus berkembang pesat berada pada kedudukan yang sangat mapan (*establish*) dalam mengendalikan dan mentransformasikan serta mendistribusikan segala bentuk dan jenis informasi kepada masyarakat dunia. Barat saat ini masih menjadi kekuatan hegemonik dalam *mainstream* informasi dunia. Apa yang dilakukan oleh Barat jelas didukung sepenuhnya dengan jaringan media internasionalnya.

Luberan informasi yang saat ini melanda masyarakat dunia tentu saja disikapi secara beragam. Setiap orang bebas untuk memilih dan menentukan informasi apa yang diinginkannya. Dalam konteks demokrasi, hal ini menjadi hak asasi setiap orang. Hak untuk mengetahui (*The rights to know*), demikian yang selalu didengungkan oleh para pemuja dan penjunjung tinggi HAM. Dengan dalih HAM maka segala informasi yang diproduksi dan dikonsumsi publik seolah bebas nilai. Padahal media massa sejatinya merupakan aktor dalam melakukan dan menanam imperialisme budaya. Dalam konteks ini, media sesungguhnya merupakan *ideological apparatus*.

Dominasi media Barat dalam mengatur lalulintas informasi dunia masih dirasakan sebagai kekuatan yang masih sulit diruntuhkan. Globalisasi yang melanda dunia di era *pascamodern* dianggap menjadikan media sebagai wadah hegemoni opini publik (dunia) yang menanggung beban manipulatif dan distortif terhadap realitas. Setidaknya Islam sangat merasakan betapa Barat terus menerus mencitrakan Islam sebagai musuh dunia pasca runtuhnya komunisme. Bahkan Huntington melalui karya monumentalnya *The Clash of Civilization* mengajukan tesis bahwa akan muncul perang yang disebutnya sebagai benturan antar peradaban. Menurutnya fokus konflik yang utama dalam waktu dekat adalah Barat versus Islam.

Relasi Barat dan Islam dalam *landscape* sejarah jarang sekali menunjukkan relasi yang harmoni. Majid Tehranian bahkan mengatakan, "*Relation between Islam and the West have never been a model of harmony*" (Tehranian, 1989). Dalam hal ini, media massa telah menjadi perpanjangan hegemoni Barat yang beroperasi dalam

bentuk-bentuk amat canggih dan sering menyudutkan revivalisme Islam dengan cap “fundamentalisme”, “radikalisme” yang berkonotasi negatif. Bahkan pasca serangan WTC 11 September 2001, media Barat mencitrakan Islam sebagai teroris dunia. Islam dan umatnya selalu *distereotype*-kan negatif oleh Barat melalui jaringan media internasionalnya yang kuat.

Djamaluddin Malik memberikan contoh yang menarik terkait dengan citra Islam di mata Barat tersebut. Ia mengungkapkan laporan utama majalah *Time* No.24 (15 Juni 1992), dengan cover bertuliskan “*Islam, Should the World be afraid?*”. Ilustrasi sampul mukanya berupa gambar seluet menara masjid dan sebelah tangan sedang mengacungkan senjata api (Malik,1997:35). Dengan melihat kulit mukanya saja tergambar citra Islam yang dibayangkan dan dibangun oleh media Barat ini. Penting menyimak apa yang dikemukakan Ahmed (1993) mengenai citra buruk Islam di mata Barat “*Western media have played a major role in offering both distorted view of the Muslim world to the West and vice versa*”.

Di tengah arus deras informasi yang saat ini melanda masyarakat dunia, posisi dan peran jurnalisme Islam patut dan layak mendapat perhatian serius. Persaingan media global dengan berbagai kemas informasi dan pemberitaan yang sarat muatan ideologis yang ditawarkan kepada khalayak sesungguhnya merupakan tantangan tersendiri bagi dunia jurnalisme Islam agar tetap eksis, terlebih dominasi media Barat yang terus mencitrakan Islam secara negatif dan menanamkan imperialisme budaya melalui jaringan media internasionalnya.

Tulisan dalam makalah ini selanjutnya akan membahas jurnalisme Islam sebagai wahana budaya tanding (*counter culture*) di tengah dominasi pers Barat sebagai kekuatan hegemonik dalam *mainstream* informasi dunia. Pembahasan dalam makalah ini menggunakan pendekatan historis, politis, dan sosial budaya atau disebut dengan *multidisipliner approach* sehingga bisa memperlihatkan ide atau gagasan dasar penulis secara komprehensif.

Jurnalisme (Pers) Islam: Pencarian dan Peneguhan Identitas

Berbagai teori dan konsep mengenai jurnalistik (pers) secara umum telah banyak dikemukakan oleh para pakar dan praktisi jurnalistik dunia. Dari sejumlah literatur yang ada; pengertian, konsep, dan teori jurnalistik selama ini selalu dilihat dan dikaji dalam perspektif Barat. Hal ini wajar karena secara etimologis kata jurnalistik berasal dari kata *journal* atau *du jour* (bahasa Prancis) juga *diurnal* yang berarti catatan atau berita harian (Abdullah 2000: 9). Dalam sejarah awal perkembangannya, terma jurnalistik diambil dari *Acta Diurna* yang berarti catatan hari ini. *Acta Diurna* sendiri merupakan istilah yang digunakan dalam kegiatan jurnalistik pada era kejayaan kerajaan Romawi Kuno di bawah kekuasaan kaisar Julius Caesar (Suhandang 2004: 26).

Sedangkan secara terminologis, jurnalistik (pers) sering didefinisikan sebagai proses meliput, mengolah, dan menyebarluaskan peristiwa (berita) atau opini atau pandangan (*views*) kepada masyarakat luas. Karena umumnya berita dicetak dengan mesin cetak *press*, maka menurut Aceng Abdullah istilah “pers” sendiri juga digunakan untuk menyebutkan kegiatan yang sama dengan jurnalistik. Kini istilah jurnalistik mengalami perluasan makna, yakni semua usaha di mana dan melalui mana berita-berita serta komentar-komentar tentang suatu kejadian sampai kepada publik sebagaimana yang dikemukakan oleh guru besar bidang jurnalistik pada Universitas New York, F. Fraser Bond berikut:

“Journalism embraces all the forms in which and through which the news and the moment on the news reach the public”
(Kasman 2004:24).

Dalam perkembangan selanjutnya, jurnalistik kemudian menjadi disiplin keilmuan tersendiri dalam gugusan ilmu-ilmu komunikasi yang lain, utamanya terkait dengan komunikasi massa. Jika selama ini terma jurnalistik selalu dikaji dari perspektif Barat sebagaimana di atas, maka pertanyaan selanjutnya adalah bagaimana dengan jurnalisme Islam sendiri? Apakah secara khusus jurnalistik dikenal dalam Islam?.

Membicarakan jurnalisme (pers) Islam tentu saja memerlukan dasar-dasar teoritis yang kokoh. Sejauh ini terminologi jurnalisme (pers) Islam masih terus dikaji. Memang secara definitif, jurnalisme Islam belum memiliki definisinya secara baku. Namun demikian, tidak berarti wacana jurnalisme Islam menjadi sesuatu yang alergi untuk dilirik dan dikaji dalam perspektif keilmuan.

Setidaknya ada beberapa hal yang dapat dijadikan sebagai pedoman kasar yang biasanya digunakan untuk memberi istilah atau pengertian jurnalisme (pers) Islam dengan cara menentukan unsur-unsur isi, etika media, dan komitmen terhadap Islam. Sebuah penerbitan sebagai proses kerja jurnalistik bisa saja ditujukan pada kaum muslimin, namun tanpa komitmen demi kepentingan umat Islam atau agama Islam. Misalnya, *Muslim World Review* yang diterbitkan oleh seorang Kristen dari Amerika Serikat, merupakan media tentang masyarakat muslim, namun media ini sama sekali tidak bisa diklasifikasikan sebagai pers Islam.

Begitu juga dengan surat kabar *Hurriyat* di Istanbul Turki yang diterbitkan terutama oleh orang-orang Islam dengan pandangan dunia sekular untuk pembaca yang sebagian besar orang Islam. Pada sisi lain, bulanan muslim Soviet (sekarang bernama Rusia) yang diterbitkan oleh dewan agama Islam resmi *Tashqand* dalam bahasa Arab, Persia, dan empat bahasa lainnya yang berisi tentang Islam dan dunia Islam dalam perspektif sosialis merupakan penerbitan Islam, tetapi tidak banyak analisis media atau pers Islam yang bersedia menerima pengakuan tersebut.

Jejak-jejak historis tentang jurnalisme (pers) Islam bisa ditelusuri. Pada tahun 1978 dalam konferensi Islam Asia di Karachi yang diselenggarakan oleh *Rabithah 'Alam Islami* diputuskan perlunya mengembangkan koordinasi di antara wartawan atau jurnalis dan pekerja media muslim untuk mengimbangi dan menandingi monopoli Barat yang dikontrol kaum Zionis atas media massa yang bertolak belakang dengan Islam dan dunia Islam. Cakupan yang dirumuskan oleh konferensi di Karachi itu amat luas. Rumusan tersebut berarti setiap penerbitan yang dibuat oleh kaum muslimin yang memiliki komitmen untuk menandingi media Barat yang dikontrol Zionis dapat

diklasifikasikan sebagai media atau pers Islam. Namun, cakupan tersebut telah dipersempit dan dikhususkan dalam konferensi internasional pertama wartawan dan pekerja media muslim di Jakarta pada bulan September 1981. (Abdullah 1993: 65-66).

Konferensi tersebut dihadiri oleh sekitar 250 wartawan muslim dari 50 negara. Para delegasi membicarakan rekomendasi komite persiapan yang telah mengadakan pertemuan sebelumnya di Lefkosa tahun 1979. Para delegasi tersebut tidak memberikan definisi apapun mengenai media atau pers Islam, akan tetapi menerima persetujuan untuk para pekerja media muslim.

Persetujuan dalam konferensi itu hanya menekankan pada dua hal. Pertama, aturan berperilaku yang Islami hendaknya menjadi dasar bagi setiap pekerja media muslim dalam kegiatan dan tugas jurnalistiknya. Kedua, kepribadian Islam. Kedua hal tersebut sangat menekankan pada konsolidasi keimanan individu muslim pada prinsip etika dan nilai-nilai Islam sebagai kewajiban utama media muslim atau pers Islam.

Berdasarkan pada pengertian tersebut di atas, satu di antaranya yang bisa dilakukan adalah membedakan antara media dunia muslim dan media muslim (pers Islam). Media dunia muslim adalah untuk dan mengenai kaum muslimin, namun dibuat dengan sudut pandang atau perspektif sekular, sosialis, atau bahkan komunis. Sedangkan media muslim (baca: pers Islam) adalah media untuk dan mengenai kaum muslimin khususnya dan dunia kaum muslimin umumnya yang dibuat berdasarkan perspektif Islam.

Sejumlah pakar komunikasi dan budayawan muslim mencoba memberikan definisi atau pengertian jurnalisme (pers) Islam agar memudahkan pemahaman dan tidak menimbulkan kekeliruan pemaknaan. Emha Ainun Nadjib (Cak Nun) memberikan definisi bahwa jurnalistik (pers) Islam adalah sebuah teknologi dan sosialisasi informasi (dalam kegiatan penerbitan tulisan) yang mengabdikan diri kepada nilai-nilai agama Islam bagaimana dan ke mana semestinya manusia, masyarakat, kebudayaan, dan peradaban mengarahkan dirinya (Kasman, 2004: 50). Abdul Muis memberikan definisi bahwa jurnalisme (pers) Islam adalah menyebarkan (menyampaikan)

informasi kepada pendengar, pemirsa atau pembaca tentang perintah dan larangan Allah SWT (Muis 1989: 5).

Sementara itu Dedy Djamaluddin Malik mendefinisikan jurnalisme (pers) Islam adalah proses meliput, mengolah, dan menyebarluaskan berbagai peristiwa yang menyangkut umat Islam dan ajaran Islam kepada khalayak. Menurutnya, jurnalisme (pers) Islam adalah *crusade journalism*, yaitu jurnalistik yang memperjuangkan nilai-nilai tertentu, dalam hal ini nilai-nilai Islam (Malik 1984: 268). Sedangkan Asep Syamsul Ramli mendefinisikan bahwa jurnalistik (pers) Islam ialah proses pemberitaan atau pelaporan tentang berbagai hal yang sarat dengan muatan nilai-nilai Islam (Ramli, 2000: 86).

Berdasarkan sejumlah definisi yang dikemukakan oleh para ahli dan pakar komunikasi di atas dapat disimpulkan bahwa jurnalistik (pers) Islam adalah suatu proses meliput, mengolah, dan menyebarluaskan berbagai peristiwa atau informasi dengan muatan nilai-nilai Islam dan mematuhi kaidah-kaidah jurnalistik atau norma-norma yang bersumber dari Al-Qur'an dan Sunnah Rasulullah SAW. Ia diutamakan kepada dakwah islamiyah, yaitu mengemban misi *amar ma'ruf nahi munkar*.

Sebagai jurnalisme (pers) berkarakteristik religius (bernafaskan ajaran Islam), menurut Alamsyah Perwiranegara yang dikutip Rusjdi Hamka dalam buku *Islam dan Era Informasi*, seharusnya media massa Islam memegang peranan penting dan berjasa besar dalam kehidupan beragama masyarakat, terutama masyarakat Islam.

Jurnalisme (Pers) Islam: Antara Cita dan Fakta

Salah satu ciri peradaban modern, menurut sosiolog Theodor W. Adorno adalah munculnya kekuatan media massa yang melalui berbagai teknik informasi dan komunikasi mampu “membentuk” opini dan juga budaya masyarakat. Dalam suatu masyarakat modern, menurutnya, kehadiran media massa sebagai sebuah “industri budaya” tidak dapat dihindarkan karena individu makin terintegrasi ke arah sebuah peradaban yang identitasnya disebarluaskan melalui media massa. Konsekuensinya, masyarakat dunia semakin terseret ke suatu posisi di mana mereka menjadi objek dari mesin-mesin yang

memproduksi berbagai ragam gaya hidup yang terintegrasi menjadi bagian dari budaya.

Argumen ini nampaknya relevan untuk melihat peran media massa dalam menanamkan imperialisme budaya yang melanda masyarakat global. Mc Quail mengemukakan bahwa imperialisme budaya terjadi akibat peran media dalam membantu “modernisasi” dengan memperkenalkan nilai-nilai Barat dengan mengorbankan nilai-nilai tradisional dan hilangnya “keaslian” budaya lokal. Secara sederhana dapat dikemukakan bahwa nilai-nilai yang diperkenalkan itu adalah nilai-nilai kapitalisme dan karena prosesnya “imperialistis” serta dilakukan secara sengaja, atau disadari dan sistematis, yang menempatkan negara yang sedang berkembang dan lebih kecil di bawah kepentingan kekuasaan kapitalis yang lebih dominan khususnya Amerika Serikat.

Pembicaraan tentang media massa sesungguhnya erat kaitannya dengan masyarakat massa dan budaya massa. Konsep masyarakat massa muncul pada akhir abad ke-19, terutama setelah revolusi industri. Masyarakat massa diartikan sebagai suatu masyarakat yang ditandai oleh (1) pembagian kerja yang menyebabkan orang makin terasing dari yang lainnya serta ikatan keluarga dan komunitas yang makin melemah, (2) otoritas kelompok terpelajar dan pemimpin moral memudar bersamaan dengan hancurnya keyakinan beragama, (3) masyarakat didominasi oleh kecemasan mengejar status dan pencarian pemimpin-pemimpin dan keyakinan-keyakinan baru (Bell 1973: 21-22).

Dalam kelembagaan, masyarakat massa menampilkan tiga gejala. Pertama, munculnya organisasi massa yang besar yang menstruktur berbagai perilaku manusia; bersifat formal, impersonal, dan birokratis. Kedua, adanya jaringan media massa yang dapat mencapai sejumlah orang yang tersebar dan heterogen secara serentak. Ketiga, berkembangnya budaya massa (Rakhmat 1997: 54).

Pada prinsipnya media memuaskan kebutuhan orang (*uses and gratification*), menentukan cara berpikir (*agenda setting*) dan cara manusia mengolah informasi tentang lingkungannya (*human information processing*). Karena media massa berusaha memenuhi

keinginan dan kebutuhan massa, media massa melahirkan apa yang disebut budaya massa. Budaya massa sendiri ditandai oleh komersialisasi dan popularisasi (Dennis 1978: 51). Pesan yang disajikan media lebih didominasi dan mengeksploitasi “*popular taste*”.

Selama ini ada kecenderungan di media massa internasional untuk menunjukkan superioritas ideologi Barat yang liberal sebagai satu *world view* (pandangan dunia) yang menjanjikan kebebasan, keadilan, dan demokrasi. Runtuhnya komunisme bagi Barat, khususnya Amerika, dipandang sebagai kemenangan dan kebenaran ideologi yang dibanggunkannya. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Francis Fukuyama, sejarawan peranakan Jepang, dalam *The End of History*-nya. Kemenangan Barat atau kemenangan ide Barat, bagi Fukuyama, tampak jelas pertama-tama pada keletihan total gagasan-gagasan yang secara sistemik diajukan sebagai alternatif terhadap liberalisme Barat.

Lewat berbagai buku, jurnal, dan media yang memiliki jaringan internasional, Barat menyebarkan ideologi itu ke berbagai Dunia Ketiga, tidak terkecuali ke negara-negara muslim. Klaim Barat (baca: Amerika) sebagai penyelamat dunia dan pusat peradaban tinggi yang wajib ditiru dunia lain, sangat meluas di persepsi masyarakat dunia karena didukung sepenuhnya oleh aparaturnya media massa yang tangguh.

Amerika Serikat misalnya, memiliki banyak perusahaan media besar. Di antaranya, untuk media cetak sekitar 3.800 buah di seluruh Amerika dan terdapat lebih dari 20 gabungan atau jaringan perusahaan persuratkabaran. Empat media terbesar oplah penjualannya perhari, sebutlah *USA Today* dengan oplah 2.317.000 perhari, *The Wall Street Journal* dengan oplah 1.752.000, *The New York Times* 1.086.000, *Los Angeles Times* 1.078.000, dan *The Washington Post* 824.282. Sedangkan media elektronik terdapat 1100 stasiun pemancar televisi dan 265 di antaranya adalah stasiun non komersial. Beberapa jaringan televisi yang dilayani oleh jaringan televisi komersial, yaitu ABC, CBS, dan NBC yang masing-masing memiliki sekitar 200 stasiun afiliasi yang menyiarkan program-program siarannya. Sementara *The Public Broadcasting System* (PBS) memiliki 265 stasiun yang menyiarkan programnya. Belum lagi media televisi CNN yang dituding banyak

pihak telah habis-habisan mendukung kebijakan luar negeri pemerintah AS (*MISSI* 2003: 15).

Kondisi tersebut jelas jauh berbeda bila dibandingkan dengan dunia media Islam di dunia muslim. Akses dan kekuatan informasi di dunia Islam dalam pembentukan opini publik masih kecil kontribusinya. Inilah sebenarnya yang mengakibatkan Islam menjadi bulan-bulanan citra buruk Barat. Menurut Eli Abel, 90% lalu lintas informasi dunia dikuasai oleh Barat. Agen-agen berita seperti UPI, berpusat di New York, *Reuters* berpusat di London, *Agence France Presse* (AFP) yang berpusat di Paris, kini mengendalikan pertukaran berita-berita internasional, termasuk ke negara-negara muslim. Sementara Jepang dan Jerman, lewat agen berita *Kyodo News Agencies* dan *Deutsche Presse Agentur*, nyaris menjadi agen berita dunia.

Agen berita *Associated Press* (AP) misalnya, lebih dari satu milyar orang memperoleh akses informasi yang diperoleh dari berita-berita AP. Menurut William A. Hachten, dalam *World Prism*, AP menggunakan jaringan yang luas lewat kontak satelit sewaan. Kabel bawah laut dan transmisi radio untuk menyuplai surat kabar dan perusahaan siaran dengan berbagai informasi mutakhir selama 24 jam. Agen-agen berita dunia biasanya menyebarkan ribuan wartawan profesional ke berbagai negara di belahan mana pun. Lantas bagaimana dengan agen-agen berita dunia Islam?.

Menurut Aslam Abdullah, saat sekarang ini tercatat sekitar 42 kantor berita yang dikelola oleh negara-negara muslim. Dari sekian banyak kantor berita tersebut, tidak satu pun yang dominan. Malahan, kantor berita itu, dalam operasinya sangat bergantung pada kantor-kantor berita dominan Barat. Di negara-negara bekas jajahan Perancis dan Inggris seperti di Timur Tengah dan Afrika, negara-negara kolonial itu mendirikan kantor-kantor beritanya sendiri yang disuplai oleh kantor berita AFP. William H. Meyer mengungkapkan peta distribusi informasi dunia, yakni ketergantungan media cetak di Afrika terhadap empat kantor berita raksasa dunia, yakni AFP, Reuters, UPI dan AP sebanyak 62% dan 56% di Amerika Latin (*MISSI* 2003:15). Studi Meyer tersebut setidaknya menunjukkan bahwa media Barat memang sangat dominan dalam memasok informasi dunia. Kantor-

kantor berita muslim walaupun sanggup memproduksi berita, tidak lebih dari seribu kata dalam 24 jam. Sedangkan kantor-kantor berita Barat mampu memproduksi ratusan ribu kata dalam 24 jam.

Organisasi Konferensi Islam (OKI) tampaknya sadar betul akan ketimpangan arus informasi Barat dengan muslim ini. Untuk melepaskan diri dari dominasi agen-agen berita Barat, OKI lalu mendirikan kantor berita *International Islamic News Agency* (IINA) yang diharapkan mampu menjadi penyeimbang atas informasi dan pemberitaan media Barat yang seringkali bias. Pembentukan IINA tersebut diputuskan pada Konferensi Menteri-Menteri Luar Negeri Islam II tahun 1970. Di penghujung 1979, IINA mulai memberikan pelayanan beritanya lewat bahasa Inggris dan Arab. Kantor berita ini mengaku dapat mengakses informasi mencapai sepuluh ribu sampai duabelas ribu kata per hari. Ia juga mengedarkan buletin berbahasa Spanyol yang dipasok ke Amerika Latin. Lembaga inipun merencanakan untuk membangun jaringan telekomunikasinya sendiri. Namun, IINA hingga sekarang, gagal menjadi alternatif terhadap kantor-kantor berita dunia yang ada.

Hingga kini, sebagaimana terungkap dalam survei 1986, kebanyakan media Muslim yang berbahasa Arab, Inggris, Parsi dan Urdu yang terbit di 12 negara muslim, tetap saja mengambil sumber berita dari Barat. Sampai saat sekarang ini, menurut Aslam, jumlah kantor berita yang dikuasai muslim hanyalah 5%, sedangkan selebihnya (95%) dikuasai dan dikendalikan oleh kantor-kantor berita Barat (Abdullah 1993: 65-66).

Dalam konteks nasional, nasib media Islam hampir sama posisinya seperti yang terjadi dalam konteks global. Dari sekitar 275 pemilik SIUPP, hanya 13 SIUPP yang mengatasnamakan media Islam. Tiga belas SIUPP itu di antaranya, *Panji Masyarakat*, *Kiblat*, *Panggilan Adzan*, *Amanah*, *Harmonis*, *Aku Anak Saleh*, *Adil*, *Semesta*, *Sinar Darussalam*, *Suara Muhammadiyah*, *Suara Aisyiah* dan *Al-Akhirat*. Belakangan di Bandung terbit *Hikmah*. Di samping penerbitan Islam dengan SIUPP, ada juga beberapa media Islam yang dalam penerbitannya menggunakan STT, seperti *Media Dakwah*, *Suara Masjid*, *Suara Hidayatullah*, dan lain-lain (Malik, 1997:46).

Bila dilihat dari jumlah nominal umat Islam di Indonesia, tentu saja jumlah media muslim yang terbit sekarang sangat kurang memadai. Belakangan pasca reformasi, jurnalisme (pers) Islam semakin menggeliat dalam merespon perubahan sosio-politik yang terjadi dengan maraknya penerbitan pers. Hal ini terjadi setelah kran kebebasan pers dibuka oleh rezim transisi pemerintahan Habibie. Saat itu, menteri penerangan yang dijabat Yunus Yosfiah mengambil kebijakan berupa penghapusan SIUPP (Surat Ijin Usaha Penerbitan Pers). Untuk memberikan jaminan kebebasan dan kemerdekaan pers, pemerintah kemudian mengesahkan Undang-Undang Pokok Pers No. 40 tahun 1999. Bukan rahasia lagi bahwa hubungan Islam dan pemerintah sempat mengalami masa-masa sulit di era rezim Orde Baru yang monolitik dan represif.

Dilihat dari konteks global maupun nasional, sebagaimana ditunjukkan di atas, media Islam tampaknya sedang berada pada posisi “*periferal*”. Posisi yang demikian ini terjadi akibat kelemahan-kelemahan struktural maupun kultural-profesional yang dihadapi banyak media Islam. Kelemahan struktural terjadi akibat dominasi Barat yang memandang Islam sebagai musuh (*enemy*), sehingga kemajuan apapun di kalangan Islam akan tetap dihambat. Terkait hal itu, menarik apa yang dikemukakan oleh Mahbub Djunaidi berikut:

“Bukan sesuatu yang patut diherankan bahwa pers (media) Barat dikendalikan oleh sponsor-sponsor, industrialis-industrialis, dan bankir-bankir besar. Setahun sekali para pemilik modal tersebut bertemu dalam suatu pertemuan tertutup (briefing) yang membicarakan soal-soal berskala global yang intinya membahas bagaimana perkembangan dunia Islam sekarang” (Djunaidi 1981: 62).

Kelemahan struktural lainnya adalah keterbatasan umat Islam dalam penguasaan teknologi modern. Sedangkan kelemahan kultural-profesional terjadi karena belum tuntasnya budaya umat dalam meningkatkan budaya baca, termasuk kekuatan daya beli yang masih belum menggembirakan. Sementara dalam aspek profesional, media Islam masih memiliki berbagai kelemahan dalam hal misalnya, manajemen, permodalan, dan sumber daya manusianya. Kendala-

kendala tersebut sampai hari ini masih terus dihadapi media Islam. Keberadaan media Islam secara umum belum bisa untuk bertahan secara berkesinambungan, bahkan sering kali justru “tumbang” dihantam kendala permodalan yang tidak memadai.

Terlepas dari segala kelemahan yang ada selama ini, media dan pekerja media muslim harus terus berkarya dan berbenah diri dalam menghadapi tantangan abad informasi ini. Ketika media Barat begitu hegemonik sebagai kekuatan besar dan mapan dalam mengendalikan arus informasi dunia, maka jurnalisme (pers) Islam menjadi relevan untuk tetap eksis di tengah persaingan media global. Setidaknya keberadaan jurnalisme (pers) Islam diharapkan dapat menjadi wahana budaya tanding (*counter culture*) di tengah gempuran dan imperialisme budaya yang melanda masyarakat dunia, tak terkecuali umat Islam.

Terciptanya *counter culture* akan bisa terwujud manakala masyarakat (umat Islam) berada pada level *media literacy* (cakap media). Sebaliknya, jika masyarakat masih berada pada level *media illiterate* yang terjadi adalah “*neo-kolonialisme*” secara masif. Sejauh ini yang bisa kita saksikan dan rasakan bahwa jurnalisme (media) Islam memang masih berada di bawah bayang-bayang media Barat. Pertarungan wacana di media semakin menunjukkan bahwa media tidak sekadar menampilkan realitas buatan media *an sich*, namun di balik itu ada pertarungan ideologis yang laten dan nyata. Chomski dan Herman dalam hal ini menawarkan sebuah pendekatan untuk menjelaskan isi media yang mereka sebut sebagai model propaganda. Dalam pendekatan ini, media dilihat sebagai agen yang mempromogandakan nilai-nilai tertentu untuk didesakkan kepada publik (Sudibyo 2004:3).

Sebagaimana jamak diketahui bahwa di masa lalu peta dunia didominasi oleh pertarungan kubu-ideologis, yakni Marxisme-Komunisme dengan peradaban Barat. Maka kini setelah yang pertama bangkrut, peradaban Islam oleh Barat dianggap sebagai ancaman dan potensi yang akan memicu konflik atau perbenturan antara Barat dan peradaban Islam. Keduanya dihadapkan secara diametral.

Semangat kebangkitan Islam yang terjadi di semua belahan dunia menyebabkan Barat risau dan terus menanamkan dan mengobarkan

semangat *Islamophobia* dan anti-Islam melalui aparaturnya media yang masif. Bukti sah bahwa media Barat (baca: Eropa dan Amerika) kerap melakukan propaganda anti-Islam belum lama ini adalah dimunculkannya kartun nabi Muhammad oleh surat kabar harian Denmark, *Jyllands-Posten*, September 2005 dan kejadian itu terulang kembali pada 13 Februari 2008 di mana beberapa surat kabar di Denmark memuat karikatur tersebut. Tentu saja hal ini langsung menuai protes keras dan memicu kemarahan umat Islam sedunia.

Setidaknya apa yang dikemukakan Edward Said dalam *Covering Islam* memperkuat apa yang terjadi dalam konteks “pertarungan” media global bahwa media Barat telah memberikan informasi yang keliru dan menyesatkan tentang Islam. Senada dengan Edward Said, Akbar S. Ahmed dalam bukunya *Discovering Islam*, juga mengungkapkan gambaran buruk pers (media) Barat terhadap para pemimpin Islam (Malik 1997: 16).

Media Barat sampai hari ini masih saja bersikap tidak adil terhadap Islam, bahkan selalu menampilkan sikap permusuhan dan tidak bersahabat. Atas nama liberalisme, media Barat secara konsisten menyerang umat Islam dengan informasi-informasi yang menyesatkan dan menyinggung perasaan umat Islam. Sikap media Barat yang seperti ini menunjukkan bahwa Barat masih memandang Islam sebagai musuh yang harus diperangi dari segala penjuru.

Umat Islam sebagai bagian dari masyarakat dunia saat ini mengalami transformasi sosial dunia modern yang sering dipadankan sebagai era informasi. Banjir informasi yang dialami masyarakat dunia oleh Marshall McLuhan telah membawa pada era yang disebutnya *global village*. Batas-batas geografis tidak lagi menjadi hambatan dalam transformasi informasi.

Kondisi masyarakat informasi seperti yang terjadi dan dialami saat ini tentunya membawa kegaman di kalangan umat Islam sendiri. Gamang karena umat Islam tidak cukup siap menghadapi era informasi dan teknologi informasi. Selain itu, dominasi media Barat melalui jaringan internasionalnya terus melakukan “imperialisme kesadaran” secara masif ke semua aspek kehidupan masyarakat dunia, tak terkecuali umat Islam. Jika demikian kenyataannya, maka

pertanyaan yang layak dan bisa diajukan adalah bagaimana umat Islam semestinya menyikapi abad informasi tersebut? dan tindakan apa yang semestinya bisa mereka lakukan?. Pertanyaan itulah yang musti dijawab oleh umat Islam dalam menyikapi abad informasi global saat ini. Umat Islam harus responsif dan kritis atas segala informasi yang disebarkan oleh media Barat. Pada sisi lain, para jurnalis dan pekerja media Islam secara berkesinambungan terus berupaya meningkatkan kapasitas diri dan kemampuannya dalam dunia jurnalistik sehingga bias dan *gap* informasi antara Barat dan dunia muslim bisa teratasi.

Strategi dan Peran Jurnalisme Islam dalam Globalisasi Informasi

Abad informasi memang tidak bisa dihindari oleh umat Islam sebagai bagian dari masyarakat dunia. Menghadapi itu, Sardar dalam bukunya *Tantangan Dunia Islam Abad XXI: Menjangkau Informasi*, mengemukakan gagasan tentang perlunya strategi umat Islam dalam menghadapi tantangan abad informasi. Menurutnya strategi yang perlu dirumuskan, antara lain: *pertama*, sesuai dengan asas *hikmah* dan *syura*, negara-negara muslim harus mengembangkan lembaga-lembaga riset dan pengembangan. Untuk melepaskan diri dari negara-negara industri, mereka harus melakukan kerjasama dengan sesama negara muslim. *Kedua*, sesuai dengan asas *istislah*, negara-negara muslim harus mengembangkan struktur informasi yang relevan bagi konsumen lokal dan nasional. *Ketiga*, sesuai asas *'adl*, bagian infrastruktur yang didesentralisasi harus memberikan jasa untuk mengembangkan kemampuan berpartisipasi pada seluruh warga masyarakat muslim. *Keempat*, berdasarkan prinsip *'ilm*—yang didefinisikan sebagai pengetahuan distributif—komunikasi sains dalam umat harus digalakkan. Penghormatan terhadap ulama harus diwujudkan dalam pemenuhan kebutuhan ilmuwan dan cendekiawan Islam. *Kelima*, sesuai dengan prinsip *syura* dan *ummah*, diperlukan kerjasama para peneliti dan cendekiawan lewat jaringan informasi muslim internasional dan jasa informasi referensi Islam. *Keenam*, para cendekiawan dituntut tampil sebagai penjaga gawang peradaban Islam dan penyedia (pemasok) gagasan (Sardar 1988).

Apa yang digagas oleh Sardar sebagaimana di atas bukan hal yang mudah untuk diimplementasikan di kalangan umat Islam sendiri. Sampai saat ini negara-negara Islam sendiri justru masih menjadi “pasar” potensial bagi media Barat melalui globalisasi informasi. Kekuatan media Barat sangat didukung oleh penguasaan teknologi, sementara umat Islam dalam pengelolaan medianya justru masih “tertatih-tatih”.

Dewasa ini umat Islam dihadapkan pada sebuah dilema yang lumayan pelik, yaitu kurangnya media massa yang memadai untuk memperjuangkan dan menegakkan nilai-nilai Islam. Dampaknya tidak hanya pada kurang tersalurkannya aspirasi umat, tetapi juga umat Islam hanya menjadi konsumen bagi media non-Islam yang tidak jarang memberikan informasi yang tidak relevan dalam rangka pemberdayaan umat. Kondisi demikian, menurut hemat penulis tentu saja mesti disikapi melalui penciptaan jurnalisme (pers) Islam yang kuat.

Di sinilah peran jurnalisme (pers) Islam dituntut tampil sebagai wahana budaya tanding (*counter culture*) terhadap dominasi media Barat di era informasi global. Oleh karena itu, para jurnalis dan pekerja media muslim mesti menampilkan sosok sebagai *mu’addib* (pendidik umat), *musaddid* (pelurus informasi tentang ajaran dan umat Islam), *mujaddid* (pembaru pemahaman tentang Islam), *muwahhid* (pemersatu atau sebagai lem perekat *ukhuwah islamiyah*), dan sekaligus juga tampil menjadi sosok *mujahid* (pejuang, pembela, dan penegak agama Islam). Meminjam istilah Suf Kasman, jurnalis muslim dan pekerja media muslim semestinya *committed* terhadap integrasi segitiga; *mujahid* (pejuang), *mujaddid* (pembaru), dan *mujtahid* (pemikir). Jelasnya, jurnalisme (pers) Islam berbasis pada prinsip *social responsible* (tanggung jawab umat), bukan justru terjebak pada *mainstream liberalisme*.

Jurnalisme (pers) Islam harus kritis terhadap lingkungan luar dan sanggup menyaring informasi Barat yang kerap menanam bias kejahatan terhadap Islam, mampu menjadi penerjemah dan *frontier spirit* bagi pembaruan dan gagasan-gagasan kreatif kontemporer. Di sini Islam perlu diorientasikan ke depan agar sanggup berbicara

mengenai berbagai problem sosial dewasa ini dan akan datang. Jurnalisme Islam hendaknya sanggup melakukan proses sosialisasi sebagai upaya untuk memelihara dan mengembangkan khazanah intelektual Islam. Terakhir, jurnalisme Islam harus sanggup memper-satukan kelompok-kelompok umat sambil memberikan kesiapan untuk bersikap terbuka bagi perbedaan paham. Meminjam istilah Kang Jalal, jurnalis muslim harus menjadi orang saleh dan *muslih*, *badin* dan *muhtadin* (yang mendapat petunjuk dan memberikan petunjuk), bukan *fasid* dan *mufsid* (yang rusak dan merusak) atau *dhal* dan *mudhil* (yang sesat dan menyesatkan) (Rakhmat 1994: 45-46).

Peran jurnalisme Islam sebagaimana di atas tentu saja membutuhkan landasan etis yang menjadi pedoman dalam praktiknya. Landasan etis yang harus diperhatikan, antara lain: *pertama*, jurnalis muslim adalah hamba Allah yang karena individu maupun profesinya wajib menggunakan, menyampaikan dan memperjuangkan kebenaran di setiap tempat dan saat dengan segala konsekuensinya (QS. Al-Nahl: 125); *kedua*, dalam menyampaikan informasi, jurnalis muslim hendaknya melandasinya dengan itikad yang tinggi untuk senantiasa melakukan pengecekan kepada pihak-pihak yang bersangkutan sehingga pribadi dan khalayak tidak akan dirugikan (QS. Al-Hujurat: 6); *ketiga*, ketika menyampaikan karyanya, jurnalis muslim hendaknya menggunakan bahasa yang santun dan bijaksana. Dengan demikian, apa yang disampaikannya akan dapat dimengerti, dirasakan dan menjadi hikmat bagi khalayak (QS. Al-Isra: 23), *keempat*, dalam melaksanakan tugas jurnalistik, jurnalis muslim melaksanakannya secara profesional dalam iklim kerja yang produktif, sehingga karyanya akan memiliki hasil yang optimal untuk selanjutnya akan dipandang sebagai aset berharga (QS. An-Nisa: 58); *kelima*, dalam melaksanakan tugas-tugasnya, jurnalis muslim hendaknya menghindari sejauh mungkin prasangka maupun pemikiran negatif sebelum menemukan kenyataan obyektif berdasarkan pertimbangan yang adil dan berimbang (QS. Al-Hujurat: 12); *keenam*, dalam kehidupan sehari-hari, jurnalis muslim senantiasa dilandasi etika Islam dan gemar melaksanakan aktivitas sosial yang bermanfaat bagi umat (QS. Al-Jumu'ah: 02), *ketujuh*, menjunjung tinggi asas kejujuran, kedisiplinan

dan selalu menghindarkan diri dari hal-hal yang akan merusak profesionalisme dan nama baik institusi. Di sini komitmen yang tinggi seyogyanya diberikan pada profesionalisme dan bukan pada ikatan primordialisme yang sempit (QS. Al-Hujurat: 13); *kedelapan*, jurnalis muslim senantiasa berpererat persaudaraan sesama profesi berdasarkan prinsip ukhuwah islamiyah tanpa harus meninggalkan azas kompetisi sehat yang menjadi tuntutan dunia kerja modern (QS. Al-Baqarah: 138); *kesembilan*, jurnalis muslim menyadari betul bahwa akibat dari karyanya akan memiliki pengaruh yang luas terhadap khalayak. Karena itu, semua kegiatan jurnalistiknya ditujukan untuk tujuan-tujuan yang konstruktif dalam rangka pendidikan dan penerangan umat (QS. Ali Imran: 138); *kesepuluh*, jurnalis muslim dengan penuh kesadaran memahami bahwa profesinya merupakan amanat Allah, umat, dan perusahaan. Karena itu, jurnalis muslim harus selalu siap mempertanggungjawabkan pekerjaannya kepada Allah, umat dan perusahaannya (QS. Al-Ahzab: 71) (Kasman 2000: 67-71).

Dengan memperhatikan, berpedoman, dan mengaktualisasikan landasan etis tersebut, para jurnalis muslim diharapkan akan jauh bisa mewarnai persaingan media dalam ranah jurnalistik yang selama ini cenderung menonjolkan dan mengedepankan *market interest* di bawah bendera kapitalisme global. Jurnalis muslim harus selalu berada pada garda depan dalam memperjuangkan kepentingan umat Islam di tengah kuatnya *mainstream* lalulintas informasi dunia yang dikendalikan oleh Barat.

Penutup

Revolusi informasi yang membawa masyarakat dunia pada era *pascaindustri* telah menampilkan karakter masyarakat global yang dicirikan dengan luberan informasi, kompetisi tinggi dalam segala bidang, dan pertumbuhan media yang beragam bentuk dan jenisnya. Semua itu menjadi tantangan umat Islam dalam menghadapi era informasi.

Media menjadi *ideological apparatus* melalui berbagai sajian informasi dan pemberitaannya kepada masyarakat dunia, tak terkecuali dunia muslim. Untuk menyikapi dan merespons itu semua, maka

umat Islam membutuhkan wahana budaya tanding (*counter culture*) melalui penciptaan jurnalisme (pers) Islam yang kuat dan mendunia. Dengan begitu, Islam dan umatnya bisa keluar dari bayang-bayang dan hegemoni Barat yang secara sistemik melakukan “*neo-imperialisme*” melalui jaringan media internasionalnya yang kuat.

Praktiknya, media (pers) Islam dalam aktivitas jurnalistiknya harus tetap dan senantiasa berpedoman pada landasan etis profetik yang sesuai dengan Al-Qur'an dan Hadits sehingga eksistensinya benar-benar bisa membawa kedamaian dan rahmat bagi semua. Walhasil tentu saja tulisan dalam makalah ini tidak bermaksud memberikan solusi terburu-buru, namun lebih pada upaya memberikan rangsangan berpikir (*food for thought*) bagi setiap muslim yang memiliki kepentingan dengan jurnalisme (pers) Islam khususnya dan dakwah utamanya.

Referensi

- Abdullah, A. 1993, 'Media Muslim: Sekarang dan Masa Depan' *Jurnal Komunikasi Audientia* vol. 1 no. 1, hal. 65-66.
- Amir, Mafri. 1999, *Etika Komunikasi Massa dalam Pandangan Islam*, Logos, Jakarta,
- Bell, Daniel. 1973, *The Coming of Post-industrial Society*, Basic Books, New York.
- Dennis, Everette E. 1978, *The Media Society*, Wm. C. Brown, Dubuque.
- Djunaidi, Mahbub. 1981, 'Kebangkitan Islam vs Cukong Pers Islam', *Majalah Panji Masyarakat*, Edisi Januari 1981, hal. 62.
- Djamaluddin Malik, Dedy (ed). 1997, *Hegemoni Budaya*, Bentang, Yogyakarta.
- Eka Ardhana, Sutirman. 1995, *Jurnalistik Dakwah*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Fukuyama, Francis. 1992, *The End of History and The Last Man*, Hamish Hamilton, London.

- Hamka, Rusdi dan Rafiq. 1989, *Islam dan Era Informasi*, Pustaka Panjimas, Jakarta.
- Kasman, Suf. 2004, *Jurnalisme Universal*, Teraju, Bandung.
- Muis, Abdul. 1989, *Media Massa Islam dan Era Informas*, Pustaka Panjimas, Jakarta.
- Majalah MISSI*, IAIN Wali Songo Semarang, 2003, hal. 15.
- Rakhmat, Jalaluddin. 1994, *Islam Alternatif*, Mizan, Bandung.
- Romli, Asep Syamsul M. 2003, *Jurnalistik Dakwah: Visi dan Misi Dakwah bil Qalam*, Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Sardar, Ziauddin. 1988, *Tantangan Dunia Islam Abad 21*, Mizan, Bandung.
- Sudibyoy, Agus. 2004, *Ekonomi Politik Media Penyiaran*, LkiS, Jogjakarta.
- Suhandang, Kustadi. 2007, *Manajemen Pers Dakwah*, MARJA, Bandung.
- Tehraniyan, Majid. 1989, 'Information Technologies and World Development: Promises, Perils, and Prospects,' *Forum Komunikasi*, vol. 1, no. 3.
- Toffler, Alvin. 1980, *The Third Wave*, Morrow and Co, New York
- Williams, Frederick. 1982, *The Communication Revolution*, Sage Publications, Beverly Hills.