

Pengorganisasian Industri Media Islam; Regenerasi Industri Media Islam Menjadi Industri Media Syariah

Media Industrial organizing Islamic; Media Industry regeneration Islamic As Syariah's Media Industry

Ellyda Retpitasaki¹

¹ Institut Agama Islam Tribakti Kediri

¹ ellydaretpitasari@gmail.com

Abstract

This writing work through media existence, notably Islamic media as media of mission and information for Moslem society at Indonesian. Departed of empirik's phenomenon now, Indonesian society with moslem majority is opting consume conventional media than at Islamic media. this writing critical thinking in the presence Islam media that necessarily becomes *diversity of content*, but just into *content* concerning radicalism and its reducing management which well. This observational method utilize studi's method literature. This writing offers one new concept of industrial Islamic media by the name of and concept that variably namely syariah's media. syariah's media is conceived as social change agent via media, so media product not only stops at *content*, but gives effect to society behavioural change (*behavior*) and society welfare by applying point Islamic in management and content.

Keywords: *Organizing, Diversity of Content, Islamic Media, Syariah's Media*

Abstrak

Tulisan ini membahas keberadaan media, khususnya media Islam sebagai media dakwah dan informasi bagi masyarakat Muslim di Indonesia. Berangkat dari fenomena empirik saat ini, masyarakat Indonesia dengan mayoritas muslim lebih memilih mengonsumsi media konvensional dibandingkan di media Islam. tulisan ini mengkritisi keberadaan media Islam yang seharusnya menjadi *diversity of content*, namun justru menjerumuskan kepada *content* terkait radikalisme dan kurangnya manajemen yang baik. Metode penelitian ini menggunakan metode studi literatur. Tulisan ini menawarkan sebuah konsep baru dari industri media Islam dengan nama dan konsep yang berbeda yakni media syariah. Media syariah dikonsepsikan menjadi agen perubahan sosial melalui media, sehingga produk media tidak hanya berhenti di *content*, namun memberikan efek terhadap perubahan perilaku masyarakat (*behavior*) dan kesejahteraan masyarakat dengan menerapkan nilai-nilai keislaman dalam pengelolaan dan konten.

Kata Kunci: *Pengorganisasian, Diversity of Content, Media Islam, Media Syariah*

Pendahuluan

Indonesia sebagai negara yang mayoritas masyarakatnya menganut Agama Islam. Pada fenomenanya masyarakat Indonesia lebih memilih untuk mengonsumsi media tanpa *brand Islam* dibandingkan dengan media Islam. Konsep media Islam pun belum seberapa jelas terkait kebijakan maupun dari isi atau *content*, terlihat dari implementasi *content* yang diberikan kepada masyarakat masih minim informasi yang edukatif, informatif, dan menghibur.

Contohnya media online Islam di Indonesia, isu terkait radikalisme pada media online Islam Indonesia mengalami pelanggaran kode etik jurnalistik, seperti ideologi penulis berita yang mengkonstruksi melalui *content* yang ditulis maupun diedit, yang akhirnya menyebabkan konflik yang ada di tengah masyarakat semakin memanas.¹

Berbeda dengan media online Islam, media Islam yang fokus pada dunia penyiaran pertelevisian maupun radio, cenderung dalam manajemenanya kurang memperhatikan aspek eksistensi dan bisnis serta bagaimana menarik masyarakat, sehingga mengalami permasalahan yang menyangkut biaya produksi dan operasionalnya. Permasalahan ini pun akhirnya berpengaruh pada proses produksi *content*. Salah satunya di TV 9, TV9 yang berafiliasi dengan organisasi masyarakat (ORMAS) Nahdlatul Ulama (NU) yang seharusnya dapat hadir sebagai *diversity of content*-nya pun masih belum diminati masyarakat.

Sedangkan Media yang saat ini berkuasa di Indonesia seperti MNC Group, Emtek Group, Jawa Pos, dan Kompas Gramedia, cenderung berorientasi keuntungan dan kekuasaan. Media tersebut menjadi komoditas, audiens digunakan sebagai konsumen. Kurang tegasnya dengan UU Penyiaran No 32/2002 pasal 18 yang menjelaskan bahwa kepemilikan silang lembaga-lembaga radio, televisi, dan media cetak harus dibatasi, tetapi tidak ada penjelasan bagaimana pembatasan itu ditegakkan dan kepemilikan seperti apa yang perlu dibatasi.² Dari minimnya penegasan terkait UU Penyiaran kepemilikan media, jumlah media pun menjadi tidak terbatas saat ini, dan akhirnya dikuasai dengan jajaran konglomerat yang ada di Indonesia.

Dalam menjaga keberlangsungan penyiaran media Islam diperlukan konsep dan manajemen terbaru. Seharusnya media Islam dapat terbuka terhadap arus globalisasi dan hadir sebagai *diversity of content* yang dapat diminati oleh seluruh kalangan, dan memberikan angin segar untuk saling toleransi terhadap masyarakat non-muslim. Media Islam dapat berperan sebagai *agent of change* menuju manfaat media yang efektif dalam menyebarkan informasi, hiburan dan melaksanakan kontrol sosial.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis ingin memaparkan terkait regenerasi industri media Islam menjadi media syariah melalui pengorganisasiannya. Penulis memilih syariah, dikarenakan untuk menanggulangi isu terkait islamphobia dan menjadi langkah awal industri media yang memberikan dampak positif bagi umatnya. Seperti halnya fakta yang terjadi di Roma Italia, negara tersebut yang mayoritasnya beragama Katolik, namun pemerintah Italia mendukung operasional perbankan syariah. Menurut Vatikan prinsip beretika yang diusung perbankan syariah dapat mendekatkan pihak bank dengan para nasabahnya. Selain itu, spirit kejujuran juga tercermin dalam setiap jasa layanan yang diberikan.³

¹ Iim Rohimah, *Etika dan Kode Etik Jurnalistik Dalam Media Online*, KOMUNIKA, Vol 11, No 2 Juli- Desember 2017, h. 216.

² Yanuar Nugroho, Dinita Adriani Putri, Shita Laksmi. *Memetakan Lanskap Industri Media Kontemporer di Indonesia*. (Jakarta: Centre for Innovation Policy and Governance), 2013, h. 4.

³ Shabri Abd. Majid, *Regulasi Perbankan Syariah: Studi Komparatif Antara Malaysia dan Indonesia*, Universitas Syiah Kuala, Jurnal Media Syariah, Vol XVI No 1 Juni 2014

Menilik fakta perbankan syariah dapat diterima di negara mayoritas non- muslim, diharapkan konsep media syariah juga dapat dinikmati dan memberikan informasi untuk seluruh masyarakat Indonesia yang terdiri dari beragam agama.

Metode

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode studi literatur. Studi literatur merupakan metode yang menggunakan rujukan utama seperti jurnal, buku, hasil prosiding, dan lain-lain. Metode ini dapat menggali bagai media islam saat ini dari aspek manajemen khususnya pengorganisasian.

Hasil dan Pembahasan

Keterkaitan Antara Media dan Organisasi

Media dan pengorganisasian merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan, karena media pastinya tidak terlepas dari bisnis, dan manajemen industri media. Terdapat empat aspek bagaimana hubungan antara media dan organisasi⁴:

“Managing image and reputation, through studies of media agenda setting of through media printing of powerful corporations and media iconification of companies as celebrity firms, Facilitating organizational change, acting as instruments of auto-communication, whereby the addressee of a corporate message is the organization it self either for purposes of organizational cohesion. Acting as instruments of pressure on corporate power, as in studies of “brand communities” Where mediated communication is put to the service consumer empowerment. ”

Organisasi media bukan hanya sekedar sebagai subjek aktif yang mempengaruhi individu-individu dan kegiatan produksi di dalamnya. Akan tetapi, organisasi media berada sebagai subjek pasif yang dipengaruhi oleh pemilik media. Secara struktur organisasi media secara umum mungkin sama dan tak jauh berbeda satu sama lain. Yang membedakan adalah ideology yang diaplikasikan oleh tiap-tiap organisasi media.

Hakikat Pengorganisasian dan Prinsip Pengorganisasian Islam

Pada hakikatnya pengorganisasian diartikan sebagai proses penetapan struktur peran, melalui penentuan aktivitas-aktivitas yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi dan bagian-bagiannya. Pengelompokkan aktivitas-aktivitas, penugasan kelompok-kelompok aktivitas kepada manager- manager, pendelegasian wewenang untuk melaksanakannya, pengorganisasian hubungan-hubungan wewenang dan informasi, baik horizontal maupun vertical dalam struktur organisasi.

Dalam pengorganisasian, terdapat struktur kepemimpinan yang memungkinkan terdapat pemimpin untuk beberapa level, serta adanya hubungan atasan dan bawahan.⁵

Prinsip pengorganisasian dalam Islam⁶

- a. Struktur Kepemimpinan, Islam memberikan konsep bermusyawarah untuk

⁴ Lilie Chouliarahi, and Mette Morsing , *Media, Organization, and Identity*. (New York: Palgrave macmillan 2014), h. 3-4.

⁵ Ahmad Ibrahim Abu Sinn, *Manajemen Syariah : Sebuah Kajian Historis dan Kontemporer*. Cet ke 3, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012), h. 91.

⁶ *Ibid*, 92-98

diterapkan dalam perilaku dan aktivitas manajemen, terutama terkait dengan penetapan keputusan. Islam juga mewajibkan umatnya untuk taat kepada pemimpin sepanjang tidak diperintah untuk bermaksiat.

- b. Wewenang dan Tanggung Jawab, wewenang dan tanggung jawab ini linier dengan strata kepemimpinan dalam level manajemen. Wewenang di sini bermakna kekuasaan untuk mengambil keputusan, atau kebijakan-kebijakan yang bersifat mengikat dan harus dijalankan oleh bawahan dan menaatinya. Sebagaimana contoh seorang pemimpin memungkinkan untuk memaksa bawahan guna menjalankan tanggung jawabnya sesuai dengan kebijakan, dan petunjuknya serta pemimpin ini akan bertanggung jawab terhadap wewenang yang dimilikinya. Wewenang ditentukan berdasarkan tanggung jawab yang diembannya.
- c. Konsepsi Syura, meminta pendapat dari seseorang yang memiliki keahlian dan analisis yang tajam, memiliki kelebihan intelektual, tingkat keimanan yang tinggi, dan rajin mendakwahkan islam. dalam syura terdapat kekuatan dan keterkaitan antara kaum muslimin. Syura mendorong munculnya pemikiran yang kolektif, pemahaman bersama, dan menguatkan rasa ukhuwwah di antara kaum muslimin.
- d. Pendelegasian Wewenang. Pendelegasian wewenang dan tanggung jawab merupakan persoalan penting bagi kemaslahatan seorang pemimpin. Mengingat bahwa pemimpin adalah manusia biasa yang sarat akan keterbatasan dan tidak mampu menjalankan semua tugas dan tanggung jawab.

Konsep Media Syariah

Konsep media syariah yang penulis gagas kali ini, memfokuskan pada segi pengelolaan dan isi dari konten media, dimana konten media syariah menjadi *diversity of content* dibandingkan dengan media lainnya seperti media konvensional, media Islam, maupun media Islami.

a. Penjelasan terkait Media dari segi Pengelolaan dan Fungsi Media

Pengelolaan suatu media penyiaran memberikan tantangan yang tidak mudah kepada pengelolanya. Tantangan yang harus dihadapi manajemen media penyiaran disebabkan dua hal. *Pertama*, sebagaimana perusahaan lainnya, media penyiaran dalam kegiatan operasionalnya harus dapat memenuhi harapan pemilik dan pemegang saham untuk menjadi perusahaan yang sehat dan mampu menghasilkan keuntungan. *Kedua*, media penyiaran harus mampu memenuhi kepentingan masyarakat (komunitas) di mana media bersangkutan berada, sebagai ketentuan yang harus dipenuhi ketika media penyiaran yang bersangkutan menerima izin siaran (lisensi) yang diberikan negara.⁷

Sudibyo menyatakan terdapat lima faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan dalam pemberitaan, diantaranya 1) faktor individual (seperti jenis kelamin, usia, dan agama), 2) faktor rutinitas media (mekanisme dan proses penentuan berita), 3) faktor organisasi (struktur organisasi), 4) faktor ektramedia (sumber berita, sumber

⁷ Nur Cahyo Hendro Wibowo, *Pengembangan Manajemen Penyiaran Walisongo TV*, UIN Walisongo, Islamic Communication Journal, Vol 02 No 01 Januari-Juni 2017, h. 3.

penghasilan berita, pihak eksternal dan lingkungan bisnis dan ideology).⁸ sedangkan Mc. Quail menyatakan terkait fungsi media diantaranya:

1. Fungsi informasi, untuk memberikan informasi tentang kejadian- kejadian dan kondisi-kondisi dalam masyarakat dan kemajuan.
2. Fungsi korelasi, untuk menjelaskan, menginterpretasikan, dan mengomentari makna tentang kejadian-kejadian dan informasi, memberikan dukungan bagi otoritas dan norma-norma yang ada, sosialisasi, mengkoordinasikan aktivitas-aktivitas yang terpisah dan membangun consensus.
3. Fungsi keberlanjutan, untuk mengekspresikan budaya dominan dan memperkenalkan budaya subculture dan perkembangan budaya- budaya baru serta menekankan dan mengelola nilai-nilai bersama.
4. Fungsi hiburan, untuk memberikan kesenangan, keberagaman, sarana untuk relaksasi, mengurangi ketegangan sosial.
5. Fungsi Mobilisasi, untuk menginspirasi tujuan-tujuan sosial di wilayah politik, ekonomi, peperangan, pembangunan, ekonomi, pekerjaan dan bahkan agama.⁹

Adapun menurut Pasal 4 UU No.32 Tahun 2002 disebutkan bahwa fungsi media penyiaran sebagai kegiatan komunikasi massa yang berfungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan yang sehat dan juga mempunyai fungsi ekonomi dan kebudayaan.¹⁰

Menurut Shoemaker dan Reese, terkait isi media dapat dipengaruhi oleh beberapa level diantaranya level individual, level rutinitas media, level organisasi, level ekstra media, dan level ideology. Hal ini juga dipengaruhi oleh pihak eksternal sebuah media diantaranya: 1) pemerintah, sebagai pihak yang harus mengatur dan mengontrol pelaksanaan dan aturan main bagi keberadaan media di masyarakat, 2) Investor, sebagai pihak yang selalu menargetkan keuntungan bagi modal yang telah ditanamkan dalam perusahaan media, 3) Pengiklan, berkepentingan terhadap penjualan produk yang diiklankan, 4) masyarakat yang menjadi tolak ukur media yang ditampilkan.¹¹ Pandangan Mc. Quail terkait isi media secara sistematis dipengaruhi oleh rutinitas atau kebiasaan organisasi, tindakan dan tujuan dari berbagai faktor personal atau ideology.¹²

b. Pengertian Media Syariah

Sebelum membahas penjelasan terkait dengan media syariah, penulis kali ini membahas terlebih dahulu terkait dengan media Islam. Menurut Satrio Arismunandar, Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia menjelaskan bahwa sebuah media dapat disebut sebagai media Islam jika media tersebut memenuhi tiga syarat. Pertama, yakni harus dimiliki oleh orang Islam atau dimiliki secara kolektif mayoritas saham

⁸ Amelia Rahmi, *Konstruksi Ayat Hadits Ekonomi di Media Cetak*, UIN Walisongo, Islamic Communication Journal Vol 01 No 01 Mei-Oktober 2016, h. 13.

⁹ Erni Herawati, *Keterkaitan Isi Siaran Televisi di Indonesia dan Keadilan Informasi*. Fakultas Ekonomi dan Komunikasi, Universitas Bina Nusantara, Humaniora, Vol.3 No 1 April 2012, h. 157.

¹⁰ *Ibid.*,

¹¹ *Ibid.*, 158

¹² *Ibid.*,

harus dimiliki oleh orang Islam. Syarat kedua, yakni harus memiliki misi dakwah berupa mengagungkan nama Allah, menyebarkan nilai-nilai agama Islam, memajukan dan mencerdaskan umat Islam, dan sebagainya, Media Islam bebas menyajikan topic apa saja, asal semua berlandaskan pada niat dakwah. Syarat ketiga, media Islam harus menerapkan aturan, etika dan nilai-nilai ajaran Islam dalam menjalankan bisnis perusahaan media dan aktivitas keredaksian (editorial).¹³

Berbeda dengan Arismunandar, Ghazali mengungkapkan terkait media Islam Menurutnya, media Islam merupakan media yang merujuk pada syariat yang telah ditetapkan oleh Islam. Konten atau isi harus merujuk pada dua sumber kebenaran hakiki yang digunakan dalam Islam yaitu Al Qur'an dan As Sunnah. Berikut beberapa syarat yang harus diperhatikan dalam penggunaan media Islam:

1. Mendasarkan semua langkah dalam usaha media dengan niat semata-mata sebagai ibadah kepada Allah SWT.
2. Konten atau isi yang disampaikan haruslah sesuai dengan Syar'i. isi yang disampaikan tidak menjurus pada suatu amalan yang tidak valid atau tidak benar.
3. Penggunaan media hendaknya mengikuti aturan yang ditetapkan oleh syariah.
4. Dampak yang timbul bersama media senantiasa disalurkan kembali ke jalan Allah untuk terus mengembangkan ajaran Islam. hal ini guna untuk memperkokoh semua sendi kehidupan agar senantiasa kuat belandaskan pemahaman nilai-nilai Islam. Islam menjadi agama Rahmatan lil-alamin, maka semua komponen seperti ekonomi, kesejahteraan, sosial- kemasyarakatan, kesehatan dan lain-lain kuat sesuai nilai-nilai syar'i.
5. Tidak meninggalkan perkara-perkara wajib selama mengembangkan media Islam.¹⁴

Selain media Islam, terdapat juga media Islami, jika media Islam lebih cenderung menunjukkan identitas, maka "Islami" menunjukkan sifat atau ciri yang merujuk ke identitas "Islami".¹⁵ Sebagai mana contoh, Media Islami menampilkan ciri-ciri islami atau *embel-embel* Islam digunakan sebagai *cover*, seperti identik dengan seluruh karyawannya memakai hijab, namun tidak melaksanakan sholat 5 waktu.

Hal ini akan berbeda dengan media syariah, media syariah adalah media yang dalam pengelolaan dan pembuatan isi kontennya memperhatikan nilai-nilai keislaman, seperti objektif, dan mengedepankan kebenaran untuk memberikan manfaat serta perubahan positif terhadap masyarakat.

Media syariah hadir untuk memberikan penyiaran yang objektif dan dalam pengelolaan bisnis media, yang pada akhirnya memberikan dampak positif kepada masyarakat. Pengelolaan bisnis dalam media dengan aspek syariah tidak menjadi alasan untuk tidak mendapatkan keuntungan atau mementingkan unsur duniawi. menurut

¹³ Satrio Arismunandar, *Media Islam, Media Islami, dan Perbedaannya dengan Media Lain*. www.academia.edu diakses pada tanggal 11 Juni 2019, h. 1-2.

¹⁴ Fuad Jaya Miharja, *Mengembalikan Kejayaan Media Islam sebagai Upaya Mempertahankan Kualitas Kehidupan Islam di Era Global*, diakses dari www.academia.edu

¹⁵ Satrio Arismunandar, *Media Islam, Media Islami, dan Perbedaannya dengan Media Lain*. Diakses dari www.academia.edu pada tanggal 11 Juni 2019, h. 1-2.

Suwiknyo, Islam memberikan keterangan yang jelas mengenai ekonomi dan kesejahteraan manusia, melalui Al Qur'an dan Hadits. Hal ini ditujukan untuk pemberdayaan umat, agar dapat meminimalisir kesenjangan sosial.¹⁶

c. Pengelolaan Media Syariah

Dalam media syariah, dalam pengelolaannya memperhatikan terkait dengan konsep dasar syariah. Berikut penjelasan konsep dasar syariah yaitu:

1. Tetap menjaga kebebasan individu, terutama terkait dengan hak-hak transcendental yang berhubungan langsung dengan Allah.
2. Memperhatikan kemaslahatan publik, terutama yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan pokok akan barang dan jasa.
3. Konsen untuk menegakkan keadilan yang dibangun atas persamaan hak setiap individu dan disatukan dengan akidah islamiyah.

Konsep Media Syariah memberikan kebebasan pers melalui etika jurnalistik yang dikaitkan pada ayat Al Qur'an dan Hadits, melalui beberapa pedoman seperti bersikap wajar dan seimbang, jujur dan tidak memihak, bertanggung jawab tidak hanya pada sosial tapi juga kepada Allah, mengusahakan keakuratan informasi, dan tulisan jurnalistiknya bersifat kritik yang konstruktif. Dalam pengaturan sumber daya manusia pun pekerja media memiliki hak untuk dihormati, hak untuk mendapatkan perlakuan yang sama, hak untuk bekerja, hak untuk mendapatkan upah yang memadai, hak permohonan kenaikan gaji. Selain hak, pekerja media memiliki kewajiban yakni berpartisipasi dalam menegakkan hukum-hukum Allah, melaksanakan tugas dengan ikhlas dan cermat, menegakkan amanah, dan patuh terhadap tugas yang sedang diembannya.

d. *Content* Media Syariah

Dalam proses proses pembuatan *content*, tidak terlepas dari adanya ide dan kreativitas. Menurut Amabile dan Staw, Kreativitas merupakan pusat dari seluruh organisasi, dimana sebuah ide baru yang baik, dapat mempengaruhi produk, proses atau prosedur dalam organisasi. Dalam prosedur ini, maka landasan kemampuan organisasi untuk beradaptasi, tumbuh, dan bersaing.

Salah satu aspek yang terpenting dalam organisasi media yakni melalui konten, maka semakin tinggi tingkat kreativitas, semakin besar potensi untuk keunggulan kompetitif dan keunggulan kreativitas sebagai salah satu sumberdaya organisasi. Dalam pengorganisasian industri media agar tetap eksis perlu dilakukan penelitian dan pengembangan untuk menggali tingkat kreativitas. Kreativitas dalam pengaturan organisasi muncul karena adanya motivasi intrinsik. Salah satu aspek menambah semangat motivasi intrinsik yakni terkait dengan manajemen dan gaji yang memadai (tidak relative rendah), media bukan dengan mengeksploitasi karyawan.¹⁷

Organisasi dalam media yang berusaha menghasilkan pengetahuan melalui penelitian, dan pengembangan atau proses pembelajaran akan lebih unggul dibandingkan

¹⁶ *Ibid.*, h. 6.

¹⁷ Lucy Kung, *Does Media Management Matter? Establishing the Scope, Rationale, and Future Research Agenda for the Discipline*. Jonkoping International Business School. *Journal of Media Business Studies*, h. 22-23.

organisasi yang bekerja berdasarkan pengetahuan orang lain. Pengetahuan dalam ini, memperhatikan isu-isu seperti adaptasi organisasi, kelangsungan hidup, dan kompetensi dalam menghadapi perubahan lingkungan yang semakin meningkat.¹⁸ Maka sebagai media syariah, *content* yang diproduksi pun diambil berdasarkan kreativitas, proses pembelajaran dan penelitian, namun tetap memperhatikan aspek sosial terhadap karyawan, hal ini guna mencegah adanya eksploitasi terhadap karyawan. Fenomena eksploitasi terhadap karyawan ini penulis temui baik dalam media Islam maupun konvensional, yang akhirnya berpengaruh terhadap konten dari sebuah media cenderung kurang berkualitas.

Dalam segi ekonomi, media menjadi institusi bisnis atau institusi ekonomi yang memproduksi dan menyebarkan informasi, pengetahuan, pendidikan, serta hiburan kepada khalayak. Diantaranya media televisi, radio, surat kabar, majalah, tabloid, buku, iklan, film, dan lain-lain. Diversity atau diversitas merupakan konsep keberagaman atas dasar perbedaan-perbedaan, seperti sosial, politik, gender, etnik dan ras.¹⁹ Dengan adanya *diversity of content*, maka dapat memunculkan keberagaman opini, isi siaran yang sesuai dengan eksistensi budaya bangsa Indonesia yang heterogen dan pluraris.²⁰

Media Syariah nantinya tidak hanya berisi terkait berita Islam yang berlebihan, atau hanya menonjolkan satu aliran tertentu seperti terlalu ke aliran NU atau Muhammadiyah. Tetapi, terdapat *content* yang berdasarkan prinsip demokrasi pancasila, dan kultur Indonesia. *Diversity of content* menggunakan prinsip keadilan. Dengan adanya media Syariah, bukan hanya sekedar hanya sebagai *diversity of content*, namun juga memiliki peran dalam kehidupan sosial sebagai mana contoh dalam contentnya terdapat keberagaman politik (*political diversity*) dan keberagaman sosial (*social diversity*).

Media syariah menyajikan *content* terkait dengan rasa hormat terhadap pandangan keagamaan, rasa hormat terhadap pribadi, kesopanan dan kesusilaan, pembatasan terhadap *content* yang mengandung kekerasan, dan sadism, perlindungan terhadap anak-anak, remaja dan perempuan, larangan siaran bersifat fitnah, menghasut, menyesatkan, bohong, pertentangan antara suku, ras, dan antar golongan, larangan memperolok, merendahkan, melecehkan, dan atau mengabaikan nilai-nilai agama, martabat manusia Indonesia, ataupun merusak hubungan internasional.

¹⁸ Zahra Dastgheyb Shirazi, *Management of Media Organization (Radio and TV) With Special Emphasis Knowledge Management*. The Turkish Online Journal of Design, Art, and Communication, TOJDAC August 2016, h. 1452-1459.

¹⁹ Armis Mukharomah. *Tinjauan Hukum Mengenai Prinsip Diversity of Ownership dan Diversity of Content Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran (Studi Kasus Akuisisi PT Elang Mahkota Teknologi Tbk Atas PT Indosiar Karya Media Tbk)*. (Universitas Brawijaya Malang, 2014), h. 9.

²⁰ *Ibid.*, h. 10.

Tabel 1.1 5 Aspek Pemberitaan yakni, Politik, Ekonomi, Budaya, Agama, dan Hukum.²¹

No	Aspek	Terdiri
1	Politik	Mengembangkan demokrasi, optimalisasi peran lembaga-lembaga negara, mendorong partisipasi politik semua lapisan masyarakat, mengutamakan kejujuran dan moralitas dalam politik, penghargaan terhadap hak-hak sipil, mendorong terbentuknya pemerintahan yang bersih.
2	Ekonomi	Mendukung keterbukaan dan demokrasi ekonomi, mempromosikan profesionalisme, berpihak kepada kepentingan ekonomi domestic dari pengaruh globalisasi, pemerataan sumber-sumber daya ekonomi, mempromosikan etika dan moral dalam berbisnis, mengembangkan ekonomi syariah, berpihak pada usaha menengah, kecil, mikro dan koperasi (UMKM).
3	Budaya	Kritis-apresiatif terhadap bentuk-bentuk ekspresif kreatif budaya yang berkembang di masyarakat, mengembangkan bentuk-bentuk kesenian dan hiburan yang sehat, mencerdaskan, menghaluskan perasaan, dan mempertajam kepekaan nurani, menolak bentuk-bentuk kebudayaan/kesenian yang merusak moral, akidah, dan mereduksi nilai-nilai kemanusiaan, menolak pornografi dan pornoaksi.
4	Agama	Mensyiarkan Islam, mempromosikan semangat toleransi, mewujudkan “Islam Rahmatan Lil ‘alain dalam segala bidang kehidupan, membela- melindungi dan melayani kepentingan umat.
5	Hukum	Mendorong terwujudnya masyarakat sadar hukum, menjunjung tinggi supremasi hukum, mengembangkan mekanisme check and balance pemerintah-masyarakat, menjunjung tinggi HAM, mendorong pemberantasan KKN secara tuntas.

Dalam segi konten media syariah bukan berarti hanya berisi pesan dakwah saja, namun juga tetap memperhatikan aspek pemberitaan yang terdiri dari berita agama, hukum, budaya dan ekonomi politik.

²¹ Amelia Rahmi. *Community Development dengan Bermedia Secara Santun*. UIN Walisongo Islamic Communication Journal. Volume 02 no 01, Januari Juni 2017, h. 66

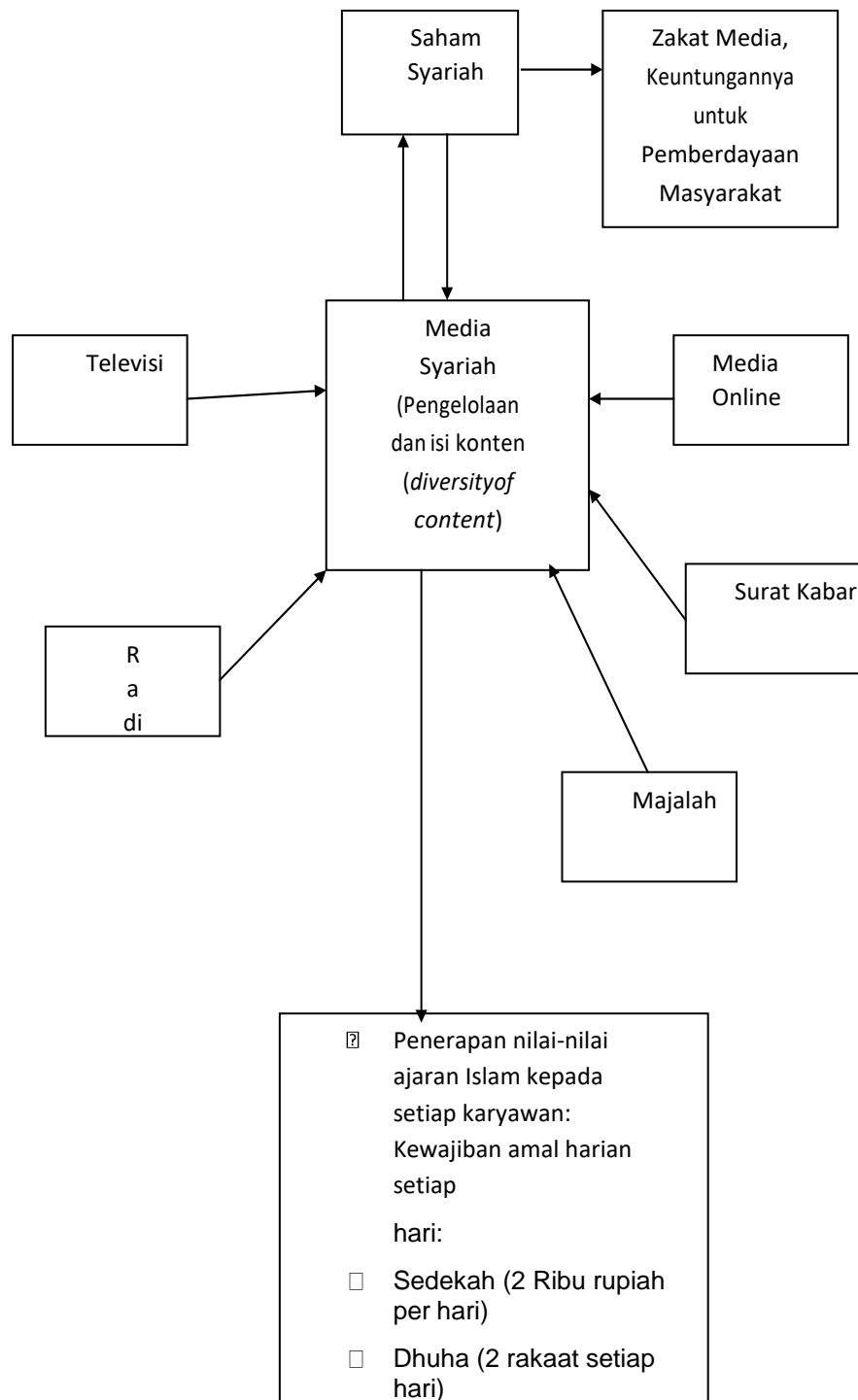
e. Struktur Pengorganisasian Media Syariah

Tabel 1.2 Struktur Pengorganisasian Media Syariah

Spesifikasi Posisi	Spesifikasi Persentase Jumlah Karyawan
Pemilik	(Umat Islam)
Penanam Modal	75 % (Muslim), 25% (Non Muslim)
Creator, Tim Kreatif	Muslim 90%, Non Muslim 10%
Staff	Muslim 100%
Produksi/Program	Muslim 75%, Non Muslim 25%
Teknisi	Muslim 75%, Non Muslim 25%
Khalayak (Sasaran)	Muslim dan Non Muslim (Muslim 75%, Non Muslim 25%)

Dalam gagasan penulis terkait dengan media syariah, penulis merinci presentase kepemilikan, penanaman modal, dan bagian-bagian lainnya dalam media syariah. Memberikan *space* pula untuk non muslim guna memberikan pertimbangan khusus dan pandangan khusus untuk mencegah *islampobia*, radikalisme, dan fundamentalisme, sehingga media syariah dapat dinikmati tidak hanya masyarakat muslim, namun juga masyarakat non muslim sebagai referensi media yang akan mereka tuju.

Bagan 1.2 Konsep Media Syariah



Penulis juga menggagas terkait bagaimana bila media syariah nantinya akan menerapkan iuran saham untuk umat muslim, hal ini demi keberlangsungan media syariah untuk memproduksi konten yang kreatif, edukatif dan memberikan dampak positif. Hal ini seperti yang diterapkan oleh media NHK Jepang, yang mewajibkan masyarakat yang memiliki televisi untuk membayar iuran setiap bulannya sebesar USD 12, sebagaimana yang tercantum dalam UU Penyiaran pemerintah Jepang. Jika di Jepang bersifat iuran untuk produksi konten, namun di Indonesia bisa dapat dilakukan iuran saham dan kerjasama saling menguntungkan antara masyarakat, dan pihak media. Masyarakat dapat melihat tontonan yang layak dan berkualitas.

Kesimpulan

Pengorganisasian media Islam seperti TV9 yang belum maksimal saat ini dan masih kalah jauh dibandingkan media MNC TV, maka dari seperti TV9 memerlukan perubahan dari segi manajemen. Karena media bukan hanya untuk berdakwah saja, tanpa memberikan kesejahteraan bagi pekerja medianya. Pengetahuan agama yang luas, dan menguraikan dalam media tulisan/suara/video yang berisikan dakwah, tidak akan membawa nyawa suatu *content*, yang akhirnya media Islam dalam isi *content*-nya dipandang angin lewat oleh masyarakat. Oleh karenanya, perlu suatu konsep dan regenerasi baru terhadap media yang memberikan kebermanfaatan dan menarik minat masyarakat. Media syariah dikonsepsikan menjadi agen perubahan sosial melalui media, sehingga produk media tidak hanya berhenti di *content*, namun memberikan efek terhadap perubahan perilaku masyarakat (*behavior*) dan kesejahteraan masyarakat. Media syariah nantinya menerapkan nilai-nilai keislaman dalam pengelolaan dan konten. Konten media syariah dapat menjadi rujukan atau alternatif bagi masyarakat untuk menikmati media dengan sajian yang beragam (*diversity of content*).

Sitasi dan Daftar Pustaka

- Arifudi. *Kesiapan Stasiun Televisi Lokal Batam Sebagai Media Penyebaran Informasi Publik*. Badan Besar Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika Medan: *Jurnal Penelitian Komunikasi* Vol 18 No 2 Desember, 2015.
- Christiani, Lintang Citra. *Spesialisasi Grup Media Jawa Pos*. Universitas Diponegoro, *Jurnal Komunikasi*, Volume 12, No 2, Desember, 2015.
- Chouliarahi, Lilie and Mette Morsing. *Media, Organization, and Identity*. New York: Palgrave macmillan, 2014.
- Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 2002.
- Efendi, Mochtar. *Manajemen Suatu Pendekatan Berdasarkan Ajaran Islam*. Jakarta: Bharatara Karya aksara, 1986.
- Herawati, Erni. *Keterkaitan Isi Siaran Televisi di Indonesia dan Keadilan Informasi*. *Fakultas Ekonomi dan Komunikasi, Universitas Bina Nusantara, Humaniora*. Vol.3 No 1 April, 2012.

- Handoko, Hani. *Manajemen*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta Handoko, Hani. (1984).
Manajemen Edisi II. Yogyakarta: BPFE, 1999.
- Kung, Lucy. *Does Media Management Matter? Establishing the Scope, Rationale, and Future Research Agenda for the Discipline*. Jonkoping International Business School. Journal of Media Business Studies. Hal 22-23, tt.
- Majid, Shabri Abd. *Regulasi Perbankan Syariah: Studi Komparatif Antara Malaysia dan Indonesia*, Universitas Syiah Kuala, Jurnal Media Syariah, Vol XVI No 1 Juni, 2014.
- Mukharomah, Armis. *Tinjauan Hukum Mengenai Prinsip Diversity of Ownership dan Diversity of Content Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran (Studi Kasus Akuisisi PT Elang Mahkota Teknologi Tbk Atas PT Indosiar Karya Media Tbk)*. Universitas Brawijaya Malang, 2014.
- Nugroho, Yanuar & Dinita Adriani Putri, Shita Laksmi. *Memetakan Lanskap Industri Media Kontemporer di Indonesia*. Jakarta: Centre for Innovation Policy and Governance, 2013.
- Pastika, Wayan Lanang, Gede Santunu, Kadek Eni Marheni. *Penerapan Konsep Pengorganisasian dan Pengarahan PT. Bayus Cargo Badung, Bali*. Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan Vol. 112 No. 3 November, 2016.
- Rachman, Fathor. *Manajemen Organisasi dan Pengorganisasian dalam Perspektif Al Qur'an dan Hadith*. Jurnal Studi Keislaman, Vol. 1 No 2 Desember, 2015.
- Rahardian, Tsalis Fahmi. Skripsi. *Manajemen Media Televisi TV9 Nusantara: Antara Bisnis dan Dakwah dalam Perspektif Ekonomi Media*. UIN Sunan Ampel Surabaya: Fakultas Dakwah dan Komunikasi, 2018.
- Rahmi Amelia. *Konstruksi Ayat Hadits Ekonomi di Media Cetak*. UIN Walisongo, *Islamic Communication Journal* Vol 01 No 01 Mei-Oktober, 2016.
- Rahmi, Amelia. *Community Development dengan Bermedia Secara Santun*, UIN Walisongo *Islamic Communication Journal*. Volume 02 no 01, Januari Juni, 2017.
- Sinn, Ahmad Ibrahim Abu. *Manajemen Syariah : Sebuah Kajian Historis dan Kontemporer*. Cet ke 3, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012.
- Saefrudin. *Pengorganisasian Dalam Manajemen*. Jurnal Al Hikmah Vol 5 No 2 Oktober, 2017.
- Shirazi, Zahra Dastgheyb. *Management of Media Organization (Radio and TV) With Special Emphasis Knowledge Management. The Turkish Online Journal of Design, Art, and Communication: OJDAC*, 2016.
- Wardhani, Diah, Afdal Makkuraga Putra. *The Repotition of Communication in the Dynamic of Convergence*. Jakarta: Prenada Media Group, 2012.
- Wibowo Nur Cahyo Hendro. *Pengembangan Manajemen Penyiaran Walisongo TV*. UIN Walisongo: *Islamic Communication Journal*, Vol 02 No 01 Januari-Juni, 2017.