

# Pesan Jurnalisme Profetik di Harian Republika

Muhammad Subarkah<sup>1</sup>, Nani Nurani Muksin<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi S2, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta  
Jalan Brawijaya, Geblagan, Tamantirto, Kasihan, Bantul, DI Yogyakarta, 55183, Indonesia

<sup>1</sup>[msubarkah@gmail.com](mailto:msubarkah@gmail.com), <sup>2</sup>[naninuranimuksin@umj.ac.id](mailto:naninuranimuksin@umj.ac.id)

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan gagasan serta praktik komunikasi pesan jurnalisme profetik di Republika. Teknik penelitian ini menggunakan studi fenomenologi yang bersifat deskriptif-kualitatif dengan melakukan cara wawancara dan studi pustaka. Hasil dari penelitian ini yaitu gagasan dari jurnalisme profetik yang dipraktikkan Republika dapat dikatakan merupakan salah satu bentuk pengayaan dari jurnalisme di Indonesia yang ditambahi ide transedensi dari dakwah para nabi yakni bersifat jujur, komunikatif, pesan dapat dipercaya, dan cerdas. Hal ini dilihat dari jejak karya jurnalisme Republika yang berdiri semenjak tahun 1993. Dalam rentang waktu selama itu, Republika yang didirikan sebagai media umum yang peduli pada aspirasi umat Islam, konsisten melaksanakan gagasan jurnalisme profetik dalam setiap beritanya. Jurnalisme dipraktikkan tidak hanya mengikuti aturan etis dan teknis jurnalistik, tapi diperkaya dengan gagasan kepedulian kepada nilai transedensi yang hal ini adalah ajaran Islam. Salah satu hal tersebut misalnya ketika Republika bersikap atas isu judi SDSB yang dilakukan secara konsisten dari awal keberadaan media ini hingga masa sekarang ketika terjadi gelombang perubahan dari media konvensional ke media baru.

**Kata Kunci:** *jurnalisme profetik, jurnalistik, republika, media, media Islam.*

Diterima: 17-07-2022

Disetujui: 09-08-2022

Dipublikasikan: 15-08-2022

# Prophetic Journalism Roles on Republika

## Abstract

*This study aims to analyze and describe the ideas and practices of communicating prophetic journalism messages in Republika. This research technique uses a descriptive-qualitative phenomenological study by conducting interviews and literature studies. The result of this research is that the idea of prophetic journalism practiced by Republika can be said to be a form of enrichment of journalism practices in Indonesia which is added to the idea of transcendence from the da'wah of the prophets, namely being honest, communicative, trustworthy, and intelligent. This can be seen from the traces of Republika's journalism work, which was founded in 1993. During that time, Republika, which was established as a public media that cares about the aspirations of Muslims, has consistently implemented the idea of prophetic journalism in every news report. Journalism is practiced not only following the ethical and technical rules of journalism, but enriched with the idea of caring for the transcendent value which is Islamic teachings. One of these things, for example, was when Republika acted on the issue of SDSB gambling which was carried out consistently from the beginning of this media's existence to the present when there was a wave of change from conventional media to new media.*

**Keywords:** *prophetic journalism, journalism, republika, media, Islamic media*

## PENDAHULUAN

Republika sampai sekarang adalah salah satu media massa di Indonesia yang sampai tetap eksis. Oplah koran ini di kala terjadi pandemi Covid 19 masih bisa mencari 50 ribu eksemplar per hari, di kala koran lain tinggal beroplah sekitar 10 ribu eksemplar.

Media massa lain yang berbasis kertas atau koran kemudian malah mati seperti Tempo, Warta Ekonomi, Harian Terbit, Sinar Harapan, Suara Pembaruan. Kini media tersebut sudah tidak terbit lagi atau hanya terbit dalam versi digital maupun berubah menjadi portal berita.

Selain itu, berdasarkan data dari pihak manajemen perusahaan tersebut menyatakan berdasarkan survei AC Nielsen yang dirilis bersamaan dengan merebaknya pandemi Covid 19, Republika berada pada posisi kedua media print (koran) yang masih beredar secara nasional. Berdasarkan wawancara dengan Direktur Marketing Maman Sudiana (2020), urutan teratasnya adalah Kompas, setelah itu Republika, lalu Media Indonesia, dan Seputar Indonesia.

Berdasarkan keterangan yang sama, survei *Sheemrush* tahun 2022 menyebutkan media ini berada dalam posisi platform 10 besar media on line di Indonesia secara umum, yakni termasuk Google, Youtube, twitter, dan berbagai portal berita lain seperti kompas.com, detik.com dan lainnya. Jumlah pembaca portal beritanya mencapai 1.500.000 orang per hari. Jumlah halaman yang dibukanya mencapai 2.000.000 halaman per hari.

Jumlah lama orang membaca (*time offset*) portal Republika.co.id rata-rata waktunya mencapai 3 menit. Pembaca

mayoritasnya berada di enam kota besar di Indonesia, yakni Jakarta, Bandung, Jogjakarta, Surabaya, Medan, Padang, dan Makassar.

Wawancara dengan Redaktur Pelaksana Republika, Elba Damhuri, menerangkan bahwa pembaca portal Republika.co.id di luar negeri secara ranking berada di Malaysia, Timur Tengah, Amerika, dan Asia Timur.

Adanya kenyataan itu, Republika baik versi koran maupun versi digital dan portal Republika.co.id, jelas mempunyai posisi strategis sebagai referensi bagi publik untuk melihat aspirasi umat Islam Indonesia atas sebuah persoalan. Ini karena semenjak awal berdirinya Republika yang digagas oleh organisasi Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI), media ini sudah bertekad dan menanamkan ide tentang jurnalisme yang Islami, yakni jurnalisme profetik (jurnalisme kenabian) sebagai sistem panduan kerja kepada anggota redaksinya.

Pemimpin Redaksi Republika, Irfan Junaidi, turut menekankan bahwa Republika dalam produk jurnalismenya tampak mempunyai ciri yang khas dan berbeda dengan media lainnya. Hal ini terutama ketika menyikapi berbagai isu yang terkait dengan aspirasi umat Islam.

Gagasan pendirian Republika yang berasal dari kalangan ICMI itu, serta praktik jurnalisme dan capaian posisi Republika dalam kancah media massa di Indonesia yang merupakan negara dengan penduduk Muslim terbesar di dunia, membuat berbagai kalangan menyandangkan imej kepada Republika sebagai media massa Islam.

Sebutan ideal ini kemudian makin populer karena ide dari para pendiri medianya kala itu, memperkenalkan pengayaan nilai dari 'jurnalisme biasa' menjadi jurnalisme profetik. Istilah ini semenjak saat itu mulai dikenal luas ke publik.

Berbagai penelitian pendahulu pun telah banyak meneliti soal jurnalisme profetik. Tapi semua kajian tentang jurnalisme profetik baru terjadi satu dekade belakangan. Padahal istilah ini digagas semenjak dan seiring berdirinya Republika pada dekade awal 1990-an, tepatnya 1993.

Pembahasan tersebut ada dalam beberapa penelitian yang ada di berbagai jurnal (Khadziq, 2016; Khotmil, 2014; Shafitri et al., 2021). Selain itu juga ada penelitian yang bertema tentang Peran Jurnalisme Profetik Menghadapi Hoaks (Muhtadiah, 2017), Perilaku Jurnalistik Profetik Media Siber dalam Mewujudkan Masyarakat Madani (Studi Fenomenologi di Kalangan Wartawan (Permadi, 2019), dan Diseminasi Dakwah Era Disrupsi 4.0 dan Literasi Media Sosial (Perspektif Jurnalisme Profetik) (Muhammad, 2019).

Dalam Penulisan berbagai jurnal tentang jurnalisme profetik di atas terlihat belum begitu dalam dibahas mengenai pencarian ide, implementasi, hingga pengawasannya dalam praktik kerja sehari-hari para jurnalis atau media massa. Terlebih pada tulisan mengenai Pemikiran jurnalisme profetik Parni Hadi (Purnama, 2019).

Di berbagai jurnal itu hanya dibahas sekilas sebatas hanya pemikiran Parni Hadi saja, padahal kala itu ide dicetuskannya istilah Jurnalisme Profetik dibahas bersama

para awak redaksi Republika lain, meski kala itu Parni Hadi sebagai Pimred pertamanya.

Maka tampak pula dalam jurnal-jurnal tersebut, semua hanya sebatas membahas tulisan atau ide Jurnalisme Profetik versi Parni Hadi saja, tidak menyertakan atau membahas ide dan praktik jurnalisme yang dipikirkan para awal redaksi Republika lainnya.

Begitu juga dalam penelitian di jurnal lainnya, soal jurnalisme profetik hanya dikaji sekilas karena tidak membahas asal-usul ide itu di masa awal, implementasi, hingga capaiannya secara konkrit dalam media yang menjadi ajang pertama pelaksanaan ide jurnalisme tersebut. Adanya hal itu, penelitian ini berusaha menyajikan hal yang baru menyingkap pemunculan ide jurnalisme profetik serta penggalan fakta yang lebih dibandingkan kajian di jurnal yang sudah ada sebelumnya. Hal tersebut karena dalam penelitian ini cakupan narasumbernya lebih beragam, yakni dengan menyertakan para pelaksana gagasan jurnalisme profetik pada generasi selanjutnya, yakni para Pimred, Wapimred, redaktur pelaksana, Kepala Bagian Iklan, hingga Reporter pada era terkini setelah sekian lama melewati kepemimpinan Parni Hadi di Republika. Selain itu pada penelitian ini menggunakan wawancara langsung dengan para awak redaksi Republika selaku media masa umum yang menjadi awal dari pencetus istilah Jurnalisme Profetik semenjak dahulu hingga sekarang. Penelitian ini lebih detil membahasnya karena disertai pula contoh hasil implementasi serta pengawalan ide jurnalisme profetik dari awal ide dibuat, yaitu semenjak Republika terbit pada tahun

1993 sampai kini, yakni di tahun 2022 ketika datang era media massa baru, yakni dengan hadirnya Republika versi digital dan portal berita: Republika.co.id.

## KAJIAN PUSTAKA

Mengacu pada Onong Uchjana Effendy (2018) komunikasi adalah sebuah kata yang berasal dari bahasa Latin *communication* dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama di sini maksudnya adalah sama makna.

Sementara itu menurut Hovland, Janis, & Kelley (dalam Changara, 2016) mereka mendefinisikan bahwa komunikasi sebagai sebuah proses di mana seorang individu (komunikator) mengirimkan stimulus untuk mengubah perilaku individu lainnya (*audiens*).

Mengacu pendapat pakar komunikasi Dedi Mulyana (2008) membuat definisi bagi istilah komunikasi sebagai proses kegiatan yang ditandai tindakan, perubahan, pertukaran, dan perpindahan, serta terdapat kontinuitas dari setiap unsurnya.

Mengenai teori pesan mengacu Stephen W. Littlejohn dan Karen A Foss (2017) teori pesan itu terdiri dari: teori semiotik, teori sosiokultural, teori sosiopsikologis, dan teori fenomologis. Teori ini di antaranya kemudian digunakan untuk membahas perilaku bahasa, perilaku non verbal, cara berbicara, pemilihan strategi, rancangan pesan, serta penafsiran pesan.

Terkait dengan 'Jurnalisme Profetik' istilah ini ternyata masih merupakan istilah saja karena belum ada teorinya. Teori yang ada hanya teori jurnalistik seperti yang bila dilacak secara etimologis berasal dari kata

*journ* yang dalam bahasa Prancis catatan atau laporan harian.

Bila mengacu pada kamus jurnalistik diartikan sebagai kegiatan untuk menyiapkan, mengedit, dan menulis untuk surat kabar, majalah, atau berkala lainnya. Bila mengacu pada pakar Onong Uchjana Effendy (2015) media mempunyai ciri-ciri sebagai komunikasi massa, yakni komunikasi dengan menggunakan media massa, adalah prosesnya satu arah, komunikatornya melembaga, pesannya bersifat umum, medianya menimbulkan keserempakan, dan komunikannya heterogen.

Meski masih menjadi sebatas istilah, Jurnalisme Profetik itu sudah berusaha dijadikan istilah baku. Salah satu penggagas ide jurnalisme profetik yang kemudian diimplementasikan di Republika adalah Parni Hadi selaku salah satu pendiri sekaligus pemimpin redaksi pertama Republika. Pemikirannya itu tertuang melalui bukunya berjudul Jurnalisme Profetik Mengemban Tugas Kenabian yang terbit pada tahun 2015.

Menurut Parni Hadi, *Prophetic Journalism* atau *Jurnalisme Kenabian* (Purnama, 2019) adalah jurnalisme yang mengemban tugas kenabian, yakni menyampaikan risalah yang bermanfaat untuk semua orang berdasar cinta sebagai ibadah kepada Allah dengan cara: (a). *Truth*, mengungkapkan kebenaran, (b) *Justice*, menegakkan keadilan, (c) *Prosperity*, mendukung terciptanya kesejahteraan, (d) *Peace*, menciptakan perdamaian, (e) *Universal Humanity*, menjunjung tinggi kemanusiaan universal.

Tujuan dari jurnalisme profetik adalah dapat diwujudkan melalui karya

jurnalistik yang berfungsi: memberi informasi (*informing*) sehingga publik mengetahui, mendidik/mencerdaskan (*educating*), memberi advokasi (*advocating*), menginspirasi (*inspiring*), dan memberdayakan (*empowering*).

Persyaratan dari jurnalisme profetik jika dapat mewujudkan fungsi-fungsinya jika ada: (a). Kebebasan untuk berekspresi (*freedom of expression*) tanpa rasa takut dan tekanan dari mana pun, kecuali kepatuhan akan perintah Allah. (b). Kemandirian (*independences*) dalam sikap, di mana kebebasan bukan berarti bebas berbuat tanpa aturan

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi fenomenologi karena berusaha mencari esensi makna dari suatu fenomena yang dialami oleh beberapa individu (Creswell, 2010). Sifat kajiannya analisis deskriptif. Pilihan metode ini diambil karena ingin mengetahui serta membuat penggambaran (deskripsi) yang dapat dilakukan secara sistematis, akurat, dan akurat. Tujuannya mengkaji ide dan implementasi gagasan jurnalisme profetik di Republika.

Pilihan menggunakan metode penelitian kualitatif tujuannya adalah dimaksudkan untuk memotret atau memahami fenomena mengenai apa yang dialami oleh obyek penelitian. Mengacu pada Moleong (2017), hal ini misalnya terkait perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Mengenai cara pengumpulan data acuan penelitian ini dilakukan melalui wawancara terhadap para penggagas ide dan pelaku yang mengimplementasikan ide Jurnalisme Profetik yakni wakil pihak redaksi (pimred/wakil pimred, redaktur, dan reporter Republika, pembaca, dan pakar komunikasi.

Wawancara dilakukan secara terstruktur yakni, peneliti sebelum melakukan tanya jawab telah terlebih dahulu menyiapkan berbagai pertanyaan yang sesuai dengan obyek permasalahan yang akan diungkapkan. Selain itu juga melakukan riset pustaka dan artikel terkait soal contoh hasil kerja jurnalisme profetik di Republika.

## HASIL PEMBAHASAN

Republika adalah salah satu media massa di Indonesia. Keberadaan media ini dalam menggagas dan mengimplementasikan kerja jurnalistiknya menjadi perlu dikaji karena Republika dikenal juga sebagai penampung dan penyampai aspirasi umat Islam di Indonesia yang mempunyai penduduk Muslim terbanyak di dunia. Tekad ini bisa dilihat dengan mengacu pada *master head* (urain singkat mengenai visi dan misi) pada bagian atas di kolom khusus yang menyajikan susunan dewan redaksi Republika. Visi itu, menurut Wapimred Republika, Hasan Murtiadji, dibingkai secara implisit melalui pilihan kalimat tagline media massa ini dengan sebutan sebagai ‘Koran Masyarakat Baru.’

Secara detail pada *master head* itu tertulis: Republika hadir sebagai pelopor pembaruan media massa Indonesia. Harian ini memberi warna baru pada desain,

gaya pengutaraan, dan sudut pandang, surat kabar negeri ini. Sebagai koran kemudian portal pertama di Tanah Air, media ini melahirkan keseimbangan baru pada informasi. Republika terbit demi kemaslahatan bangsa, penebar manfaat untuk sesama.

Hal itu kemudian bersesuaian pada masa Republika lahir pada 4 Januari 1993. Adanya hal tersebut seperti dikatakan kembali Wapimred Republika Hasan Murtiaji membuat mau tidak mau Republika juga harus hadir sebagai media massa umum mengarahkan ceruk pembaca kelompok masa Muslim Indonesia. Mereka adalah kelompok masyarakat yang berpendidikan dan berpenghasilan menengah serta paham akan teknologi IT (Komputer).

Republika seperti termuat dalam *master head* keredaksiaannya tersebut, terlihat bertekad menghela kemajuan baru bagi media massa Islam yang selama ini telah hadir dan mewarnai kanzah sejarah pers Indonesia.

Adanya gagasan baru 'jurnalisme profetik' ini menjadi ide agar media Islam di Indonesia dapat bertahan dan melintasi zaman. Jadi, tujuan penelitian ini hendak mengkaji pengalaman Republika di dalam mengagagas, menyemaikan, mengimplementasikan, serta menjaga keberlangsungan ide Jurnalistik Profetik dalam kerja keseharian.

Sikap itu terekam dalam wawancara salah satu penggodog ide Jurnalisme Profetik di Republika, yakni Zaim Ukhrowi yang saat media ini pertama kali terbit menjabat sebagai wakil pimpinan redaksi.

*"...Gagasan jurnalisme profetik itu hasil*

*dari diskusi kami (awak redaksi). Sosok yang kemudian memberi nama gagasan itu Jurnalisme Profetik itu Mas Parni Hadi. Sebenarnya ide dasarnya ya dari pengertian mengenai jurnalisme yang selama ini ada atau ada dalam teori jurnalisme itu. Tapi maksud dari pemberian sebutan seperti itu adalah jurnalisme yang dilakukan ssesuai kaidah yang ada di mana kemudian diperkaya dengan tambahan nilai yang mengacu pada nilai transidensi sehingga menjadi jurnalisme yang lebih utuh dan bermanfaat. Jurnalisme seperti ini kemudian tentu saka secara otomatis mengusung kebenaran. pada satu titik dan kondisi tertentu jurnalis iitu harus memihak pada nilai transedensi atas kebenaran."*

Jurnalisme yang baik pasti profetik. Namun jurnalisme profetik ini pun tidak dapat bertindak semena-mena karena harus bahwa sadar tidak ada kebenaran yang 100 % (mutlak) sehingga hanya bisa mendekatnya sebatas kebenaran faktual saja. Dalam hal ini seorang jurnalis profetik harus bisa bertindak adil sejak dari pikiran. Ini karena selain adil ciri Jurnalisme Profetik itu adalah harus menyajikan kebenaran faktual atau bukan kebenaran yang normatif meski kadang menyakitkan serta kadang pula dianggap tidak menyenangkan."

Zaim Ukhrowi kemudian memberi contoh apa yang dimaksud kebenaran faktual dalam secara konkrit. Hal ini misalnya ketika menulis berita soal politik menghalalkan segala cara untuk berkuasa yang dahulu pernah ditulis Nicolo Machiavelli yang menurutnya dia sebenarnya hanya memotret kebenaran faktual apa yang disebut kebenaran dalam

politik kekuasaan. Machiavelli hanya bicara fakta yang terjadi bila ingin menggapai dan mempertahankan kekuasaan. Dia di dalam buku yang ditulisnya dengan judul 'Sang Pangeran' mengungkapkan kebenaran yang faktual dalam politik kekuasaan. Dia tidak tengah mengomentari soal tersebut dari segi moral dan buruk atas perilaku politik dari setiap kekuasaan. Machiavelli tidak bicara mulai dan hina. Pihak lainlah yang kemudian memberi kesimpulan berbedas fakta itu.

Sama halnya dengan Zaim Ukhrowi, Parni Hadi dalam setiap pengarahannya pada pembekalan calon reporter Republika yang itu kemudian dituliskan dalam bukunya berjudul 'Jurnalisme Profetik Mengemban Tugas Kenabian' tersebut memang selalu mengatakan ada muatan nilai transendensi (spiritualitas) yang menjadi penentu dari ukuran untuk menilai keberhasilan wartawan yang mengimplementasikan jurnalisme profetik.

Menurutnya Parni Hadi (dalam Purnama, 2019), Keberhasilan seorang wartawan profetik ditentukan oleh pengolahan/pengasahan bakat/talenta, kemampuan otak dan kecerdasan spiritual yang dimilikinya dan pengalaman kerja spiritualitasnya. Ketika terjadi konflik, laporan wartawan profetik bertujuan mencari solusi dan mendamaikan (*problem-solving peaceful*), bulan mencari sensasi dan memprovokasi. Apa yang dilakukan dengan hati yang penuh dengan cinta.

### Praktik Jurnalisme Profetik di Republika

Contoh dari implentasi ide jurnalisme profetik di Republika salah satunya dan yang paling legendaris adalah dalam persoalan penyikapan isu judi lotre, yakni terhadap Sumbangan Dermawan Sosial Berhadiah (SDSB) yang pada saat awal terbit media ini begitu eksis dan

menggurita karena mendapat izin secara resmi dari pemerintah saat itu.

Kala itu kalangan Muslim sudah lama menentang dan meminta bila SDSB dan judi berkedok undian lainnya itu dicabut sebab judi adalah tindakan terlarang ajaran agama Islam. Judi ala SDSB sudah begitu merasuk di dalam benar masyarakat karena sudah berlaku sangat lama, yakni semenjak tahun 1950-an.

Masyarakat di kalangan bawah sangat terimbas atas judi model ini. Bukan hanya menyebabkan munculnya berbagai kasus perdata yang menumpuk di pengadilan, akibat judi dengan model undian seperti SDSB memunculkan banyak kekerasan.

Padahal undian berhadiah SDSB sebagai undian berhadiah uang yang memakai huruf sebenarnya adalah salah satu model perjudian di Indonesia yang pernah dilegalkan, yakni melalui apa yang disebut dengan undian dengan mengacu pada UU No 22 tahun 1954 atau lebih lama lagi yakni sejak masa kolonial melalui terbitnya Lembaran Negara Staatbald tahun 1935 dengan nama lotere buntut (Lumaksono, 2014). Aturan dalam peurangan ini bersifat aturan karet yang dikenal luas bahwa undian bukan judi karena tidak menggunakan angka melainkan huruf.

Sejak saat itu hingga pemerintahan berganti aturan bahwa undiam berbeda dengan judi lotere buntut seolah eksis terus. Bahkan, meski kemudian terbit UU No 7 tahun 1974 yang menyatakan segala bentuk judi harus ditertibkan karena melanggar nilai agama dan Pancasila, praktik undian berhadiah terus berlanjut.

Selang beberapa tahun ke depan, yakni sampai tahun 1978 judi model undian semakin terang-terangan menyusul diberlakukan secara 'lebih resmi'. Pemerintah meluncurkan program

lain yang identik dengan nama undian yang di tahun 1954, yakni undian tebak skor sepakbola yang diberi nama Porkas (Pekan Olah Raga dan Ketangkasan). Presiden Soeharto pun memberi dukungan penuh dengan mengirim menteri ke Inggris untuk belajar mengelola undian model ini.

Adanya Porkas tentu saja mengundang aksi protes umat Islam yang masif. Pemerintah akhirnya kemudian menutupnya. Namun menutupnya ternyata tidak secara total melainkan mengganti nama menjadi KSOB (Kupon Sumbangan Olahraga Berhadian). Puncak gelombang protes soal judi model undian ini mencapai puncak pada tahun 1993. Pemerintah menutup judi tersebut.

Bersamaan dengan puncak protes jenis judi undian itu, pada waktu yang sama berdiri media yang menyatakan diri sebagai media massa umum yang menampung aspirasi umat Islam Indonesia. Maka segala berita yang terkait penolakan judi tersebut, yakni dengan maraknya demonstrasi menuntut pemerintah menutup undian berhadiah kontrversi soal judi SDSB adalah hal yang memancing untuk diberitakan. Maka *Republika* menjadi media massa utama yang mendukung penutupan itu.

Contoh penulisan berita soal polemik tuntutan penghapusan judi berkedok sumbangan melalui SDSB dapat dilihat dalam laporan unjuk rasa yang merebak di berbagai daerah ketika memperingati hari Sumpah Pemuda, tanggal 28 Oktober 1993. Tulisan ini dimuat di *Republika*, Jumat 29 Oktober 1993, halaman 16. Judul berita ini: 'Protes SDSB Marak Lagi di Beberapa Kota'. Berikut ini sebagian berita tersebut:

*BANDUNG, REPUBLIKA – Banyak cara untuk memperingati Sumpah Pemuda. Salah satunya adalah unjuk rasa memprotes*

*Sumbangan Dermawan Berhadiah (SDSB). Mahasiswa Bandung, Surabaya dan Jember melakukan protesnya di lingkungan kampus mereka.*

*Di Bandung, ratusan mahasiswa berkumpul di halaman kampus Universitas Islam Bandung (Unisba). Mereka tetap mengancam peredaran kupon SDSB yang dianggapnya judi dan merusak mental masyarakat.*

*Gema takbir berkumandang di kampus ini. Sholawat Badar pun dilantunkan para mahasiswa yang sebagian duduk bersila di halaman kampus tersebut. Beberapa poster dan spanduk digelar. Isinya antara lain bertuliskan "SDSB Menyuksekan Pemiskinan, SDSB Sumber Kehancuran Negara."*

Merespons keresahan mahasiswa dan masyarakat terkait keberadaan SDSB itu, kemudian pada Kamis, tanggal 11 November 1993, *Republika* memuat berita semacam itu di halaman pertama sebagai headline dengan judul 'Demo Anti-SDSB ke Istana' dan dilengkapi sub berita 'Mensos: Tuntutan Penghapusan SDS Seharusnya Lewat DPR' itu sebagai berikut. Berita ini dilengkapi dilengkapi foto massa pengunjuk rasa anti SDSB di depan Istana Negara.

*JAKARTA, REPUBLIKA – Untuk ketiga kalinya selama Orde Baru Istana Negara yang selama ini 'steril' dari unjuk rasa, kemarin (10/11) pukul 13:30 WIB dipenuhi ratusan pendemo SDSB yang datang dari berbagai penjuru Jakarta. Mereka baru membubarkan diri bersamaan dengan kumandang azan dari Masjid Istiqlal.*

*Saat demo berlangsung, Presiden Soeharto sudah berada di kediaman, Jalan Cendana*

No.8 Jakarta Pusat. Sebelumnya di Bina Graha. Presiden menerima kunjungan kehormatan Menteri Perdagangan Belanda Van Roy, menerima sejumlah Menteri, Sekjen Wankamnas Mahmud Subarkah, dan Ketua Umum Golkar Harmoko. Presiden meninggalkan Bina Graha, tepat pukul 11.45 WIB.

Sementara itu, Menteri/Sekretaris Negara Moerdiono yang berada di ruang kerjanya, sekitar 250 meter dari para pengunjung rasa tidak ke luar dari ruang kerjanya. Mensesneg juga membatalkan rencana memberikan keterangan kepada wartawan pada pukul 14.30 WIB tentang keberangkatan Presiden Soeharto ke luar negeri.

Terkait berita tersebut Pimred Republika tahun 2022, Irfan Junaedi, mengatakan rangkain berita itu merupakan fakta yang membuktikan bahwa Republika telah dan terus mengimplementasikan ide Jurnalisme Profetik. Republika tak ingin hanya menjadi media yang hanya menjadi sarana komunikasi belaka. Irfan kemudian mengatakan:

“...Semenjak awal terbit, para pendiri Republika sudah dan selalu berpesan bahwa karya jurnalisme yang dihasilkan medianya selain harus benar dan mengikuti kaidah jurnalistik, namun harus pula menambahkan sikap peduli kepada nilai transendensi. Republika tidak akan secara sempurna selalu bersikap sekedar netral, tapi akan tetap memberikan pesan profetik. Pilihan tema dan tulisan jurnalistiknya harus memuat ajaran moral Islam yang telah diajarkan oleh para nabi.”

Irfan lebih lanjut mengatakan fakta lain bahwa Republika semenjak berdirinya s pada awal 1990-an itu juga telah

mengimplementasikan jurnalisme profetik itu terjejak dalam berbagai kasus yang lain. Republika menjadi media yang menyemaikan ide pendirian Bank Syariah yang diawali dengan adanya Bank Muamalah, pendirian lembaga filantropi dan lembaga amil zakat, infak, dan shodaqoh (ZIS) dengan mendirikan lembaga yang dikenal dengan Dompot Duafa, memelopori pendidikan manajemen keuangan masjid, atau hingga mendorong pembentukan undang-undang jaminan produk halal, semua itu menjadi beberapa bukti konkrit lainnya bahwa Jurnalisme Profetik terus hidup di dalam Republika.

### Internalisasi dan Implementasi Jurnalisme Profetik Dalam Praktik Sehari-Hari di Republika

Salah seorang Redaktur Pelaksana Republika, Heri Ruslan, mengatakan dalam ilmu komunikasi istilah Jurnalisme Profetik (Jurnalisme Kenabian) memang tak dikenal. Namun istilah ini oleh Republika dicoba digagas dan diimplementasikan ke dalam produk jurnalisme yang dihasilkan di dalam praktik sehari-hari. Heri mengatakan:

“...Istilahnya Republika tidak hanya ingin berwacana atau menjadi semacam talang air komunikasi saja, namun mencoba mewujudkannya idenya secara nyata. Seperti dalam ajaran Islam tidak hanya sekedar *bil lisan* dan *bil hikmah* (dalam lidah/wacana/tulisan) tapi dengan sikap serta tindakan atau perbuatan. Nilai jurnalisme profetik itulah yang kami pegang. Praktik dan implementasi Jurnalisme Profetik ini kami lakukan sehari-hari. Kami mengatur serta mengeceknya setiap saat dengan konsep manajerial PDCA (*Planning, do, check, dan action*).”

Selain itu Heri mengatakan proses

internalisasi dan implementasi Jurnalisme Profetik terus dilakukan semenjak masa awal seseorang menjadi jurnalis Republika. Setelah lulus seleksi jurnalis Republika, maka calon reporter pasti menjalani berbagai pelatihan dan masa percobaan/ orientasi yang berlangsung minimal selama enam bulan. Pada saat itulah semua konsep dan implementasi penulisan karya liputannya diberi pengajaran, pengarahan sekaligus dikontrol agar tetap berada ide jurnalisme profetik.

Menurutnya, pada tema dan soal pilihan topik berita tertentu, para anggota redaksi Republika terus diberi pemahaman bahwa Republika punya model jurnalistik yang lebih kaya tujuan dan makna dari sekedar jurnalisme biasa, yakni Jurnalisme Profetik. Semboyannya menjadi jurnalis adalah meneruskan estafet kerja para nabi yakni memberikan kabar keadilan, keluhuran budi, kejujuran, dan kebenaran.

Seorang Reporter Republika, Fuji Eka Purnama, menyatakan bila semenjak awal bergabung di media para mentornya memang selalu memberi pemahaman bahwa ide jurnalisme profetik itulah yang menjadi esensi dan pilihan gaya pemberitaan di Republika.

“...Kami paham soal jurnalisme profetik semenjak masa awal bergabung di Republika. Pemahaman saya jurnalisme profetik adalah jurnalisme yang memberi pesan kebenaran, keadilan, humanisme, hiburan, dan cinta seperti yang dilakukan para nabi. Jadi mengimplementasikan jurnalisme profetik maka karya jurnalistik yang dihasilkan tidak hanya emenuhi kaidah etis dan teknis jurnalisme biasa saja, namun juga memberi pengayaan dengan nilai-nilai ketuhanan sesuai ajaran agama Islam.

Sebagai pembanding dari pihak luar sekaligus konsumen Republika, pengamat

komunikasi yang merupakan dosen Universitas Muhammadiyah Jakarta, Verdy Firmantoro, mengatakan melalui ide jurnalisme profetik maka karya jurnalistik yang ada di Republika menjadi mempunyai ciri khas. Selain itu juga menjadi ‘merek dagang’ yang berbeda dengan media massa lain. Apalagi Republika semenjak didirikan sudah mendeklarasikan sebagai media massa umum yang menjadi wadah dan penyampai aspirasi Muslim Indonesia.

Menurut Verdi, Jurnalisme Profetik memang belum ada teorinya dalam dunia ilmu komunikasi. Hanya ada kaidah etis, dan kaidah teknis jurnalisme seperti pada umumnya. Melalui Jurnalisme profetik Republika tampak memberi pesan baik secara semiotik, konotatif, dan denotatif terhadap sebuah fenomena pemberitaan. Apalag dunia jurnalistik Indonesia mempunyai rambu Pancasila, agama, adat, serta nilai sosial budaya lainnya yang tersendiri. Republika di sini terbukti tidak memberi tempat kepada kebebasan jurnalisme yang kadang kerap dianggap serba mutlak dan liberal secara total.

## KESIMPULAN

Istilah Jurnalisme Profetik (Jurnalisme Kenabian) yang digagas Republika adalah berasal dari kaidah dan teori jurnalisme pada umumnya namun ditambah pengayaan dengan menyertakan nilai-nilai transedensi menurut ajaran Islam yang mengutamakan keadilan, kebenaran, dan cinta.

Jurnalisme Profetik telah serta terus diinternalisasi dan diimplementasikan serta dijaga dalam praktik jurnalisme dari semenjak Republika pertama kali terbit hingga sekarang.

Jurnalisme Profetik sebagai gagasan dapat dijadikan acuan bagi media lain, terutama media yang menampung aspirasi umat Muslim, asalkan memahami ide, sisi teknis, aturan etis, serta teknis gagasan jurnalismenya.

Ide Jurnalisme Profetik (Jurnalisme Kenabian) begitu melekat sehingga tidak bisa dihilangkan dari Republika karena merupakan identitas dari media massa ini sebagai penampung aspirasi umat Islam Indonesia.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Changara, H. (2016). *Pengantar ilmu komunikasi*. RajaGrafindo Persada.
- Creswell, J. W. (2010). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*, terj. Achmad Fawaid. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Effendy, O. U. (2015). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. PT. Citra Aditia Bakti.
- Effendy, O. U. (2018). Ilmu komunikasi. In *Bandung Rosdakarya*. PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Khadziq, K. (2016). KONVERGENSI MEDIA SURAT KABAR LOKAL (Studi Deskriptif Pemanfaatan Internet Pada Koran Tribun Jogja dalam Membangun Industri Media Cetak Lokal). *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 9(1).
- Khotmil, A. (2014). *Bingkai Jurnalisme Profetik pada Headline Berita di Harian Umum Republika dan Kompas*. Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung Bandung (UNISBA).
- Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2017). *The Theory of Human Communication*. Illinois. Waveland Press, Inc.
- Lumaksono, W. (2014). LEGASLISASI PORKAS DAN DAMPAKNYA TERHADAP MASYARAKAT PADA TAHUN 1985-1987. *Avatara*, 2(3).
- Moleong, L. J. (2017). Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi). In *PT. Remaja Rosda Karya* (pp. 288–289).
- Muhammad, F. (2019). Diseminasi Dakwah Era Disrupsi 4.0 dan Literasi Media Sosial (Perspektif Jurnalisme Profetik). *Jurnal Jurnalisa*, 5(2).
- Muhtadiah, D. (2017). Peran jurnalisme profetik menghadapi hoax. *Jurnal Dakwah Tabligh*, 18(2), 181–200.
- Mulyana, D. (2008). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (P. R. Rosdakarya (ed.)).
- Permadi, A. (2019). *Perilaku jurnalistik profetik wartawan media Siber dalam mewujudkan masyarakat Madani: Studi fenomenologi di kalangan wartawan muslim pada media Siber di Kota Bandung*. UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Purnama, F. (2019). Pemikiran Parni Hadi Tentang Jurnalisme. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 35–52.
- Shafitri, R. A., Wibawa, D., & Tresnawaty, B. (2021). Implementasi Jurnalisme Profetik dalam Peliputan Berita Politik Identitas. *Annaba: Jurnal Ilmu Jurnalistik*, 4(4), 1–20.