

Kurikulum Komunikasi dan Jurnalistik Dakwah Perbandingan dan Rekomendasi Pembaruan

Masduki

Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Indonesia Yogyakarta
e-mail: masduki@hotmail.com

DOI : 10.14421/jpi.2015.41.95-114

Diterima: 17 Maret 2015

Direvisi: 24 April 2015

Disetujui: 16 Juni 2015

Abstract

This paper attempts to elaborate current existence of Islamic Communication curriculum, particularly Dakwah Journalism as one of the Islamic communication education pillars, either on state or private Islamic universities in Indonesia. Departing from an explanation of empirical phenomenon of the technological revolution and globalization of communication that brought significant impacts on the communication industry and social-global behavior, this paper wants to criticize backwardness content of Dakwah Journalism curriculum that failed to adopt both dynamics as genial formulation to form new scholar competency of Islamic Communications in modern world.

The curriculum focus for journalism ethical values only shows another fact that there is a weakness on scientific exploration of the journalism science in Islamic tradition. This paper will be concluded with my analysis for the differences of vision and mission addressed by Islamic Communication Departments (KPI) in PTAI that aggravate above conditions. This problem represents only one example of the complexity of the problems in the PTAI teaching system amidst of migration policy from IAIN into State Islamic University (UIN). To establish competitive graduates with holistic competency, it is necessary for PTAI managers to develop new framework, vision, mission and curriculum content at large. The initiatives can be started by changing Dakwah Journalism curriculum.

Keywords: *Islamic Communications, Curriculum, PTAI, Dakwah Journalism*

Abstrak

Tulisan ini mencoba memotret keberadaan kurikulum Komunikasi Penyiaran Islam khususnya Jurnalistik Dakwah sebagai salah satu pilar pendidikan Komunikasi pada perguruan tinggi Islam negeri dan swasta (PTAI) di Indonesia. Berangkat dari fenomena empirik revolusi teknologi dan globalisasi komunikasi yang berdampak luas terhadap industri komunikasi dan perilaku sosial di masyarakat, tulisan ini ingin mengkritisi ketertinggalan muatan isi pada kurikulum Jurnalistik Dakwah yang seharusnya mengadopsi kedua dinamika tersebut sebagai formulasi genial untuk melahirkan sarjana Komunikasi Islam yang kompeten.

Dominasi muatan isi kurikulum pada aspek tata nilai etis dalam Komunikasi Jurnalistik menunjukkan fakta lain masih lemahnya eksplorasi khazanah keilmuan jurnalistik dalam Islam. Tulisan ini diakhiri uraian perbandingan visi dan misi pada Jurusan KPI di PTAI yang saling bertolakbelakang dan memperparah kondisi diatas. Problem ini hanya mewakili satu contoh dari kompleksitas problematika sistem pengajaran di PTAI pasca kebijakan migrasi IAIN menjadi Universitas Islam Negeri (UIN). Jika ingin melahirkan lulusan yang kompetitif dengan standar kompetensi yang holistik, maka perlu perubahan kebijakan yang simultan dari pengelola PTAI dalam kerangka integrasi interkoneksi terhadap visi, misi dan muatan kurikulum untuk Jurusan KPI yang bisa dimulai dari perkuliahan Jurnalistik Dakwah.

Kata Kunci: *Komunikasi Islam, Kurikulum, PTAI, Jurnalistik Dakwah*

Pendahuluan

Salah satu problematika serius dunia pendidikan di Indonesia khususnya manajemen perguruan tinggi Islam adalah bagaimana merespon secara kreatif perkembangan teknologi mutakhir ke dalam muatan kurikulum. Model kurikulum pada perguruan tinggi dunia barat yang menempati ranking 100 besar dunia cenderung cepat dan fleksibel mengintegrasikan ikon-ikon modernitas yang bertumpu pada kekuatan inovasi teknologi, sedangkan perguruan tinggi di Indonesia termasuk perguruan tinggi Islam, masih berkuat pada penyemaian nilai-nilai kultural dan karakter yang berpijak pada kekuatan makro transendental-keagamaan. Tradisi membangun keterpaduan antara visi, misi dan muatan pada kurikulum sebagai fondasi untuk melahirkan *output* dan *outcome* kompetensi lulusan yang disertai pengembangan metodologi berpikir kritis-holistik belum mampu diadopsi pengelola pendidikan tinggi di Indonesia.

Kurikulum disini bisa dilihat dalam dua pendekatan. Pertama, pendekatan perencanaan sebagai usaha menyeluruh dan responsif dari pengelola perguruan

tinggi Islam dalam membimbing mahasiswa memperoleh refleksi dan aksi intelektual dari mata kuliah yang ditentukan. Kedua, pendekatan empirik, suatu pengalaman pembelajaran yang terarah dan terstruktur, melalui proses rekonstruksi pengetahuan dan pengalaman dibawah pengawasan pengajar berkompoten sehingga mahasiswa termotivasi terus belajar. Kurikulum menuntut kombinasi antara konstruksi pengetahuan, pengalaman dan aksi-refleksi kritis terhadap fenomena empirik yang sejalan dengan dinamika perubahan budaya.

Tulisan ini akan fokus menguraikan perkembangan teknologi komunikasi, jurnalistik dan industri media selaku subjek pembelajaran penting dalam disiplin ilmu Komunikasi di seluruh dunia dimana pengkajian atas ketiganya bersifat holistik. Dari perspektif teknologi, komunikasi adalah alat atau peralatan perangkat keras dalam sebuah struktur organisasi yang mengandung nilai-nilai sosial, yang memungkinkan setiap individu mengumpulkan, memproses dan saling tukar informasi dengan individu yang lain.¹ Definisi ini menggambarkan bahwa teknologi komunikasi tidak dengan sendirinya lahir, tetapi benda yang dibentuk sebuah struktur ekonomi, sosial dan politik, membawa nilai-nilai yang berasal dari struktur ekonomi, sosial dan politik tertentu yang muaranya meningkatkan kemampuan indera manusia.

Teknologi Komunikasi dan Informasi digunakan oleh manusia, pada saat yang sama ia memerlukan manusia, suatu relasi mutualisme yang kompleks. Eleuze Guattari menyebut relasi tersebut sebagai jaringan *Rizhomatic*, yaitu jaringan percabangan yang sedemikian rumit sehingga mana sebab dan mana akibat menjadi tidak jelas lagi. Tiga bidang besar kehidupan modern, yaitu sains, teknologi, dan budaya bukan sebagai entitas terpisah. Sains dibentuk oleh teknologi dan budaya; teknologi dibentuk oleh kultur dan sains; kultur dibentuk oleh sains dan teknologi. Masing-masing saling membentuk dan dibentuk. Jika kultur sudah menjadi tekno-kultur, maka sains menjadi tekno-sains, dan seterusnya.² Studi terkait relasi yang kompleks ini akan memperkuat basis material kajian Komunikasi Jurnalistik sebagai industri global dalam transaksi berita dan pengaruh politik-ekonomi yang terkait kontrol teknologi dan kepemilikan media (*media and technology ownership and control*).

Studi Komunikasi Jurnalistik tidak bisa dipisahkan dari perkembangan teknologi dan Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) pada PTAI tidak dapat mengabaikan dimensi ini. Secara khusus tulisan ini akan mengupas mata kuliah jurnalistik dakwah sebagai contoh nyata problem lemahnya adopsi kurikulum terhadap modernitas teknologi dan dampaknya terhadap revolusi interaksi manusia.

¹ Rogers, Everett M. *Communication Technology: The New Media in Society*. (New York: The Free Press, 1986), hlm. 2.

² Yuliar, Soni. dkk (ed). *Memotret Telematika Indonesia, Menyongsong Masyarakat Informasi Nusantara*. (Bandung: Pustaka Hidayah, 2001), hlm. 266

Teknologi mengubah pengalaman dan pemahaman kerja profesional. Konsepsi tentang model *e-government* hingga *e-business* banyak dipengaruhi dan dibentuk oleh teknologi. Pelayanan birokrasi pemerintah dan partisipasi politik dipengaruhi tidak hanya oleh tayangan kampanye dan iklan politik televisi tetapi dua formula teknologi terkini: media baru dan media sosial. Perilaku sosial baru terbentuk lewat telepon, *e-mail* dan *chatting*. Kepemilikan benda teknologi juga membangun citra diri baru manusia: mobil yang dimiliki, merk perangkat *home theater* yang dimiliki, gadget terbaru apa yang digunakan.

Secara khusus, tulisan menyajikan dan menawarkan model kurikulum Jurnalisme yang dielaborasi tim UNESCO, badan internasional untuk pendidikan dan kebudayaan dibawah PBB yang dapat dijadikan inspirasi program studi Ilmu Komunikasi atau program studi Komunikasi Penyiaran Islam pada UIN/IAIN dan perguruan tinggi Islam swasta (PTIS) secara umum. Pada dasarnya, disain kurikulum Ilmu Komunikasi perguruan tinggi sebagaimana disiplin ilmu lain di seluruh dunia, memiliki dua tujuan yang saling melengkapi: membentuk karakter pemikir dan membangun perspektif tentang jati diri manusia intelektual pada peserta didik disertai sikap kritis atas situasi sosial. Di sisi lain, sarjana lulusan Komunikasi diharapkan mampu mengakomodasi kebutuhan nyata industrialisasi dan globalisasi media, masyarakat dan berkiprah membangun inovasi yang mendorong kemampuan praksis Komunikasi.

Teknologi Baru dan Globalisasi

Revolusi sektor teknologi informasi dan komunikasi atau ICT (*information and communication technology*) telah membangun peta baru interaksi manusia secara global (*new world information order*) dan membentuk lingkungan yang digambarkan pemikir komunikasi keturunan Perancis Marshall McLuhan dalam Genosko sebagai kampung global (*global village*).³ Secara historis, Irving Fang mencatat ada 6 bentuk revolusi informasi. Pertama, revolusi media tulisan yang dimulai di Yunani abad ke 6. Kedua, revolusi cetak di Eropa pada pertengahan abad ke 15. Ketiga, revolusi media massadi Eropa Barat dan Amerika pertengahan abad ke 19. Keempat, revolusi dunia hiburan pada akhir abad ke 19. Kelima, revolusi teknologi kreasi layanan komunikasi dalam rumah seperti home cinema, broadcasting, mail dll. Keenam, revolusi informasi yang bertumpu pada teknologi *mobile*, ditandai hadirnya teknologi satelit, internet, produksi multimedia dan bergemanya media sosial.⁴

³ Gary Genosko, *McLuhan and Baudrillard, the Masters of Implosion*. (London: Routledge, 1999), hlm. 10

⁴ Irving Fang, *A History of Mass Communication*, Boston USA: Focal Press, 1997, hlm. xvii-xviii

Teknologi bergerak *smartphone* yang sangat populer di Indonesia merupakan inovasi lanjutan dari telepon kabel (*wireless telephone*) dengan keunggulan sebagai media interaktif dan saat ini menjadi pusat segala bentuk jejaring dan koneksi. Media-media analog seperti televisi layar lebar mengalami transformasi bentuk fisik, sifat atau karakter layanannya. Jika sebelum ini penonton televisi bersikap pasif, dalam arti hanya bisa “pasrah” memilih saluran yang tersedia, kini mereka bisa bersikap proaktif. Munculnya IPTV (*internet protocol television*) atau televisi internet sejak tahun 2006 menandai integrasi TV analog dengan internet.⁵ IPTV berkembang di Eropa dan Amerika yang memiliki infrastruktur komunikasi pita lebar. Di dua kawasan itu sudah 4 juta rumah tangga tersambung IPTV, dan diperkirakan jumlah pelanggan akan mencapai 50 juta di tahun 2015. Di Indonesia, hambatan struktural bagi penyelenggaraan IPTV adalah belum merata dan tercukupinya saluran komunikasi *broadband*.

Globalisasi media komunikasi dan penetrasi ICT yang agresif merombak pola relasi sosial politik antarbangsa dan manusia dan pada akhirnya menuntut adaptasi sektor pendidikan sebagai pembentuk karakter para aktor pelaku/subjek dalam dinamika kebudayaan. Pertumbuhan ICT yang berpusat pada internet dan terjadinya konvergensi teknologi ditandai lahirnya beragam media baru (*new media*). Relevansi program studi/jurusan Komunikasi Penyiaran Islam yang masih merujuk kategorisasi format media lama atau media analog seperti cetak dan elektronik dipertanyakan. Perkembangan mutakhir di atas menuntut pembaruan kurikulum pendidikan tinggi Ilmu Komunikasi pada perguruan tinggi di Indonesia termasuk perguruan tinggi agama Islam (PTAI). Kegagalan akademisi dan pengelola merespon perubahan eksternal pemicu tertinggalnya pendidikan tinggi Islam dalam menghasilkan lulusan yang kompetitif.

Gejala globalisasi komunikasi tidak hanya bertendensi ingin menjadikan dunia sebagai pasar tunggal tetapi dalam kerangka ini, menjadikan seluruh entitas media komunikasi sebagai kekayaan kapital dan cultural pada kepemilikan dan kontrol terpusat. Globalisasi komunikasi umumnya berupa pergerakan bebas gagasan, informasi, mobilitas tenaga kerja, produk dan jasa di tingkat global yang melampaui batas-batas teritorial antarnegara dan keterikatan kultural (*interconnectiveness*) antar etnik. Globalisasi di sektor teknologi komunikasi tidak hanya ditandai maraknya program televisi asing untuk ditonton oleh publik Indonesia, tapi eksistensi profesional media berstandar global dan hadirnya modal asing dalam industri media di Indonesia seperti pembelian sebagian saham ANTV oleh Star TV tahun 2000-an, bagian dari imperium media News Corp milik taipan asal Australia

⁵ Satrio Arismunandar, Masa Depan Profesi Komunikasi di dalam Kurikulum Pendidikan Komunikasi, (Paper Seminar Jurusan Ilmu Komunikasi, FIKOM, Universitas Kristen Petra, 10 Maret 2007 Surabaya), hlm. 3

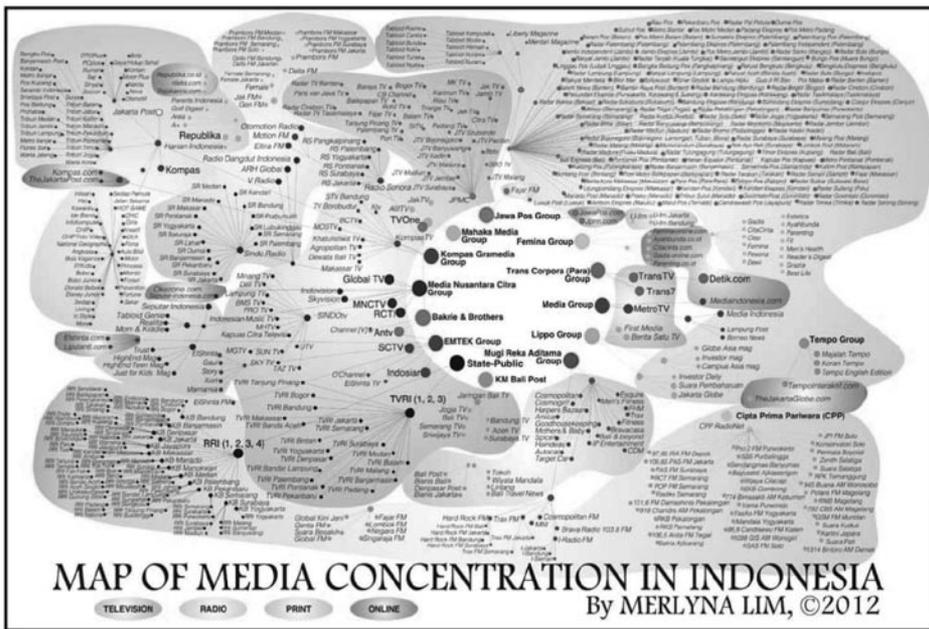
Rupert Murdoch. Juga aliansi televisi lokal dengan jaringan MTV dan pembelian brand CNN oleh grup TransTV tahun 2014 untuk dikembangkan menjadi CNN Indonesia. Tekanan globalisasi kepemilikan dan brand (*global ownership and brand*) ini semakin memicu kompetisi di dalam arsitektur media modern.

Secara teoritis terdapat dua model dalam pengorganisasian institusi media. Pertama, pendekatan pasar bebas liberal. Media massa dikelola penuh oleh sektor swasta (*private enterprise*). Kedua, pendekatan negara, yakni institusi media diorganisir oleh negara. Di samping itu, ada juga pendekatan ketiga yakni pengorganisasian institusi media yang tidak berdasarkan mekanisme pasar dan pengelolaan negara. Ini sering disebut sebagai pelayanan publik (*public service*). Model ini bertujuan menghindari kelemahan-kelemahan pada model pengorganisasian dengan pendekatan pasar dan negara. Keuangan untuk pengelolaan model ketiga berasal dari pajak yang dipungut pemerintah, tetapi pemerintah secara relatif tidak berhak campur tangan dalam pengelolaan institusi media tersebut.⁶ Tekanan globalisasi dengan agenda utama privatisasi media milik negara merubah tata kelola media di Indonesia. Misalnya kemunculan kebijakan merubah TVRI menjadi badan usaha milik negara (BUMN) yang secara diametral bertentangan dengan prinsip institusi itu sebagai lembaga penyiaran publik.

Pasca globalisasi, sedikitnya dua sisi dalam perkembangan media dan komunikasi perlu mendapat perhatian di Indonesia. Pertama, revolusi perangkat keras (*hardware*) atau produk teknologi informasi dan komunikasi dari analog ke digital. Segala bentuk teknologi bergerak (*mobile technology*) yang saat ini berkembang dalam masyarakat telah menjelma menjadi medium baru penyampaian pesan. Kedua, pergeseran struktur dan mekanisme kerja dalam tata kelola industri media yang membawa perubahan manajemen institusi media. Perubahan ini terjadi sebagai konsekuensi arus kapitalisme dan ekonomi liberal yang ditandai konvergensi dan monopoli kepemilikan media secara global. Konsentrasi kepemilikan media di Indonesia bahkan di seluruh dunia menurut Lim dan Nugroho adalah konsekuensi dari kapitalisme media yang kemudian diboncengi pula oleh kepentingan individual pemilik media untuk meraih kekuasaan politik.⁷ Fenomena kepemilikan media yang memusat di Indonesia digambarkan secara tepat oleh Merlyna Lim berikut ini:

⁶ Ngurah Putra, Gusti, *Demokrasi Dalam Komunikasi Terprivatisasi*. (Jurnal ISKI, No. 6 November 2001), hlm. 89.

⁷ Nugroho, Yanuar, dkk, *Mapping the Landscape of the Media Industry in Contemporary Indonesia*. (Jakarta: CIPG-Ford Foundation, 2012), hlm.4-5



(Sumber: Lim, 2002)⁸

Di sektor SDM komunikasi jurnalistik, revolusi ICT telah merubah habitus profesional para pelaku industri ini. Internet dan media sosial seperti Facebook, Twitter dan Youtube menghadirkan ruang ekspresi bagi bentuk jurnalisme baru yang berpusat pada konsep jurnalisme warga (*citizen journalism*). Dengan biaya operasional yang relatif murah, setiap pengguna internet bisamenciptakan dan mengelola media tersendiri. Mereka dapat melakukan semua fungsi jurnalistik secara individual, dari merencanakan liputan, melakukan reportase, menulis, mengedit berita hingga memuatnya di berbagai situs berita gratis. Berkembang numenkatur baru kajian jurnalistik, seperti *mobile journalism* dan *hashtag journalism*.

Setiap orang yang memiliki akses terhadap internet bisa menjadi jurnalis meski *output* kualitas jurnalistik mereka memicu kontroversi. Jurnalisme warga ini pernah populer saat berita pertama soal bencana Tsunami di Aceh, pada Desember 2005 yang justru muncul dan diketahui publik lewat blog pribadi di Internet. Kontribusi jurnalisme warga sangat membantu dalam tata kelola lalu lintas di kota-kota besar seperti Jakarta dan Surabaya. Kehadiran „jurnalisme warga“ ini juga telah menjadi tantangan bagi jenis “jurnalisme analog” yang diterapkan di media-media konvensional seperti: surat kabar, majalah, radio, dan televisi. Pada tahapan ini,

⁸ Lim, Merlyna, *The League of Thirteen: Media concentration in Indonesia*, http://www.public.asu.edu/~m4/les/Lim_IndoMediaOwnership_2012.pdf (diakses tanggal 15 Mei 2014), hlm. 2

muncul gugatan terhadap kompetensi lulusan dari program studi Ilmu Komunikasi atau sekolah tinggi jurnalistik. Kinerja „jurnalisme warga“ yang bisa dikelola oleh semua orang dari berbagai disiplin ilmu menguatkan perlunya penajaman terhadap kompetensi lulusan.

Saat ini kita bisa menyaksikan fenomena yang disebut Pavlik (1996: 1-5) sebagai konvergensi empat fungsi utama teknologi: produksi (*production*), distribusi (*distribution*), menampilkan (*display*), dan penyimpanan (*storage*) dalam satu platform media yang dikenal dengan telepon seluler pintar. Fenomena penggunaan teknologi ini mempercepat terbentuknya masyarakat informasi global, masyarakat yang menjadikan informasi sebagai komoditas yang bernilai ekonomis; berhubungan dengan masyarakat lain dalam sistem komunikasi global; dan masyarakat yang mengakses informasi *superhighway*.⁹

Masyarakat terdampak ICT bercirikan tiga hal, yaitu demassifikasi, adaptasi diri, terjadi peningkatan interaksi. Terjadi perubahan kontrol pesan. Jika pada massifikasi pengontrol pesan adalah produser informasi, seperti penerbit koran dan pengelola TV, maka dalam demassifikasi pengontrol pesan adalah khalayak. Mobilitas komunikasi lebih mudah, cepat, ada kebebasan memilih informasi dan mitra transaksi informasi. Di sisi lain, pengguna teknologi tidak berarti dapat bebas memakainya, ia harus menyesuaikan diri dengan berbagai standar komunitas, mulai dari petunjuk teknis pemakaian alat, nilai-nilai kemanusiaan hingga standar makna pesan. Dalam komunikasi interaktif menggunakan internet dan media sosial misalnya dikenal istilah netiket (etiket berinternet). Dalam jurnalistik dikenal etika berita media siber.

Akibat tekanan kompetisi bisnis berskala global, serta dorongan peningkatan efisiensi operasional dengan modus menurunkan biaya produksi dan meningkatkan keuntungan, dalam 10 tahun terakhir, muncul aksi korporasi berupamerger atau aliansi antara berbagai institusi media, khususnya di mediatelevisi siaran di Indonesia. Diawali dari mengelompoknya RCTI, TPI, dan Global TV di bawah payung MNC (PT. Media Nusantara Citra), kemudian disusul PT. Bakrie Brothers (Grup Bakrie) yang membawahi dua stasiun ANTV dan TVOne. Kelompok ketiga dikendalikan Chairul Tanjung dengan payung PT. Trans Corpora (Grup Para) yang mengakuisisi TV7 dan menggabungkan menjadi Trans TV dan Trans-7. Konglomerasi media juga mendorong percepatan konvergensi antar platform media dan integrasi ruang pemberitaan (*newsroom*) serta praktek monetisasi informasi melalui modus: memanfaatkan materi-materi berita *instant* yang sama untuk disebar ke berbagai jenis media berbeda dalam satu grup.

⁹ Abrar, Ana Nahdya. *Teknologi Komunikasi: Perspektif Ilmu Komunikasi*. (Yogyakarta: LESFI, 2003), hlm. 12

Sebuah grup media dapat mengelola produk media surat kabar, majalah, radio, televisi dan situs Internet sekaligus melalui ruang produksi terpusat. Model produksi ini mengurangi biaya operasi dan meningkatkan keuntungan, karena berita karya seorang jurnalis profesional disatu media bisa dimanfaatkan untuk media-media lain dalam satu grup media yang sama. Praktek yang sudah lama dilakukan di jaringan surat kabar Grup Jawa Pos. Konvergensi teknologi dalam produksi dan distribusi ini makin menempatkan konten yang berkualitas sebagai produk utama sekaligus menuntut peningkatan kompetensi jurnalis.

Berangkat dari fenomena konglomerasi dan integrasi *newsroom* ini, maka kompetensi jurnalis lulusan jurusan Ilmu Komunikasi atau alumni manapun yang memilih profesi jurnalistik memerlukan penajaman. Pekerja yang dulu disebut kuli tinta kini berubah, karena dituntut untuk memiliki kemampuan membuat berita dengan format yang berbeda-beda. Karyanya tidak lagi akan dimuat di satu jenis media, tetapi pada jenis media lain pada waktu bersamaan. Di sisi lain, konvergensi ICT membukapeluang baru bisnis informasi dan hiburan yang dapat dikerjakan secara individual diluar korporasi media dan menjual kontennya secara independen. Yaitu berupa penyediaan data multimedia atau *news agency/provider*.

Berdasarkan perkembangan teknologi media, pergeseran struktur dan pola operasional institusi media serta tekanan kompetisi yang ketat di tingkat lokal dan global, jenis pelaku media yang dibutuhkan bergeser jauh. Kompetensi lulusan bermodal pemahaman nilai-nilai ideologis, orientasi intelektual dan ketrampilan analog tidak memadai. Pemilahan ketrampilan berdasarkan kategori media cetak, elektronik dan media online sudah tidak relevan. Pembagian pengajaran jurnalistik untuk media cetak, media elektronik, dan media online yang berlaku dalam kurikulum program Ilmu Komunikasi di sejumlah perguruan tinggi umum dan Islam perlu ditinjau ulang dengan memperkenalkan mahasiswa pada perkembangan teknologi multimedia dan tipe jurnalis yang memiliki kompetensi holistik berbasis media sosial. Sampai di tahap ini, kiranya menarik mencermati respon kurikulum khususnya Jurnalistik Dakwah.

Kurikulum Jurnalistik Dakwah

Salah satu rumpun dalam kajian komunikasi yang kamin populer dalam 10 tahun ini adalah komunikasi profetik atau pengintegrasian kajian komunikasi yang bersifat sekuler dengan studi Islam khususnya sifat sifat kenabian. Sebagai ikutannya, kajian jurnalistik selaku salah satu rumpun komunikasi memperkenalkan "Jurnalistik Islami" atau *Jurnalistik dakwah*. Didalamnya terkandung makna dan posisisarjana muslim, yakni wartawan dan penulis beragama Islam yang berkewajiban menjadikan Islam sebagai rujukan etik dan praktis dalam profesinya, baik yang bekerja di media umum maupun media Islam. Jurnalistik dakwah

sudah lebih dari 20 tahun dipelajari di perguruan tinggi Islam negeri dan swasta, sebagai mata kuliah tersendiri maupun materi khusus perkuliahan jurnalistik dasar. Keberadaan mata kuliah ini turut mencerminkan posisi kajian jurnalistik dalam relasinya dengan studi Islam.

Bagaimana akademisi memetakan jurnalistik dakwah? Asep M. Romli mendefinisikan Jurnalisme dakwah sebagai proses pemberitaan atau pelaporan tentang berbagai hal yang sarat dengan muatan nilai-nilai Islam.¹⁰ Suf Kasman memberi definisi yang lebih lengkap untuk Jurnalisme dakwah, yaitu proses meliputi, mengolah, dan menyebarkan berbagai peristiwa dengan muatan nilai-nilai Islam dengan mematuhi kaidah-kaidah jurnalistik dan norma-norma yang bersumber dari AL-Qur'an dan Sunnah Rasulullah SAW.¹¹ Pendapat ini sejalan dengan rumusan beberapa akademisi lain bahwa jurnalisme dakwah adalah proses meliputi, mengolah, dan menyebarkan peristiwa yang terkait umat dan ajaran Islam dengan mengemban misi *amar makruf nahi munkar* sebagaimana firman Allah SWT dalam Q. S. 3:104.

Dalam konteks profesi jurnalisme, wartawan muslim dilihat sebagai sosok juru dakwah (da'i) di bidang pers, yakni mengemban *da'wah bil qalam*. Secara spiritual, jurnalis adalah khalifah (wakil) Allah di media massa dengan memperjuangkan tegaknya nilai-nilai, norma, etika, dan syariat Islam. Ia memiliki tanggung jawab profetik: mengupayakan agar ajaran Islam tetap dan selalu fungsional serta aktual dalam kehidupan, ibarat "penyambung lidah" para nabi dan ulama. Dalam skala yang lebih luas, jurnalis muslim bukan saja berarti para wartawan yang beragama Islam tetapi cendekiawan muslim, ulama yang mampu berkarya di media massa. Studi etika dalam jurnalistik dakwah kerap kali merujuk pada keharusan jurnalis memiliki sifat-sifat kenabian, yaitu *Shiddiq, Amanah, Tabligh*, dan *Fathonah*. Penjelasan sifat-sifat tersebut dalam ranah kerja jurnalis dapat dilihat dalam tabel berikut:

Sifat Kenabian bagi Jurnalis Muslim

No	Sifat Nabi	Penjelasan
1	<i>Shiddiq</i>	Perkataan <i>al-shidq</i> mengacu kepada pengertian jujur dalam berkomunikasi, baik lisan maupun tulisan. Dalam konteks jurnalistik <i>shiddiq</i> adalah menginformasikan sesuatu yang benar dan membela serta menegakkan kebenaran itu. Standar kebenarannya tentu saja kesesuaian dengan ajaran Islam (Al-Qur'an dan As-Sunnah).

¹⁰ Asep Syamsul Ramli, *Jurnalisme Dakwah, Visi dan Misi Dakwah bil Qalam* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2003), hlm. 8

¹¹ Suf Kasman, *Jurnalisme Universal*. (Jakarta: Teraju, 2004), hlm. 10

No	Sifat Nabi	Penjelasan
2	<i>Amanah</i>	Artinya terpercaya, dapat dipercaya, karenanya tidak boleh berdusta, merekayasa, memanipulasi atau mendistorsi fakta.
3	<i>Tabligh</i>	Artinya menyampaikan, yakni menginformasikan kebenaran, bukan malah memutarbalikkan kebenaran.
4	<i>Fathonah</i>	Artinya cerdas dan berwawasan luas. Jurnalis muslim dituntut mampu menganalisis dan membaca situasi, termasuk membaca apa yang diperlukan umat dengan meneladani kecerdasan Nabi Muhammad SAW (<i>prophetic intelligence</i>)

(Sumber: diadaptasi dari Romli 2003: 38-39)

Studi jurnalisme di perguruan tinggi Islam selama ini cenderung memperkuat pandangan yang menempatkan jurnalisme sebagai profesi yang tidak bebas nilai. Sehingga pengajaran atas aspek yang bertautan dengan ideologi Islam, cara berpikir dan tata nilai serta norma sosial etis ditempatkan sebagai pilar kurikulum. Langkah ini antara lain mengerucut pada tekanan prinsip untuk melaksanakan dua kode etik. Pertama, menyampaikan informasi dengan benar, tidak merekayasa atau memanipulasi fakta, yang merujuk firman Allah QS. Al-Hajj: 30: “Demikianlah (perintah Allah). dan barangsiapa mengagungkan apa-apa yang terhormat di sisi Allah. Maka itu adalah lebih baik baginya di sisi Tuhannya.... Maka jauhilah olehmu berhala-berhala yang najis itu dan jauhilah perkataan-perkataan dusta”.

Kedua, keharusan jurnalis melakukan riset fakta/cek-ricek. Untuk mencapai ketepatan data dan fakta sebagai bahan baku berita yang akan ditulis, jurnalis muslim meneliti kebenaran fakta di lapangan dengan informasi awal yang ia peroleh agar tidak terjadi *kidzb*, *ghibah*, *fitnah* dan *namimah*. Merujuk QS. Al-Hujarat 6: “Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu.”¹² Diluar beberapa aspek ini, pembelajaran terkait mata kuliah jurnalistik dakwah nyaris serupa dengan mata kuliah jurnalistik umum yang diajarkan untuk seluruh mahasiswa Ilmu Komunikasi.

Studi jurnalistik dakwah diposisikan sebagai bentuk *counter* wacana atasproblem jurnalistik pasca globalisasi dan komersialisasi, yaitu arus informasi yang tidak seimbang dan menempatkan kawasan non-Islam sebagai subyek, penentu “kebenaran” dan selera, sedangkan kawasan Islam sebagai obyek sekaligus penerima

¹² Amir, Mafri, *Etika Komunikasi Massa dalam Pandangan Islam*. (Jakarta: Logos, 1999), hlm. 65

selera semata. Media massa Islam (media yang berideologi dan mengambil idiom-wacana Islam) relatif terpinggirkan akibat problem kultural (manajemen pengelolaan media) dan struktural (konspirasi kekuasaan untuk merelokasi ranah ekonomi dan politik dari kelompok Islam). Dominasi media hiburan dan informasi oleh Barat (Amerika dan sekutunya) memunculkan perang psikologis (*psy-war*) yang berakibat pendiskriminasian ummat. Pasca perang dingin, isu Islam sebagai musuh utama dikelola media Barat sebagai amunisi untuk meminggirkan komunitas muslim.

Jurnalistik Dakwah berangkat dari upaya kritik terhadap pendekatan komunikasi model otoritarian dan liberalistic yang tumbuh di dunia sekuler Eropa dan negara-negara komunis. Komunikasi pada dua pendekatan tersebut bersifat *top down*, vertikal, mekanistik dan banyak dipakai rezim kapitalis memanipulasi pesan untuk tujuan dominasi kekuasaan politik. Media dipakai sebagai bentuk doktrinasi akibat pemusatan informasi dan kewenangan pada segelintir media besar yang notabene berpusat di Barat. Jurnalistik Dakwah strategi membangkitkan Islam dari keterpurukan, modal sosial untuk bersikap kritis terhadap media Barat, sekaligus jurnalistik yang bervisi Islam dibayangkan menjadi alternatif metodologis baru bagi jurnalistik yang pluralis. Ahli komunikasi Universitas Padjadjaran Bandung, Dedi Jamaludin Malik, dikutip Asep Syamsul Hadi menyebut Jurnalistik Islami sebagai *persade journalism* atau jurnalistik yang memperjuangkan nilai-nilai tertentu, berupa ajaran Islam.

Mencermati uraian definitif dan orientasi studi jurnalistik dakwah diatas, bisa dimengerti jika terdapat eksplorasi dan pendekatan yang sempit serta normatif terhadap jurnalistik dakwah. Upaya eksplorasi yang belum tuntas terhadap tradisi jurnalistik dalam Islam menempatkan studi Jurnalistik Dakwah bersifat reaktif dan masih berjarak dengan studi jurnalistik pada umumnya. Selanjutnya, pendekatan studi yang fokus pada nilai-nilai ini mengkonfirmasi kritik yang dilontarkan penggagas gerakan integrasi interkoneksi dalam studi Islam, Prof. Amin Abdullah. Menurut Abdullah, pandangan bahwa ilmu keislaman adalah ilmu agama masih kuat di kalangan masyarakat Islam sendiri, sehingga ilmu keislaman bagi mereka adalah ilmu-ilmu agama seperti yang ada di IAIN yaitu Ushuluddin, Dakwah, Syariah, Adab dan Tarbiyah. Sedangkan ilmu-ilmu di luar studi agama termasuk jurnalistik adalah bukan ilmu keislaman.¹³ Selama Islam masih dianggap hanya sebagai agama, bukan kebudayaan, eksplorasi sains dan ICT sebagai bagian dari kebudayaan akan sulit berkembang di perguruan tinggi.

Ibarat gunung es, problematika dalam perumusan kurikulum dan materi

¹³ Abdullah, Amin, *Praksis Paradigma Integrasi Interkoneksi Ilmu dan Transformasi Islamic Studies*, (Paper Seminar Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 22-23 Oktober 2014), hlm. 3-4

ajar Jurnalistik Dakwah adalah contoh temuan atau indikator mikro dari persoalan makro yang sedang terjadi. Pengkajian atas dinamika industri media Islam dan fenomena teknologi baru masih minimal. Fenomena lain terjadi ketika dilakukan elaborasi irisan antara Komunikasi dalam terminologi umum yang berlaku dan dirumuskan oleh akademisi komunikasi dengan kajian Dakwah yang dikembangkan interpretasinya dari rumusan dalam ayat suci Al-Quran.

Jika komunikasi dimaknai sebagai aktifitas penyampaian pesan dengan menggunakan berbagai jenis media pada semua tingkatan sejak individu hingga kolektif (massa), maka dakwah dimaknai sebagai aktifitas menyeru manusia untuk berbuat baik dan menjauhi keburukan. Dakwah adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan. Dakwah sebagai usaha manusia muslim yang dilakukan dengan sengaja dan berencana, melalui lisan dan tulisan untuk merubah suatu kondisi kepada kondisi yang lebih baik untuk memperoleh kebahagiaan di dunia dan di akhirat posisinya bersifat pro-pemberdayaan, mengikat dalam kerangka propaganda ajaran agama. Sedangkan komunikasi pada umumnya bersifat bebas nilai dan universal.

Sebagai suatu jalan keluar akademis, penawaran pemberlakuan paradigma integratif dan interkonektif di UIN menjadi sangat penting dan fundamental dalam merumuskan kajian-kajian keislaman, posisi Islam tidak hanya menjadi nilai dasar, tetapi secara sosiologis bertalian dengan berbagai aspek kebudayaan, baik kebudayaan sebagai sistem nilai, produk maupun eksistensi manusia dalam perjalanan hidupnya yang kompleks.

Model Kurikulum UNESCO

Dalam upaya mengatasi kesenjangan kemajuan pendidikan jurnalistik antarnegara dan antar pendidikan tinggi di dunia, UNESCO sebagai badan dunia dibawah PBB pada tahun 2005 merancang model kurikulum pendidikan jurnalistik yang dapat menjadi acuan perguruan tinggi di Indonesia. Kurikulum ini juga sebagai respon atas posisi media di negara-negara berkembang dan demokrasi baru yang tumbuh dengan pesat dan pengakuan yang luas terhadap jurnalistik dalam memajukan demokrasi dan pemberdayaan masyarakat. Model UNESCO ini pantas menjadi rujukan karena ruang lingkungannya komprehensif dan memberi ruang kajian merespon dinamika teknologi mutakhir yang disinggung dibagian awal tulisan ini.

Menurut UNESCO, pendidikan jurnalistik harus memberikan kepada para mahasiswa pengetahuan dan kemampuan yang membuat mereka memahami

etika dan praktek profesional yang terbaik, peran jurnalisisme dalam masyarakat, sejarah jurnalisisme, hukum media, dan politik-ekonomi dari media (termasuk kepemilikan, organisasi dan persaingan). Pendidikan jurnalisisme memastikan para mahasiswa dapat mengembangkan dirinya untuk dua hal, yaitu pengetahuan umum dan landasan untuk bidang pengetahuan khusus yang dipilihnya. Pendidikan jurnalisisme mempersiapkan para mahasiswa untuk bisa menyesuaikan diri dengan teknologi dan berbagai perkembangan lain terkait pemberitaan, memastikan bahwa mereka beradaptasi terhadap tugas jurnalistik media baru, termasuk mahir menggunakan bahasa lokal.¹⁴

Model kurikulum pendidikan jurnalistik secara sederhana diorientasikan dalam tiga garis besar, yaitu (1) *Education about Journalism*, (2) *Education for Journalism*, (3) *Education in Journalism*. Selengkapnya bisa dicermati dalam tabel berikut:

No		Teori	Praktik	Output
1	<i>Education about Journalism</i>	Jurnalistik hanya dianggap sebagai objek studi ilmiah. Peserta didik dibekali teori-teori, konsep-konsep, dan generalisasi ilmiah berkaitan dengan perkembangan jurnalistik.	Praktikum tidak dianggap sebagai komponen utama, bahkan cenderung tidak ada praktikum.	Lulusan hanya menguasai kerangka teoritik, sebagai ahli mereka hanya memahami konsep-konsep tentang pers dan jurnalistik, namun tidak memiliki kemampuan praktis.
2	<i>Education for Journalism</i>	Diajarkan berbagai aspek dan landasan teoritis.	Diberikan bekal kemampuan kerja praktis dalam bidang pers dan jurnalistik	Disamping menguasai pengetahuan teoritik, lulusan juga memahami sekaligus terampil melakukan kegiatan praktis di dunia jurnalistik

¹⁴ Tim Kurikulum Jurnalisisme UNESCO, *Panduan Penyusunan Kurikulum Pendidikan Jurnalisisme*. (Jakarta: Unesco Jakarta Office, 2007), hlm. 4-6

3 <i>Education in Journalism.</i>	Tidak ada porsi memadai untuk aspek teoritis	Menitikberatkan program pendidikan pada aspek praktis-teknis dalam profesi jurnalistik.	Lulusan memiliki ketrampilan dan kesiapan terjun langsung sebagai praktisi dalam profesi jurnalistik, namun tidak memiliki kerangka berpikir teoritis secara kuat.
-----------------------------------	--	---	--

Menurut UNESCO, ada tiga poros muatan pengetahuan jurnalisme, yakni: (1) poros yang mengajarkan norma-norma, nilai-nilai, perangkat, standar, dan praktek jurnalisme; (2) poros yang menekan pada aspek-aspek sosial, budaya, politik, ekonomi, hukum dan etika dari praktek jurnalisme, baik di dalam negeri maupun di luar negeri; dan (3) poros yang terdiri dari pengetahuan umum dunia dan tantangan intelektual dalam jurnalisme.

Materi ajar yang diberikan dalam poros yang pertama di atas akan membuat mahasiswa siap untuk melaporkan, menulis dan menyunting untuk berbagai jenis media. Bahan tersebut juga mewakili inti dari setiap program yang dirancang untuk menyiapkan mahasiswa berkarir di dunia jurnalisme. Keterampilan profesional jurnalisme melibatkan metode atau cara mengetahui dan berpikir, merekam dan menyajikannya kembali. Di sisi lain, mahasiswa jurnalisme memerlukan pelatihan dalam hal teknis jurnalisme dan kiat-kiat yang diperoleh melalui sebuah pelatihan yang diberikan oleh jurnalis senior. Setiap subyek kuliah harus dilengkapi dengan program magang (atau penempatan kerja) di kantor dan perusahaan berita, dan sekolah-sekolah jurnalisme harus membangun kemitraan dengan lembaga berita setempat.

Bahan pengajaran yang tercakup dalam poros kedua menerangkan dengan lebih rinci konteks kelembagaan dan masyarakat dimana para jurnalis berperan dan menghubungkan praktek jurnalisme dengan kegiatan-kegiatan masyarakat. Studi poros ini akan memperkokoh jatidiri profesional, nilai-nilai dan tujuan-tujuan profesi lewat cara memahami fungsi-fungsi demokratis, serta batasan-batasan moral dan hukum. Bahan pengajaran tersebut juga akan menekankan pada sikap etis dan profesional, serta pengetahuan dan pentingnya jurnalisme yang independen bagi perkembangan demokrasi. Bahan pengajaran yang diberikan pada poros ketiga menempatkan jurnalisme bukan sebagai disiplin ilmu yang berdiri sendiri. Ia harus dipadukan dengan pendidikan dalam bidang seni dan ilmu pengetahuan. Poros ini

mendorong para pengajar jurnalisme untuk mengarahkan para mahasiswa menuju studi yang memperluas dan memperkaya bahasa kehidupan publik, mendorong pendidik jurnalisme untuk bekerjasama dengan kolega-kolega mereka dari disiplin ilmu lain yang berkaitan.¹⁵

Dalam pandangan tim UNESCO, pendidikan jurnalisme harus memasukkan fondasi yang dirancang untuk mempromosikan keterampilan teknis dan prasyarat intelektual. Fondasi ini adalah kemampuan berpikir kritis, mencakup pula kemampuan untuk memahami, menganalisis, melakukan sintesis, dan menelaah bahan yang tidak dikenal, dan pemahaman dasar mengenai pembuktian dan metodologi riset, kemampuan untuk menulis jernih dan padu, menggunakan gaya naratif, deskriptif, dan metode-metode analitis, pengetahuan tentang politik internasional, ekonomi, budaya, agama, dan lembaga-lembaga sosial, pengetahuan tentang masalah-masalah mutakhir, dan pengetahuan umum tentang sejarah dan geografi.

Problematika Visi Misi Jurusan

Benturan yang terjadi dan dialami oleh model pendidikan dan format kurikulum yang mengkaji ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam di IAIN/UIN belakangan ini antara lain berakar pada belum tuntasnya pemahaman pada aspek paradigmatis yang dianut atas bagaimana sesungguhnya relasi studi Islam dengan studi akademik dan praktek pada disiplin ilmu Komunikasi. Manusia adalah makhluk komunikasi dan dalam Islam dikenal istilah Dakwah sebagai pilar aktifitas komunikasi yang tidak hanya bersumbu pada kepentingan *duniawi*, tetapi *ukhrawi*. Diskursus konsepsi komunikasi di kalangan akademisi komunikasi IAIN/UIN masih menunjukkan perbedaan pandangan terkait kompetensi komunikasi.

Jika mencermati sekilas uraian visi, misi, kompetensi lulusan dan struktur kurikulum yang dimiliki beberapa Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam di UIN/IAIN bahkan Universitas Islam swasta di Indonesia, terdapat sedikitnya tiga irisan yang nyaris serupa untuk tidak mengatakan bertubrukan, terutama dengan Jurusan Ilmu Komunikasi di kampus yang sama. Pertama, visi dan misi. Kedua, struktur kurikulum. Ketiga, kompetensi lulusan. Dari kenyataan ini, maka bisa diperkirakan adanya potensi krisis di masa depan terkait lemahnya kompetensi lulusan akibat tidak adanya rumusan tunggal yang disepakati.

Berikut ini beberapa contoh rumusan visi, misi dan kompetensi pada beberapa perguruan tinggi Islam di Indonesia: (1) Jurusan KPI di IAIN Sunan

¹⁵ Tim Kurikulum Jurnalisme UNESCO, *Panduan Penyusunan Kurikulum Pendidikan Jurnalisme* (Jakarta: Unesco Jakarta Office, 2007), hlm. 4-6

Gunung Djati Bandung memiliki visi menjadi program studi profesional dalam bidang tabligh (komunikasi dan penyiaran) untuk turut membangun nilai-nilai sosial dan institusional sesuai dengan utama dakwah Islam. Jurusan KPI UIN Sunan Gunung Djati memusatkan pengkajian dakwah *biahsan al-qaul* berupa tabligh dengan pendekatan wahyu, interdisipliner (*iqtibas*) dan kajian sosial (*istiqna*), sehingga tidak memandang adanya dikhotomi ilmu (agama dan umum) melainkan sebagai entitas yang integral, sehingga diharapkan dapat menghasilkan lulusan (sarjana dakwah) yang beriman dan bertakwa, serta memiliki daya tawar yang diperhitungkan di masyarakat.

(2) Jurusan KPI Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta memiliki visi terdepan dan mencerahkan di bidang Komunikasi & Penyiaran Islam dengan kompetensi plus di bidang konseling berbasis *Islamic world-view* pada tahun 2020 di kawasan Asia Tenggara. Misi mendidik dan menghasilkan lulusan pendidikan tinggi Sarjana Komunikasi Penyiaran Islam yang berilmu, beradab dan berdaya-guna dengan kompetensi plus di bidang Konseling Islam untuk kemaslahatan ummat. Tidak berbeda dengan jurusan Komunikasi di kampus yang salam, lulusan dibekali berbagai kemampuan profesional Jurnalis, Penyiar, Konselor Keagamaan, Trainer Dakwah, Peneliti, Fasilitator, Interpreter.

Contoh lain yang kurang lebih serupa adalah (3) kurikulum Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Universitas Ibnu Chaldun menawarkan studi Ilmu Komunikasi yang terintegrasi dengan penyiaran dan dakwah Islam. Kurikulum memasukkan semua mata kuliah wajib yang ada di jurusan Ilmu Komunikasi umum seperti Ilmu Komunikasi, Teori Komunikasi, Filsafat dan Etika Komunikasi, Komunikasi Politik dan Desain Komunikasi Visual sehingga kompetensi lulusan KPI sejajar dengan lulusan Jurusan Ilmu Komunikasi pada umumnya. Nilai lebih lulusan KPI adalah penguasaan ilmu dan pendekatan keagamaan yang bermanfaat untuk memahami objek studi Indonesiaselaku negara dengan penduduk mayoritas muslim.

(4) Jurusan KPI IAIN Salatiga, Jawa Tengah merumuskan tujuan pembelajaran agar mahasiswa mampu menguasai teori-teori komunikasi dan teknologi komunikasi dan penyiaran Islam serta memiliki kecakapan mengelola media massa, secara komprehensif yang sangat diperlukan sebagai calon intelektual dalam penyiaran Islam. Wawasan komunikasi ini meliputi wawasan filosofik, sejarah manajemen teori dan aliran komunikasi dan hal-hal terkait dengan komunikasi dan penyiaran dalam pengelolaan media massa. Lebih lanjut mahasiswa menguasai ilmu-ilmu komunikasi, ilmu jurnalistik, boardcasting dan *public relations*, menguasai ilmu komunikasi, jurnalistik, boardcasting, dan public relation bagi lulusan.

Simpulan

Secara khusus, pasca bertransformasi dari model Institut Agama Islam Negeri (IAIN) ke Universitas Islam Negeri (UIN), muncul berbagai dampak akademis dan manajerial sebagai resiko dari terobosan yang dilakukan pengelola IAIN di Indonesia dan konsekuensi dari perubahan status dan 'kenaikan kelas' menjadi universitas Islam mengacu standar pendidikan tinggi umum Indonesia. Adopsi sejumlah jurusan/program studi baru yang *non-Islamic studies* dan *notabene* lebih dahulu populer di perguruan tinggi umum tanpa eksplorasi internal yang signifikan menjadi salah satu ciri perubahan yang memicu kontroversi, karena beririsan bahkan berpotensi mendiskriminasi jurusan/program studi serupa yang ada sebelumnya. Memperhatikan dinamika ICT dan tata kelola media di Indonesia dan di tingkat global, perombakan kurikulum layak menjadi agenda sebagai respon kebutuhan internal dan tantangan eksternal yang berubah dinamis agar PTAI menjadi bagian dari komunitas dunia yang terus bergerak.

Sebagai rekomendasi, kiranya perlu penataan ulang program studi/jurusan yang masih bertubrukan di IAIN/UIN terutama Program Studi Ilmu Komunikasi dan KPI, baik pada aspek visi, misi maupun luaran kompetensi yang berimplikasi pada struktur kurikulum. Pengelola dapat mengambil inspirasi dari model kurikulum jurnalisme yang ditawarkan UNESCO diatas. Perlu upaya yang lebih agresif dan serentak untuk akselerasi ke arah integrasi dan interkoneksi kajian keilmuan pada dua Program Studi Komunikasi di kampus yang sama, sehingga di masa depan menghasilkan kebijakan penyatuan diantara keduanya, atau pemisahan sebagaimana selama ini, tetapi dengan perbedaan basis kompetensi yang lebih tajam. Jurnalistik Dakwah, baik sebagai mata kuliah maupun materi dalam perkuliahan jurnalistik dapat menjadi *pilot project* untuk eksplorasi nilai, tata kelola dan orientasi jurnalisme Islam yang universal.

Rujukan

- Abdullah, Amin, *Praksis Paradigma Integrasi Interkoneksi Ilmu dan Transformasi Islamic Studies*, Paper Seminar Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 22-23 Oktober 2014
- Abrar, Ana Nahdya. *Teknologi Komunikasi: Perspektif Ilmu Komunikasi*, Yogyakarta: LESFI, 2003
- Amir, Mafri, *Etika Komunikasi Massa dalam Pandangan Islam*. Jakarta: Logos, 1999
- Arismunandar, Satrio, *Masa Depan Profesi Komunikasi di dalam Kurikulum Pendidikan Komunikasi*, Paper Seminar oleh Jurusan Ilmu Komunikasi, FIKOM, Universitas Kristen Petra, 10 Maret 2007 Surabaya.
- Bandung: Remaja Rosda Karya, 2003
- Fang, Irving, *A History of Mass Communication*, Boston USA: Focal Press, 1997
- Gary Genosko, *McLuhan and Baudrillard, the Masters of Implosion*, London: Routledge, 1999
- iainsalatiga.ac.id
- Kasman, Suf, *Jurnalisme Universal*, Jakarta: Teraju, 2004
- Lim, Merlyna, *The League of Thirteen: Media concentration in Indonesia*, http://www.public.asu.edu/~mlim4/files/Lim_IndoMediaOwnership_2012.pdf (diakses tanggal 15 Mei 2014)
- Ngurah Putra, Gusti, *Demokrasi Dalam Komunikasi Terprivatisasi*, Jurnal ISKI, No. 6 November 2001, hal. 89.
- Nugroho, Yanuar, dkk, *Mapping the Landscape of the Media Industry in Centemporary Indonesia*, Jakarta: CIPG-Ford Foundation, 2012
- Rogers, Everett M. *Communication Technology: The New Media in Society*. New York: The Free Press, 1986
- Romli, Asep Syamsul, *Jurnalisme Dakwah, Visi dan Misi Dakwah bil Qalam*, Situs Internet:
- Tim Kurikulum Jurnalisme UNESCO, *Panduan Penyusunan Kurikulum Pendidikan Jurnalisme*, Jakarta: Unesco Jakarta Office, 2007

www.uika-bogor.ac.id

www.uinsgd.ac.id

www.umy.ac.id

Yuliar, Soni. dkk (ed). *Memotret Telematika Indonesia, Menyongsong Masyarakat Informasi Nusantara*. Bandung: Pustaka Hidayah, 2001