

## RELIGIUSITAS MEDIA MASSA DALAM PERSPEKTIF TEOANTROPOSENTRIS ISLAM

Nanik Mujiati\* dan Moh. Yunus\*\*

\*Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

E-mail: [nanikmuji2301@gmail.com](mailto:nanikmuji2301@gmail.com)

\*\* Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

E-mail: [muhammadyunussyams@gmail.com](mailto:muhammadyunussyams@gmail.com)

### Abstract

*This article examines about Islamic Theoantropocentric, a new paradigm of integration between the source of knowledge from Allah in the form of the Qur'an and human science. Islamic theoantropocentric phenomena that exist in the mass media space or called mass media religiosity. This form of religiosity is in the form of morals which is sourced from the revelation of Allah contained in the Qur'an and hadith. While the mass media itself is in the form of human knowledge such as print media, electronics and new media. The existence of integration between mass media and religion is complementary and become a unified whole. The use of mass media must be accompanied by the morals or ethics of the mass media. Mass media as public media must present religious content or that does not deviate from the teachings of Islam to meet the needs of the audience, especially Muslims themselves. So that the mass media with morals can create good communication and bring benefit to mankind, even the mass media can be a means of minimizing conflict.*

**Keywords:** Theoantropocentric, Islamic, and Mass Media.

### Abstrak

Tulisan ini mengkaji tentang Teoantroposentris Islam, sebuah paradigma baru hasil integrasi antara sumber pengetahuan dari Allah berupa Al-Qur'an dengan ilmu pengetahuan ilmiah manusia. Fenomena teoantroposentris Islam yang ada dalam ruang lingkup media massa atau disebut dengan religiusitas media massa. Wujud religiusitas ini berupa akhlak yang bersumber dari wahyu Allah yang termuat dalam kitab suci Al-Qur'an maupun Hadits. Sedangkan media massa itu sendiri berupa pengetahuan manusia seperti media cetak, elektronik dan modern (internet). Keberadaan integrasi antara media massa dengan agama ialah saling melengkapi dan menjadi satu kesatuan yang utuh. Penggunaan media massa harus disertai akhlak

atau etika media massa. Media massa sebagai media publik harus menyajikan konten religi atau yang tidak menyimpang dari ajaran agama Islam guna memenuhi kebutuhan khalayak terutama umat Muslim itu sendiri. Sehingga antara media massa dengan akhlak dapat menciptakan komunikasi yang baik dan menghadirkan kemaslahatan umat manusia, bahkan media massa mampu menjadi sarana meminimalisir permasalahan atau konflik.

**Kata Kunci: Teoantroposentris, Islam, dan Media Massa.**

## PENDAHULUAN

Dalam sebuah kehidupan sosial tidak terlepas dari adanya komunikasi. Komunikasi memiliki peran besar untuk interaksi manusia khususnya dalam mempengaruhi mental manusia dalam bermasyarakat. Menurut Willbur Schramm, komunikasi dan masyarakat tidak dapat dipisahkan karena tanpa sebuah komunikasi, masyarakat tidak dapat terbentuk. Begitu pula tanpa masyarakat, manusia tidak akan bisa berkomunikasi secara efektif sebab tidak dapat mengembangkan komunikasinya. Kehidupan tanpa adanya komunikasi merupakan sebuah keadaan statis di mana manusia tidak dapat tumbuh dan berkembang dengan baik. Dengan demikian, bagi kehidupan manusia komunikasi merupakan kebutuhan dasar.<sup>1</sup>

Komunikasi terdiri dari unsur-unsur atau komponen yang tidak bisa diabaikan meliputi sumber (komunikator), pesan, media, penerima pesan (komunikan), dan efek (*feed back*). Harold D. Lasswell seorang pakar komunikasi membentuk unsur-unsur tersebut dalam sebuah pertanyaan, *who says what in which channel to whom and with what effect?* (siapa sumber atau komunikator, pesan apa yang disampaikan, media yang menjadi saluran atau alat penghantar pesan, komunikan sebagai penerima pesan, dan akibat atau efek yang diharapkan komunikator terhadap komunikan).<sup>2</sup>

Di setiap prosesnya, komunikasi saling berkaitan dengan media sebagaimana yang kita ketahui saat ini yakni media massa. Setiap harinya, manusia yang bersosial secara langsung maupun tidak langsung akan berhadapan dengan media massa dalam menunjang komunikasinya terutama di era globalisasi. Media massa juga telah menjadi saluran cepat dan tepat dalam menyampaikan informasi tertentu khususnya oleh industri (pengelola)

---

<sup>1</sup>Nofrion, *Komunikasi Pendidikan: Penerapan Teori dan Konsep Komunikasi dalam Pembelajaran*, (Jakarta: Kencana, 2016), hlm. 4.

<sup>2</sup>Silvia Riskha Fabriar, "Etika Media Massa Era Global", *An-Nidaa: Jurnal Komunikasi*, Vol. 6, No. 1, hlm. 71.

media. Media massa dapat berbentuk surat kabar, majalah, televisi, film, radio, serta internet (*new media*).

Berbicara tentang media, tentu saja tidak lepas dari konsep sebuah agama terutama membicarakan hubungan keduanya. Stewart M Hoover membagi relasi agama dan media menjadi empat macam yaitu *similarity*, *distiction*, *mediatise*, dan *artikulasi*. *Similarity* menilai bahwa simbol dan kisah digunakan di antara agama dan media, artinya agama dapat dipahami melalui simbol dan kisah. *Distiction* merupakan pemahaman bahwa agama dan media saling bertentangan. *Mediatise* menunjukkan agama dan media saling bekerjasama dan membutuhkan. Serta *artikulasi*, di mana subordinasi agama adalah media.<sup>3</sup> Dalam hal ini, yang terjadi di Indonesia hubungan agama dan media ialah *mediatise* dan *similarity* sebagaimana program atau informasi media massa menghadirkan kisah dan simbol religius. Serta bentuk religiusitas semacam akhlak dalam menggunakan media. Dapat diketahui bahwa agama dan media saling bekerja sama dan melengkapi dalam menyajikan pesan maupun informasi.

Kenyataan tersebut menunjukkan bahwa sains dan agama tidak dapat dipisahkan, di mana media massa sebagai sains atau pengetahuan merupakan wujud dari ilmiah manusia. Sedangkan agama - dalam hal ini religiusitas - berarti akhlak yang bersumber wahyu Allah yaitu al-Qur'an yang diterapkan masyarakat dalam aktivitas hidupnya. Sebagaimana Islam mengajarkan umat manusia agar memperoleh kebaikan baik di dunia maupun di akhirat. Pemahaman tentang integrasi agama dan sains diwujudkan dalam paradigma teoantroposentris. Teoantroposentris merupakan bentuk dari dua sumber pengetahuan yakni berasal dari Tuhan dan manusia.<sup>4</sup> Sebuah paradigma yang telah mengalami pergeseran pada visi teologis dari teosentris atau antroposentris menjadi teoantroposentris.<sup>5</sup> Dapat dikatakan jika teoantroposentris menjelaskan sumber pengetahuan berasal dari Tuhan dan manusia melalui pengintegrasian keduanya.

Fenomena teoantroposentris dapat dilihat dari aktivitas kehidupan manusia yang menyatukan agama dengan pengetahuan ilmiah manusia. Dalam hal ini, suatu momen

---

<sup>3</sup>Iswandi Syahputra, "Agama di Era Media: Kode Religius dalam Industri Televisi Indonesia", *Jurnal Esensia*, Vol. 17, No. 1, April (2016), hlm. 127.

<sup>4</sup>Nur Azizah, "Hubungan Ilmu dan Agama dalam Perspektif Islam Telaah Pemikiran Kuntowijoyo", *Jurnal Prosiding Konferensi Integrasi Interkoneksi Islam dan Sains*, Vol. 1, (2018), hlm. 154.

<sup>5</sup>Abid Rohamnu, "Paradigma Hukum Islam Teoantroposentris: Telaah Paradigmatik Pemikiran Fazlur Rahman dan Abdullah Saeed", *Jurnal Kodifikasi: Jurnal Penelitian Islam*, Vol. 13, No. 1, (2019), hlm. 33.

religiusitas terjadi dalam keberlangsungan media massa baik dari pengelola (produsen) maupun penggunaannya (konsumen).

Dewasa ini pengelola media menghadirkan media massa disertai dengan aktivitas keagamaan, seperti dalam pelaksanaan momen sakral perayaan Idul Fitri, bulan puasa (Ramadhan), perayaan Natal, Imlek, dan lain sebagainya.<sup>6</sup> Selain menyajikan momen keagamaan, media massa juga mempunyai tata perilaku tersendiri dalam penggunaan dan pengelolaannya yang disebut akhlak. Dengan kata lain, agama (Islam) mengajarkan bahwa dalam bersosial (media massa), manusia harus menerapkan akhlak atau etika.

## PEMBAHASAN

### 1. Teoantroposentris: Integrasi Agama dan Ilmu Pengetahuan (*Science*)

Agama berasal dari bahasa Sanskerta “a” berarti tidak, “gam” berarti pergi, kacau dan “a” bersifat atau keadaan. Agama artinya keadaan tidak kacau atau tidak berubah (kekal). Sehingga agama disebut pegangan atau pedoman untuk memperoleh suatu kekekalan agar tidak kacau.<sup>7</sup> Secara umum, istilah agama berasal dari bahasa Latin “religiositas” artinya jiwa agama, kesalehan.<sup>8</sup> Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, agama ialah sistem atau ajaran yang mengatur kepercayaan (keimanan) untuk beribadah kepada Tuhan Yang Maha Kuasa, disertai kaidah yang berhubungan sesama umat manusia dan lingkungannya.<sup>9</sup> Dengan demikian agama merupakan sistem keyakinan yang memuat kaidah atau aturan sebagai pedoman agar tidak mengalami kekacauan.

Pengertian ilmu pengetahuan berasal dari dua kata “ilmu” dan “pengetahuan”. Istilah ilmu berasal dari bahasa Inggris “science” yang diadopsi dari bahasa Latin “scientia”. *Science* juga bermakna dengan pengetahuan berarti kondisi menyadari sesuatu yang diperoleh dari adanya pengalaman dan melalui uji yang ada.<sup>10</sup> Pudjawidjana mendefinisikan pengetahuan sebagai reaksi manusia yang berasal dari rangsangan yang diperoleh di sekitarnya dengan cara berinteraksi atau bersentuhan melalui objek dengan indera yang dimiliki, kemudian menghasilkan pengetahuan setelah manusia melakukan

---

<sup>6</sup>Ihdal Minan, “Relasi Media Massa dan Dakwah Kontemporer”, *Jurnal Al-Balagh: Dakwah dan Komunikasi*, (2016), hlm. 198.

<sup>7</sup>Agus M. Hardjana, *Religiositas, Agama dan Spiritualitas*, (Yogyakarta: Kanisius, 2005), hlm. 50.

<sup>8</sup>Nur Azizah, “Hubungan Ilmu dan Agama...”, hlm. 153.

<sup>9</sup>Kamus Besar Bahasa Indonesia Offline, Diakses tanggal 28 Agustus 2019.

<sup>10</sup>Izzatur Rusuli dan Zakiyul Fuady M. Daud, “Ilmu Pengetahuan dari John Locke ke Al-Attas”, *Jurnal Pencerahan*, Vol. 9, No. 1 (2015), hlm. 12.

penginderaan pada objek tersebut.<sup>11</sup> Pengetahuan merupakan hasil olah pikir seseorang yang merupakan wujud dari penggunaan panca indera. Sehingga diperoleh kesimpulan ilmu pengetahuan ialah upaya pemahaman manusia dalam menyikapi objek di sekitarnya yang telah diuji kebenarannya secara empiris dan eksperimen.

Wacana antara sains dan agama tidak akan pernah habis dipermasalahkan dalam dunia intelektual. Pada umumnya, sains yang bertolak dari akal pikiran manusia dan agama yang bertumpu pada ke-Tuhanan (keimanan) masih tampak berseberangan. Di balik perdebatan atau kondisi bertolak belakang tersebut tidak lain karena keduanya bersumber dari pengetahuan yang berbeda. Hal tersebut sebagaimana sejarah sebelumnya, menciptakan situasi kacau (konflik) seperti tragedi antara teori Galileo yang mendukung Copernicus tentang sistem tata surya dengan pemimpin gereja (Vatikan).

Dalam mengatasi situasi tersebut, mulai muncul dinamika baru di Amerika yang berorientasi mempersatukan agama dan sains, yang terjadi pada tahun 1960-an melalui terbitnya buku "Issues in Science and Religion" (1966) karya Ian G. Barbour. Karya Barbour menjelaskan bahwa dalam menyelesaikan hubungan antara sains dan agama tidak serta merta melalui konflik.<sup>12</sup> Barbour merumuskan proses integrasi sains dan agama dapat dilakukan dengan bersumber dari ilmu (*natural teology*) atau bersumber dari sisi agama (*teology of nature*), yang mana kedua sisi tersebut dapat dipadukan melalui bingkai kefilosofan. Ia juga sepakat jika sains dan agama dapat dihubungkan melalui pendekatan dialog atau perbincangan. Namun, pendapat Barbour masih belum nampak jelas apakah yang dikemukakan cenderung ke arah dialog atau perbincangan.<sup>13</sup> Upaya menghubungkan sains dan agama yang dilakukan Barbour melalui pendekatan filsafat ialah agar para ilmuwan mempunyai pencerahan dalam membangun konsep non dikotomik yang utuh dan komprehensif sehingga tidak berpaku hanya pada satu sudut pandang saja.<sup>14</sup>

Menurut Armahedi Mahzar, integrasi sains dan agama dapat dilakukan dengan cara tiga model, yaitu model monadik, model diadik, dan model triadik. Model monadik merupakan model yang digunakan kaum fundamentalisme religius di mana agama dinilai

---

<sup>11</sup>Siti Makhmudah, "Hakikat Ilmu Pengetahuan dalam Perspektif Modern dan Islam", *Jurnal Al-Murabbi*, Vol. 4, No. 2 (2018), hlm. 203.

<sup>12</sup>Hatim Gazali, "4 Respon Mengakhiri Sains dan Agama-RMI NU", diakses tanggal 27 Agustus 2019.

<sup>13</sup>Iis Arifudin, "Integrasi Sains dan Agama serta Implikasinya terhadap Pendidikan Islam", *Jurnal Edukasia Islamika*, Vol. 1, No. 1 (2016), hlm. 167.

<sup>14</sup>Moh. Mizan Habibi, "Hubungan Antara Agama dan Sains dalam Pemikiran Ian G. Barbour dan Implikasinya terhadap Studi Islam", *Jurnal El-Tarbawi: Pendidikan Islam*, Vol.9, No. 1 (2016), hlm. 50.

sebagai konsep universal yang memuat keseluruhan dari cabang kebudayaan. Kebenaran mutlak ada dalam agama, sedangkan sains merupakan salah satu dari cabang budaya. Model monadik juga diterapkan kaum sekuler yang menilai agama hanya bagian dari cabang kebudayaan. Kebudayaan merupakan bagian dari ekspresi manusia yang digunakan untuk mewujudkan kehidupan atas dasar ilmu pengetahuan yang dianggap kebenaran mutlak. Model monadik menunjukkan adanya pengingkaran akan kebenaran lainnya, sehingga perpaduan antara agama dan sains kemungkinan tidak akan terjadi.

Model diadik merupakan model yang mempunyai berbagai sudut pandang. Sudut pandang pertama, menganggap agama dan sains sama-sama mempunyai kebenaran yang setara, di mana sains membahas ilmiah yang empiris dan agama membahas nilai ilahiyah (spiritual). Sudut pandang kedua menegaskan bahwa meskipun agama dan sains berbeda pembahasan dan sumber pengetahuan, namun keduanya tidak dapat dipisahkan. Sedangkan sudut pandang ketiga mengungkapkan agama dan sains di sisi lain mempunyai kesamaan, dan kesamaan tersebut dapat mewujudkan sebuah integrasi di antara keduanya.<sup>15</sup>

Terakhir, model triadik yakni model yang mencoba menghubungkan agama dan sains. Cara yang dilakukan ialah melalui jembatan yang bernama filsafat. Model yang dicetuskan kaum teosofis ini mempunyai semboyan yang berbunyi “kebenaran merupakan wujud kebersamaan antara sains, filsafat, dan agama”. Model triadik merupakan perluasan atau terobosan baru dari model yang kedua (diadik) yang menggunakan filsafat sebagai penghubungnya.<sup>16</sup>

Dalam mengintegrasikan agama dan sains tidak lepas dari peran para ahli seperti Ian G. Harbour, John F. Haught, Peacocke, Keith Ward, Mehdi Golshani, Huston Smith, beserta tokoh lainnya yang mencoba melakukan arus wacana baru guna menghubungkan keduanya.<sup>17</sup> Usaha yang mereka lakukan telah menjadi referensi bagi dunia akademik dalam mempertemukan agama dan sains. Akan tetapi, kehadiran wacana baru tersebut pada kenyataannya masih mengalami perdebatan dalam menghubungkan agama dan sains.

---

<sup>15</sup>Luthfi Hadi Aminuddin, “Integrasi Ilmu dan Agama: Studi Atas Paradigma Integratif-Interkonektif UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta”, *Jurnal Kodifikasia: Jurnal Penelitian Keagamaan dan Sosial-Budaya*, Vol. 4, No. 1 (2010), hlm. 188.

<sup>16</sup>Luthfi Hadi Aminuddin, “Integrasi Ilmu dan Agama...”, hlm. 189.

<sup>17</sup>Syarif Hidayatullah, “Relasi Agama dan Sains dalam Pandangan Mehdi Golshani”, *Jurnal Filsafat*, Vol. 24, No. 1 (2017), hlm. 70.

Padahal seyogyanya kedua hal tersebut telah nampak jelas dan diakui sebagian kalangan jika agama dan sains dapat dipadukan dan saling melengkapi.

Menurut Hidayat mengutip dari Keith Ward melalui karyanya berjudul “God, Chance and Necessity”, mengungkapkan bahwa hakikatnya relasi agama dan ilmu pengetahuan dapat didekatkan melalui usaha konstruktif dan seimbang. Usaha tersebut dapat tercapai jika agama dan sains telah mencapai konsensus guna menemukan hakikat keberadaan maupun permasalahan alam yang dibingkai dalam tanggung jawab yang sama.<sup>18</sup> Bambang Sugiharto menyebutkan kehadiran agama dapat membantu ilmu menjadi lebih manusiawi dan menyadari permasalahan di sekitarnya yang memang harus dihadapi. Sedangkan ilmu membantu agama dalam menghidupkan kembali diri guna menyikapi realitas secara kritis, logis, dan berhati-hati dalam menyimpulkan temuan sains untuk membantu agama agar terhindar dari keberhentian atau ketertinggalan terutama di era informasi.<sup>19</sup>

Paradigma teoantroposentris terkait agama (teologis) dan sains (fakta ilmiah) merupakan konsep baru yang menarik untuk dipahami dan tidak terhenti pada satu realitas saja, melainkan berbagai realitas kedepannya. Dalam perspektif Islam, paradigma ini merupakan wujud integralisasi yang pernah dikembangkan Kuntowijoyo, seorang sejarawan, sastrawan dan budayawan,<sup>20</sup> yang menegaskan integralisasi sebagai penyatuan sains atau ilmu yang berolak dari akal manusia dengan *nash* Al-Qur’an atau wahyu dari Allah Swt.

Kuntowijoyo mencoba menelisik sains dan memperbaikinya secara hati-hati dalam mengintegrasikan suatu yang transendensi dengan ilmu sekuler, sehingga ilmu yang bersumber dari akal manusia tidak dihilangkan namun dikaitkan dengan akal wahyu dari Tuhan. Ilmu sekuler merupakan hasil dari filsafat manusia, antroposentrisme yang berkembang menjadi ilmu sains dan menciptakan situasi sekuler (pemisahan agama dengan *urusan* dunia). Antroposentrisme menjelaskan jika keseluruhan pusat kebenaran, pengetahuan, maupun kebijaksanaan hanya berada pada manusia sehingga menafikan wahyu. Manusia adalah yang menciptakan, melaksanakan dan mengkonsumsi produknya

---

<sup>18</sup>Syarif Hidayatullah, “Relasi Agama dan Sains...”, hlm. 70.

<sup>19</sup>Nur Azizah, “Hubungan Ilmu dan Agama...”, hlm. 153.

<sup>20</sup>Nur Azizah, “Hubungan Ilmu dan Agama...”, hlm. 152.

sendiri. Di sisi lain saat itu juga terjadi pemisahan atau differensiasi antara pengetahuan dengan wahyu. Sehingga apapun kegiatan manusia tidak bisa dikaitkan dengan agama.<sup>21</sup>

Mengetahui situasi tersebut, Kuntowijoyo melakukan integralisasi dan menjelaskan jika agama merupakan sumber pengetahuan dan kebenaran yang kemudian terjadi teoantroposentris, dediferensiasi dan ilmu integralistik. Lebih jelasnya, wahyu Tuhan (Al-Qur'an) merupakan sumber pengetahuan dan kebenaran. Kemudian teoantroposentris menghubungkan kebenaran agama dengan akal manusia. Di dalam dediferensiasi terjadi penerapan agama yang menyatu dengan berbagai aktivitas hidup manusia. Sehingga menghasilkan ilmu integralistik, ilmu yang tidak hanya menghubungkan agama dan sains, melainkan menyatukan keduanya.<sup>22</sup>

Pendekatan integrasi dalam perspektif studi keislaman merupakan metode analisis yang terpadu. Analisis yang terkandung di dalamnya terdiri dari dua macam, pertama integrasi antara apa yang termuat di dalam nash dengan problem yang dikaji. Kedua, mengintegrasikan nash agama dan ilmu pengetahuan, dalam hal ini terkait relasi nash dengan ilmu lain tentang apa yang dikaji.<sup>23</sup>

Dengan demikian, upaya memadukan agama dan sains merupakan hal mutlak dalam menyelesaikan dan memahami realita kehidupan manusia. Ilmu pengetahuan tanpa disertai agama kemungkinan besar dapat menghancurkan umat manusia. Kehadiran agama dapat memberikan petunjuk atau arah bagi umat manusia dan menegaskan bahwa ilmu pengetahuan lahir tidak lain adalah untuk kepentingan umat manusia.<sup>24</sup> Dengan demikian antar keduanya saling berintegrasikan untuk mencapai kemajuan umat manusia.

## 2. Eksistensi Media Massa Sebagai Wujud Pengetahuan Manusia

Eksistensi media massa di tengah masyarakat memiliki peran besar dalam kehidupannya. Media massa atau disebut komunikasi massa merupakan sarana bagi masyarakat dalam memperoleh informasi maupun hiburan. Media massa merupakan bagian dari produk teknologi modern yang dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi massa bagi masyarakat luas yang sampai saat ini semakin berkembang. Media massa terdiri dari

---

<sup>21</sup>Ismail Thoib dan Mukhlis, "Dari Islamisasi Ilmu Menuju Pengilmuan Islam: Melawan Hegemoni Epistemologi Barat," *Jurnal Ulumuna: Jurnal Studi Keislaman*, Vol. 17, No. 1 (2013), hlm. 88.

<sup>22</sup>Ismail Thoib dan Mukhlis, "Dari Islamisasi Ilmu...", hlm. 89.

<sup>23</sup>Moh. Mizan Habibi, "Hubungan Antara Agama dan Sains...", hlm. 58.

<sup>24</sup>Nur Azizah, "Hubungan Ilmu dan Agama...", hlm. 151.

dua bentuk yakni media cetak dan media elektronik. Media cetak seperti surat kabar, majalah, buku, dan lain-lain. Sedangkan media elektronik contohnya televisi, radio, film, serta media baru yang dewasa ini disebut internet.<sup>25</sup> Seiring berkembangnya zaman, teknologi tidak hanya sebatas pada situasi yang sama melainkan terdapat perubahan seperti yang terjadi di media massa. Sehingga para ahli pula mengemukakan dua macam media massa, yang pertama media massa cetak dan elektronik seperti yang telah disebutkan di atas, yang kedua media massa modern yaitu internet.<sup>26</sup>

Media massa merupakan bagian dari ilmu sosial yang lahir dari pengetahuan manusia tidak terlepas dari kisah perkembangannya. Terdapat empat macam tahap perkembangan media, pertama era masyarakat tribal di mana pada era ini komunikasi medianya ialah melalui komunikasi lisan. Tahap ini masyarakat membudayakan komunikasi lisan dengan mengandalkan intuitif dan holistik dalam pemikirannya. Kedua, era masyarakat tulis yang komunikasinya cenderung melalui tulisan yang dibentuk atas dasar prinsip logika. Ketiga, era percetakan di mana era ini komunikasi dibentuk dalam bingkai cetakan visual Guttenberg, sehingga mengandalkan peran mata, linier dalam pemikiran dan ilmu pengetahuan dipersoalkan. Terakhir, era elektronika yang hingga saat ini masih dirasakan publik. Pada era ini terjadi adanya global village di mana seluruh manusia (khalayak) disatukan sehingga dapat mengetahui situasi dan kondisi di belahan bumi lainnya sebagaimana yang diperoleh dari media. Sedangkan istilah “massa” dalam media massa hanya digunakan untuk memperjelas konsep yang mendekati audiens secara lebih luas.<sup>27</sup>

Peran media massa bagi khalayak ialah pertama, sebagai sumber pencerahan terhadap pemikiran masyarakat. Dalam hal ini media massa dijadikan alat edukasi yang mendidik masyarakat untuk berpengetahuan, berfikir realistik dan terbuka, sehingga mampu menjadikan masyarakat lebih maju. Kedua, media massa sebagai sumber informasi masyarakat agar mengetahui keadaan disekitarnya. Ketiga, media massa sebagai media hiburan bagi khalayak.<sup>28</sup>

---

<sup>25</sup>Ayu Puspita Shanty P, “Aspek Kognitif, Afektif dan Behavioral terkait Informasi Ekonomi dan Investasi di Kalangan Wakil Pialang Berjangka (Studi pada Karyawan PT. Victory International Futures Malang)”, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Malang, 2015, hlm. 8.

<sup>26</sup>Sufyati HS, “Konvergensi Media dalam Religiusitas Masyarakat”, *Jurnal Sosiologi Reflektif*, Vol. 13, No. 2 (2019), hlm. 318.

<sup>27</sup>Yani Damayanti, “Kampanye Kreatif Jokowi-Basuki Melalui Media Massa dalam Pilgub DKI Jakarta tahun 2012”, Skripsi, Institute Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2013, hlm. 51.

<sup>28</sup>Rini, “Peran Media Massa dalam Mendorong perubahan Sosial Masyarakat”, *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis*, Vol. 6 (2011), hlm. 47.

Melalui peran dari media massa, akan diperoleh dampak atau pengaruh dari media tersebut. Terdapat tiga hal efek adanya komunikasi massa dalam media massa. Pertama, efek kognitif tentang kesadaran pengetahuan dan belajar. Pada efek ini seorang komunikan memperoleh suatu informatif dari media massa. Media massa memberikan sumbangsih pencerahan hingga wawasan baru yang bermanfaat bagi komunikan. Kedua, efek afektif yang lebih luas pemahamannya dari efek kognitif, sebab efek ini khalayak tidak hanya memperoleh informasi melainkan juga merasakannya. Ketiga, efek behavioral yang memuat perilaku maupun tindakan dalam diri komunikan dari media massa. Pada efek ini, khalayak menerapkan dalam bentuk tindakan setelah mendapat informasi dari media massa.<sup>29</sup>

Media massa juga mempunyai ciri atau karakteristik tertentu. Karakteristik media massa menurut Denis McQuail ialah media dapat menjangkau masyarakat secara luas dan dalam jumlah yang cukup besar serta mendongkrak popularitas khalayak yang berada dalam cakupan media massa.<sup>30</sup> Karakteristik lain dari media massa seperti proses komunikasi berlangsung dengan satu arah, sifat dari pesan adalah umum atau berlaku bagi banyak orang, penerima pesan bersifat heterogen, peralatan teknis diperlukan dalam komunikasi massa, dan informasi yang disampaikan merupakan hasil teamwork komunikator, sebab komunikator tidak bertindak individual melainkan atas naungan institusi.<sup>31</sup>

Selain itu, media massa yang merupakan bagian dari produk ilmu pengetahuan mencakup beberapa teori sebagaimana yang dikemukakan para ahli. Pertama, teori Model Harold Lasswell seorang teoritikus komunikasi massa pertama dalam ranah ilmu komunikasi. Model komunikasinya tercantum dalam sebuah pertanyaan yang telah menjadi hal umum terutama bagi kalangan akademisi, "*who says what in which channel to whom and with what effect?*" berarti "*who*" sebagai komunikator, "*says what*" menunjukkan apa yang disampaikan (informasi), "*in which channel*" berarti media atau saluran untuk

---

<sup>29</sup>Fifit Fitriansyah, "Efek Komunikasi Massa pada Khalayak (Studi Deskriptif Penggunaan Media Sosial dalam Membentuk Perilaku Remaja)", *Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*, Vol. 18, No. 2 (2018), hlm. 172.

<sup>30</sup>Morissan, *Teori Komunikasi Dari Individu Hingga Massa*, (Jakarta: Kencana, 2015), hlm. 480.

<sup>31</sup>Umaimah Wahid, "Rasionalitas Manusia dan Media Massa, Analisis Manusia Komunikatif Jurgen habermas terhadap Proses Pilkada pasca Reformasi 2010" dalam *Ilmu Komunikasi: sekarang dan tantangan masa depan* oleh Farid Hamid dan Heri Budianto, (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 238.

menyampaikan informasi, “*to whom*” sebagai komunikan atau penerima pesan, serta “*what effect*” berarti dampak bagi komunikan seperti yang diharapkan komunikator atau *feed back*.

Kedua, teori Komunikasi dua tahap dan pengaruh antar pribadi oleh Paul F. Lazarsferld dan kawan-kawannya melalui sebuah penelitian pada tahun 1940 tentang efek media massa dalam kampanye pemilihan umum.<sup>32</sup> Ketiga, teori Agenda Setting (penyusunan agenda) yang dirintis Maxwell Mc Comb dan Donald L Shaw sejak tahun 1968 yang bertolak dari penelitian mengenai kampanye pemilihan presiden Amerika Serikat. Kemudian pada tahun 1972 teori ini secara resmi dipublikasikan dalam judul “*The Agenda Setting Function of the Mass Media*” Opini Publik No. 37 (*Public Opinion Quarterly* No. 37). Teori ini menjelaskan media massa berperan besar dalam menentukan agenda bagi khalayak yang menerima informasi.<sup>33</sup>

Keempat, teori peluru atau jarum hipodermik. Kelima, teori Uses and Gratification (kegunaan dan kepuasan) yang menekankan jika komunikasi tidak selalu dapat mempengaruhi khalayak atau massa. Namun, khalayak bebas dan mempunyai hak memperlakukan media sebagaimana mestinya.<sup>34</sup> Dapat dikatakan jika teori ini tertarik pada konsumen media bukan media itu sendiri. Teori ini dirumuskan oleh Elihu Katz bersama dengan Jay G. Blumler dan Michael Gurevitch pada tahun 1974.<sup>35</sup>

Kelima, teori pengharapan nilai (*the expectancy value theory*) oleh Philip Palmgreen. Teori ini merupakan lanjutan teori kegunaan dan kepuasan yang masih memiliki kekurangan, sehingga teori pengharapan nilai memberikan penjelasan bahwa kepuasan yang diperoleh dari media ditentukan sikap khalayak melalui evaluasi dan kepercayaan akan media tersebut.<sup>36</sup> Keenam, teori ketergantungan (Dependency theory) yang dikemukakan Sandra Ball-Rokeach dan Melvin DeFleur yang menegaskan bahwa media mampu mempengaruhi khalayak, di mana media memberikan informasi yang dibutuhkan konsumen.<sup>37</sup> Diikuti teori komunikasi media massa lainnya.

---

<sup>32</sup>Muhammad Khairul Anwar, Teori-teori Komunikasi Media Massa dalam academiaedu diakses pada tanggal 29 Agustus 2019.

<sup>33</sup>Elfi Yanti Ritonga, “Teori Agenda setting dalam Ilmu Komunikasi”, *Jurnal Simbolika*, Vol. 4, No. 1 (2018), hlm. 34.

<sup>34</sup>Winda Hardyanti, “Diskrepansi Kepuasan Pembaca Media Online Islam: Studi Komparatif Kesejangan Kepuasan membaca Situs eramuslim.com di Kalangan Dosen dan Mahasiswa di Malang”, *Jurnal Sospol*, Vol. 3, No. 1 (2017), hlm. 186.

<sup>35</sup>Zikri Fachrul Nurhadi, *Teori Komunikasi Kontemporer*, (Jakarta: Kencana, 2017), hlm. 57.

<sup>36</sup>Yetty Oktarina dan Yudi Abdullah, *Komunikasi dalam Perspektif Teori dan Praktik*, (Yogyakarta: Deepublish, 2017), hlm. 91.

<sup>37</sup>Alo Liliweri, *Komunikasi Serba Ada serba Makna*, (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 179.

### 3. Substansi Agama (Religiusitas Islam) dalam Media Massa

Agama yang ada di masyarakat dipandang sebagai kepercayaan dan pengikat dalam mengatur kehidupan manusia sesuai ajaran-ajarannya. Individu dalam beragama memuat kematangan atau seberapa jauh ia mendalami ajaran agama yang dianut, baik segi pengetahuan maupun pengamalan dalam kehidupannya. Wujud dari keberagaman individu dituangkan dalam religiusitas. Dengan demikian antara agama dan religiusitas tidak dapat dipisahkan atau seyogyanya saling berkaitan.

Religiusitas menurut Wong McDonal dkk ialah cara penggunaan keyakinan oleh seseorang untuk mengatasi permasalahan dunia.<sup>38</sup> Sementara Glock dan Stark memandang religiusitas sebagai suatu kondisi di mana seseorang seberapa jauh mempunyai pengetahuan, keyakinan, penghayatan, serta pelaksanaan ibadah dalam agama. Glock dan Stark membagi religiusitas ke dalam lima dimensi, meliputi dimensi keyakinan, dimensi praktik agama, dimensi pengalaman, dimensi pengetahuan agama, serta dimensi pengamalan dan konsekuensi.<sup>39</sup>

Pertama, dimensi keyakinan atau ideologi adalah dimensi yang berkenaan kepercayaan seperti percaya adanya Tuhan, Malaikat, surga, neraka dan sebagainya. Dimensi yang mendasar dalam hal ini adalah doktrin agama. Kedua, dimensi praktik agama atau ritualitas merupakan dimensi tentang berbagai perilaku yang sudah menjadi ketetapan agama, seperti shalat, zakat, puasa, ritual pada hari suci, pembaptisan, dan lain-lain. Ketiga, dimensi pengalaman atau penghayatan yang berkaitan dengan berbagai pengalaman dan perasaan seseorang dalam menganut agama, misalnya khusyu' ketika shalat dan merasa selalu dekat dengan Tuhan. Keempat, dimensi pengetahuan atau intelektual agama yang memuat pemahaman seseorang tentang ajaran agama khususnya terhadap apa yang dijadikan pedoman. Dan kelima, dimensi pengamalan dan konsekuensi berkenaan tingkatan dampak yang diperoleh dari ajaran agama, kemudian diterapkan dalam aktivitas hidupnya, misalnya apakah seseorang berbuat baik kepada sesama manusia seperti tolong-menolong dalam kebaikan.<sup>40</sup>

---

<sup>38</sup>Aris Setiawan dan Niken Titi Pratitis, "Religiusitas, Dukungan Sosial dan Resiliensi Korban Lumpur Lapindo Sidoarjo", *Jurnal Persona: Jurnal Psikologi Indonesia*, Vol. 4, No. 2 (2015), hlm. 140.

<sup>39</sup>Zaenab Pontoh dan M. Farid, "Hubungan Antara Religiusitas dan Dukungan Sosial dengan Kebahagiaan Pelaku Konversi Agama", *Jurnal Persona: Jurnal Psikologi Indonesia*, Vol. 4, No. 1 (2015), hlm. 103.

<sup>40</sup>Ros Mayasari, "Religiusitas Islam dan Kebahagiaan", *Jurnal Al-Munzir*, Vol. 7, No. 2 (2014), hlm. 86.

Substansi agama tentang religiusitas Islam dalam media massa terdiri dari dua macam, di antaranya:

a. Religiusitas Akhlak dalam Media Massa

Religiusitas dalam perspektif Islam menurut Kraus dkk ialah berpaku pada Muslim Religiosity Personality Inventory (MRPI). Model religiusitas ini dituangkan dalam dua macam konstruk, yaitu konstruk pertama tentang doktrin ketuhanan yang mutlak jika Tuhan itu satu dan hal semacam ini memuat akidah Islam yang disebut rukun iman. Konstruk kedua terkait *hablum minallah* berarti hubungan manusia dengan Tuhan dan *hablum minannas* yakni hubungan antar manusia dengan sesamanya. Kedua konstruk tersebut menghasilkan amalan saleh dan merupakan bagian dari refleksi rukun Islam.<sup>41</sup>

Wujud religiusitas tidak sebatas keyakinan dan ritual peribadatan untuk menghadap Sang Pencipta, melainkan juga implementasi kehidupan bersosial.<sup>42</sup> Kehidupan sosial atau bermasyarakat yang merupakan wujud religiusitas salah satunya adalah akhlak. Akhlak adalah sifat dalam jiwa seseorang yang diperoleh dari bawaan (fitrah) maupun usaha pengalaman. Di dalam Al-Qur'an telah tertulis beberapa dalil mengenai akhlak seorang muslim, misalnya anjuran bersabar tertuang dalam Surat Ali-Imran ayat 200, perintah jujur dan benar dalam Surat At-Taubah ayat 119, ancaman bagi orang yang berbuat dzalim dalam Surat Al-An'am ayat 21, ancaman bagi yang berdusta terutama mendustakan kebenaran dalam Surat Al-Mu'minun ayat 28 dan Surat At-Taubah ayat 77, dan dalil lainnya. Aktivitas hidup yang sering digunakan berinteraksi dengan Al-Qur'an yakni membaca dan memahaminya, maka pengetahuan agama seseorang semakin luas dan semakin berakhlak baik.<sup>43</sup>

Secara garis besar, pengalaman akhlak yang menjadi bagian religiusitas Islam seperti tertuang dalam ungkapan iman, Islam dan ihsan, dengan kata lain akidah, syari'ah dan akhlak.<sup>44</sup> Proses komunikasi manusia senantiasa harus diiringi akhlak atau secara umum

---

<sup>41</sup>Iyoh Mastiyah, "Religiusitas Siswa Madrasah Aliyah dan Sekolah Menengah Atas", *Jurnal Edukasi: Jurnal Penelitian Pendidikan Agama dan Keagamaan*, Vol. 16, No. 3 (2018), hlm. 237.

<sup>42</sup>Warsiyah, "Pembentukan Religiusitas Remaja Muslim (Tinjauan Deskriptif Analitis)", *Jurnal Cendekia*, Vol. 16, No. 1 (2018), hlm. 31.

<sup>43</sup>Ali Maulida, "Konsep dan Desain Pendidikan Akhlak dalam Islamisasi Pribadi dan Masyarakat", *Jurnal Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam*, Vol. 2 (2013), hlm. 362.

<sup>44</sup>Bima Suka Windiharta, "Pendampingan Orang Tua dalam Menanamkan Nilai-Nilai Religiusitas pada Anak Didik di Desa Tambi Kecamatan Kejajar Kabupaten Wonosobo Jawa Tengah", *Jurnal Diklus: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, Vol. 2, No. 1 (2018), hlm. 2.

etika terutama dalam bermedia massa. Islam telah menekankan bahwa ketika berhubungan dengan sesama manusia diperlukan akhlak demi terwujudnya keharmonisan hubungan dan menghambat pertikaian. Menurut Islam, komunikasi yang baik adalah akhlak yang sesuai dengan aturan atau kaidah agama dan nilai yang diajarkan dalam Al-Qur'an dan as-sunnah.

Adanya akhlak yang baik (*akhlakul karimah*) di antara komunikator dengan komunikan dapat membangun kemaslahatan dan kemuliaan, selain menyampaikan pesan atau informasi dan merubah perilaku komunikan.<sup>45</sup> Sementara itu dalam media massa (komunikasi massa) bentuk akhlak atau komunikasi yang islami sebagaimana terkandung dalam Al-Qur'an, meliputi prinsip *qawlan ma'rufan*, *qawlan sadidan*, *qawlan balighan*, *qawlan kariman*, *qawlan maysuran*, dan *qawlan layyinan*.

Dari keenam prinsip itu jika dikaitkan dengan penggunaan dan pengelolaan media massa atau media sosial, di antaranya; Pertama, *qawlan ma'rufan* adalah prinsip yang mengajak umat manusia untuk berbuat baik dalam hidup bersosialisasi. Kedua, *qawlan sadidan* merupakan prinsip untuk berkata jujur, membenarkan fakta, objektif serta tidak berdusta atau berbohong kepada khalayak. Ketiga, *qawlan balighan* ialah prinsip yang berkaitan dengan isi pesan maupun informasi yang disesuaikan dengan kebutuhan khalayak, terutama menyentuh kalbu mereka agar mendekatkan diri kepada Sang Pencipta. Keempat, *qawlan kariman* yaitu prinsip membangun hubungan dan tata krama yang baik dengan khalayak. Kelima, prinsip *qawlan maysuran* ialah prinsip tentang penyajian konten sesuai dengan akidah agama Islam. Terakhir, *qawlan layyinan* yaitu prinsip mengenai aturan berkata yang baik, lemah lembut, dan tidak ada unsur kepentingan tertentu yang provokatif.<sup>46</sup>

Sementara itu, akhlak menggunakan media sosial dalam komunikasi massa yang dimuat di website<sup>47</sup> terdiri dari tiga macam, di antaranya media sosial digunakan untuk hal yang bermanfaat seperti sabda Rasulullah Saw yang diriwayatkan Tirmidzi yang artinya, "Sebagian dari kebaikan keislaman manusia yaitu meninggalkan hal yang tidak berguna bagi

---

<sup>45</sup>Maya Sandra Rosita Dewi, "Islam dan Etika Bermedia (Kajian Etika Komunikasi Netizen di Media Sosial Instagram dalam Perspektif Islam)", *Research Fair Unisri*, Vol. 3, No. 1 (2019), hlm. 143.

<sup>46</sup>Prima Ayu Rizqi Mahanani, "Urgensi Pemahaman Etika Komunikasi Islami pada Mahasiswa perguruan Tinggi Agama Islam dalam Mengurangi Dampak Negatif Penggunaan Facebook", *Jurnal Aspikom*, Vol. 2, No. 2 (2014), hlm. 133.

<sup>47</sup><https://islami.co>

*dirinya*". Kemudian menggunakan bahasa yang baik, sopan serta tidak ada unsur kebencian maupun provokatif seperti hadits yang diriwayatkan Bukhari dan Muslim dari Abu Hurairah, berbunyi, "*Barang siapa yang beriman kepada Allah Swt dan hari akhir, hendaklah ia berkata baik atau jika tidak mampu berucap baik lebih baik ia diam*". Dan tidak menyebarkan konten *hoax* atau tidak sesuai kenyataan.<sup>48</sup>

Sehubungan penjelasan di atas, baik Al-Qur'an maupun hadits telah menjadi pedoman yang baik bagi seluruh umat manusia. Tidak lupa pula jika Al-Qur'an juga merupakan bentuk media komunikasi massa, di mana keberadaan kitab suci tersebut memuat berbagai hal tentang manusia terkhusus komunikasi mereka, serta ditujukan kepada khalayak luas guna menjadi pedoman hidup mereka. Jika dipahami secara menyeluruh dan mendalam isi Mushaf Al-Qur'an, maka ditemukan fungsi Al-Qur'an tidak jauh berbeda dengan fungsi media massa yaitu fungsi informatif, edukasi, persuasi bahkan hiburan.<sup>49</sup>

#### b. Media Massa sebagai Wadah Religiusitas

Dewasa ini media massa yang menjadi saluran penyampaian informasi telah menjadi populer dan mengalami perkembangan teknologi. Perkembangan itu tidak lepas dari peran media massa yang mampu memberikan kesan menarik dan bermanfaat bagi khalayak, sehingga media massa berusaha menyajikan konten baru khususnya bersifat mendidik, persuasif dan informatif. Salah satu konten media massa yang saat ini masih populer ialah konten agama bercorak religiusitas baik itu melalui televisi, radio, film hingga media sosial (internet).

Televisi menurut Effendy, ialah siaran media berupa gambar dan suara hasil jaringan komunikasi yang berlangsung satu arah, sumber komunikator berupa lembaga atau institusi, pesan yang disampaikan umum, serta sifat komunikasi yang heterogen. Media massa ini dianggap efektif untuk menyebarkan informasi karena menampilkan suara dan gambar.<sup>50</sup> Televisi menjadi salah satu media massa yang menyiarkan program berkonten keagamaan. Program yang disajikan seperti sinema elektronik (sinetron) religi yang

---

<sup>48</sup>Hengki Ferdiansyah, "Tiga Akhlak Bermedia Sosial yang Sering Dilupakan", dalam <https://islami.co/tiga-akhlak-bermedia> diakses pada tanggal 30 Agustus 2019.

<sup>49</sup>Fauzi Wikanda, "Komunikasi Media Massa dalam Al-Qur'an", *Jurnal Pengembangan Masyarakat*, Vol. 4, No. 4 (2017), hlm. 118-119.

<sup>50</sup>Utri Indah Lestari, Undang Suryatna dan AA Kusumadinata, "Pengaruh Menonton Tayangan FTV Kuasa Illahi terhadap Perilaku Masyarakat", *Jurnal Komunikatio*, Vol. 4, No. 1 (2018), hlm. 53.

menayangkan hubungan manusia dengan Tuhan Yang Maha Esa dan berisikan pesan moral kebaikan agar dapat diambil hikmahnya oleh khalayak.<sup>51</sup> Selain itu program lain yang dimuat televisi ialah dakwah Islam yang artinya upaya mengajak atau menyeru menuju jalan Allah Swt yang disertai unsur pelaku, media, sasaran dakwah, pesan, serta metode. Dakwah melalui televisi disebut dakwahtainment.<sup>52</sup>

Selain televisi, sajian religiusitas yang menghasilkan gambar dan suara adalah film. Film adalah pertunjukan yang telah tersusun sistematis (format) yang memuat sebuah cerita dan menampilkan gambar bergerak diiringi suara.<sup>53</sup> Sedangkan film religi yang memuat religiusitas merupakan karya seni film yang berceritakan keagamaan baik itu nilai agama, pengetahuan agama maupun tokoh dari agama.<sup>54</sup> Film yang pernah ditayangkan di Indonesia ialah Ayat-ayat Cinta, Perempuan Berkalung Sorban, 99 Cahaya di langit Eropa, Sang Kiai, dan lain sebagainya.

Media massa elektronik lain sebagai media agama adalah siaran radio. Radio adalah sinyal elektromagnetik yang memancar dan merambat melalui udara.<sup>55</sup> Mayoritas program yang disiarkan radio terkait agama adalah dakwah. Radio di Indonesia yang menyajikan konten dakwah, meliputi Radio Alaikassalam Sejahtera Jakarta (RAS FM) melalui program cahaya pagi bergelombang radio 95.5 fm,<sup>56</sup> Radio Dakwah Islam (DAIS) Masjid Agung Jawa Tengah Semarang dalam program siaran untaian hikmah dengan gelombang radio 107.9 fm,<sup>57</sup> Radio Goffa di Pekalongan yang berfrekuensi 90.8 fm,<sup>58</sup> Radio Suara Muslim Surabaya (SHAM FM) dalam program Mozaik dengan frekuensi 93.8 fm,<sup>59</sup> dan radio dakwah lainnya.

---

<sup>51</sup>Puput Tri Hartanti, Suyahmo dan Makmuri, "Pengaruh Sinetron Religius Terhadap Moralitas Remaja di Desa Tamanrejo Kecamatan Limbangan Kendal", *Unnes Civic Education Journal*, Vol. 2, No. 1 (2016), hlm. 3.

<sup>52</sup>Ahmad Atabik, "Prospek Dakwah Melalui Media Televisi", *At-Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, Vol. 1, No. 2 (2013), hlm. 193.

<sup>53</sup>M. Ali Musyafak, "Film Religi Sebagai Media Dakwah Islam", *Jurnal Islamic Review*, Vol. 2, No. 2 (2013), hlm. 332.

<sup>54</sup>M. Ali Musyafak, "Film Religi Sebagai Media Dakwah Islam"..., hlm. 335.

<sup>55</sup>Iwa Wibawa, "Radio Komunikasi VHF Manpack", dalam <https://www.Len.co.id/radio-komunikasi> diakses pada tanggal 30 Agustus 2019.

<sup>56</sup>Rizka Prasti, "Dakwah Melalui Media Radio (Analisis Program Cahaya Pagi di Radio Alaikassalam Sejahtera Jakarta (RAS FM))", Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, (2010), 4.

<sup>57</sup>Muhammad Dwi Ari Purwa, "Program Siaran Untaian Hikmah 107.9 fm Radio Dakwah Islam (DAIS) Masjid Agung Jawa Tengah (MAJT) Semarang (Studi Metode Dakwah Bil-Lisan)", Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, (2015), hlm. 49.

<sup>58</sup>Abdul Muiz dan Fatoni, "Radio Dakwah Islam Nusantara Hadir di Pekalongan", dalam <https://www.nu.or.id/post/read/61> diakses pada tanggal 30 Agustus 2019.

<sup>59</sup>Syayidatul Umroh, "Strategi Dakwah Radio Suara Muslim Surabaya dalam Program Mozaik", Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, (2018), hlm. 63.

Di sisi lain, media massa modern (internet) juga menjadi sarana penyebaran konten berisi agama khususnya dakwah. Saat ini media massa tersebut mulai digandrungi para pelaku dakwah (da'i) dalam menyebarkan ajaran Islam. Berbagai konten dakwah dapat ditemui di media sosial seperti *youtube*, *instagram*, *facebook*, *twitter* dan *blogger*. Media sosial merupakan media online yang di dalamnya terjalin komunikasi virtual.<sup>60</sup> Hampir setiap hari masyarakat tidak lepas dari media sosial, apalagi media sosial praktis bisa dibawa kemanapun dan kapanpun.

Berbeda dengan media massa elektronik yang mengalami kemajuan, media massa cetak atau konvensional di era digital saat ini telah mengalami hal sebaliknya. Dikutip dari penelitian ilmiah seperti penelitian Satria Kusuma (2016) dengan judul "Posisi Media Cetak di Tengah Perkembangan Media Online di Indonesia" menunjukkan jika di era modern kecanggihan teknologi, keberadaan media massa cetak mulai terancam. Adanya bahan produksi yang mahal mendorong industri media cetak mengikuti perkembangan teknologi agar tidak terpinggirkan dan mampu bersaing di industri media. Solusinya industri media cetak menggeser produk ke arah paperless atau *online newspaper* karena kepraktisan dan keefektifan media dalam menyebarkan informasi.

Menurunnya keberadaan media cetak juga nampak pada artikel ilmiah "Meredupnya Media Cetak, Dampak Kemajuan Teknologi Informasi" karya Budi Arista Romadhoni (2018). Artikel tersebut menyebutkan bahwa menurunnya hasil penjualan media cetak didorong adanya keberadaan generasi milenial era 90-an. Generasi milenial adalah generasi yang lahir tahun 1980 hingga 1990 atau awal 2000-an.<sup>61</sup> Pada era tersebut teknologi mengalami perkembangan seperti kamera dan musik digital, komputer dan jaringan internet dengan jangkauan luas dan cepat.

Meskipun media cetak beralih ke media digital online, akan tetapi media cetak masih dipertahankan sebagaimana penelitian yang dilakukan Vience Mutiara Rumata (2018) berjudul "Digitalisasi dan Eksistensi Media Cetak (Studi Kualitatif Majalah Go Girl dan Harian Suara Pembaharuan)", hasilnya menunjukkan bahwa media cetak pada majalah Go Girl dan Harian Suara Pembaharuan menggunakan media online pada produksinya tetapi media cetak tetap dipertahankan. Industri tersebut hanya menyajikan konten dalam bentuk online. Media online dimanfaatkan untuk meningkatkan konsumen.

---

<sup>60</sup>Eko Sumadi, "Dakwah dan Media Sosial: Menebar Kebaikan Tanpa Diskriminasi", *At-Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, Vol. 4, No. 1 (2016), hlm. 184.

<sup>61</sup>Humas, "Peran Generasi Milenial bagi NKRI," dalam <https://setkab.go.id/peran-generas> diakses pada tanggal 31 Agustus 2019.

Meskipun media cetak telah mengalami pergeseran tetapi media tersebut pernah memproduksi konten keagamaan, misalnya majalah *Ulumul Qur'an*, *Amanah*, *Panjimas*, dan lain-lain.<sup>62</sup> Media cetak surat kabar menyajikan religiusitas dakwah berupa kartun yang bernilai Ilahiyah seperti surat kabar *Jawa Pos* dengan kartun bertema Lebaran Hari Raya Idul Fitri.<sup>63</sup> Dengan media tersebut seniman kartun menuangkan simbol religi dalam karyanya.<sup>64</sup> Surat kabar lainnya yakni surat kabar *Harian Umum Media Kalimantan* yang memberitakan nilai ajaran Islam seperti akidah (keimanan), syari'ah tentang ibadah (shalat, puasa dan haji) dan muamalah (kegiatan jual beli, dan tolong-menolong terhadap fakir miskin), serta akhlak meliputi akhlak terpuji (amanah, jujur, ikhlas, melestarikan alam dan lingkungan) dan akhlak tercela (malas, tamak, dan berbohong). Terdapat pula pesan dakwah ekonomi yang dimuat media tersebut yaitu tentang kesenjangan antara kaya dan miskin, pengangguran yang disebabkan tuntutan kerja yang sulit, dan bidang kesehatan dalam layanan BPJS di bulan suci Ramadhan.<sup>65</sup>

#### 4. Religiusitas Media Massa dalam Perspektif Teoantroposentris Islam

Islam adalah agama *rahmatan lil'alamin* di mana Al-Qur'an sebagai pedoman yang memuat konsep seluruh kehidupan sehingga Islam tidak monodimensi melainkan mencakup berbagai dimensi. Apa yang diajarkan Islam tidak hanya relasi manusia dengan Tuhan tetapi semua kenyataan peristiwa di dunia seperti masalah kehidupan manusia dan peradabannya.<sup>66</sup> Al-Qur'an yang memuat masalah kehidupan manusia di muka bumi dapat diketahui salah satunya yaitu keberadaan media massa di tengah peradaban manusia. Dalam hal ini eksistensi media massa diintegrasikan dengan agama Islam yang berpedoman Al-Qur'an. Dengan demikian terdapat adanya hubungan antara Al-Qur'an dengan media massa yang kemudian dianalisis dalam perspektif teoantroposentris Islam.

Media massa merupakan sebagian dari penemuan yang dilahirkan sains dan sampai sekarang ada di masyarakat. Sedangkan wahyu Allah yang diturunkan kepada Rasulullah

---

<sup>62</sup>Umi Halwati, "Difusi Islam Melalui Media Cetak", *Komunika: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, Vol. 6, No. 2 (2012), hlm. 3.

<sup>63</sup>Tias Satrio Adhitama, "Kartun Humor dan Misi Dakwah dalam Media Cetak", *Jurnal Komunikasi Islam*, Vol. 4, No. 1 (2014), hlm. 117.

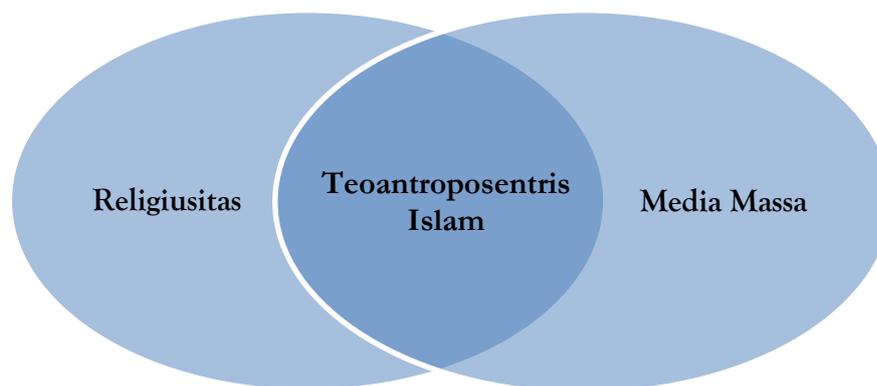
<sup>64</sup>Tias Satrio Adhitama, "Kartun Humor dan Misi Dakwah dalam Media Cetak" ..., 119.

<sup>65</sup>Moh. Husni, "Pesan-pesan Dakwah dalam Surat Kabar *Harian Umum Media Kalimantan* (Analisis Framing pada Rubrik Religi Edisi Juni 2016)", Skripsi Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin (2017), hlm. 218.

<sup>66</sup>Luthfi Maulana dan Shinta Nurani, "Integrasi Triadik Tafsir al-Qur'an: Upaya Penyelesaian Problem Kontemporer Indonesia", *Living Islam: Journal of Islamic Discourses Committed*, Vol. 1, No. 1 (2018), hlm. 133.

Saw melalui malaikat Jibril dengan berangsur-angsur adalah Mushaf Al-Qur'an yang mengandung berbagai kaidah dan aturan umum secara menyeluruh dimuka bumi beserta isinya terutama makhluk Allah yaitu manusia. Secara garis besar, isi kandungan Al-Qur'an terdiri dari, 'aqidah, syari'ah (ibadah dan muamalah), akhlak, sejarah atau kisah-kisah terdahulu, berita atau peringatan, dan ilmu pengetahuan.<sup>67</sup>

Al-Qur'an hadir sebagai pengatur kehidupan sosial umat manusia salah satunya melalui akhlak. Dalam media massa, akhlak merupakan komponen pelengkap dalam menggunakan media massa yang dapat dilihat dari sisi konsumen atau khalayak media massa. Sedangkan teoantroposentris islam merupakan kajian integrasi teologi (wahyu Allah Swt) dengan ilmu pengetahuan manusia. Religiusitas media massa yang dikaitkan dengan teoantroposentris Islam dapat diketahui melalui bagan berikut:



**Gambar 1. Religiusitas dan Media Massa dalam Perspektif Teoantroposentris Islam**

Gambar di atas menjelaskan teoantroposentris dalam perspektif Islam melalui terjadinya integrasi antara religiusitas dengan media massa, di mana religiusitas bersumber wahyu Allah berupa Al-Qur'an yang di dalamnya memuat akhlakul karimah (akhlak yang mulia). Sedangkan media massa merupakan wujud ilmu pengetahuan manusia yang diperoleh melalui eksperimen dan fakta ilmiah. Media massa yang digunakan dan dinikmati masyarakat mempunyai tata perilaku atau etika yang berlaku bagi pengguna maupun pengelola media. Dalam Islam etika tersebut berupa akhlak yang baik sesuai dengan kaidah Al-Qur'an maupun Hadits (penjelas Al-Qur'an).

Media massa bagi akhlak adalah untuk menyebarkan informasi tentang perilaku baik untuk disampaikan ke khalayak sehingga dapat menjadi tauladha mereka agar tidak

<sup>67</sup>Pondok Modern Al-Barakah Nganjuk, "Isi Pokok Kandungan Al-Qur'an", dalam [www.albarakah-pesantren.com/isi-pokok-kandungan/](http://www.albarakah-pesantren.com/isi-pokok-kandungan/) diakses pada tanggal 31 Agustus 2019.

menyimpang dari ajaran Islam. akan tetapi informasi yang disebarakan tersebut terutama dalam media online, penting bagi khalayak untuk memfilternya dengan mencari referensi lain terkait topik agar informasi yang diperoleh lebih akurat. Akhlak bagi media massa adalah media massa dapat menyajikan informasi yang baik, selektif, sesuai kebutuhan khalayak, serta tidak menyimpang dari etika pengelolaan media massa.

Akan tetapi masih terdapat media massa online yang memposting berita hanya untuk memicu ketertarikan dan rasa penasaran publik dengan penyampaian judul cenderung bersifat provokatif. Usaha pengelola media tersebut tidak lepas dari berbagai pendekatan seperti membuat akun palsu yang mengatasnamakan tokoh agama, menggunakan akun organisasi tertentu yang umumnya radikal, serta akun yang digunakan bercorak anonim tetapi informasi yang diposting bersifat *hoax* (mengabaikan fakta). Akun penyebar *hoax* seperti yang dikutip dari *@TurnBackHoax* yaitu *beritaislam212*, *suaraummat*, *dakwah\_tauhid*, dan lain sebagainya.<sup>68</sup> Sehubungan hal tersebut, maka media massa tidak hanya menyampaikan informasi sesuai kemauan satu pihak saja (pengelola) tetapi juga memperhatikan konsumen dengan menerapkan akhlak yang baik.

Di sisi lain, media massa juga menjadi wadah atau saluran menyebarkan informasi agama yang bersifat religiusitas. Religiusitas tersebut berupa dakwah maupun cerita agama bercorak religiusitas. Fungsi dakwah yang bersumber dari Allah adalah untuk menyebarkan ajaran Islam, dan sebagai petunjuk bagi seluruh umat manusia. Melalui petunjuk tersebut agama Islam dapat memperoleh rahmat Allah Swt untuk menyejukkan kehidupan manusia dan mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat.<sup>69</sup>

## PENUTUP

Teoantroposentris Islam adalah paradigma baru hasil pengintegrasian antara sumber pengetahuan dari Allah swt berupa Al-Qur'an dengan ilmu pengetahuan ilmiah manusia yang diperoleh melalui berbagai eksperimen objektif dan empiris. Dalam hal ini teoantroposentris Islam terjadi pada religiusitas media massa. Bentuk religiusitas tersebut adalah akhlak yang bersumber dari wahyu Allah yang dimuat kitab suci Al-Qur'an maupun hadits. Sedangkan media massa merupakan hasil pemikiran manusia berupa media cetak, elektronik dan modern (internet). Hubungan akhlak dengan media massa yaitu

---

<sup>68</sup>Irfan L. Sarhindi, "Media Sosial, Manipulasi Religiusitas, dan (Jatuhnya) Marwah Islam", dalam <https://m.detik.com/news/kolom/> diakses pada tanggal 1 September 2019.

<sup>69</sup>Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2017), hlm. 98-99.

penggunaan media massa oleh khalayak dan proses pengelolaan media massa oleh industri media. Selain itu, media massa juga digunakan sebagai saluran menyampaikan informasi oleh pengelola media. Informasi tersebut memuat konten keagamaan seperti dakwah dan kisah agama terdahulu.

Integrasi antara media massa dengan agama (religiusitas) adalah saling melengkapi dan menjadi satu kesatuan yang utuh. Penggunaan media massa harus disertai etika atau akhlak, begitu pula media massa menyajikan konten religi atau yang tidak menyimpang dari ajaran agama Islam guna memenuhi kebutuhan khalayak khususnya umat Muslim itu sendiri. Sehingga antara media massa dengan akhlak dapat menciptakan komunikasi yang baik dan menghadirkan kemaslahatan umat manusia. Kehadiran integrasi dapat menjembatani kesenjangan antara ilmu pengetahuan manusia dengan wahyu Tuhan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Adhitama, Tias Satrio. 2014. *Kartun Humor dan Misi Dakwah dalam Media Cetak* dalam Jurnal Komunikasi Islam, Vol. 4, No. 1 2014.
- Aminuddin, Luthfi Hadi. 2010. *Integrasi Ilmu dan Agama: Studi Atas Paradigma Integratif-Interkonektif UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta* dalam Jurnal Kodifikasi: Jurnal Penelitian Keagamaan dan Sosial-Budaya, Vol. 4, No. 1 2010.
- Anwar, Muhammad Khairul. Teori-teori komunikasi media massa dalam academiaedu diakses 29 Agustus 2019.
- Arifudin, Iis. 2016. *Integrasi Sains dan Agama serta Implikasinya terhadap Pendidikan Islam* dalam Jurnal Edukasia Islamika, Vol. 1, No. 1 2016.
- Atabik, Ahmad. 2013. *Prospek Dakwah Melalui Media Televisi* dalam At-Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, Vol. 1, No. 2 2013.
- Aziz, Moh. Ali. 2017. *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Kencana.
- Azizah, Nur. *Hubungan Ilmu dan Agama dalam Perspektif Islam Telaah Pemikiran Kuntowijoyo*. Dalam Jurnal Prosiding Konferensi Integrasi Interkoneksi Islam dan Sains, Vol. 1 2018.
- Damayanti, Yani. 2013. *Kampanye Kreatif Jokowi-Basuki Melalui Media Massa dalam Pilgub DKI Jakarta tahun 2012*. Skripsi, Institute Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Dewi, Maya Sandra Rosita. 2019. *Islam dan Etika Bermedia (Kajian Etika Komunikasi Netizen di Media Sosial Instagram dalam Perspektif Islam* dalam Research Fair Unisri, Vol. 3, No. 1 2019.
- Fabriar, Silvia Riskha. 2014. *Etika Media Massa Era Global* dalam An-nida: Jurnal Komunikasi, Vol. 6, No. 1 2014.

- Ferdiansyah, Hengki. "Tiga Akhlak Bermedia Sosial yang Sering Dilupakan", dalam <https://islami.co/tiga-akhlak-bermedia> diakses pada 30 Agustus 2019.
- Fitriansyah, Fifit. 2018. *Efek Komunikasi Massa pada Khalayak (Studi Deskriptif Penggunaan Media Sosial dalam Membentuk Perilaku Remaja* dalam Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika, Vol. 18, No. 2 2018.
- Gazali, Hatim. "4 Respon Mengakhiri Sains dan Agama-RMI NU", diakses pada 27 Agustus 2019.
- Habibi, Moh. Mizan. 2016. *Hubungan Antara Agama dan Sains dalam Pemikiran Ian G. Barbour dan Implikasinya terhadap Studi Islam* dalam Jurnal el-tarbawi: Pendidikan Islam, Vol. 9, No. 1 2016.
- Halwati, Umi. 2012. *Difusi Islam Melalui Media Cetak* dalam Komunika: Jurnal Dakwah dan Komunikasi, Vol. 6, No. 2 2012.
- Hardjana, Agus M. 2005. *Religiositas, Agama dan Spiritualitas*, Yogyakarta: Kanisius.
- Hardyanti, Winda. 2017. *Diskrepansi Kepuasan Pembaca Media Online Islam: Studi Komparatif Kesejangan Kepuasan membaca Situs eramuslim.com di Kalangan Dosen dan Mahasiswa di Malang* dalam Jurnal Sospol, Vol. 3, No. 1 2017.
- Hartanti, Puput Tri, Suyahmo dan Makmuri. 2016. *Pengaruh Sinetron religius terhadap Moralitas Remaja di Desa Tamanrejo Kecamatan Limbangan Kendal* dalam Unnes Civic Education Journal, Vol. 2, No. 1 2016.
- Hidayatullah, Syarif. 2017. *Relasi Agama dan Sains dalam Pandangan Mehdi Golshani* dalam Jurnal Filsafat, Vol. 24, No. 1 2017.
- Humas. "Peran Generasi Milenial bagi NKRI," dalam <https://setkab.go.id/peran-generas> diakses pada 31 Agustus 2019.
- Husni, Moh. (2017). *Pesan-pesan Dakwah dalam Surat Kabar Harian Umum Media Kalimantan (Analisis Framing pada Rubrik Religi Edisi Juni 2016)*. Skripsi, Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia offline, diakses pada 28 Agustus 2019.
- Lestari, Utri Indah, Undang Suryatna dan AA Kusumadinata. 2018. *Pengaruh Menonton Tayangan FTV Kuasa Illahi terhadap Perilaku Masyarakat* dalam Jurnal Komunikatio, Vol. 4, No. 1 2018.
- Liliweri, Alo. 2011. *Komunikasi Serba Ada serba Makna*, Jakarta: Kencana, 2011.
- Mahanani, Prima Ayu Rizqi. 2014. *Urgensi Pemahaman Etika Komunikasi Islami pada Mahasiswa perguruan Tinggi Agama Islam dalam Mengurangi Dampak Negatif Penggunaan Facebook* dalam Jurnal Aspikom, Vol. 2, No. 2 2014.
- Makhmudah, Siti. 2018. *Hakikat Ilmu Pengetahuan dalam Perspektif Modern dan Islam* dalam Jurnal al-Murabbi, Vol. 4, No. 2 2018.

- Mastiyah, Iyoh. 2018. *Religiusitas Siswa Madrasah Aliyah dan Sekolah Menengah Atas* dalam *Jurnal Edukasi: Jurnal Penelitian Pendidikan Agama dan Keagamaan*, Vol. 16, No. 3 2018.
- Maulana, Luthfi dan Shinta Nurani. 2018. *Integrasi Triadik Tafsir al-Qur'an: Upaya Penyelesaian Problem Kontemporer Indonesia* dalam *Living Islam: Journal of Islamic Discourses Committed*, Vol. 1, No. 1 2018.
- Maulida, Ali. 2013. *Konsep dan Desain Pendidikan Akhlak dalam Islamisasi Pribadi dan Masyarakat* dalam *Jurnal Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam*, Vol. 2 2013.
- Mayasari, Ros. 2014. *Religiusitas Islam dan Kebahagiaan* dalam *Jurnal Al-Munzir*, Vol. 7, No. 2 2014.
- Minan, Ihdal. 2016. *Relasi Media Massa dan Dakwah Kontemporer* dalam *Jurnal al-Balagh: Dakwah dan Komunikasi*, 2016.
- Morissan. 2015. *Teori Komunikasi Dari Individu Hingga Massa*, Jakarta: Kencana.
- Muiz, Abdul dan Fatoni. "Radio Dakwah Islam Nusantara Hadir di Pekalongan", dalam <https://www.nu.or.id/post/read/61> diakses pada 30 Agustus 2019.
- Musyafak, M. Ali. 2013. *Film Religi Sebagai Media Dakwah Islam* dalam *Jurnal Islamic Review*, Vol. 2, No. 2 2013.
- Nofrion. 2016. *Komunikasi Pendidikan: Penerapan Teori dan Konsep Komunikasi dalam Pembelajaran*, Jakarta: Kencana.
- Nurhadi, Zikri Fachrul. 2017. *Teori Komunikasi Kontemporer*, Jakarta: Kencana, 2017.
- Oktarina, Yetty dan Yudi Abdullah. 2017. *Komunikasi dalam Perspektif Teori dan Praktik*, Yogyakarta: Deepublish, 2017.
- P, Ayu Puspita Shanty. (2015). *Aspek Kognitif, Afektif dan Behavioral terkait Informasi Ekonomi dan Investasi di Kalangan Wakil Pialang Berjangka (Studi pada Karyawan PT. Victory International Futures Malang)*. *Skripsi*, Universitas Muhammadiyah Malang.
- Pontoh, Zaenab dan M. Farid. 2015. *Hubungan Antara Religiusitas dan Dukungan Sosial dengan Kebahagiaan Pelaku Konversi Agama* dalam *Jurnal Persona: Jurnal Psikologi Indonesia*, Vol. 4, No. 1 2015.
- Pondok Modern Al-Barakah Nganjuk. "Isi Pokok Kandungan al-Qur'an", dalam [www.albarokah-pesantren.com/isi-pokok-kandungan/](http://www.albarokah-pesantren.com/isi-pokok-kandungan/) diakses 31 Agustus 2019.
- Prasti, Rizka. (2010). *Dakwah Melalui Media Radio (Analisis Program Cahaya Pagi di Radio Alaikassalam Sejahtera Jakarta (RAS FM))*. *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Purwa, Muhammad Dwi Ari. (2015). *Program Siaran Untaian Hikmah 107.9 fm Radio Dakwah Islam (DAIS) Masjid Agung Jawa Tengah (MAJT) Semarang (Studi Metode Dakwah Bil-Lisan)*. *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

- Rini. 2011. *Peran Media Massa dalam Mendorong perubahan Sosial Masyarakat* dalam Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis, Vol. 6 2011.
- Ritonga, Elfi Yanti. 2018. *Teori Agenda setting dalam Ilmu Komunikasi* dalam Jurnal Simbolika, Vol. 4, No. 1 2018.
- Rohamnu, Abid. 2019. *Paradigma Hukum Islam Teoantroposentris: Telaah Paradigmatis Pemikiran Fazlur Rahman dan Abdullah Saeed* dalam Jurnal Kodifikasia: Jurnal Penelitian Islam, Vol. 13, No. 1, 2019.
- Rusuli, Izzatur dan Zakiyul Fuady M. Daud. 2015. *Ilmu Pengetahuan dari John Locke ke Al-Attas* dalam Jurnal Pencerahan, Vol. 9, No. 1 2015.
- S, Sufyati H. 2019. *Konvergensi Media dalam Religiusitas Masyarakat* dalam Jurnal Sosiologi Reflektif, Vol. 13, No. 2 2019.
- Sarhindi, Irfan L. "Media Sosial, Manipulasi Religiusitas, dan (Jatuhnya) Marwah Islam", dalam <https://m.detik.com/news/kolom/> diakses pada 01 September 2019.
- Setiawan, Aris dan Niken Titi Pratitis. 2015. *Religiusitas, Dukungan Sosial dan Resiliensi Korban Lumpur Lapindo Sidoarjo* dalam Jurnal Persona: Jurnal Psikologi Indonesia, Vol. 4, No. 2 2015.
- Sumadi, Eko. 2016. *Dakwah dan Media Sosial: Menebar Kebaikan Tanpa Diskriminasi* dalam At-Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, Vol. 4, No. 1 2016.
- Syahputra, Iswandi. 2016. *Agama di Era Media: Kode Religius Dalam Industri Televisi Indonesia* dalam Jurnal Esensia, Vol. 17, No. 1, April 2016.
- Thoib, Ismail dan Mukhlis. 2013. *Dari Islamisasi Ilmu Menuju Pengilmuan Islam: Melawan Hegemoni Epistemologi Barat* dalam Jurnal Ulumuna: Jurnal Studi Keislaman, Vol. 17, No. 1 2013.
- Umroh, Syayidatul. (2018). *Strategi Dakwah Radio Suara Muslim Surabaya dalam Program Mozaik. Skripsi*, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Wahid, Umaimah. 2011. *Rasionalitas Manusia dan Media Massa, Analisis Manusia Komunikatif Jürgen Habermas terhadap Proses Pilkada pasca Reformasi 2010* dalam *Ilmu Komunikasi: sekarang dan tantangan masa depan* oleh Farid Hamid dan Heri Budianto, Jakarta: Kencana, 2011.
- Warsiyah. 2018. *Pembentukan Religiusitas Remaja Muslim (Tinjauan Deskriptif Analitis)* dalam Jurnal Cendekia, Vol. 16, No. 1 2018.
- Wibawa, Iwa. "Radio Komunikasi VHF Manpack", dalam <https://www.Len.co.id/radio-komunikasi> diakses pada 30 Agustus 2019.
- Wikanda, Fauzi. 2017. *Komunikasi Media Massa dalam Al-Qur'an* dalam Jurnal Pengembangan Masyarakat, Vol. 4, No. 4 2017.
- Windiharta, Bima Suka. 2018. *Pendampingan Orang Tua dalam Menanamkan Nilai-Nilai Religiusitas pada Anak Didik di Desa Tambi Kecamatan Kejajar Kabupaten Wonosobo Jawa Tengah* dalam Jurnal Diklus: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah, Vol. 2, No. 1 2018.