

Prof. Dr. H. M. Yakub, M.A., dkk

pi

Islam, Media, dan Budaya

Transformasi dan
Tantangan Global



Editor:

Ana Ahadiyah Royani, S.Sos., Farah Nur Azizah, S.Sos.,
Nadhifah Qothrunnada, S.I.Kom.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta:

- (1) Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
- (2) Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
- (3) Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
- (4) Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

Editor:

Ana Ahadiyah Royani, S.Sos.

Farah Nur Azizah, S.Sos.

Nadhifah Qothrunnada, S.I.Kom.

ISLAM, MEDIA, DAN BUDAYA

Transformasi dan Tantangan Global

Prof. Dr. H. M. Yakub, M.A., dkk

Publica Indonesia Utama

2025

Perpustakaan Nasional RI. Katalog dalam Terbitan (KDT)

xviii + 232 Hlm; 15,5 X 23 cm

ISBN: 978-634-7386-77-9

Cetakan Pertama, Desember 2025

Islam, Media, dan Budaya: Transformasi dan Tantangan Global

Penulis : Prof. Dr. H. M. Yakub, M.A., dkk
Editor : Ana Ahadiyah Royani, S.Sos. | Farah Nur Azizah, S.Sos. |
Nadhifah Qothrunnada, S.I.Kom.
Penyunting : Risqi Isrotul Maghfiroh
Penata halaman : M. Nur Alfian Halim
Desain cover : Adji Azizurrachman

copyrights © 2025

Hak cipta dilindungi oleh Undang-Undang

All rights reserved

Diterbitkan oleh:

Publica Indonesia Utama, Anggota IKAPI DKI Jakarta 611/DKI/2022
18 Office Park 10th A Floor Jl. TB Simatupang No. 18, Kel. Kebagusan,
Kec. Pasar Minggu Kota Adm. Jakarta Selatan, Prov. DKI Jakarta
publicaindonesiautama@gmail.com

PENGANTAR

Prof. Dr. H. M. Yakub, M.A.

(Dosen Pengampu Mata Kuliah Islam, Media dan Budaya)

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur ke hadirat Allah Swt. atas limpahan rahmat, taufik dan hidayah-Nya, buku *Islam, Media, dan Budaya* ini dapat diselesaikan dan disajikan di hadapan para pembaca dengan baik. Selawat dan salam semoga senantiasa tercurah ke haribaan junjungan kita Nabi Muhammad saw., sebagai sosok teladan yang ajarannya menjadi landasan moral bagi kita semua.

Buku ini lahir sebagai sebuah gagasan intelektual dari kegelisahan akademik sekaligus keprihatinan sosial dalam dinamika hubungan antara Islam, Media, dan Budaya di tengah globalisasi informasi. Karya ini juga dimaksudkan sebagai media latihan bagi mahasiswa S2 MKPI mengujudkan karya bersama dengan dosen pengampu mata kuliah, agar mahasiswa memiliki kemampuan literasi yang baik.

Media modern dengan kekuatan dan kelemahannya menjadi ruang perjumpaan dan sekaligus arena kontestasi berbagai nilai, identitas, dan representasi. Di sinilah pentingnya menghadirkan analisis kritis agar umat Islam tidak hanya menjadi konsumen pesan, tetapi juga mampu menjadi subjek yang bijak, kreatif, dan berdaya. Ide, pikiran dan gagasan terkait Islam, Media, dan Budaya dalam buku ini dikemas dalam satu kesatuan yang utuh dan saling terkait antara satu tema dengan tema lainnya sehingga memiliki makna yang bersifat integratif antara nilai-nilai media dan budaya konvensional dengan nilai-nilai Islam.

Melalui buku ini para penulis berupaya menghadirkan perspektif yang komprehensif bagaimana Islam dipahami, disebarluaskan dalam berbagai platform media, serta bagaimana

budaya menjadi arena negosiasi nilai-nilai Islam yang inklusif dan akomodatif.

Buku ini diharapkan dapat memperkaya khazanah keilmuan komunikasi, nilai-nilai budaya dan keislaman, serta dapat memberikan manfaat bagi kalangan mahasiswa, akademisi, dan masyarakat umum yang memiliki minat dan perhatian terhadap kajian Islam, Media, dan Budaya.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada semua pihak, Bapak Dekan dan para Wakil Dekan FDIKOM UIN Jakarta, Kaprodi dan Sekretaris Prodi MKPI, yang telah memberikan dukungan dan inspirasi dalam proses penulisan buku ini. Kepada tim editor yang telah membaca dan mengedit naskah buku ini dengan tekun dan seksama, kami ucapkan terima kasih. Semoga amal baik semua pihak yang terlibat mendapat balasan yang berlipat ganda dari Allah Swt.

Akhir kata, saya sebagai dosen pengampu mata kuliah Islam, Media dan Budaya pada Prodi MKPI menyampaikan apresiasi yang setinggi-tingginya kepada mahasiswa/mahasiswi sebagai penulis dalam buku ini meraih kesuksesan dalam studi dan kariernya.

Penulis menyadari bahwa buku ini masih jauh dari kata sempurna, oleh sebab itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan, untuk penyempurnaan karya ini di masa mendatang.

Semoga karya sederhana ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi literasi media dalam memperkaya diskursus tentang Islam di era media dan budaya yang terus berubah.

Wassalamu'alaikum Wa rahmatullahi Wa barakatuh

PENGANTAR

Prof. Dr. Andi M. Faisal Bakti M.A.

*(Guru Besar Ilmu Komunikasi dan Komunikasi Islam UIN Syarif
Hidayatullah Jakarta || Dewan Pakar ICMI Pusat)*

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam dua dekade terakhir telah membawa perubahan mendasar pada struktur masyarakat global. Transformasi tersebut tidak hanya memengaruhi pola komunikasi, praktik sosial, dan budaya populer, tetapi juga dinamika keberagamaan. Islam sebagai agama yang memiliki tradisi intelektual yang panjang dan komunitas pemeluk yang luas mengalami dampak signifikan dari interaksi intensif dengan media baru. Dalam konteks globalisasi, media menjadi arena utama di mana Islam direpresentasikan, ditafsirkan, dinegosiasikan, dan bahkan dipolitikkan.

Buku *Islam, Media, dan Budaya: Transformasi dan Tantangan Global* hadir untuk membahas secara komprehensif fenomena tersebut melalui pendekatan analitis yang multidisipliner. Media dalam buku ini dipahami bukan sekadar sebagai instrumen penyampai pesan, melainkan sebagai institusi sosial, ruang produksi makna, sekaligus mekanisme yang membentuk konstruksi realitas. Oleh karena itu, keberadaan media tidak dapat dipisahkan dari proses pembentukan identitas keagamaan, dinamika otoritas, serta hubungan antara nilai-nilai Islam dan perubahan budaya kontemporer.

Di tengah meningkatnya arus informasi, representasi Islam di media global sering kali bersifat problematis ditandai oleh stereotip, bias pemberitaan, atau reduksi simbol-simbol keagamaan menjadi komoditas budaya. Namun, pada saat yang sama, umat Islam di berbagai belahan dunia juga memanfaatkan media digital untuk membangun solidaritas, memproduksi pengetahuan keagamaan,

serta memperluas ruang dakwah dan advokasi. Fenomena ini menunjukkan bahwa hubungan antara Islam dan media bukanlah hubungan satu arah, melainkan relasi yang bersifat dinamis, interaktif, dan berlapis.

Buku ini menggali aspek-aspek penting dalam relasi tersebut, antara lain: perubahan otoritas keagamaan di era digital; transformasi budaya muslim akibat interaksi dengan media global komodifikasi identitas keislaman dalam budaya populer peran media sosial dalam pembentukan opini publik serta tantangan etis yang muncul dari penggunaan teknologi digital oleh individu, komunitas, maupun lembaga keagamaan. Perspektif ini memberikan kerangka konseptual yang luas bagi pembaca untuk memahami kompleksitas persoalan yang dihadapi umat Islam di tengah percepatan perubahan global.

Selain itu, buku ini menggarisbawahi perlunya literasi media yang memadai di kalangan masyarakat muslim, sebagai upaya untuk membangun sikap kritis dalam mengonsumsi dan memproduksi informasi. Dalam konteks global, literasi media tidak hanya menyangkut kemampuan teknis, tetapi juga pemahaman atas struktur kekuasaan, ideologi, dan ekonomi politik yang menggerakkan industri media. Dengan literasi media yang kuat, masyarakat dapat menempatkan nilai-nilai Islam secara tepat di dalam arus pertukaran informasi yang kompleks dan sering kali kompetitif.

Secara keseluruhan, *Islam, Media, dan Budaya: Transformasi dan Tantangan Global* memberikan kontribusi penting bagi pengembangan kajian komunikasi, studi keislaman, dan analisis budaya kontemporer. Dengan menyatukan perspektif teoretis, refleksi historis, dan analisis empiris, buku ini diharapkan menjadi rujukan kritis bagi akademisi, mahasiswa, peneliti, praktisi media, serta pembaca umum yang ingin memahami bagaimana Islam berinteraksi dengan dunia yang tengah bergerak menuju konfigurasi sosial, teknologi, dan budaya yang terus berubah.

PROLOG

Di era ketika informasi bergerak lebih cepat daripada kemampuan manusia untuk merenung, media telah menjelma bukan sekadar sarana komunikasi, melainkan ruang penentu makna. Ia membentuk cara berpikir, menata persepsi, memproduksi identitas, dan bahkan memengaruhi cara manusia memahami agama. Dalam pusaran globalisasi dan digitalisasi, Islam—sebagai ajaran, nilai, dan praktik budaya tidak lagi hadir hanya di mimbar masjid atau ruang-ruang pendidikan formal, tetapi juga hidup, diperdebatkan, dan direkonstruksi dalam lanskap media yang dinamis dan sering kali problematik.

Buku *Islam, Media, dan Budaya: Transformasi dan Tantangan Global* lahir dari kesadaran bahwa relasi antara Islam, media, dan budaya tidak pernah bersifat netral. Media dapat menjadi medium dakwah yang mencerahkan, tetapi juga dapat berubah menjadi alat distorsi makna. Budaya dapat menjadi ruang dialog nilai yang inklusif, namun juga arena komodifikasi identitas keagamaan. Di titik inilah umat Islam dihadapkan pada tantangan besar: bagaimana menjaga kemurnian nilai Islam tanpa terasing dari realitas zaman yang terus berubah.

Era *post-truth*, algoritma media sosial, polarisasi identitas, serta derasnya arus disinformasi telah menggeser otoritas kebenaran dari fakta menuju emosi dan sentimen kelompok. Dalam kondisi ini, prinsip-prinsip etika komunikasi Islam seperti *shiddiq*, *tabayyun*, *amanah*, dan *al-'adl* tidak lagi cukup dipahami secara normatif, melainkan harus dihadirkan sebagai kerangka praksis dalam kehidupan bermedia. Tanpa etika, media berpotensi melahirkan kerusakan sosial; tanpa literasi, budaya digital dapat menjauhkan manusia dari nilai kemanusiaan dan spiritualitas.

Melalui buku ini, para penulis berupaya menghadirkan refleksi kritis dan analisis akademik yang berpijak pada tradisi keilmuan Islam sekaligus responsif terhadap tantangan global. Setiap bab

merupakan ikhtiar untuk membaca realitas media secara jujur, adil, dan bertanggung jawab tidak sekadar mengkritik, tetapi juga menawarkan jalan etis dan solutif. Buku ini tidak dimaksudkan sebagai kebenaran final, melainkan sebagai ruang dialog intelektual yang membuka kesadaran baru tentang pentingnya membangun peradaban komunikasi yang berlandaskan nilai-nilai Islam.

Prolog ini menjadi pintu masuk bagi pembaca untuk menelusuri pergulatan gagasan, refleksi kritis, dan harapan besar tentang masa depan Islam di tengah arus media dan budaya global. Sebuah perjalanan intelektual yang mengajak kita untuk tidak hanya menjadi penonton, tetapi juga aktor yang bertanggung jawab dalam membentuk makna, menjaga kebenaran, dan menegakkan keadilan komunikasi.

DAFTAR ISI

Pengantar Prof. Dr. H. M. Yakub, M.A.	v
Pengantar Prof. Dr. Andi M. Faisal Bakti M.A.	vii
Prolog	ix
Daftar Isi	xi
Media Islam dan Tantangan Objektivitas di Era <i>Post-Truth</i>	1
<i>Prof. Dr. H. M. Yakub, M.A.</i>	
A. Kerangka Konseptual	4
1. Definisi dan Karakteristik Era <i>Post-Truth</i>	4
2. Konsep Objektivitas dalam Jurnalisme Konvensional	5
3. Media Islam: Batasan dan Ragam	6
4. Prinsip Etika Komunikasi Islam (PEKI) dan Relevansinya ...	7
B. Konsepsi Era <i>Post-Truth</i>	8
C. Prinsip Etika Komunikasi Islam (PEKI)	12
D. Tantangan Objektivitas Media Islam di Era <i>Post-Truth</i>	16
E. Implementasi Etika Komunikasi Islam sebagai Solusi	20
1. Institusionalisasi Prinsip <i>Tabayyun</i> dan Verifikasi Digital ...	20
2. Penguatan Prinsip <i>Shiddiq</i> dan <i>Amanah</i> dalam Kebijakan Redaksi	21
3. Mewujudkan <i>Al-'Adl</i> melalui <i>Tawazun</i> dan Keadilan Representasi	21
4. Strategi Edukasi dan Kemitraan dalam Membangun Ekosistem Dakwah Media	22
F. Kesimpulan	23
Daftar Pustaka	24
Perkembangan Media Islam di Era Digital	29
<i>Dinda Nizami Ratu Sani, S.Sos., Siti Amaniah, S.Ag.</i>	
A. Transformasi Media Islam: Teoretis, Konsep, dan Pola	30
1. Teori <i>Mediatization of Religion</i> (Hjarvard)	30
2. Konsep Media Baru dan Konvergensi Digital	31

3. Teori Kegunaan dan Kepuasan (<i>Uses and Gratifications</i>)	31
4. Konsep Dakwah dalam Islam.....	32
5. Pola Konsumsi Informasi Umat Islam di Era Digital.....	33
B. Pembahasan Perkembangan Media Islam.....	34
1. Sejarah Perkembangan Media Islam: Dari Cetak ke Digital.	34
2. Perubahan Pola Konsumsi Informasi Umat Islam di Era Media Sosial	35
3. Transformasi Konten Dakwah: Karakter, Gaya, dan Segmentasi Audiens.....	35
4. Model dan Platform Dakwah Digital Kontemporer	36
5. Prospek dan Arah Masa Depan Media Dakwah	38
C. Kesimpulan.....	39
Daftar Pustaka.....	39
Peran Media Sosial dalam Dakwah di Era Kontemporer	43
<i>Sari Ratna Dewi, S.Sos., Wiwit Irma Dewi, S.Sos.I.</i>	
A. Media Sosial sebagai Ruang Baru Dakwah	44
B. Strategi Komunikasi Dakwah yang Efektif di Platform Digital... ..	45
1. <i>Storytelling</i> : Membangun Kedekatan Emosional	46
2. <i>Personal Branding</i> Dai: Membangun Kredibilitas di Ruang Digital.....	46
3. Optimalisasi Algoritma Media Sosial: Visibilitas Dakwah Digital.....	47
C. Peluang Dakwah di Era Digital.....	48
1. Era Digital Menyediakan Sejumlah Peluang Signifikan bagi Perkembangan Dakwah	50
2. Variasi Format Penyampaian	50
3. Interaktivitas.....	51
4. Efisiensi dan Aksesibilitas	51
D. Risiko serta Etika Dakwah di Era Media Sosial	52
1. Munculnya Miskonsepsi dan Distorsi Ajaran	52
2. Tersebarnya Berita Hoaks dan Penyalahgunaan Otoritas Keagamaan	52
3. Komersialisasi Dakwah.....	53
4. Polarisasi dan Konflik	53
5. <i>Cyberbullying</i> terhadap Dai.....	54
6. Privasi dan Jejak Digital	54

E. Etika Dakwah di Media Sosial	54
Daftar Pustaka.....	55
Islam dan Budaya Pop	57
<i>Farah Nur Azizah, S.Sos., Raisa Rahmani Zahra, S.Sos.</i>	
A. Fenomena Budaya Pop dan Pengaruhnya pada Umat Muslim	58
1. Dampak Positif.....	60
2. Dampak Negatif.....	60
B. Adaptasi Nilai Islam dalam Produk Budaya Pop	61
C. Resistensi dan Kritik Ulama terhadap Budaya Pop Global.....	64
D. Negosiasi Identitas Muslim dalam Konsumsi Budaya Pop	66
E. Kesimpulan.....	68
Daftar Pustaka.....	68
Narasi Islam dalam Film, Musik, dan Televisi	71
<i>Ana Ahadiyah Royani, S.Sos., Suaibatul Aslamiyah, S.Sos.</i>	
A. Representasi Islam dalam Film: Dari Stereotip ke Narasi Alternatif	72
B. Musik sebagai Ruang Ekspresi Identitas Muslim.....	76
C. Industri Televisi dan <i>Streaming</i> : Normalisasi Kehidupan Muslim	79
D. Media, Identitas, dan Politik Representasi.....	81
E. Tantangan dan Masa Depan Representasi Islam di Media Hiburan	84
F. Kesimpulan.....	86
Daftar Pustaka.....	86
Hoaks, Disinformasi, dan Tantangan Literasi Media Umat Islam	89
<i>Nadhifah Qothrunnada, S.I.Kom., Syafira Ulfa, S.Kom.I.</i>	
A. Fenomena Hoaks dan Disinformasi di Kalangan Masyarakat Muslim Rentan terhadap Hoaks	91
B. Peran Media Sosial dalam Penyebaran Informasi Palsu Grup WhatsApp, TikTok, Facebook	93
C. Literasi Media sebagai Kebutuhan Umat Islam Modern dalam Menghadapi Hoaks dan Disinformasi	97

D. Strategi Mengatasi Hoaks dalam Komunitas Muslim Peran Dai, Lembaga Islam, dan Edukasi Publik.....	101
Daftar Pustaka.....	105
Transformasi Otoritas Keagamaan di Era Digital.....	107
<i>Hikmah Romalina, S.Sos., Inez Nadya Yasmin, S.Sos., Hidir Ataazani, S.Sos.I.</i>	
A. Pergeseran Paradigma Otoritas Keagamaan dalam Lanskap Media Baru	109
B. Kemunculan Seleb Dai dan <i>Influencer</i> Agama, Karakteristik, Gaya, dan Pengaruhnya.....	110
C. Kompetisi Narasi antara Ulama Tradisional dan Dai Digital: Perspektif Ruang Publik Habermas	112
D. Dampak Transformasi pada Umat Islam: Fragmentasi Otoritas dan Fenomena " <i>Marketplace of Islamic Ideas</i> "	114
E. Kesimpulan.....	117
Daftar Pustaka.....	119
Media Baru dan Gerakan Sosial Islam.....	123
<i>Sutiono Purwosunu, S.Sos., Moh Purwadi, STh.I., Muhammad Malik Abid, S.Sos.</i>	
A. Media Baru dan Transformasi Ruang Gerak Umat Islam	125
1. Media Baru sebagai Arena Budaya Islam Kontemporer	125
2. Transformasi Media Dakwah: Dari Mimbar ke Algoritma ...	126
3. Media Baru sebagai Infrastruktur Mobilisasi Sosial.....	127
4. Media Baru sebagai Ruang Negosiasi Identitas Keumatan ..	127
5. Ekonomi Kreator Muslim dan Komodifikasi Dakwah	128
6. Media Baru dan Identitas <i>Ummah</i> Global.....	128
7. Aktor-aktor Baru dalam Gerakan Sosial Islam Digital	128
8. <i>Influencer</i> Muslim: Dai Baru Era Algoritma	128
9. Jurnalis Warga: Sumber Informasi Lapangan yang Paling Kredibel.....	129
10. Diaspora Muslim sebagai Penghubung Narasi Transnasional.....	129
11. NGO Filantropi Islam Digital	130
12. Komunitas Akar Rumput: Motor Viralitas Gerakan	130
13. Bentuk-bentuk Aktivisme Muslim Digital (Analisis 5W+1H) 130	
14. Studi Kasus Besar: Solidaritas Palestina 2023–2024.....	131

15. Peluang Aktivisme Muslim Digital.....	132
16. Tantangan Aktivisme Muslim Digital	132
Daftar Pustaka.....	133
Islam, Teknologi, dan Etika Informasi.....	135
<i>Juma Andika, S.Sos., Saprizal, S.Sos.</i>	
A. Etika dalam Penggunaan Teknologi Digital: Perspektif Islam ...	137
B. Permasalahan Privasi dan Data dalam Masyarakat Muslim: Jejak Digital dan <i>Surveillance Capitalism</i>	139
C. Teknologi sebagai Sarana Peningkatan Kualitas Hidup Umat Islam	143
D. Regulasi dan Fatwa terkait Etika Penggunaan Teknologi Fatwa MUI tentang Media Sosial, Hoaks, dan Privasi	146
E. Kesimpulan.....	149
Daftar Pustaka.....	151
Budaya Visual dan Identitas Muslimah	155
<i>Khaizatun Ni'mah, S.Sos., Siwa Fathma Jaelani, S.H.</i>	
A. Perkembangan Representasi Hijab dan Identitas Muslimah di Media Modern.....	155
B. Simbol Visual Islam dalam Budaya Populer: Logo, Kaligrafi, Estetika Islami.....	158
1. Logo dan <i>Branding</i> Islam: Produksi Identitas Visual dan Kepercayaan	158
2. Kaligrafi Arab: Dari Ruang Sakral ke Ruang Populer.....	159
3. Estetika Islami dalam Budaya Populer.....	159
4. Visualitas Islam sebagai Proses Negosiasi Identitas Muslimah	160
C. Busana Muslimah sebagai Arena Negosiasi Identitas Global- Lokal: Tinjauan Industri <i>Modest Fashion</i> dan Politik Identitas .	160
1. Industri <i>Modest Fashion</i> : Dari Kesalehan ke " <i>Islamic Chic</i> ".	162
2. Negosiasi Global-Lokal: Hibriditas Identitas.....	163
D. Visualitas dan Konstruksi Realitas: Dampak Budaya Visual terhadap Persepsi Publik tentang Muslimah	163
1. Muslimah sebagai Objek Komersial dan Estetika Pasar	165
E. Kesimpulan.....	166
Daftar Pustaka.....	167

Islamofobia dan Perang Narasi di Media Barat..... 169
Dodo Murtado, S.Ag., Fadhlhan Rahman, S.Sos.

A. Pendahuluan	169
1. Konsep Islamofobia dalam Kajian Akademik.....	170
2. Akar Historis Islamofobia: Dari Orientalisme ke Media Modern	171
3. 11 September 2001 dan Lahirnya Islamofobia Global	172
4. Media Massa sebagai Mesin Produksi Makna	172
5. Transisi ke Pembahasan Perang Narasi Media.....	173
B. Media Barat, Ekonomi-Politik Media, dan Perang Narasi terhadap Islam.....	173
1. Media Barat sebagai Aktor Hegemonik dalam Komunikasi Global.....	173
2. Ekonomi-Politik Media dan Produksi Islamofobia	174
3. Media, Ideologi, dan Legitimasi Kekuasaan	175
4. Perang Narasi (<i>Narrative Warfare</i>) dalam Konteks Islamofobia	175
5. <i>Framing</i> Media Barat terhadap Islam.....	176
6. <i>Agenda Setting</i> dan Normalisasi Islamofobia	176
7. Visualisasi Kekerasan dan Politik Simbol.....	177
8. Media Digital, Algoritma, dan Islamofobia Baru.....	177
9. Transisi Menuju Studi Kasus.....	178
10. Transisi Menuju Studi Kasus Prancis dan Dampak Global ..	178
C. Islamofobia di Prancis, Dampak Global, serta Kesimpulan dan Rekomendasi.....	178
1. Prancis: Islamofobia dalam Ruang Sipil Negara Sekuler	178
2. Dampak Global Islamofobia terhadap Umat Muslim	180
3. Islamofobia sebagai Ancaman Demokrasi dan Kemanusiaan Global	180
D. Kesimpulan.....	181
E. Rekomendasi Akademik dan Kebijakan.....	181

Dakwah dalam Lanskap Multikultural 185
Imam Habieb Maulana, S.Sos., Iqdam Maula Al Bantani, S.Sos.

A. Tantangan Dakwah dalam Konteks Multikultural dan Multireligius Perbedaan Nilai, Bahasa dan Sensitivitas Budaya 187	
1. Perbedaan Nilai sebagai Tantangan Dakwah	187

2. Perbedaan Bahasa dan Hambatan Komunikasi.....	188
3. Sensitivitas Budaya dan Etika Bermedia Dakwah	188
B. Strategi Komunikasi Lintas Budaya dalam Dakwah Dialog	
<i>Interfaith</i> Pendekatan Humanis.....	188
1. Pendekatan Dakwah Dialogis	188
2. Pendekatan Dakwah Berbasis <i>Interfaith</i> (Antaragama)	189
3. Pendekatan Humanis	189
C. Peran Media Global dalam Membentuk Wacana Keagamaan:	
Konvergensi Media dan <i>Global Village</i>	189
1. Media Konvergensi sebagai Sumber Pengetahuan dan	
Praktik Keagamaan Baru	190
2. Rekonstruksi Agama di Ruang Publik: Mediatisasi dan	
Agama dalam Bingkai Media	190
3. <i>Global Village & Media Global</i> : Dialog Antaragama dan	
Transnasionalisasi Keagamaan.....	190
4. Dampak Ambivalen: Peluang Dakwah, Polarisasi, dan	
Tantangan Autentisitas	191
5. Implikasi untuk Pendidikan, Literasi Media dan Tanggung	
Jawab Sosial	191
D. Dakwah sebagai Jembatan Perdamaian dan Moderasi	
Beragama: Narasi Islam <i>Rahmatan lil 'Alamin</i>	192
1. Dakwah Berdasarkan <i>Rahmatan lil 'Alamin</i> : Landasan	
Teologis dan Etis.....	192
2. Moderasi Beragama sebagai Pendekatan Dakwah:	
<i>Wasathiyah, Tawazun, dan Tasamuh</i>	193
3. Dakwah Moderat sebagai Alat Meredam Intoleransi dan	
Islamofobia	194
4. Dakwah sebagai Jembatan antara Islam dan Pendidikan	
Kebangsaan Pluralisme	194
5. Dakwah Digital & Media Dakwah: Peluang Baru untuk	
Moderasi dan Perdamaian	194
6. Tantangan dan Kritik terhadap Dakwah Moderat &	
<i>Rahmatan lil 'Alamin</i>	195
7. Implikasi Strategis: Memperkuat Dakwah Moderat &	
Perdamaian lewat Pendidikan, Media, dan Komunitas.....	195
Daftar Pustaka.....	196

Persinggungan Tradisi dan Modernitas pada Media Islam Lokal	201
<i>Faizatur Rahmah Kelirey, S.Sos., Widia Nurindah Sari, S.Sos.</i>	
A. Karakteristik Media Islam Lokal di Berbagai Daerah	202
1. Radio Dakwah Lokal	203
2. Majelis Taklim	204
3. Kebudayaan	205
B. Transformasi Tradisi Keagamaan ke Format Digital.....	206
C. Adaptasi Nilai Lokal dalam Media Islam Modern	206
1. Tujuan Adaptasi Nilai Lokal dalam Media Islam Modern	207
2. Bentuk-bentuk Nilai Lokal dalam Media Islam Modern	208
D. Tantangan Pelestarian Tradisi di Tengah Arus Globalisasi Media.....	209
Daftar Pustaka.....	210
Epilog.....	215
Profil Penulis.....	217

Media Islam dan Tantangan Objektivitas di Era *Post-Truth*

Mengkaji Prinsip Etika Komunikasi Islam dalam Lanskap Informasi yang Bias dan Emosional

Oleh:

Prof. Dr. H. M. Yakub, M.A.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah lanskap media secara fundamental. Aksesibilitas yang masif memungkinkan penyebaran informasi terjadi tanpa batas geografis dan waktu, menciptakan masyarakat yang terhubung secara global. Dalam konteks ini, media Islam yang mencakup platform berita, dakwah, dan konten digital berbasis nilai-nilai keislaman, memainkan peran krusial sebagai jembatan antara ajaran agama dan realitas kontemporer. Media ini diharapkan tidak hanya menyampaikan pesan keagamaan, tetapi juga berfungsi sebagai sumber informasi yang akurat dan dapat dipercaya bagi audiens muslim.

Namun, fungsi ideal media tersebut kini dihadapkan pada tantangan besar yang dikenal sebagai era *post-truth* (pasca-kebenaran). Istilah ini merujuk pada kondisi di mana fakta objektif menjadi kurang berpengaruh dalam membentuk opini publik dibandingkan daya tarik emosi dan keyakinan pribadi. Kemunculan era ini didorong oleh proliferasi media sosial yang memfasilitasi penyebaran informasi yang tidak terverifikasi (*misinformation and disinformation*), serta pembentukan “gelembung filter” (*filter bubbles*) yang memperkuat bias kognitif audiens.

Era *post-truth* secara langsung mengancam prinsip fundamental jurnalisme, yaitu objektivitas. Dalam kerangka jurnalisme konvensional, objektivitas menuntut pemisahan antara fakta dan opini, penyajian data secara seimbang, dan netralitas reporter. Ketika emosi dan narasi yang beresonansi secara sentimental

lebih diutamakan daripada verifikasi faktual, batas antara kebenaran dan kebohongan menjadi kabur, membuat upaya mempertahankan objektivitas menjadi pekerjaan yang sangat sulit, bahkan mustahil.

Bagi media Islam, tantangan ini diperumit oleh dimensi ideologis dan religius. Media Islam sering kali memiliki misi ganda: menjadi sumber informasi profesional sekaligus menyebarkan nilai-nilai dakwah. Konflik ini muncul ketika narasi yang sarat nilai agama (yang sering kali emosional) berbenturan dengan tuntutan objektivitas jurnalistik yang netral. Hal ini memicu pertanyaan: bagaimana media Islam dapat mempertahankan objektivitas ketika audiensnya mungkin lebih memilih informasi yang memperkuat keyakinan (*confirmation bias*) daripada fakta yang menantanginya?

Lanskap informasi saat ini didominasi oleh bias dan emosionalitas yang tinggi. Media sosial menjadi arena utama polarisasi, di mana isu-isu agama, politik, dan sosial sering kali disajikan dalam bentuk dikotomi “benar-salah” atau “kami-mereka” yang memicu reaksi sentimen yang kuat. Media Islam, baik sadar maupun tidak, terkadang turut serta dalam siklus ini, memproduksi konten yang didorong oleh *ghirah* (semangat) keagamaan namun minim verifikasi faktual, sehingga secara tidak langsung melanggar etika komunikasi.

Menghadapi situasi ini, kajian mendalam terhadap Prinsip Etika Komunikasi Islam (PEKI) menjadi sangat mendesak. Etika Islam menawarkan kerangka kerja yang kuat untuk mengatasi bias dan emosionalitas dalam penyampaian pesan. Prinsip-prinsip ini berakar pada sumber utama hukum Islam, yaitu Al-Qur’an dan Sunnah, yang menekankan pada kejujuran, keadilan, dan pertanggungjawaban. Dua prinsip PEKI yang paling relevan dalam konteks ini adalah *shiddiq* (kejujuran atau kebenaran) dan *tabayyun* (verifikasi atau konfirmasi). Prinsip *shiddiq* menuntut setiap komunikator untuk menyampaikan informasi yang benar, tanpa distorsi. Sementara itu, prinsip *tabayyun* mewajibkan umat Islam untuk selalu memeriksa dan mengonfirmasi kebenaran suatu berita sebelum menyebarkannya, sebuah mekanisme yang secara esensial berfungsi sebagai *fact-checking* ala Islam. Prinsip ini secara eksplisit bertujuan untuk mencegah fitnah dan kekacauan sosial akibat berita bohong.